

Concorrenza. Agcom e Antitrust sono le meno conosciute tra i cittadini, Bankitalia in testa

Authority promosse a metà

Per i manager portano più burocrazia ma anche mercato

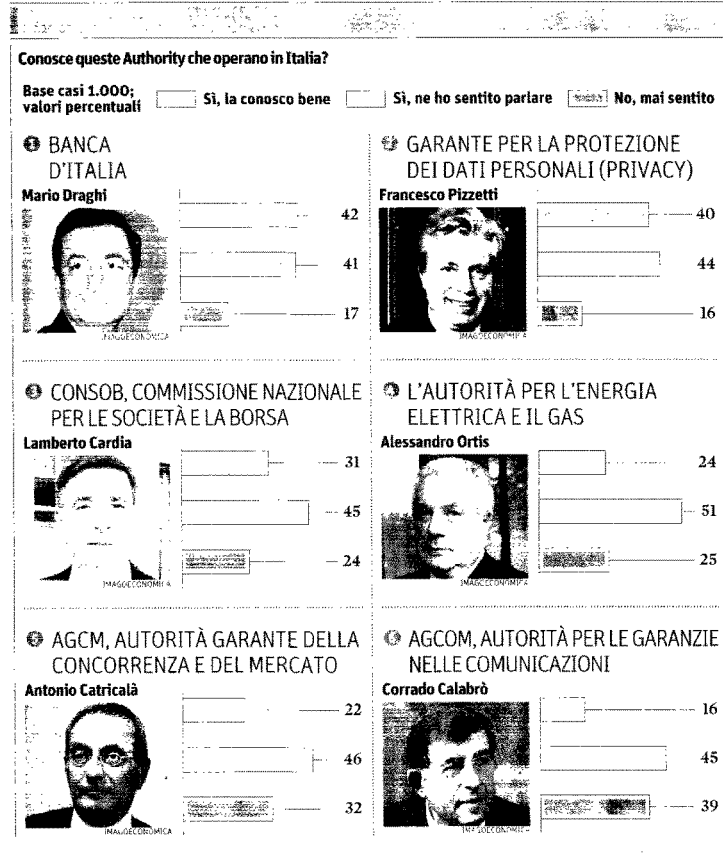
Chiara Bussi

Uno dei loro ultimi interventi ha riguardato un tema caro agli italiani: le carte prepagate dei telefonini. Eppure l'Antitrust e l'Agcom (l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni) sono le Authority meno note. Solo il 22% «conosce bene» la prima e appena il 16% la seconda. Al vertice della classifica è invece un testa a testa tra la Banca d'Italia e il Garante per la privacy. Lo dimostra un'indagine realizzata da Ispo, sotto la supervisione di Renato Mannheimer, per conto di **Consumers' Forum**, che riunisce le principali associazioni di consumatori. La ricerca sarà presentata oggi nell'ambito di un workshop a Roma. Un questionario rivolto a un campione di mille consumatori e 204 manager di grandi aziende (con oltre 99 addetti) sulla loro percezione delle Authority e delle liberalizzazioni.

LE LIBERALIZZAZIONI

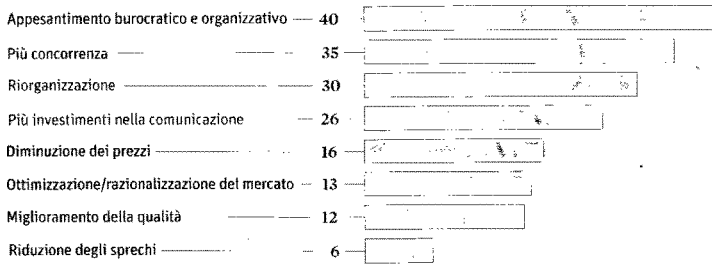
Per il 74% dei dirigenti hanno avuto un impatto positivo sull'economia del Paese, il 54% vede benefici per la propria azienda

Il 39% non ha mai sentito nominare l'Agcom e il 45% «ne ha sentito parlare, ma non sa bene di che cosa si tratta». Non sanno dunque che sarà proprio un'unità di vigilanza istituita presso l'Autorità a verificare che con il cambio di gestore telefonico venga trasferito sul nuovo contratto il credito residuo, come prevede la legge Bersani. O che l'Autorità per la Concorrenza ha disposto un'indagine ad ampio raggio sulle carte prepagate, e tra queste quelle dei telefonini, per verificare se le condizioni contrattuali sono gravose per i consumatori. Il 32% degli italiani, infatti, non ha mai sentito parlare dell'Authority guidata da Antonio Catricalà. Il 42% degli intervistati, invece, «conosce bene» la Banca d'Italia e solo il 17% non l'ha mai sentita nominare. Al secondo posto è il Garante per la privacy, un'Authority conosciuta dal 40% degli italiani. È toccato invece ai manager stilare la pagella dei "controllori". E non sono stati certo di "manica larga". In una scala da uno



L'operato

Come i manager valutano gli effetti dell'attività delle Authority. Risposte multiple - Valori in percentuale

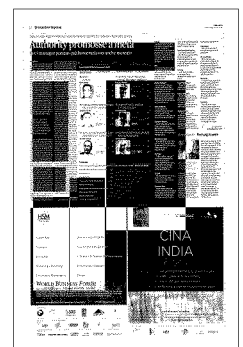


Fonte: Ispo - Consumers' Forum

a dieci il voto medio più alto è il 6,6 andato a Bankitalia, seguito dal 6,1 alla Consob e dal 6 del Garante per la privacy. Sotto la sufficienza l'Antitrust (5,9), l'Autorità per l'Energia elettrica e il gas (5,7) e l'Agcom (5,4). Entrando nel merito del loro operato, un manager su quattro cita come primo effetto l'appesantimento burocratico e organizzativo e il 40% la sceglie tra le varie opzioni. Al secondo posto (35%) figura però una maggiore concorrenza «che costringerà le aziende ad adottare comportamenti virtuosi

per conquistare i clienti».

L'altro grande capitolo riguarda le liberalizzazioni. L'ultimo tassello in Italia è stato aggiunto il primo luglio scorso. Da quella data, infatti, gli utenti possono scegliere il proprio fornitore di energia elettrica. La domanda estendeva il campo anche alle recenti aperture portate dalla legge Bersani, dai mutui al commercio, fino alla telefonia. Per cittadini e manager l'impatto è stato "molto" o abbastanza positivo" più per l'economia generale che per la famiglia o l'azienda in partico-



lare. I benefici sono andati al Paese per il 66% degli italiani e per il 74% dei dirigenti. Il 58% dei cittadini scorge però vantaggi anche per la propria famiglia e il 54% dei manager per la propria azienda. Per il 29% dei dirigenti, inoltre, l'effetto principale delle liberalizzazioni è una maggiore concorrenza. La risposta è anche quella che raccoglie maggiore favore: viene indicata complessivamente dal 45% degli intervistati. Ad esserne convinti sono soprattutto quelli che lavorano in aziende di trasporti. Se si considera il risultato sulla base della prima risposta fornita seguono l'appesantimento burocratico e organizzativo (17%) e la diminuzione dei prezzi dei prodotti e dei servizi (13%). Se invece si esaminano le risposte complessive al secondo posto - con il 27% - figura la «necessità di riorganizzazione per far fronte alle nuove esigenze di rapporto con le Authority», al terzo il miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi (26 per cento). «Permangono aree di perplessità nelle imprese e nei cittadini - sottolinea Ispo - alle quali sarà compito della politica e delle istituzioni dare risposta».

www.agcom.it

La nota metodologica del sondaggio