

L'ANALISI

# RICETTA CHE IGNORA LA CONCORRENZA E RISCHIA DI COSTARE CARO AGLI ITALIANI

STEFANO LEPRI

**D**iceva ieri ad esempio Guido Crosetto, gran consigliere di Giorgia Meloni, che in Italia quattro operatori telefonici sono troppi. Perlopiù gli economisti ritengono che l'accesa concorrenza fra le società di telecomunicazioni abbia abbassato le tariffe, a vantaggio dei cittadini. Ma qui la logica è diversa: dare priorità alle aziende tricolori.

Troppa concorrenza non va bene, in questa visione, perché con le regole dell'Antitrust europea impedisce alle aziende nazionali di rafforzarsi invece di «soccombere di nanismo industriale nel confronto con le multinazionali del mondo» (parole di Crosetto). Ma cosa può rafforzare le aziende da promuovere come campioni dell'Italia? Probabilmente, rassegnarsi a pagare di più i loro servizi.

Oppure, per mantenere italiana una azienda importante, si può continuare ad accollarne le perdite al contribuente, come nel caso di Ita Airways, che peraltro interessa assai meno agli altri due partiti del centrodestra. Cedere a stranieri la compagnia aerea che negli anni ha bruciato una dozzina di miliardi sarebbe un «inutile regalo» nelle parole dell'on. Fabio Rampelli, vicepresidente della Camera. Il prestigio nazionale ha dei costi, alcuni evidenti, altri meno, che secondo Fratelli d'Italia vale la pena di sopportare. Il «Made in Italy» va protetto dagli stranieri, si tratti di afferma-

ti imprenditori francesi o tedeschi (nel mercato unico europeo, a rigore, nostri connazionali) o di bottegai bengalesi o maghrebini, accusati di mettere in difficoltà le piccole imprese italiane.

FdI parla quasi sempre di «svendita» quando i compratori parlano un'altra lingua: anche nel caso recente delle Autolinee Toscane, che si sono aggiudicate con gara l'intera rete autobus della regione, e appartengono alla Ratp, l'efficiente azienda pubblica francese del metrò di Parigi. Se la qualità del servizio possa migliorare o no appare problema secondario.

Come Giorgia Meloni ha ripetuto ancora ieri, le aziende a controllo italiano sono «gioielli di famiglia» pur se fanno acqua come Ita; vengono definite «strategiche» anche quando operano in settori di scarsa importanza, o perlomeno «fondamentali» (termine usato a proposito delle Autolinee Toscane da Paolo Marcheschi, capogruppo FdI al consiglio regionale).

Dove arriva lo straniero, si sospetta la fregatura; anche quando l'orgoglio patriottico potrebbe essere lusingato. È stato così perfino nel «Trattato del Quirinale» con la Francia, giudicato nel mondo un successo diplomatico del nostro Paese, ma in cui FdI ha visto, nelle parole dell'on. Raffaele Fitto, «l'ennesimo tentativo di subordinare gli interessi di Roma a quelli di Parigi».

I francesi non vanno bene neanche come inventori del «Nutri-score», l'etichettatura che indica il valore nutritivo dei cibi, adottata anche in

Spagna, in Germania, Olanda e Svizzera, facoltativa in Austria e Portogallo. Chissà perché, si ritiene che metta in cattiva luce i cibi italiani; tanto da inserire un chiaro no nel programma dell'intero centrodestra.

Dispiace non solo la concorrenza degli stranieri, anche quella dei nuovi arrivati sul mercato. Chi è già in posizione di forza appare legale, chi tenta di entrarci, ad esempio nelle professioni, è «abusivo». Nel programma sono esplicitamente menzionati i balneari, che con la loro presa sulle spiagge hanno potuto con facilità aumentare il prezzo degli ombrelloni in questo agosto.

Una nuova parola d'ordine della campagna elettorale, «stop alla concorrenza sleale», lanciata ieri, prende di mira i commercianti extracomunitari. Il trucco dell'«apri e chiudi», ovvero di microaziende che «operano nell'illegalità e poi chiudono i battenti prima che lo Stato si accorga di loro, per riaprire magari con altro nome», come dice la Meloni, è in effetti diffuso e grave. Vi si distinguono i cinesi, almeno a quanto risulta alla Guardia di Finanza. Ma è una annosa invenzione italiana, rimasta pressoché indisturbata finché gli immigrati non hanno imparato a copiarla. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

