

29 luglio 2001 0:00

NUOVA TELECOMITALIA?

PROVARE PER FARSI CREDERE: SOLO FINANZA O ANCHE SERVIZIO?
LETTERA APERTA DELL'ADUC AI NUOVI AZIONISTI DI RIFERIMENTO: SVINCOLARSI DAL FARDELLO
MONOPOLISTA E LANCIARE UNA POLITICA DEL "CLIENTE HA SEMPRE RAGIONE".

Firenze, 29 Luglio 2001. La Pirelli di Marco Tronchetti Provera e la Edison holding della famiglia Benetton sono i nuovi azionisti di riferimento della Olivetti e, di conseguenza, di TelecomItalia: un'operazione ben vista anche dal Governo e che entro 30 giorni dovrebbe avere il benestare della Ue.

Per l'occasione, il presidente dell'Aduc, Vincenzo Donvito, per l'aspetto TelecomItalia ha scritto una lettera aperta ai nuovi azionisti.

Al di là del dato finanziario che, speriamo, sia un segnale di vitalità del capitalismo italiano, ci auguriamo che non sia un mero passaggio di consegne, sia in termini di controllo economico che di qualità del servizio.

Per parte nostra, da spettatori almeno in questa fase, ma da potenziali protagonisti nella possibilità di determinare il gioco della domanda e dell'offerta, ai nuovi azionisti rivolgiamo soprattutto due richieste:

- 1) svincolarsi dal fardello e dal retaggio monopolista
- 2) lanciare una politica del "cliente ha sempre ragione"

Nel primo caso si tratta, nei limiti del possibile e difficile percorso italiano di liberalizzazione, non temporeggiare su quanto si possa fare per una presenza sul mercato senza posizione dominante e abuso della stessa: cioè non giocare, come ha fatto la Telecom fino ad oggi, per ritardare il più possibile le liberalizzazioni che consentano ai concorrenti di essere tali (e non solo rivenditori dei prodotti Telecom), e di creare un mercato dove possano dominare dei migliori che, in quanto tali, siano scelti dai consumatori, e non dalle posizioni di rendita del retaggio monopolista. Un processo in cui, la proprietà pubblica residua (quel 3 e rotti per cento che è controllato dal ministero dell'Economia e delle Finanze, con un potere di golden share che lo assimila, in alcune decisioni, a maggioranza decisionale) deve essere cancellata, altrimenti condizionamenti e credibilità continueranno ad essere un optional. Nel secondo caso si tratta di recuperare un gigantesco gap di credibilità e qualità del servizio che, dal monopolio fino alla gestione Colaninno, non ha sostanzialmente subito modifiche: il rapporto con l'utenza (costretta ad essere tale, piuttosto che clientela, da una liberalizzazione ancora incompiuta e sovente al limite della truffa) è stato improntato con arroganza e violenza del potere. Noi non siamo tra quelli che credono che "il cliente abbia sempre ragione", ma visto il forte sbilanciamento di questi anni, per un passaggio ad una situazione di mercato dove cliente e fornitore abbiano gli stessi poteri, crediamo che occorra una fase del genere, di recupero e riassetto. Anche per impedirvi di essere travolti dalla tentazione gigantista (purtroppo favorita da leggi deboli e con tempi jurassici per la de-monopolizzazione del settore) di considerare chi vi porta soldi come numeri piuttosto che consumatori e clienti.

Noi ci sentiamo sentinelle e osservatori, oltre che portatori -pur senza potere- di interessi diffusi, e al presunto dinamismo economico e finanziario a cui stiamo assistendo, ci sentiamo di suggerirvi aspetti che crediamo tutt'altro che secondari.