



La politica di sconti aggressivi "è un bagno di sangue sui prezzi e sui margini".

Chi l'ha detto? Un comunista bolscevico? Un sindacalista trinarciuto? Un antimercatista ultraortodosso? Un benzinaio senza self service?

Sbagliato. Lo ha appena dichiarato all'autorevolissimo International Herald Tribune, l'Amministratore Delegato di Fiat e Chrysler, Sergio Marchionne, riferendosi allo "scontone" -per rimanere ad una terminologia cara ad un altro "reuccio del mercato" nostrano- della Volkswagen.

"Non l'ho mai vista così difficile" si lamenta un prostrato Marchionne che continua ad appellarsi alla Commissione Europea perché coordini "una razionalizzazione del settore in tutte le compagnie".

Un intervento dirigista necessario, sembra di capire, visto che il mercato non ha saputo autoregolarsi, perché "quelli che davvero non si sono mossi in questo senso sono i francesi e i tedeschi, che non hanno ridotto minimamente la capacità".

Insomma, Marchionne vs Scaroni? Filosofie manageriali a confronto? Ipotesi scientifiche di macroeconomia alla prova dei mercati? Stiamo assistendo alla nascita di una nuova polemica dello spessore simile a quella tra Adam Smith e John Maynard Keynes?

Oppure anche i "migliori", alla fine, si aggiustano le cose come più gli conviene sul momento?

In attesa, che il tempo sciolga questi amletici dubbi (e che Papaleo giri un altro spot), godetevi il trailer per il "lancio" della nuova auto dal nome accattivante: 'na macchina.

---