

1 febbraio 2001 0:00

CHI LASCIA LA STRADA VECCHIA PER LA NUOVA...

di Annapaola Laldi

Nella vita delle società, a un dato momento, prendono forma delle "tendenze", che la singola persona comune si trova a vivere (e spesso a subire) senza sapere bene come e perché esse si siano formate, e senza rendersi ben conto, almeno all'inizio, cosa significherebbero davvero per la sua vita quotidiana e come quest'ultima ne verrebbe trasformata. Bisogna riconoscere, tuttavia, che tali "tendenze" rispondono in qualche modo anche a delle aspirazioni già presenti nei singoli membri della società, aspirazioni che, però, forse, in molti non sono tanto consapevoli e chiare in quanto tali, ma si manifestano piuttosto sotto forma di inquietudine e scontentezza.

Una di queste "tendenze", in cui siamo immersi attualmente, che ci piaccia o no, e', in Italia, quella del mercato sempre più libero, con conseguenti privatizzazioni dei servizi e un incremento della concorrenza. Per quanto il fenomeno, anche da noi, abbia ormai una certa tradizione (le prime radio e televisioni private, infatti, risalgono a circa 25 anni fa, ma erano di libero accesso e quindi non ponevano problemi di scelta agli utenti se non quello di fare zapping), in questi ultimissimi anni si è accelerato e sta portando a un profondo cambiamento che si registra anche a livello linguistico. Ci sono sempre meno utenti e sempre più CLIENTI, e ciò che era, fino all'altro ieri, l'azienda (unica) dei telefoni è diventato una pluralità di GESTORI. Il termine CONSUMATORE, inoltre, sta acquisendo un significato sempre più pregnante e a volte viene usato come una parola magica.

Ciò che risulta immediatamente allettante, in questo quadro di concorrenza, è il fatto che finalmente, si può operare una scelta anche sui servizi, preferendo quello che ci sembra più conveniente per noi, ed eventualmente, cambiandolo, se le condizioni del vecchio non ci soddisfano più e si presenta un'altra offerta che ci corrisponde meglio.

Così, ad esempio, banche e posta, da un lato, e gestori della telefonia, da un altro, fanno a gara a offrire i loro servizi migliori con grande risonanza pubblicitaria.

La teoria è bellissima. La pratica rivela qualche difficoltà di attuazione, che puntualmente viene segnalata da clienti e consumatori che escono un po' malconci dal confronto con questa nuova, inusitata (per noi) libertà. Intanto, il moltiplicarsi delle offerte nei due settori a cui ho accennato obbliga le persone a un approfondimento dei loro contenuti effettivi. Infatti, chi si fida della sola pubblicità di un prodotto, senza verificarne il peso reale, spesso si trova a malpartito. Il lamento della signora a proposito di Bancoposta, ripreso anche dall'ADUC nei comunicati stampa del [20 dicembre 2000](#) e del 16 gennaio 2001, è la spia di una confusione, provocata dal desiderio, legittimo, ma forse troppo guidato dall'emozione, di risparmiare, di fare finalmente un buon affare, di non essere più ostaggio di quella certa banca che non ti paga più interessi, ma esige, alla fine dell'anno, una tassa per quella misteriosa "chiusura" che non si sa che cosa sia.

Del resto, che trattare con le banche non sia uno scherzo ce lo dice anche "Il Sole 24 ore", in un box del 21 gennaio 2001, dal titolo "clienti in banca, una trattativa continua".

In questo articolo, che si riferisce, peraltro, esclusivamente alla tenuta dei conti correnti, si invitano i clienti delle banche ad avere un'attenzione costante sul comportamento del loro istituto di credito, perché -riassumo- il trattamento iniziale che la Banca riserva a un cliente nuovo, specie se portatore di una discreta "dote" da affidarle per la gestione, può essere molto buono, ma velocemente esso peggiorerà, con la diminuzione del tasso d'interesse, ed eventualmente con il caricamento di commissioni inaspettate. L'avvertimento che percorre tutto l'articolo è quello che "I clienti delle banche devono essere molto più agguerriti di prima, riconoscendo le insidie e sfruttando le opportunità del nuovo scenario competitivo", approfittando quindi del loro potere contrattuale che è aumentato, battendo, se occorre, i pugni sul tavolo e minacciando di chiudere il conto, perché in questo momento -è sempre "Il Sole 24 ore" ad asserirlo - anche la perdita di un cliente medio è, per il direttore di una filiale, un fatto grave. E tuttavia, per chiudere un conto, bisogna prevedere una certa spesa che, per molte persone, rappresenta una perdita secca, non compensabile coi vantaggi offerti da un'altra banca con cui, probabilmente, si ricomincerebbe la stessa trafila.

Per i gestori telefonici, vi è un problema analogo. Il desiderio di risparmiare e anche quello, diciamo chiaramente, di penalizzare Telecom per la sua prepotenza, può spingere la persona a passare a un altro gestore senza troppi

indugi. Ma, anche qui, la scelta non e' semplice. In primo luogo, per fare una scelta ponderata, bisogna avere un quadro chiaro della situazione, che non e' cosi' immediato come potrebbe sembrare. Mettere in fila i dati di almeno quattro o piu' gestori comporta un bel dispendio di tempo, energia e attenzione e anche una certa capacita' di fare i calcoli, per rendere omogenei i costi annunciati. Alcuni siti su Internet offrono delle , ma la realta' e' che la maggioranza su Internet ancora non ci va e quindi deve ricorrere al "fai da te" o fidarsi dei confronti proposti da gestori in concorrenza fra loro, confidando che questa pubblicita' non sia ingannevole, come e' successo agli inizi di gennaio con Infostrada (comunicato stampa Aduc dell' [8 gennaio 2001](#)). E, comunque, anche accedendo a Internet, a volte, il confronto non e' assolutamente semplice. E bisogna sempre fare attenzione alla data dell'aggiornamento. Infatti le tariffe, e questo e' un altro problema, possono essere variate a discrezione del gestore. Di conseguenza, la tariffa che mi va bene oggi e mi fa scegliere quel certo gestore, fra un mese o anche prima puo' variare e allora ecco che devo ricominciare da capo. E' vero che posso abbonarmi a piu' gestori contemporaneamente, ma e' anche vero che, a questo punto, devo stare attenta a diverse fatture, verificare che siano precise, e che questa facilita' di telefonare non mi faccia perdere di vista il motivo per cui ho fatto ricorso ad altri gestori, che e' la convenienza, il risparmio, la certezza di pagare solo l'effettivo consumo. E poi, dato che tutte le fatture me le paghera' direttamente la banca, devo anche seguire con piu' attenzione il movimento del conto corrente affinche', fra prelievi col Bancomat, addebitamento in conto delle utenze, piu' l'addebitamento diretto di qualche rimborso per finanziamenti vari, non mi faccia andare "in rosso", cosi' che dovrò pagare dei sonanti interessi passivi all'istituto di credito.

Come si vede da questi pochi esempi, la vita del CLIENTE/CONSUMATORE non e' cosi' facile e trionfale come potrebbe sembrare. Non solo, bisogna anche mettere in conto che, per un certo numero di consumatori avvertiti e che sono in grado di controllare i propri gestori (bancari o telefonici che siano) e sono pronti, all'occorrenza, a smascherare i loro trabocchetti e a rintuzzare i loro attacchi proditori, ce n'e' un altro numero, penso non indifferente, che invece continua a vivere come ha sempre fatto e che quindi e' la preda designata delle eventuali furberie dei succitati gestori. E questo e' uno dei tanti fatti dell'oggi che invita alla riflessione.

Il punto e' che il vecchio adagio

"Chi lascia la strada vecchia per la nuova, sa quel che lascia ma non sa quel che trova", che tradizionalmente era detto e letto come ammonimento per frenare la persona nella ricerca del nuovo, sembra destinato a non avere piu' alcun valore , neppure per chi dalla vecchia strada non vorrebbe affatto staccarsi, proprio perche' la nuova "tendenza", di cui gli esempi appena fatti sono una piccolissima testimonianza, e' cosi' forte e pervasiva che, anche volendo, non possiamo sottrarci al suo confronto. Che ci piaccia o no.

La nostra realta' di oggi e' questa "strada nuova",

che non sappiamo bene dove ci portera', ma che non possiamo rifiutarci di percorrere. Di fronte ad essa, pero', possiamo porci alcune domande, perche' comunque costituisce una sfida alla nostra umanita', a noi, proprio come esseri umani, non come semplici clienti/consumatori.

Non puo' essere, questa "strada nuova", un'occasione preziosa per conoscere meglio i meccanismi che hanno governato finora il nostro modo di rapportarci con le cose e le persone, credendo sempre, in fondo, di essere noi i migliori, i piu' furbi e i piu' bravi? Oggi questo confronto avviene sempre piu' velocemente e in settori della vita che prima erano al sicuro da ogni rischio, e, quindi, puo' fornire un'opportunita' in piu' di conoscere se stessi.

Non puo' essere l'occasione per osservare l'avidita'

a cui e' improntata gran parte dell'agire umano? Non solo quella delle controparti, espressa o dissimulata nelle forme piu' disparate, ma anche e soprattutto la nostra, che piu' spesso di quanto si pensi sta alla base anche di cio' che sembra un legittimo desiderio di fare il miglior affare possibile in questo momento. Ma questo desiderio, a volte, e' cosi' accecante, cosi' guidato da una angusta impulsivita', che provoca un cortocircuito e ci spinge a scelte irriflesse che ci fanno scivolare in una trappola piu' brutta di quella da cui volevamo uscire.

E spesso c'e' anche la pretesa, anche se mascherata, di avere tutti i vantaggi a costo zero. Nessuno regala niente. Lo sappiamo e ce lo diciamo, ma, all'occorrenza ce ne dimentichiamo, perche' prevale l'idea di essere, comunque, un po' particolari e di avere diritto a un trattamento di favore. L'affabilita' odierna dei funzionari di banca e di chi risponde alle nostre richieste di informazioni ai numeri verdi dei vari gestori telefonici o delle finanziarie, solletica, ammettiamolo, la nostra vanita'. Che peso ha questo sulle nostre scelte? Ma quanta concretezza c'e' in tutto cio'? Non si tratta, ovviamente, di diventare piu' diffidenti. Oltretutto era l'ora che impiegati e funzionari di esercizi

pubblici diventassero piu' gentili e disponibili. Il punto e' un altro, e' prendere atto delle nostre debolezze che emergono molto bene in queste occasioni.

Un'occasione propizia per diventare piu' sobri.

Non puo' essere, questo momento con questa sua sfida, un'occasione propizia per diventare piu' sobrii e anche un po' esigenti con noi stessi, e piu' precisi nel chiarirci cio' che vogliamo davvero, qual e' veramente il nostro interesse? Forse ci potremmo accorgere che il nostro interesse non e' propriamente disgiunto ne' antagonista per principio di quello di altri. Anzi. Potremmo scoprire una nuova forma di cittadinanza, una nuova responsabilita' . Chissa'.

Poco fa ho accennato a quel numero non certo piccolo di persone che non ha la possibilita' di "picchiare i pugni sul tavolo" di nessuno perche' o non e' informato o perche' si fida o perche' ha timore, che so, di passar male. Non e' forse su di loro che alcuni gestori lucrano di piu', anche se si tratta ovviamente di clienti non tanto appetitosi, recuperando in questa frangia una parte almeno delle risorse che sono costretti a cedere coi clienti piu' avvertiti e agguerriti? E allora non lucrano anche questi ultimi, sia pure indirettamente, sui piu' inermi? Possiamo fare come se non lo sapessimo?

Attenzione, non e' un discorso sentimentale. E' un discorso di civiltà, della civiltà che potrebbe nascere da questa nuova consapevolezza di noi stessi e della complessità dei rapporti economici e sociali.

E', in versione microscopica, un discorso analogo a quello certamente piu' rilevante degli interessi che arrivano al risparmiatore da investimenti speculativi e da investimenti in azioni di società che fabbricano armi, che gestiscono aziende inquinanti o basate sullo sfruttamento sistematico e selvaggio dei lavoratori.

La "strada nuova", la "tendenza" di oggi, con la sua molteplicita' di offerte e l'imbarazzo della scelta che comporta, con la possibilita' di una messe d'informazioni mai avuta prima e, insieme, la necessita', per il CLIENTE/CONSUMATORE, di essere estremamente attento al proprio interesse, significa anche questo : significa anche sapere con precisione -e non poter piu' evitare di sapere o far vista di non sapere- a quale prezzo nascono alcuni dei nostri vantaggi e poter quindi decidere se li vogliamo ancora, e cercare, eventualmente, come si sta facendo anche nel nostro paese coi e la stessa Banca popolare Etica di recente istituzione, un modo diverso di pensare e di perseguire il proprio interesse personale.

Allora si' che il CONSUMATORE diventa

una figura interessante dal punto di vista civile e politico , e puo' diventare, al di la' della facile retorica, il motore di un ulteriore cambiamento. Un'altra "strada nuova" nella "strada nuova". Con destinazione, peraltro, sempre ignota, ma forse, durante il percorso, capace di fare emergere la consapevolezza in un numero sempre maggiore di persone che l'interconnessione non e' solo un fatto da computer, ma e' proprio la realta' viva della società umana di questa nostra unica Terra.