

CONSIGLI NON RICHIESTI Punti fondamentali: mai parlare di "sussidi", ma solo di corrispettivi
Ridurre i danni delle gare, presentare conti in ordine nascondendo il peso dei contributi dello Stato

Anas-Ferrovie, breve manuale per un monopolista perfetto

I » MARCO PONTI

Il perfetto manager ferroviario come primo dovere avrà quello di coltivare gratitudine (un nobile sentimento) per i politici cui, direttamente o per interposta persona, deve il posto. Poi non userà mai, per nessuna ragione, la parola "sussidio", anche se la sua impresa di sussidi vive (ed è interamente di proprietà dello Stato). Suona male, una sorta di pubblica carità. Preferirà dire "trasferimento", più neutrale. Ma meglio ancora "corrispettivo", che fa pensare a qualcosa di realmente scambiato con lo Stato, come se questo fosse un vero cliente, e non il padrone. Poi non è indispensabile descrivere proprio tutti questi trasferimenti, che sono noiosi da raccontare. Ma meglio di tutto è non parlarne affatto, soprattutto per gli investimenti, in modo da dare l'immagine che questi siano fatti con i soldi guadagnati, come per le imprese normali.

LA MISSIONE DELL'IMPRESA ferroviaria deve sempre essere definita "sociale" o "ambientale", mai che possano trasparire obiettivi meno nobili, tipo "voto di scambio", o elettorali, o di sostegno a imprese fornitrici "amiche". Inoltre il bravo manager non deve mai abbassarsi a misurare il reale conseguimento degli obiettivi sociali o ambientali per euro pubblico speso, esercizio volgare. Basterà dichiararli, dandoli per noti e accettati da tutti. E per gli investimenti fatti, non fornirà rendicontazione sui risultati raggiunti rispetto alle previsioni (per esempio di traffico). Men che meno analisi economiche o finanziarie *ex-post*, che potrebbero indurre i malpensanti a considerazioni poco lusinghiere. Appena possibile anzi non fornirà nemmeno i dati sui costototali delle opere realizzate con i soldi pubblici.

Offrirà invece confronti internazionali, ma solo per i dati in cui le imprese straniere hanno fatto di peggio, e sugli studi prodotti da amici. È indispensabile per l'immagine di qualsiasi impresa "privata" come formalmente è Fsi. Sottolineerà che il fatto che certi servizi sono scadenti è colpa dello Stato che per molti servizi mantiene tariffe bassissime (vero), e in più ha tagliato crudelmente i sussidi, a danno dei poveri pendolari. Sottolineerà le cose che funzionano bene come merito dell'azienda, come è giusto, ma senza insistere su quanto sono costate alle casse pubbliche (per esempio con il fondo pensioni "speciale" per la diminuzione dell'organico, o per il ri-

sanamento dei conti, o per l'Alta velocità, ecc.).

Ma il bravo manager ferroviario è un tecnico moderno, ama e promuove la concorrenza. L'Alta velocità è lì a testimoniare (c'è Italo!), come pure il settore delle merci, dove ci sono parecchi operatori. Mai farà notare che l'impresa è assolutamente "dominante" (circa il 90% del fatturato del settore) e che gestisce sia i servizi che la rete che le stazioni ecc., al contrario dei suoi concorrenti, che devono pagarglieli salati per usarli.

IN PARTICOLARE, auspicherà gare per l'affidamento dei servizi ferroviari locali, facendo notare che grazie alla straordinaria efficienza della sua impresa le ha vinte tutte, e continuerà a vincerle. Poi ricorderà alle Regioni che volessero esagerare con le gare, magari suddividendole in piccoli lotti, che la cosa porta sfortuna: in Piemonte quelli del Pd ci avevano provato, con grandi proteste del sindacato e del ministro di centrodestra di turno, ma subito quella giunta perse le elezioni, e la successiva amministrazione leghista abolì la gara.

Infine, egli non dimenticherà l'amor patrio: già il nome dell'impresa è stato cambiato dal banale "Ferrovie dello Stato" in quello, che scalda di più il cuore, di "Ferrovie dello Stato Italiane". Mai che venisse il dubbio a dei malintenzionati di una qualche vera privatizzazione, magari con la presenza



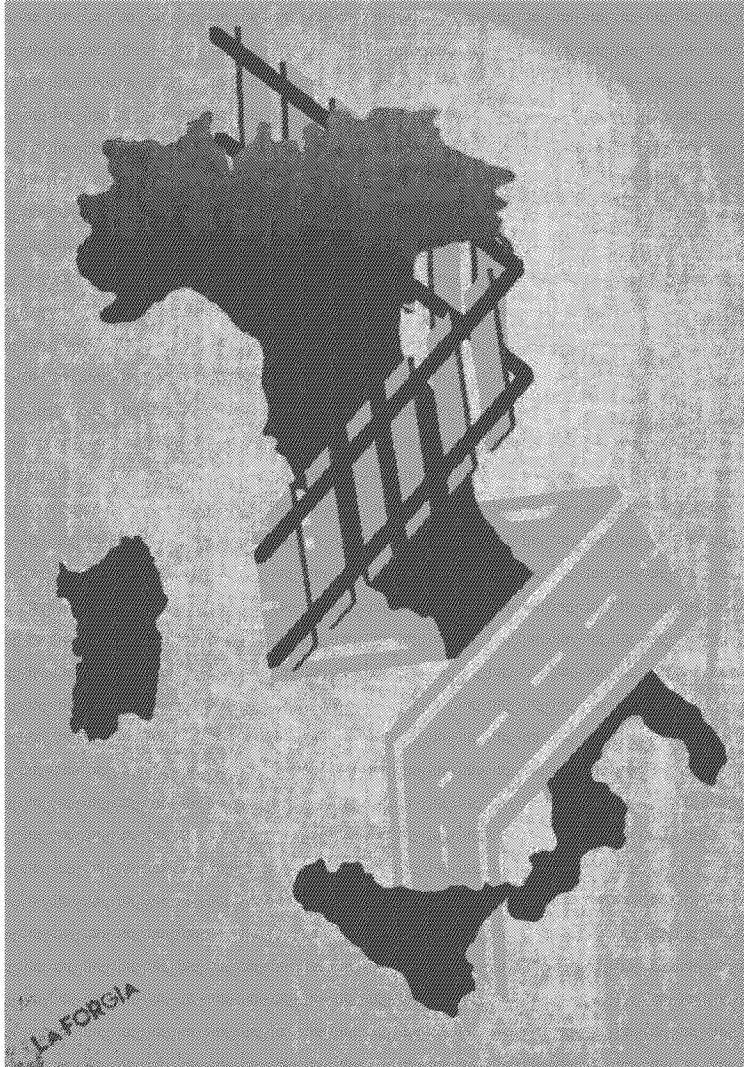
di barbari stranieri! Questa connotazione non è forse presente anche in "Alitalia" e in "Autostrade per l'Italia"? Perché scordarsi di un interlocutore così importante e generoso come lo Stato? E in nome della Patria, per fortuna non in armi, ricorderà lo sforzo dell'impresa per espandersi sui mercati esteri, vero Campione Nazionale, degno del maggior sostegno pubblico, invece che di fastidiose polemiche sui rischi di monopolio.

UN CAMPIONE NAZIONALE degno di questo nome non può rimanere piccolo in casa propria: in Italia gli deve essere dunque consentita l'espansione nel settore della gomma con gli autobus di lunga distanza (la concorrenza straniera qui potrebbe essere addirittura inopportuna), e nei trasporti urbani (ieri Firenze, oggi Milano con la linea 5 della metropolitana, domani forse la romana Atac, dopodomani chis-

sà...). E tra poco, grazie a un ministro super-filo-Fsi, gestirà anche la rete stradale nazionale di Anas, sottraendo anche questa a fastidiosi controlli europei sui vincoli di spesa (e ad ancora più fastidiosi controlli nazionali sulle retribuzioni). Un Campione Nazionale ancora più libero e potente!

Ma bisogna volare alto, e il fornire servizi in molti modi di trasporto, diversi ma integrati tra loro, non può che giovare agli utenti tutti. Alitalia? Parliamone senza pregiudizi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Campione nazionale
La fusione tra l'azienda delle strade e le Fs crea un gigante ancora più difficile da imbrigliare

.....

La maxi-operazione

Il Consiglio dei ministri del 13 aprile scorso ha dato il via libera al matrimonio tra Anas e Ferrovie dello Stato.

L'operazione avverrà con un aumento di capitale di Fs riservato allo Stato che parteciperà conferendo Anas, che così diverrà una delle controllate del gruppo dei treni. Ne nascerà un colosso da 10 miliardi di fatturato, 75.000 dipendenti e circa 43.000 chilometri di reti gestite (25 mila solo di strade non a pedaggio gestite da Anas)