

# POVERTÀ. I conti "segreti" della tessera voluta da Tremonti LA SOCIAL CARD PERDE 26 MILIONI

A tanto ammontano le spese di spedizione e produzione della carta. A cui vanno aggiunti quelli di attestazione Isee e ricarica. In tutto va così in fumo il 4% dello stanziamento

Ventisei milioni. Da tirar fuori, quasi per intero, ogni anno. Non sono tanti, specie se si considera la portata dell'intervento messo in campo, ma non sono neanche pochi. È il costo massimo che lo Stato supporterà per la gestione amministrativa della social card, lo strumento voluto dal ministro Tremonti per sostenere i consumi delle famiglie in difficoltà che contano anziani over 65 e minori di 3 anni. La stima è di Franco Pesaresi, presidente dell'Anoss, l'Associazione nazionale operatori sociali e sociosanitari, che ha curato un dossier sulla carta acquisti. Lo studio conferma una serie di dubbi sulla regolamentazione e sulla dimensione dei benefici introdotti e fa luce su aspetti non ancora esplorati nel dibattito sulla carta acquisti.

Punti deboli che se non saranno modificati, osserva il presidente dell'Anoss, difficilmente cambieranno gli insoddisfacenti risultati ottenuti finora: attivate solo 560mila carte, rispetto a una previsione di 1,3 milioni. Il riferimento è ai requisiti di accesso «arbitrari» - le famiglie povere che, ad esempio, hanno un bambino di quattro anni, osserva Pesaresi, non avranno nulla e questo è «evidentemente iniquo e privo di giustificazione» - ma anche all'anonimato, al finanziamento privato della carta, all'esperienza degli altri Paesi.

## Il costo amministrativo

Secondo l'Anoss il costo di gestione di ogni carta è di 20 euro. Pesaresi, tariffe alla mano, ha calcolato la spesa per: spedizione della lettera alle famiglie, produzione della tessera, attestazione Isee e ricarica affidata alle Poste. Totale: 26 milioni di euro che, diviso 1,3 milioni di social card previste, fa 20 euro. Il costo complessivo, osserva il presidente dell'associazione, pari al 4%

dello stanziamento per la social card «supera largamente quell'1,5% di spese amministrative» ipotizzato dal decreto attuativo.

## La carta non è anonima

Le istruzioni per l'utilizzo della carta presso gli esercizi commerciali convenzionati prevedono che sulla ricevuta emessa dal Pos sia apposta la firma del titolare (come avviene per le carte di credito), conforme a quella apposta sul retro della carta, e che, inoltre, gli esercizi commerciali possano richiedere al titolare l'esibizione di un documento di riconoscimento. È del tutto evidente, per l'Anoss, che l'uso della social card non può essere anonimo. Se è vero infatti che il Garante per la privacy ha vietato che sulla carta sia stampato il nome del titolare, per il resto, scrive Pesaresi:

«Le procedure richiedono la firma e la possibile identificazione del possessore».

## Il finanziamento privato

Il Fondo per la carta acquisti (420 milioni) è finanziato in buona parte da donazioni di Eni (200) ed Enel (50 milioni). Donazioni che le due società hanno effettuato attraverso le rispettive fondazioni sociali Eni Foundation ed Enel Cuore. Motivo del passaggio, spiega l'Anoss, la possibilità di dedurre il contributo dalle tasse (nel limite del 2% di impresa). Quanto all'Eni, Pesaresi pone due interrogativi. Il primo sul «conflitto di interessi» del ministero dell'Economia che fa una richiesta di donazione all'Eni, di cui è azionista di maggioranza. Secondo: «È corretto che lo Stato, che è azionista della società per azioni, richieda formalmente a questa una donazione a suo favore modificando in modo significativo il risultato d'esercizio della società?».

Francesco Dente



# SUSSIDIARIETÀ. Presentato un disegno di legge bipartisan UN 5 PER MILLE UN PO' MINIMAL

Non stabilisce la modalità di iscrizione né tempi certi per i pagamenti

Per il cinque per mille, ecco un disegno di legge bipartisan (primi firmatari il vicepresidente del Senato Vannino Chiti, Pd, e il presidente dei senatori Pdl, Maurizio Gasparri). Il disegno di legge, illustrato in una conferenza stampa alla quale hanno partecipato Maurizio Lupi, vicepresidente della Camera, e Ugo Spalletti del Pd, prevede la stabilizzazione di questa misura definita «strumento concreto di libertà di scelta per il cittadino», che «costituisce un elemento essenziale per un'autentica sussidiarietà». Saranno am-

messe al beneficio le onlus, le associazioni di promozione sociale, le associazioni e le fondazioni, nonché gli enti di ricerca scientifica e sanitaria, le università, le associazioni sportive dilettantistiche riconosciute dal Comitato olimpico. È previsto un decreto annuale che dovrà determinare «le modalità di richiesta, le liste dei soggetti ammessi al riparto e le modalità del riparto delle somme».

Un testo troppo «minimal», hanno fatto notare alcuni osservatori. Non disciplina una volta per tutte le modalità di iscrizione de-

gli enti, non stabilisce limiti alla raccolta (per favorire una maggiore omogeneità nella destinazione dei contributi), non riduce le attese per i pagamenti, non rende obbligatorio il rendiconto (come invece era previsto ed era circolato nei mesi scorsi). «Aspetti che non potevano essere analiticamente indicati in una legge delega», commenta Emanuele Forlani, coordinatore dell'Intergruppo della Sussidiarietà: «Una volta approvata la norma, saranno oggetto del successivo regolamento».

(M.R.)



## ABCDEconomia

DI LUIGINO BRUNI

### Responsabilità, persone più che procedure

Una guida a rileggere le parole chiave dell'agire economico, dopo la caduta dei miti e lo sgonfiarsi delle bolle. Il «Dizionario» di Luigino Bruni è arrivato alla sesta voce: Responsabilità. Le parole già analizzate nelle scorse settimane: Felicità, Profitto, Mercato, Banca, Investimento.

**R**esponsabilità deriva da rispondere: essere responsabili significa infatti rispondere, offrire ragioni, quando si è interpellati da qualcuno. Una persona o un'impresa è irresponsabile quando non offre ragioni, buone ragioni, per le sue azioni. La cultura dominante dell'impresa e dell'economia è, per tradizione, irresponsabile, poiché la logica



sulla quale si è costruita la logica del mercato e della concorrenza nell'ultimo secolo, soprattutto nel mondo anglosassone, è stata basata su quello che A. Hirschman ha chiamato «exit» (l'uscita). Nella sfera politica la gente protesta e vuole risposte (perché l'uscita è difficile e molto costosa), ma nella sfera economica dove invece

si può uscire cambiando impresa, non ha senso protestare. In altre parole, nel mercato se non mi piace un prodotto o un servizio ho solo un modo per protestare: cambiare impresa.

In realtà sappiamo che negli ultimi anni il confine tra politica ed economia è sempre più sfumato, e i cittadini protestano anche nel mercato, chiedono «buone ragioni» alle imprese per le loro azioni. Potremmo definire un cittadino **responsabile** qualcuno che prima di uscire (cambiare impresa) protesta per cercare di ottenere un cambiamento dall'impresa, votando, come si dice, «con i piedi». Questo bisogno di chiedere e di protestare anche nei mercati rappresenta un'anomalia o un fatto davvero nuovo nel nostro modello di sviluppo. Infatti, nei decenni passati, anche la crescita della grande distribuzione è stata la conseguenza di questa stessa cultura dell'anonimato. Il dogma del consumismo del XX secolo, o del capitalismo di seconda generazione, era il seguente: meno relazioni personali, meno prossimità nel consumo, più efficiente è il sistema economico, più soddisfatti i cittadini. La crisi che viviamo è anche la crisi di questa cultura del mercato.

Se guardiamo bene nelle pieghe della nostra società, ci accorgiamo che si sta sviluppando un fenomeno generale che va in direzione opposta. Mi riferisco alla tendenza ad «accorciare la filiera dei prodotti», a ridurre la distanza tra produttore e consumatore, a personalizzare gli incontri economici. C'è, in altre parole, una richiesta di maggiore **responsabilità**, e una reazione contro la prassi irresponsabile, molto diffusa nel nostro Paese, di rinviare le risposte, quando si è interrogati per un problema, a qualcun altro, che è sempre assente, lontano, anonimo e quindi irraggiungibile. Ciò che oggi sta avvenendo in particolare nel campo alimentare sta dicendo che il «grande, anonimo e lontano» non funziona più.

La mia previsione è che la tendenza ad «accorciare le distanze» si estenderà dai beni alimentari a tanti altri settori: nel turismo, nell'arte, nella ristorazione, nei servizi di cura è già evidente. Anche la nuova alleanza tra imprese e banche, economia e società dovrà dunque tener conto di questa esigenza di «riduzione delle distanze»: in questi mesi ci stiamo infatti accorgendo che non solo la qualità del cibo è importante per una vita buona e sana; anche pensioni, risparmi, mutui, sono importanti per una vita individuale e sociale sana. Ci si avvelena con cibo inquinato, ma anche con mutui tossici. Quando l'anonimato diventa sistema si inizia ad uscire dal territorio dell'umano. La **responsabilità** sociale delle imprese non si gioca sugli «strumenti» (bilanci sociali, codici etici...), ma soprattutto e principalmente sulle persone. Per uscire da questa crisi c'è bisogno di una nuova alleanza basata sulla **responsabilità**. Sarà solo un'alleanza di persone, tra persone, per le persone che potrà creare le basi per una nuova economia.

Settimana prossima Luigino Bruni analizzerà la voce Regole