ItaliaOggi

Data 25-10-2012
Pagina 27
Foglio 1

Parla il presidente dell'Agcm. Che annuncia la tregua con le professioni

L'Antitrust molla gli ordini

Pitruzzella: tariffe a parte, non resta molto da fare

DI BENEDETTA PACELLI

L'Antitrust non è «contro» i professionisti ma è «per» un mercato dei servizi professionali più moderno». Parola di Giovanni Pitruzzella. Il numero uno dell'Authority per la concorrenza e il mercato respinge così le accuse di chi lo considera da sempre un soggetto ostile alle libere professioni. Piuttosto è lo sguardo sul contesto generale da cui non si può prescindere, cioè un momento di profonda trasformazione che sta vivendo il paese, destinato a interessare tutti, professionisti inclusi. «Perché la sfida si vince avendo la capacità di innovare e i cambiamenti in corso possono e devono essere un'occasione per rafforzare le professionalità e modernizzare l'offerta di servizi».

Domanda. Nell'ultima segnalazione inviata al Parlamento e al Governo in materia di professioni, l'Agcm ha sottolineato la necessità di eliminare il riferimento dell'adeguatezza del compenso rispetto al «decoro professionale» perché si tratta di un modo per gli Ordini di reintrodurre la tariffa obbligatoria. Perché crede che le tariffe non possono tutelare il cliente?

Risposta. Non credo che le tariffe professionali, rievocate attraverso il concetto di decoro, servano a tutelare il cliente più debole. Lo strumento del preventivo di spesa consente al cliente di comparare le diverse offerte professionali. Se ci sono comunicazioni trasparenti il cliente è messo nelle condizioni di orientarsi. Per questo abbiamo chiesto con convinzione a Parlamento e Governo che siano eliminati tutti quei riferimenti normativi in grado di reintrodurre le tariffe nel nostro ordinamento.

D. Non c'è il rischio che dalla riforma traggano benefici solo le imprese di grandi dimensioni che potranno discutere il valore della prestazione professionale forti delle capacità contrattuali e del fatturato?

R. Non credo. Ovviamente sono perfettamente conscio che le imprese più forti possono sfruttare a loro favore le novità contenute nelle liberalizzazioni ma ritengo che la concorrenza sul «prezzo» non sia l'unico parametro in base al quale una grande impresa sceglie i professionisti.

D. Il numero dei professionisti è cresciuto a dismisura negli ultimi anni, lei sostiene comunque che permangono ingiustificati ostacoli all'accesso. A quali professioni si riferisce in particolare?

R. Nella segnalazione apriamo una riflessione sulla disciplina sul numero chiuso per l'accesso ai corsi universitari che riguarda trasversalmente molte professioni. Tra i criteri di cui tenere conto c'è quello del «fabbisogno di professionalità del sistema sociale e produttivo»: è un parametro non strettamente legato all'offerta formativa delle università, finalizzato solo a contingentare il numero di professionisti che, alla fine del percorso universitario, potranno accedere all'esame di abilitazione professionale.

D. E quindi?

R. Quindi occorre ribaltare la prospettiva: il punto non è «quanti» laureati ci saranno alla fine del percorso di studio, ma «che tipo» di laureati. Bisogna immettere massicce dosi di meritocrazia nel sistema, abbandonando un egualitarismo che, anziché favorire i migliori, ha creato false illusioni e frustranti attese nei giovani. La selezione non può essere affidata solo ai test di ingresso, peraltro molto discussi, ma deve essere una costante del percorso di studi, con meccanismi di incentivi e disincentivi. Solo così si rispettano davvero i principi di eguaglianza e di pari opportunità previsti dalla nostra Costituzione.

D. Continuare però a immettere nel mercato nuovi giovani professionisti eliminando quei paletti all'accesso, che secondo gli ordini garantiscono qualità, non rischia solo di creare nuovi professionisti poveri e poco preparati?

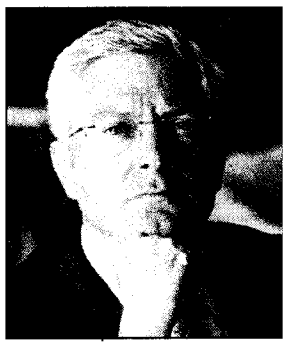
R. Se la selezione meritocratica diventa l'elemento fondante del percorso universitario il rischio non esiste. Quanto al reddito, non credo che i guadagni dei professionisti possa essere tutelato attraverso barriere all'ingresso; piuttosto si tratta di allargare l'offerta professionale, cercando nuovi mercati Ricordando sempre che i mercati oggi sono globali.

D. La riforma delle professioni introduce il concetto di pubblicità informativa. Come coniugare la pubblicità per le prestazioni professioni con quelle che ci sono sui vari siti dove è dato più rilievo al compenso che non alla qualità della prestazione professionale?

R. Anche nei servizi professionali la pubblicità deve essere veritiera e trasparente. Sta ai consumatori valutare il rapporto qualità-prezzo cercando più informazioni possibili. La Rete è un potente strumento di conoscenza se utilizzato con attenzione, anche se nel caso dei professionisti credo che la migliore pubblicità sia il «passaparola»: se abbiamo bisogno di un medico specialista probabilmente cercheremo informazioni nella cerchia di amici e conoscenti. Tuttavia è evidente che per prestazioni non complesse il prezzo può fare la differenza, soprattutto in un momento di crisi economica come quello che stanno vivendo le famiglie italiane.

D. In materia di professioni di cosa c'è da fare?

R. Quei pochi correttivi che ho descritto prima perché su questi temi il governo si è mosso nella giusta direzione e con il giusto equilibrio.



Giovanni Pitruzzella

© Riproduzione riservata

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.