

CONTROCORRENTE

Le liberalizzazioni non ci salveranno

di CARLO PRIOLO

La nuova edizione delle cosiddette liberalizzazioni nel mondo delle professioni ripropone l'inutile dibattito tra liberalizzatori e corporativi, portatori del progresso e reazionari conservatori, ferventi modernizzatori e biechi tradizionalisti. L'obiettivo è lo stesso: liberare dal giogo medievale il cittadino consumatore per assaporare una nuova stagione di prezzi bassi, di maggiore libertà di iniziativa, di garanzie opportunità di lavoro per i giovani, di sostegno ai meno abbienti, di riduzione del precariato e in generale della disoccupazione, una coazione a ripetere l'errore per poi dimenticarlo.

I professionisti italiani hanno superato il numero di 6,4 milioni. Quelli iscritti agli albi...

Continua a pagina 8

...e ai collegi (professioni regolamentate) sono oltre 2,1 milioni e quelli senza albo (professioni non regolamentate) sono circa 4,3 milioni. Tra quelli che attendono un riconoscimento 280 mila sono iscritti alle associazioni. Il volume d'affari complessivo delle professioni è pari a 196 miliardi di euro e il peso economico delle professioni si posiziona tra il 14,9% e il 15,1% del PIL del Paese. L'occupazione generata dalle diverse categorie professionali: tra occupazione diretta (2,1 milioni di professionisti iscritti agli albi) e indotta, stima un bacino occupazionale relativo alle professioni regolamentate in poco meno di 3,95 milioni di posti di lavoro, pari al 15,9% dell'occupazione complessiva, con l'8,5% di occupazione diretta e il 8,7% nell'indotto. Il mercato del lavoro delle professioni non funziona come quello delle mele. Tradizionalmente il mercato era indicato come il luogo ideale d'incontro tra domanda (richiesta di prestazione professionale) e offerta (disponibilità ad effettuare la prestazione professionale) di uno o più beni e servizi. Il mercato è libero e perfetto quando è la risultante di contrattazioni spontanee degli operatori economici senza che nessuno di essi sia in grado di far prevalere la propria volontà e senza che il prezzo venga imposto da operatori in posizione dominante. La domanda individuale di

una merce o di un servizio (prestazione professionale) dovrebbe essere funzione inversa del prezzo (legge della domanda). Minore è il prezzo (della prestazione) maggiore è la domanda (richiesta di prestazione professionale). Mentre l'offerta è funzione diretta del prezzo: se il prezzo diminuisce l'offerta diminuisce, se il prezzo aumenta l'offerta aumenta. Ma può avvenire il contrario, il prezzo aumenta e pure la domanda aumenta. Si può verificare che aumentando il prezzo di un bene o di un servizio la domanda invece di diminuire aumenta. E' il caso di un bravo professionista che, nonostante il suo onorario sia alto, il numero dei clienti risulta elevato. Molti chiedono di ottenere la prestazione da quel professionista (domanda del servizio) e l'onorario tende a salire (prezzo). Il prezzo diventa funzione diretta della domanda del servizio. Orbene, al variare del prezzo le variazioni della domanda non sono eguali per tutti i beni e servizi. Se il prezzo delle mele diminuisce sensibilmente, probabilmente molti compreranno mele. La domanda della merce (mele) risulta elastica, mentre per altri beni ritenuti di prima necessità (quali primari generi alimentari) e taluni beni di lusso (per fasce di consumatori ad alto reddito) la domanda risulta rigida, pur aumentando il prezzo la richiesta del bene o del servizio non diminuisce. In particolare le richieste di prestazioni ad un professionista (avvocato, medico, commercialista, psicologo-terapeuta ecc.) non aumentano al diminuire degli onorari. Il numero delle persone che si ammalano non aumenta se il prezzo della cura è più basso; non sorgono maggiori contestazioni se gli onorari degli avvocati sono bassi. L'idea sciocca di pensare che aprendo l'accesso alla professione a tutti coloro che ritengono di saperla svolgere possa spingere al ribasso degli onorari (il prezzo della prestazione) è frutto della ignoranza dei meccanismi economici del mercato delle professioni. Innanzitutto di norma la richiesta di prestazioni professionali non è funzione del prezzo (onorari): la gente si ammala per una complessa serie di fattori ben noti (quali alimentazione, ambiente, condizioni del lavoro, cause genetiche ecc.); i contenziosi sono generati dal mancato rispetto della regole, dalla voluminosa e caotica legislazione, dalla mancata esecuzione delle condanne, dal favore che il debitore trae dalla lunghezza dei processi ecc. La domanda di prestazioni professionali è una domanda rigida, subisce poco le variazioni della misura degli onorari. Parimenti se il prezzo diminuisce l'offerta tende a diminuire, l'operatore sospende le vendite e/o riduce la sua

attività. Al contrario se il prezzo aumenta approfitta per accrescere il volume degli affari. Nel campo delle prestazioni professionali non funziona così e neppure funziona l'idea: "lavoriamo poco ma lavoriamo tutti". Se si abbassa il livello degli onorari, in quanto il numero di coloro che svolgono quella professione aumenta, non lavorano tutti (poco) a prezzi da saldo.

Un altro errore dei teorici delle cosiddette liberalizzazioni consiste nel ritenere che esista il regime di mercato della libera concorrenza, dove il prezzo è un dato per l'imprenditore, non lo può determinare, lo subisce. La libera concorrenza è un regime ideale per la massima utilizzazione di tutte le forze economiche e la più alta tutela del consumatore che può acquistare beni e servizi al prezzo più basso possibile. Una pura astrazione teorica. Diversamente, la realtà economica presenta forme di mercato quali la concorrenza imperfetta o concorrenza monopolistica e concentrazioni più o meno potenti di oligopolio. Le imprese deboli sono destinate a soccombere, vincono quelle più capaci; la produzione si concentra in poche grandi imprese; le formulazioni teoriche vengono frantumate dalle nuove analisi sulla realtà economica. Perde di efficacia uno dei cardini della scienza economica, cioè la legge della domanda e dell'offerta. La richiesta di un bene o un servizio non è più funzione dell'onorario, ma in maggior misura funzione del reddito. L'apprezzamento di un bene o servizio è diverso secondo la condizione economica dei vari individui. Si verifica che un servizio legale pur se offerto ad onorari bassi non viene scelto da una gran parte dei consumatori-utenti sia per una serie di motivazioni non economiche e sia perché il percettore di redditi medio-alti preferisce rivolgersi al professionista di fiducia, pur pagando onorari più alti. Le indagini economiche hanno anche rilevato che il consumatore non agisce secondo un criterio razionale di convenienza economica né ha del mercato una conoscenza perfetta: acquisita secondo suggestioni varie, spinte delle mode, schiavo dei messaggi pubblicitari, delle informazioni ricevute da altri, della fiducia, del grado di affidabilità del servizio. Ogni imprenditore ha una propria clientela legata alla sua azienda, in una certa misura indipendente dal prezzo dei prodotti. Pensare che con queste misure pagheremo meno per i servizi di difesa dell'avvocato, del commercialista e di tutti gli altri professionisti ai quali ci rivolgiamo per le nostre necessità, che soprattutto i precari troveranno un lavoro stabile ed i giovani in cerca di prima occupazione o pron-

ti a lavorare come professionisti potranno realizzare il loro obiettivo, bisogna essere dei veri sognatori. Dobbiamo domandarci perché i sindacati sono in gran parte d'accordo con queste piccole misure e perché il grande numero delle associazioni dei consumatori, unitamente a Banche e Compagnie di assicurazione applaudono alle iniziative. La risposta è di una semplicità disarmante. Sindacati e associazioni dei consumatori si sostituiscono perfettamente ai servizi che il singolo professionista può offrire, con maggiori mezzi con personale professionale a stipendio fisso, altro che libere professioni, lo studio artigianale di due o tre professionisti è destinato a chiudere. Consulenza giuridica, fiscale, economica, mutui, prestiti personali, polizze vita, carte di credito, bancomat, progettazione e direzione lavori. Deve morire il nanismo imprenditoriale nei servizi, occorre cancellare l'impresa artigianale, la piccola impresa, per aprire il mercato al sistema delle grandi imprese. Le Banche e le Assicurazioni fisseranno a piacimento la misura degli onorari in posizione di monopolio (altro che libera concorrenza). Ma veramente si può credere che un giovane che vuol intraprendere ad esempio la professione di avvocato, con la nuova opportunità di poter effettuare la pubblicità, potrà iniziare e trovare clienti? Prendere in locazione uno studio (ristrutturarlo, ammobiliarlo, dotarlo della strumentazione necessaria) e poi per acquisire la clientela reclamizzare, con una opportuna campagna pubblicitaria, i propri servizi professionali a

prezzi stracciati. Ed il vile denaro dove lo prende? Costituisce una cooperativa con altri colleghi, chiede un mutuo alla Coop, si rivolge al Ministero delle pari opportunità? Ed il cittadino-consumatore come potrà rintracciare il professionista più a buon mercato? Farà il giro della città alla ricerca del prezzo conveniente? E poi le cause non sono tutte uguali e come valutare la produttività dei magistrati sul numero delle sentenze emesse?

CARLO PRIOLO

La richiesta di prestazioni professionali non è funzione del prezzo (onorari): la gente si ammala per una complessa serie di fattori; i contenziosi sono generati dal mancato rispetto della regole. La domanda di prestazioni professionali è dunque "rigida"

L'idea sciocca di pensare che aprendo l'accesso alla professione a tutti coloro che ritengono di saperla svolgere possa spingere al ribasso degli onorari è frutto dell'ignoranza dei meccanismi economici del mercato delle professioni

