

# Servizi pubblici e marketing

di Mauro Loy\*

Cosa direbbero Meucci, Marconi, Edison o Natta nel vedere le proprie invenzioni trasformate in mercati consolidati ed affollati? Da esperimenti a realtà, da mercati innovativi a servizi di massa: telecomunicazioni, energia, rifiuti e trasporti sono divenuti nel tempo servizi pubblici di erogazione che hanno cambiato la società, i consumi, i mercati e l'economia. Un passato di grandi invenzioni ed un presente di mercati liberi, elastici ed in continua evoluzione. Pensiamo a quando Meucci costruì il *telettrofono*, il precursore del telefono che oggi avvicina le

persone nel mondo o a quando Marconi ideò il primo sistema di comunicazione ad onde radio, poi evoluto nella società dell'iperconnessione. Ancora: ritorniamo a quando Edison creò un sistema di generazione e distribuzione dell'elettricità e a come oggi invece sia i piccoli che i grandi elettrodomestici sono parte della nostra quotidianità. Pensiamo anche, a quando Natta scoprì il polipropilene isotattico estendendo la plastica agli oggetti d'uso domestico, la cui larga diffusione ha generato la necessità di regolare l'impatto ambientale attraverso un servizio differenziato di raccolta dei rifiuti.

I progressi di cui oggi beneficiamo sono il frutto di un processo iniziato con un'iniziazione, trasformata prima in un prodotto destinato al mercato dei consumi e successivamente in servizio pubblico, ovvero quando ha assunto una rilevanza tale da soddisfare quei bisogni così largamente avvertiti, da essere considerati propri di una collettività. L'intervento dello stato si è reso necessario quando gli investimenti si sono rivelati funzionali al miglioramento della qualità della vita dei cittadini e soprattutto, allo sviluppo del Paese.

In un'ottica di progresso, la pubblica amministrazione agisce quindi, sia su aspetti di carattere infrastrutturale – il più oneroso in termini economici – sia gestionale, per

rendere così i servizi un bene realmente collettivo. Tuttavia, analizzando la storia dei servizi pubblici italiani il regime di monopolio, nato per rispondere alle necessità emergenti e progressivamente evoluto verso quello concorrenziale (seppur non in tutti i settori), ha rallentato lo sviluppo e la crescita di tali servizi ma soprattutto, ha definito modelli spesso costosi ed inefficienti; è la forte burocratizzazione ed il mancato orientamento al mercato che ha portato al mero mantenimento del sistema e non ad

una sua evoluzione in termini di efficienza. L'ingresso di attori privati invece, plasmati su logiche di profitto, ha spinto l'offerta ad allinearsi ai bisogni dei fruitori, determinando sia un'evoluzione dei servizi stessi, sia la nascita di nuovi consumi della cosiddetta "società del benessere".

Nella staffetta tra attori pubblici e privati, i



**Pensiamo a quando Meucci costruì il telettrofono, il precursore del telefono che oggi avvicina le persone nel mondo o a quando Marconi ideò il primo sistema di comunicazione ad onde radio, poi evoluto nella società dell'iperconnessione.**



L'evoluzione del cellulare con funzioni multimediali è lo *smartphone*.

terminare un'offerta appetibile, efficiente ed economica, rivolta ad un pubblico sempre più ampio. È stata pertanto, la necessità di "produrre reddito" a consentire la democratizzazione di quei servizi che oggi hanno rivoluzionato la società. Le telecomunicazioni ad esempio, si sono talmente evolute che dalle prime telefonate ai pompieri, alle "quattro chiacchiere al telefono" delle casalinghe si è arrivati alla *conference call*; da servizio di emergenza a servizi di massa rivolti sia a utenti privati, sia a quelli business. Il passaggio dalla telefonia fissa a quella mobile, fino all'odierna trasmissione di voce e dati via etere ha

**Le telecomunicazioni ad esempio, si sono talmente evolute che dalle prime telefonate ai pompieri, alle "quattro chiacchiere al telefono" delle casalinghe si è arrivati alla *conference call*...**

primi impegnati a porre le basi per la creazione del sistema mentre i secondi al perfezionamento e all'efficientamento del servizio, si è avuto un complessivo miglioramento della

qualità della vita ma anche la nascita di nuove emergenze che l'intera collettività è chiamata a fronteggiare: i consumi sfrenati e sregolati hanno prodotto rischi sociali ed ambientali a cui dover rispondere con politiche di mercato intelligenti e lungimiranti, rivolte soprattutto, verso consumi sostenibili ed il recupero delle materie prime attraverso il riciclo. È stata quindi, l'evoluzione della società verso il benessere e la libera concorrenza a determinare un'offerta dei servizi dinamica e in linea con i mutati bisogni di sviluppo della società.

La nascita di nuovi mercati comporta la definizione di elevati prezzi al consumo, dovuti ai costi di ricerca e quindi di ammortamento per l'avvio del settore nonché a speculazioni sull'unicità dei servizi. Questo spiega come inizialmente i servizi erano destinati solo a nicchie di utenti, mentre con il passare del tempo e l'ingresso di attori capaci di interpretare i bisogni dei consumatori, l'offerta si è definita sull'esigenze espresse dal mercato.

La competizione tra più players segna l'inizio di una fase di decrescita dei prezzi e quindi, di una maggiore diffusione dei prodotti: da esclusività e fenomeno di nicchia, ad affermazione e fenomeno di massa.

L'apertura del mercato produce effetti non solo in termini di risparmi, con l'ammortamento degli investimenti (vedi le reti in fibra ottica ecc...), ma anche di bisogni creati e soddisfatti da un'attenta offerta in grado di modificare i consumi ed il servizio. La necessità di sostenere un mercato profittevole, spinge chi produce e vende idee a de-

prodotto una massa eterogenea di utenti iperconnessi, capaci di informarsi, condividere e lasciare il proprio segno nell'immensa rete di un sistema globalizzato.

È il cambiamento che si verifica nella società a spingere l'industria dei servizi a modificare la propria offerta per rispondere efficientemente alla domanda: nel lontano 900 chi viaggiava nelle carrozze dei treni con gli animali, non avrebbe mai immaginato che oggi saremmo arrivati a coprire il territorio nazionale con infrastrutture ad alta velocità in grado di collegare Torino e Parigi in 4 ore, con servizi evoluti che consentono di lavorare o rilassarci.

L'ultimo mezzo secolo è stato un'emozionante ed inarrestabile marcia verso l'innovazione ed il progresso: è cambiato il bisogno e le modalità di erogazione dei servizi. Il trasporto, che a differenza della telefonia o dell'energia che presentano un'omogeneità di tariffe, evidenzia una frammentazione dovuta ad una diversa morfologia territoriale, alla densità abitativa e alle differenti esigenze di spostamento. Con l'inversione dei fenomeni insediativi all'interno delle città e la riqualificazione delle aree suburbane, il pendolarismo ferroviario è diventato un fenomeno che ha trasformato il servizio dei trasporti: il viaggio infatti, da momento motivato e saltuario si trasforma in necessità quotidiana. L'allargamento della domanda richiede un'offerta calibrata sui diversi bisogni: mentre sulle tratte a lunghe percorrenza i consumatori richiedono una maggiore cura dell'esperienza di viaggio, sui collegamenti a base regionale vengono ricercati elementi di servizio le-



**"Frecciarossa" il servizio ad alta velocità di Trenitalia.**

gestire servizi di tale natura e complessità a livello centrale. Essendo riconosciuti come bisogni di una collettività, tali servizi necessitano di una maggiore attenzionalità, ma soprattutto di efficienza per produrre economicità e soddisfazione; quest'ultima è possibile raggiungerla guardando sempre di più all'evoluzione del mercato del lavoro e della sua mobilità, nonché alla logistica delle merci che, insieme al costo dell'energia, è un fattore sempre più determinante nella composizione del prezzo dei prodotti immessi nei mercati.

Un altro caso interessante di quando la ricerca e l'innovazione si legano al mercato dei prodotti di largo consumo, diventando poi un fenomeno da amministrare a livello centrale, sono i rifiuti. L'odierna società consumistica ha prodotto un'emergenza che in alcune aree è diventata un fenomeno ad alto rischio ambientale e sociale; in Italia nel 2011 sono stati prodotti 32 milioni di tonnellate di rifiuti urbani, ovvero più di 530 chili per abitante all'anno. Cifre da capogiro che, mettendo a nudo una drammatica realtà, costringono gli amministratori pub-



**...nel lontano 900 chi viaggiava nelle carrozze dei treni con gli animali, non avrebbe mai immaginato che oggi saremmo arrivati a coprire il territorio nazionale con infrastrutture ad alta velocità in grado di collegare Torino e Parigi in 4 ore...**

gati più all'efficienza (puntualità, pulizia delle vetture, posto a sedere, possibilità di telefonare o collegarsi ad internet).

Le ferrovie così, hanno iniziato un confronto serrato con i trasporti aerei insistendo, nel gioco del vantaggio competitivo, sulla leva della riduzione dei tempi, dei collegamenti intermodali e sul prezzo; inoltre, l'inserimento di nuovi concorrenti privati, rivoluzionerà ulteriormente il mercato.

Osservando le diverse realtà nazionali ed in particolare quella umbra, è evidente una diversa definizione del servizio con tariffe eterogenee a seconda dell'ambito territoriale di riferimento; il localismo dei servizi di trasporto, spesso gravoso per la collettività, nasce dalla volontà delle amministrazioni di rispondere a bisogni emergenti anche se non strutturati, erogando così un servizio che non garantisce un adeguato rapporto costi/efficienza.

È solo osservando il mercato e le sue dinamiche evolutive che si definisce l'offerta ed il suo valore, ed è solo adottando una visione "marketing oriented" che i servizi che hanno una validità *erga omnes* possono diventare a pieno titolo servizi pubblici efficienti.

Le azioni delle amministrazioni pubbliche hanno dimostrato una difficoltà nel

blici a riservare una maggiore attenzione sul servizio che regola l'impatto ambientale dei consumi, trasformandoli da rifiuti in opportunità. Se negli anni 70 il "casalingo" Bramieri annunciava "E mo'? E mo'? Moplen" consigliando agli italiani la materia plastica per la casa moderna oggi, la sovrabbondanza di produzioni in polipropilene isotattico ha dato il via ad un nuovo servizio pubblico di raccolta e recupero di rifiuti per quei materiali che possono avere più di una vita.

Il progresso scientifico ha portato all'apertura di nuovi mercati e ancora prima, alla definizione di una cultura del riciclo e dell'attenzione ai consumi dovuta soprattutto, alla crescente richiesta di materie prime. La sensibilità che il consumatore dimostra verso la propria salute ed il futuro dell'ambiente si sta traducendo in politiche e servizi che dovranno accompagnare i cittadini verso un consumo consapevole. Se per esempio, negli anni 60 i contenitori del latte erano vuoti a rendere, oggi l'industria della plastica ha raggiunto livelli di diffusione tali da trovare sbocchi non solo nel campo alimentare, ma anche in quello delle tecnologie, dell'arredo o dell'abbigliamento, fino ad arrivare all'edilizia. Il premio Nobel, Giulio Natta scoprendo i polimeri isotattici non avrebbe mai immaginato che un giorno dall'altra parte del mondo 1,5 milioni di bottiglie di plastica sarebbero servite per la costruzione di un edificio.

È nell'ambito di questo progresso globale che l'azione dell'amministrazione pubblica si trova al centro di una filiera che, se da un lato si traduce in un servizio di interesse generale, dall'altro è uno strumento economicamente va-

lido per abbattere i costi di gestione del mercato amministrato. Le sinergie pubblico-privato attivabili in questo ambito sono funzionali pertanto, a garantire la diffusione di un comportamento sociale più attento all'ambiente ed utili allo sviluppo del commercio, dell'occupazione e della riduzione delle tariffe del servizio a carico dei cittadini. I servizi pubblici quindi, per la loro utilità devono essere caratterizzati dall'efficienza, economicità e sviluppo: una

**...negli anni 70 il "casalingo" Bramieri annunciava "E mo'? E mo'? Moplen" consigliando agli italiani la materia plastica per la casa moderna...**



necessità oggi imprescindibile, soprattutto in un periodo in cui l'attuale *governance* sta cercando di dare un forte impulso ai processi di liberalizzazione, per garantire una maggiore competitività e, quindi, la crescita al sistema Italia. È in questa direzione che dovranno orientarsi le azioni di quanti sono chiamati ad erogare servizi rivolti alla collettività, di cui oggi si rintraccia una diffusa insoddisfazione per gli alti costi di fruizione ed il basso valore complessivo. Un adeguato e moderno sistema di gestione dei servizi rivolti alla società potrà quindi, nascere dalla sinergia tra attori pubblici e privati che, guardando alle evoluzioni dei mercati, al consumatore e alla crescente sensibilità a preservare l'ambiente per le generazioni future, potrà riportare l'azione delle pubbliche amministrazioni nuovamente al "servizio dei cittadini". [\*Esperto di Marketing] ■

**...dall'altra parte del mondo 1,5 milioni di bottiglie di plastica sono servite per la costruzione di un edificio**

**Nelle foto accanto l'EcoARK di Taipei, Taiwan.**

