

TIPOLOGIA DI INCONTRO: **PAROLA CHIAVE**

RELATORE: **GIUSEPPE BERTOLA**

TITOLO: **MERCATO**

PRESENTA: **EDOARDO GAFFEO**

DATA E ORA: **VENERDÌ 2 GIUGNO – ORE 9.30**

LUOGO: **FACOLTÀ DI ECONOMIA. SALA
CONFERENZE**

EDOARDO GAFFEO:

Mi chiamo Edoardo Gaffeo, insegno Economia Politica presso la Facoltà di Economia dell'Università di Trento. La parola chiave al centro di questo incontro è *la* parola chiave per chi si occupa di economia, sia di professione che non: *il mercato*.

Il relatore è il prof. Giuseppe Bertola. Un breve cenno biografico sul relatore: il prof. Bertola è tra i 150 economisti più citati al mondo dai propri colleghi per l'importanza delle proprie ricerche scientifiche. Nell'elenco degli studiosi più noti troviamo tre docenti italiani, ed uno è per l'appunto il prof. Bertola.

Cedo ora la parola al prof. Giuseppe Bertola.

GIUSEPPE BERTOLA:

Per iniziare, vorrei delimitare e chiarire che cosa intendo per "*mercato*", per capire meglio l'argomento di oggi. Il mercato ha molti aspetti ed è, come diceva giustamente Edoardo, *il* fenomeno fondamentale da analizzare, per comprendere come funziona l'economia, sia essa intesa come fenomeno umano, sia come fenomeno sociale.

Il mercato riveste grande importanza al giorno d'oggi. Da un lato, infatti, è una cosa che piace a noi tutti: il giovedì a Trento c'è un mercato ed è occasione di incontri, di visite. Il mercato a volte è visibile, nel senso che è un luogo fisico di incontro tra persone. Altre volte il mercato disturba le persone comuni. A volte, infatti, di fronte a situazioni di disagio le persone incolpano il mercato. Altre volta incolpano i cinesi o l'euro. Molte cose ci provocano disagio e, dovendo dare la colpa a qualcosa, si dice "*E' la concorrenza: sarebbe meglio che il mercato non ci fosse*". Oltre i luoghi fisici in cui si manifesta concretamente, tuttavia, il mercato è ovunque.

Il mercato è onnipresente, a volte non lo si nota neppure, e soprattutto è comodo, in modi abbastanza sofisticati da essere interessanti e da essere discussi. Il mercato va apprezzato senza preconcetti, e tenendo presente che di mercati ce ne sono di molti tipi, più o meno utili, più o meno sofisticati.

Cosa intendo per *mercato*? Per *mercato* intendo *lo scambio*. È proprio lo scambio che ci rende ricchi. Nel momento in cui compriamo qualcosa, in cui ci procuriamo da bere utilizzando il nostro potere di acquisto, noi stiamo meglio di come staremmo se ci fosse proibito di scambiare. Il motivo per cui scambiamo, e traiamo utilità dallo scambio, è che siamo diversi; ovvero se tutti fossimo completamente identici non ci sarebbe alcun motivo per scambiare.

Mi pare curioso che il simbolo del Festival dell'Economia sia uno scoiattolo che ha in mano una noce. Lo scoiattolo non scambia, ma diventa "ricco" solo attraverso il suo sforzo e l'accumulo di beni. A volte probabilmente collabora con altri scoiattoli, ma non opererà veri e propri scambi, e non ci sarà mai, in altre parole, un mercato tra scoiattoli.

Lo scoiattolo è diverso da noi. Ma in che cosa? Da un lato non ha un concetto chiaro di proprietà, dal momento che gli animali si basano sul possesso, e non sulla proprietà. Il ragionamento è del tipo: "*se ho qualcosa in mano, o se sto mangiando qualcosa, allora quel quid è mio, anche se non ho un modo di gestire ciò di cui dispongo, di scambiarlo in cambio di qualcos'altro, o magari solo di una promessa*".

Dall'altro lato, gli scoiattoli sono troppo uguali tra di loro, e dunque non è chiaro che cosa potrebbero mai scambiare. Tutti sono interessati alle noci, e quindi che cosa gli farebbe mai scambiare una noce con un'altra?

Adam Smith ha scritto in "*The Wealth of Nations*":

"Nobody ever saw a dog make a fair and deliberate exchange of one bone for another with another dog. Nobody ever saw one animal by its gestures and natural cries signify to another, this is mine, that yours; I am willing to give this for that. When an animal wants to obtain something either of a man or of another animal, it has no other means of persuasion but to gain the favour of those whose service it requires."¹

¹ "Nessuno ha mai visto un cane fare uno scambio equo e deliberato di un osso contro un altro, con un altro cane. Nessuno ha mai visto un animale tentare di comunicare attraverso posture o suoni, "questo è mio, questo è tuo"; "vorrei scambiare questo con quello". Quando un animale vuole ottenere

Gli animali dunque non hanno modalità di comunicazione per far sapere agli altri in che cosa potrebbe essere utile specializzarsi, o in quali settori diversificare. Non percepiscono dunque l'utilità della collaborazione, non nel senso del puro comando o del puro altruismo, bensì della collaborazione "auto-interessata" che alla fine permette di raggiungere un *outcome* efficiente. Riflettere sugli animali è, a mio avviso, un modo di comprendere come funziona il mercato degli uomini, ed anche quali sono i presupposti del mercato. Il mercato può farci stare meglio, poiché consente scambi mutuamente vantaggiosi per le parti, nel momento in cui uno dà all'altro quello che per lui è relativamente superfluo, ma per l'altro è necessario. Un esempio che vorrei citare è quello delle raccolte di figurine per ragazzi. Invece di vendere le figurine una per una – in modo da sapere cosa si compra - le figurine vengono vendute in pacchetti sigillati. Conseguentemente, si genera diversità tra i vari ragazzi che fanno la collezione, o meglio si genera artificialmente diversità, e quindi si attiva un meccanismo di mercato. Ovvero, un meccanismo che dal semplice incontro di persone che possiedono figurine diversi, ed hanno bisogno di figurine diverse, riesce a far "incastrare" bisogni e disponibilità diversi, generando benessere. La raccolta di figurine è un esempio di creazione artificiale di divertimento, ma è anche un modo semplice di raffigurare il mercato, come strumento che consente agli agenti di coordinarsi e di collaborare fra loro, anche tra persone che non nutrono sentimenti di benevolenza l'uno per l'altro. Il mercato permette alle persone di raggiungere uno stato in cui tutti stanno meglio dopo lo scambio di come starebbero se, come gli scoiattoli, ciascuno semplicemente accumulasse per conto suo un determinato bene.

Due sono i presupposti essenziali del mercato: uno è la proprietà, l'altro è la comunicazione.

Lo scambio è una attività, non un'operazione automatica. Come nel caso del mercato di Trento del giovedì, e come nel caso delle figurine,

qualcosa da un uomo o da un altro animale, non ha altri mezzi di persuasione se non il guadagnarsi il favore di coloro di cui ha bisogno". Tratto da Adam Smith, *The Wealth of Nations*, www.econlib.org, § 1.2.2.

bisogna predisporre allo scambio, ovvero ci sono delle risorse che lo scambio di mercato implica. Proprio questi “costi del mercato” sono un importante spunto di riflessione per apprezzare le qualità del mercato stesso. A volte l’opinione pubblica, guardando ai mercati, pensa che ci siano dei grossi sprechi in essere. È *communis opinio*, ad esempio, che trasportare le merci da un capo all’altro della terra sia uno spreco di risorse. La gente dunque si chiede: “*perché dobbiamo fare arrivare le mele dalla Cina, quando le mele sono buonissime in Trentino?*” Sono osservazioni frequenti. A pensarci meglio, d’altro canto, si capisce facilmente che i costi di funzionamento del mercato esistono.

Ci sono commercianti che rimangono seduti per lungo tempo, improduttivamente, nel loro negozio, aspettando che arrivino clienti. In quel momento i commercianti non si comportano come lo scoiattolo che cerca le noci, ma stanno semplicemente prestando un servizio. È un servizio di grande importanza, in quanto serve a fare incontrare la domanda e l’offerta. Quindi per valutare l’efficienze del mercato, occorre ammettere che ci sono dei costi per il suo funzionamento. Per gran parte di ciò che noi acquistiamo, noi non paghiamo il corrispettivo del contenuto materiale del bene. Prendiamo ad esempio le scarpe: il costo di produzione di una scarpa è molto minore di quello che noi paghiamo nei negozi al momento dell’acquisto. La differenza non è però uno spreco, bensì è il corrispettivo del lavoro finalizzato a favorire l’incontro fra bisogni e disponibilità diverse.

Il mercato deve essere guardato, dunque, da un lato come un fenomeno “naturale”, un po’ come i fiumi, ma anche come un fenomeno sociale, o in altre parole un modo di organizzare la nostra società che si è rivelato essere assai efficace. L’efficacia del mercato non si esplicita nella capacità di creare grandi opere, come le dighe o i tunnel. Per portare a compimento questo tipo di intraprese, infatti, è più facile ricorrere all’accordo esplicito, un’operazione eminentemente politica.

Il mercato invece si è rivelato insostituibile nel fornire alle persone le piccole cose di ogni giorno. Gli uomini e le donne di oggi sono molto diversi tra loro. Il mercato si è rivelato uno strumento molto efficace per adattare le nostre

diversità gli uni agli altri. Il mercato consente, se funziona bene, di segnalare disponibilità e bisogni molti diversi tra loro, in modo da farli incastrare in modo efficace. Il mercato deve essere dunque visto non come un *locus* di egoismo, di aggressione, e tanto meno come uno in cui l'altruismo debba giocare un ruolo.

Il mercato è una modalità di un certo interesse per organizzare le relazioni tra gli individui, basato sulla collaborazione implicita, sul confronto e sull'accordo. Da notare che l'accordo avviene senza forme di esplicita discussione, ma semplicemente segnalando la propria volontà di cedere qualcosa a dei determinati prezzi.

Se si riesce ad organizzare gli scambi in modo che ci sia un equilibrio, e che il prezzo sia per tutti quello che rende efficiente e attraente lo scambio, allora il mercato risolve i nostri problemi.

Ho prima sottolineato che pre - condizione di tutto ciò è il buon funzionamento del mercato. È importante sottolineare, infatti, che non bisogna dare il mercato per scontato, come non bisogna dare i fiumi per scontati e non bisogna dare tanti altri fenomeni naturali e sociali per scontati. Questi fenomeni devono essere studiati. Bisogna capire, ad esempio, come si possano gestire questi "fenomeni" in modo da farli funzionare bene, e quali sono i presupposti per un loro corretto funzionamento.

Partiamo dai presupposti per un corretto funzionamento del mercato. Affinché il mercato funzioni bene e ci consenta di stare meglio di come staremmo in sua assenza, il mercato deve consentire a ciascuno di basare le sue decisioni su scelte razionali. Le scelte egoistiche degli agenti possono far sì che lo scambio avvenga armoniosamente. È necessario però che le scelte avvengano a partire da un chiaro insieme di alternative.

Un mercato in cui, ad esempio, i diritti di proprietà non sono ben definiti, in cui cioè non è chiaro, al momento dell'acquisto, se il venditore è effettivamente proprietario del bene e se al prezzo stabilito l'acquirente può entrare in effettivo possesso del bene, non sarebbe in grado di funzionare in modo appropriato. L'incertezza sui diritti di proprietà e il rischio di essere truffati, infatti, non consentirebbero alle persone che "usano" il mercato di

fare scelte razionali e in piena consapevolezza delle conseguenze attese. I prezzi dovrebbero essere un mezzo per segnalare bisogni e disponibilità. Ma quando i prezzi non sono chiari, allora ciascuno deve sforzarsi di comprendere il mercato, e questo produrrà effetti negativi sul funzionamento del mercato stesso.

Recentemente ho scritto un piccolo libro dedicato proprio allo studio del mercato, applicato alla realtà in cui viviamo. Ho cercato di capire come funziona il mercato, non esprimendo a priori giudizi né positivi né negativi, ma cercando piuttosto di capire i pro e i contro di questo meccanismo allocativo.

Da un lato, è importante sottolineare che il mercato può essere di grande aiuto perché ci dà dei segnali corretti di come possiamo perseguire contemporaneamente il nostro interesse e quello della società intera. In altre parole, il mercato può essere un efficace strumento di coordinamento, di allineamento dei personali egoismi degli agenti, in modo da non farli cozzare l'uno contro l'altro, ma di aiutarli a collaborare.

Il mercato si basa sulla diversità, e consente agli agenti una specializzazione efficiente. Ciascuno di noi può usare il mercato in tanti modi, consentendoci di fare meno fatica per procurarci beni di diversa natura, che sono reperibili per l'appunto sul mercato. Allo stesso tempo il mercato ci consente di prestare maggiore sforzo nelle attività che sappiamo fare meglio.

Il mercato, dunque, può funzionare bene a determinate condizioni, ma vorrei sottolineare che il mercato può funzionare anche molto male. Inoltre, non tutto quello che succede nel mondo passa per il mercato; molti mercati semplicemente non ci sono, probabilmente perché sarebbe troppo difficile organizzarli.

Il mercato necessita di chiarezza, di informazione e di diritti di proprietà. In molti casi sarebbe però complicato avere diritti di proprietà definiti e ancora più complesso fare transazioni. Un esempio di mercato che non esiste è quello dei parcheggi stradali. La proprietà del marciapiede, infatti, non è di una persona in particolare. Fino a quando i parcheggi sono gratuiti, il possesso di una parte di marciapiede è semplicemente di chi ha

parcheggiato lì la propria autovettura. È facile notare, tuttavia, che il mero possesso non garantisce un diritto di proprietà. Ad esempio, sarebbe difficile, e probabilmente illegale, per l'utente del marciapiede chiedere il pagamento di una somma di denaro per liberare il parcheggio. Non è previsto dalle norme vigenti che una persona qualunque possa dire: *“cerca parcheggio? Le lascio il mio, faccio il parcheggiatore”*; questo è un diritto di proprietà non riconosciuto agli utenti di questo determinato servizio.

Il lavoro di parcheggiatore implica forti costi di transazione. Sarebbe, infatti, una inutile restrizione alla libertà di viaggiare e parcheggiare se ognuno dovesse stare appoggiato alla propria automobile ad aspettare che arrivi qualcun altro che vuole parcheggiare nel medesimo posto, ed intrattenere poi una trattativa volta al raggiungimento di un accordo su chi debba parcheggiare e in cambio di cosa. Introdurre un mercato per i parcheggi, dunque, sarebbe un'operazione di difficile gestione.

Una conseguenza evidente dell'assenza di questo mercato è che ciascuno prende le sue decisioni senza tenere in debita considerazione i bisogni degli altri. Per esempio, se trovare un parcheggio è un'operazione complessa, nel momento in cui una persona ne ha trovato uno, egli sarà prevedibilmente riluttante a liberarlo, e diventa inoltre riluttante ad uscire o ad andare al cinema dopo cena se sa che tornando a mezzanotte sarà difficile trovare parcheggio. Il nostro soggetto dunque soffre una disutilità associata all'uso limitato dell'autoveicolo. Ma sta peggio anche ogni potenziale utente del medesimo posto auto, che non trova parcheggio. Questo esempio esemplifica bene il fatto che la mancanza di un mercato preclude la possibilità di giungere ad un accordo tra le parti, ovvero di confrontare l'utilità dell'uso del parcheggio con l'utilità associata al prezzo per liberare il medesimo.

Quando mancano i mercati dunque manca anche la percezione dei bisogni altrui. I mercati servono a comunicare quali possono essere gli usi alternativi delle risorse. Visto in questo modo, il mercato è solo una modalità di organizzazione in assenza di regole esplicite.

Un ulteriore problema rilevante è quello delle motivazioni. Sarebbe

lecito chiedersi infatti cosa ci spinge a commerciare sul mercato. La risposta tipica è che esiste un corrispettivo monetario associato alla nostra prestazione di lavoro. Questo può sembrare una modalità di comportamento gretta e poco nobile, ma nella grande maggioranza delle nostre decisioni questa “attitudine” fa sì che si riesca ad essere sensibili anche ai bisogni altrui.

Molti mercati, come già ho avuto modo di sostenere, non esistono perché sono associati ad alti costi di transazione. Altri mercati non esistono semplicemente perché sono proibiti. Ad esempio, in Italia il sangue può essere regalato ma non venduto. La vendita di molte altre merci è proibita. In molti casi, quello che sembrerebbe essere nell'interesse della singola persona, come ad esempio vendere un rene, la prostituzione, o altre transazioni economiche che sembrerebbero essere nell'interesse delle due controparti, vengono proibite a livello collettivo. Le spiegazioni di questo fenomeno possono essere molteplici, ma vorrei sottolineare che in molti casi di mancanza di mercati rilevanti, questi non esistono perché, qualora vi fossero, funzionerebbe male a causa di diritti di proprietà imperfettamente definiti, alti costi di transazione, mancanza di informazione su ciò che si compra.

Quando si parla di salute, ad esempio, è difficile credere che le persone sappiano davvero cosa è bene per loro. I mercati in cui c'è informazione imperfetta sui beni scambiati di solito non funzionano bene e c'è il rischio, inoltre, se lasciati esistere, che si stia peggio di come si starebbe in loro assenza.

E poi ci sono mercati e opportunità di scambio che potrebbero esistere per motivi diversi. Questi mercati non hanno necessariamente problemi di informazione, di funzionamento o di razionalità. Essi sono invece ostacolati da leggi, regolamenti, dazi, quote.

Una domanda interessante è come mai in molti casi, anche in assenza di veri motivi per regolamentare il mercato, ci siano ostacoli all'accesso ad esso. Questi ostacoli hanno impedito ai paesi in via di sviluppo di poter esportare beni di cui sono relativamente ricchi. Questo è potuto

succedere solo a causa di forti dazi, limitazioni quantitative e altre misure protezionistiche.

Il mercato opera nell'interesse di tutti, se funziona nel modo corretto. I mercati sono di molti tipi. Ci sono mercati in cui agiamo come venditori e mercati in cui siamo compratori. È del tutto evidente che nel momento in cui entriamo nel mercato come venditori, la presenza di altri agenti con la medesima funzione ci risulta sgradita. Essere monopolisti (ovvero gli unici venditori di un bene) è comodo. Per dirla con una battuta, essere i più bravi è bello, ma essere i più bravi perché non c'è nessun altro è meglio. Fondamentale è anche il problema della regolamentazione dei mercati: il mercato, infatti, non esiste per conto suo, ma ha bisogno di una infrastruttura statale che certifichi e gestisca i diritti di proprietà, che provveda alle infrastrutture di comunicazione, di trasporto. Il mercato si presenta in ultima istanza come un sistema da gestire. Questa *gestione* è soggetta a problemi di pressioni politiche.

Come abbiamo già avuto modo di sottolineare, quando vendiamo qualcosa sul mercato desideriamo essere gli unici a farlo. Nello stesso tempo, quando siamo compratori di beni desideriamo un mercato concorrenziale. Le istituzioni politiche sono dunque sotto un doppio "fuoco incrociato", nel senso che sono soggette a pressioni contrastanti sulla regolamentazione ottimale del mercato. Coloro che suonano dal vivo nei piano-bar preferirebbero sicuramente che fosse proibito ascoltare la radio, perché la radio è un concorrente. Esiste dunque una tendenza comprensibile da parte di chi opera su mercati concorrenziali a rimpiangere un sistema di commerci internazionali meno globalizzato e più "locale". È importante sottolineare, tuttavia, che al medesimo tempo noi siamo danneggiati dalla concorrenza sul mercato in cui vendiamo, ma traiamo vantaggi dalla concorrenza sui mercati in cui compriamo. È del tutto ipocrita dire, come fanno alcuni, che: "*questo mercato non mi piace perché mi sta distruggendo*", e nello stesso tempo godere di maggiori livelli di benessere grazie alla vituperata concorrenza. Anche i musicisti che si lamentano della concorrenza delle grandi star, o i produttori di formaggi locali che si lamentano della

concorrenza dei formaggi globali, stanno meglio nel mondo globalizzato rispetto alle condizioni di vita dei loro antenati. È necessario condurre una seria analisi dei pro e dei contro del mercato. Anche per gli economisti il mercato è un fenomeno complesso da capire e da apprezzare. Il punto centrale da comprendere è che il mercato si nutre di scelte individuali di tipo egoistico e razionale.

Veniamo ora alla questione dell'altruismo, un'attitudine apprezzabile ma dai contenuti alquanto ampi. L'egoismo, dal canto suo, è un sentimento univoco: mi curo solamente del mio bene. L'egoismo è quindi un modo di comportarsi chiaro e ben definito che, se perseguito in un mercato ben organizzato, costituisce anche una modalità di coordinamento, e consente di essere in un certo senso altruisti. Il "*lato altruistico dell'egoismo*" consiste nel non danneggiare gli altri, ovvero nel fare il proprio bene e allo stesso tempo anche il bene altrui.

La vera sfida è gestire il mercato come istituzione in cui il mutuo vantaggio coesiste con l'egoismo degli agenti. Questo ci consente anche una possibile chiave di spiegazione sul perché in Italia è politicamente complicato passare da una situazione di regolamentazione, dirigismo, diffusa proprietà e gestione pubblica, ad un sistema maggiormente basato sul mercato. Infatti, se si parte da un mercato in particolare, e vi si cerca di introdurre maggiore concorrenza, trascurando però le condizioni di mercato dei settori contigui e la qualità della regolamentazione, c'è il rischio di raggiungere risultati insoddisfacenti. Se, ad esempio, si decide che i lavoratori dipendenti possono essere licenziati senza giusta causa anche quando lavorano in imprese con più di 15 addetti (emendando l'art. 18 dello Statuto dei Lavoratori), ma viene deregolamentato, ad esempio, l'accesso ai servizi di taxi, allora si avrà una sorta di compensazione. In caso contrario, il lavoratore licenziato si troverà nell'impossibilità di intraprendere tutta una serie di lavori. La deregolamentazione, che a volte danneggia un singolo, va spesso a vantaggio della collettività. Io comprendo quei lavoratori che di fronte al loro licenziamento protestano con veemenza, perché per poter funzionare bene il mercato deve essere concorrenziale, ben informato, e ben organizzato su più

fronti contemporaneamente.

È dunque un imperativo per l'Italia muovere verso un'economia più globalizzata e più di mercato, anche se questo è un processo che implica forti tensioni sociali. Questo processo, necessario, deve passare anche da una più completa consapevolezza della molteplicità dei mercati, e del fatto che essi sono tutti interconnessi. Questo implica che non è possibile fare accettare la concorrenza solo ad alcune fasce della popolazione.

La concorrenza alla fine dei conti è un bene sostanzialmente pubblico, ed è in qualche modo simile ad un sistema democratico: non si può essere tutti democratici meno una persona. O siamo tutti democratici e partecipiamo tutti al gioco del mercato, per il mutuo vantaggio, oppure si rimane bloccati in forme alternative di organizzazione del sistema produttivo, diverse dal mercato. Ma è bene sottolineare che esperienze storiche di alternative al mercato si sono dimostrate meno efficaci.

EDOARDO GAFFEO:

Ringrazio il prof. Bertola per la chiarezza dell'esposizione. Vorrei dare inizio ora alla discussione. Vorrei cominciare con una mia domanda. Mi paiono interessanti alcune affermazioni relative all'assenza di mercato per il sangue. La spiegazione del prof. Bertola ruota intorno a problemi di natura informativa relativa alla merce che viene scambiata. Altri potrebbero sostenere, d'altro canto, che l'assenza di mercati rilevanti è legato a motivi di natura etica. Ad esempio la sacralità del corpo, per i credenti, *et similia*. Esistono alcune situazioni in cui la presenza o la creazione di un mercato cozzano con problemi di natura etica. Vorrei citare l'esempio della costituzione, *ex novo*, dei mercati per la cessione di diritti all'inquinamento. In natura non esiste un mercato di questo tipo, dal momento che non esistono diritti di proprietà sull'inquinamento. Non abbiamo quindi alcun diritto ad inquinare, ma non abbiamo nemmeno diritto ad essere risarciti per l'inquinamento altrui. Da questo punto di vista l'inquinamento è una tipica esternalità negativa. Ciononostante, alcuni pensano che il modo migliore per riuscire a risolvere i problemi dell'inquinamento sia quella di istituire un

mercato. Altri invece pensano che ciò non sarebbe possibile né giustificabile, dal momento che ostano problemi di natura etica.

Vorrei chiedere al prof. Bertola qual è la sua opinione in proposito.

GIUSEPPE BERTOLA:

A proposito del mercato del sangue, questo non esiste essenzialmente perché è proibito, non perché sarebbe difficile organizzarlo. La realtà ci fornisce tuttavia numerosi esempi di mercati proibiti, ma che esistono nella pratica.

Ho sottolineato nella mia presentazione i problemi di natura informativa. Un ulteriore elemento da considerare è che il mercato in alcuni casi è modalità di organizzazione alternativa ad altre. Ad esempio, laddove l'altruismo funziona, o in altre parole se c'è un modo di convincere gli agenti ad essere altruisti, introdurre un mercato può rivelarsi deleterio dal momento che fa diventare lo scambio un fenomeno puramente economico. Ritornando all'esempio del sangue, c'è il rischio che, consentendo di pagare il sangue, le persone smettano di donarlo gratuitamente. È del tutto evidente che esistono altre modalità di organizzazione, come ad esempio i legami famigliari. Le persone in media sono in grado di provare sentimenti di affetto per circa 150 persone, in quanto biologicamente c'è un limite al numero di persone che si riesce a riconoscere nella loro individualità. Dopo questo numero, si passa a sentimenti verso l'intero genere umano. Voler bene al genere umano è tuttavia difficile per gli uomini. Introdurre un mercato all'interno delle famiglie sarebbe un'operazione sbagliata. Dunque la mia risposta è che il mercato non funziona bene in ambiti di scambio ristretti, laddove peraltro introdurlo potrebbe essere addirittura nocivo.

Il problema della libera vendita del sangue è particolarmente dibattuto. Nei paesi in cui è possibile comprare il sangue, le donazioni sono più numerose rispetto a paesi in cui questo è proibito. In Italia, e negli altri paesi in cui è proibito pagarlo, il sangue è però scarso: alcune persone devono rivolgersi ai parenti, proprio perché non c'è sangue pubblico sufficiente. L'altro lato della medaglia è che in paesi in cui è proibita la

vendita del sangue la qualità dello stesso risulta essere migliore. Chi dona volontariamente il sangue, infatti, lo dona disinteressatamente o per amicizia, e di solito dona sangue di buona qualità. Nei paesi dove il sangue si dona per denaro, di solito i donatori hanno grossi problemi, anche di salute, e quindi la qualità è peggiore.

Veniamo ora al problema dell'inquinamento. Tornando all'esempio dei parcheggi, la soluzione talvolta proposta è di individuare alcune aree in cui introdurre un quasi mercato di posti auto soggetti a tariffa oraria. Questa soluzione ha costi di transazione altissimi, e non è certo un modo per i comuni di reperire risorse, ma è un mezzo efficace per convincere le persone a tenere conto dei bisogni altrui. L'inquinamento, a mio avviso, non è un problema di natura etica. Mentre per quanto concerne il problema del sangue o degli organi vedo chiaramente un aspetto etico, nel senso che anche dal punto di vista economico è meglio che alcuni scambi siano lasciati fuori dal mercato, in quanto questo tenderebbe a distruggere lo spirito altruistico, e questo mi sembra chiaramente un problema di natura etica, l'inquinamento mi sembra invece solo un problema di costi di transazione. È del tutto possibile, infatti, istituire un sistema di pagamenti da e per chi inquina, e così via, ma sarebbe un'operazione complessa. Non stupisce, alla luce di ciò, che la soluzione finora adottata sia stata quella della tassazione, sotto forma di tassa di circolazione, o di accise, per persuadere implicitamente i soggetti che è meglio adoperare con moderazione veicoli inquinanti.

Per quanto riguarda i buoni per l'inquinamento, vorrei ricordare che l'Unione Europea ha introdotto, con esiti disastrosi, un sistema di c.d. *buoni per l'inquinamento industriale*. Il problema, ancora una volta, è costituito dalle difficoltà informative. Quando si procede all'apertura di un nuovo mercato, è bene riflettere sul fatto che, se questo prima non esisteva, ciò era dovuto probabilmente a validi motivi, come ad esempio difficoltà nella definizione di diritti di proprietà, o difficoltà nel comprendere le conseguenze della transazione in questione. L'Unione Europea ha introdotto diritti di proprietà per l'emissione di carbonio nell'atmosfera (una forma di inquinamento); dal momento però che il problema non era stato analizzato a sufficienza, ne

hanno erroneamente introdotti troppi. Questo mercato non è riuscito ad aggregare l'informazione: per un po' di tempo i prezzi dei permessi hanno continuato a crescere, e poi ad un certo punto sono crollati. Introdurre in tal modo un mercato laddove non ve n'era uno ha sortito effetti deleteri e ha generato sprechi. Vorrei concludere dicendo che a mio avviso molti mercati non esistono per buoni motivi. Altri mercati potrebbero invece essere introdotti, ma con cautela.

EDOARDO GAFFFEO:

La ringrazio. Cedo ora la parola al pubblico.

INTERVENTO DAL PUBBLICO:

Vorrei chiedere al prof. Bertola se dal suo osservatorio privilegiato pensa che i giovani possano guardare al futuro con una certa tranquillità. Ieri ho assistito alla presentazione di Rampini, nell'ambito degli incontri promossi per il Festival dell'Economia, sul miracolo economico cinese. La Cina al momento sta inquinando 5 volte di più degli Stati Uniti, e questo sta portando a gravi squilibri ambientali, come testimoniato dallo scioglimento dei ghiacciai del Tibet. Vorrei allora chiederle se è possibile formulare delle previsioni accurate sul futuro che ci attende, in modo da dare sicurezza alle presenti generazioni, oppure se il futuro economico del pianeta è di difficile previsione, a causa delle troppe variabili in gioco e della politica.

GIUSEPPE BERTOLA:

La risposta che, da economista, vorrei dare è che le catastrofi sono state predette innumerevoli volte. Trenta anni fa si prevedeva che il petrolio sarebbe finito proprio in questi giorni, il primo giugno 2006 per l'esattezza, ma ciò non si è verificato. A mio avviso la speranza c'è, e si basa sul principio di razionalità, ovvero sulla capacità di saper reagire ai problemi che di volta in volta ci si presentano. Se è vero, come dice Rampini, che si stanno sciogliendo i ghiacci del Tibet, allora dobbiamo reagire. L'economia non si basa su un sentimento di rassegnazione del tipo "*non c'è niente da fare*", ma

neppure su un cieco ottimismo, del tipo “*va tutto bene, meglio di così non si potrebbe stare*”. Entrambe le posizioni sono errate: è importante che le giovani generazioni reagiscano e prendano coscienza del mondo in cui vivono. È importante anche accettare pienamente la presenza della Cina sullo scenario mondiale. Per evitare di soccombere nel confronto con le aziende cinesi, è fondamentale non insistere nel fare quello che loro sanno fare meglio di noi. È indispensabile invece trovare qualcosa che sappiamo fare meglio noi di loro, e farlo al meglio.

La speranza per il futuro dunque deve essere ragionata e fredda. Il catastrofismo esiste da millenni. È vero anche che la Cina sta consumando molto, ma il percorso attuale della Cina è molto simile a quello compiuto dall'Italia cinquanta anni fa. Il contenuto fisico della produzione cinese è molto alto. I cinesi al momento utilizzano una quantità di energia per produrre un dollaro di prodotto molto più alta di quella che utilizziamo noi, dal momento che la produzione di servizi in Italia è prevalente rispetto a quella di beni. I cinesi, del resto, hanno diritto ad avere una fase di sviluppo economico centrato sulla produzione di beni ad alta intensità fisica. Noi dobbiamo tenere conto di ciò, e ridurre la produzione di beni ad alta componente fisica, approfittando del fatto che questi beni possono essere importati dall'Estremo Oriente a livelli di prezzo e di qualità competitivi. L'Italia dovrebbe invece specializzarsi nelle produzioni più sofisticate, nel design, nella progettazione, nell'innovazione.

Questa è la mia risposta speranzosa. I problemi sono molti, ma ogni volta che esiste un problema, c'è sempre anche una soluzione.

INTERVENTO DAL PUBBLICO:

L'idea del mercato come luogo in cui si riesce ad ottenere un *outcome* ottimo per tutti è un'idea molto bella e “neutrale”. Nella realtà dei giorni nostri, tuttavia, dovremmo prendere in seria considerazione che il sistema degli interessi che gravitano intorno ai mercati *oggi* è molto più complesso di quello che poteva immaginare Adam Smith, in cui due soggetti si incontrano e si scambiano dei beni, massimizzando la loro utilità.

L'organizzazione degli interessi che stanno intorno alle operazioni di mercato oggi è molto complessa, e a volte gli interessi dei soggetti nel momento dello scambio non sono affatto chiari.

Questo apre un grande tema, quello che va sotto il nome di conflitto d'interessi. È necessario sottolineare tuttavia che i soggetti che partecipano ad uno scambio non sono necessariamente in contrapposizione tra loro nel cercare di massimizzare il loro interesse.

Quanto questo problema può interferire con la capacità del mercato di generare benessere per tutti?

INTERVENTO DAL PUBBLICO:

Il concetto di mercato che hanno le persone comuni coincide con la nozione che ne hanno gli economisti? E se non coincide, quali sono le differenze?

INTERVENTO DAL PUBBLICO:

Anche io vorrei chiedere la sua opinione a proposito del problema del conflitto di interessi. Il recente scandalo del calcio, così come il caso Enron e le grandi speculazioni finanziarie rendono questo tema attuale e di grande interesse.

INTERVENTO DAL PUBBLICO:

Vorrei chiedere chiarimenti sul sistema di garanzie dei mercati. Spesso c'è una figura terza che funge da garante. Altre volte, come nel mercato delle professioni, ci sono gli ordini. Oppure ci sono i marchi di qualità come il DOC a tutela dei prodotti agricoli, o a volte c'è un vero e proprio "guru" del mercato che funge da guida.

Mi pare interessante il fatto che, nel mercato dei vini, apparire su guide rinomate consente al produttore di vendere i suoi prodotti più facilmente. Il problema delle garanzie è importante anche per le

compravendite *on - line*: penso ad esempio al sito di aste *e-bay*², dove sono gli stessi operatori di mercato che si garantiscono, in un certo senso, l'un l'altro.

GIUSEPPE BERTOLA:

Il caso di *e-bay* mi è venuto in mente dopo aver scritto il libro. Vorrei però partire dalle differenze tra l'idea di mercato degli economisti e quella della gente comune. Io credo che il mercato lo conosciamo tutti, dal momento che esso esiste a vari livelli. Come dicevo nel corso della mia presentazione, il mercato nel senso di incontro, di venditori e compratori che si incontrano in un determinato giorno nella piazza del paese, è un fenomeno noto a tutti.

Il concetto di mercato degli economisti è lievemente più astratto e generale. Il mercato, nella tradizione economica che parte da Adam Smith, è un "magico" incastro di differenti bisogni e disponibilità, a molti diversi livelli. Dunque gli economisti pongono enfasi sui concetti di diversità e di scambio, che poi è ciò che le persone comuni vedono nel momento in cui si recano al supermercato e possono comprare beni in cambio di un corrispettivo monetario.

Dietro questi scambi ci sono strati e strati di decisioni di varie persone, che riescono a combinare e coordinare i loro sforzi.

Veniamo ora al problema dei conflitti di interesse. Secondo me i conflitti di interesse sono stati una presenza costante fin dai primi esempi di mercato, ad esempio gli scambi tra tribù. Fin dagli inizi della storia del mercato gli uomini si sono sempre posti il problema della sua organizzazione. Il mercato infatti non è una cosa in grado di avere luogo "di per sé": bisogna essere d'accordo, ad esempio, sul luogo e sui tempi d'incontro.

Alla domanda se l'organizzazione del mercato stia diventando sempre più parossistica e complessa, e se alla fine (drammatizzando un

² <http://www.ebay.com>

poco) arriveremo al dissolvimento del mercato stesso, vorrei rispondere che, secondo me, queste sono problematiche da sempre esistenti. Inoltre, l'allargamento del mercato, la sua complessità sempre crescente, così come l'esistenza di strumenti finanziari sempre più sofisticati, rendono il problema dell'organizzazione del mercato più complesso e più rilevante ancora, ma non certo impossibile.

In parallelo al suo maggiore grado di complessità, il mercato si è sviluppato, così come si è sviluppato il modo di comunicare delle persone. È sicuramente vero che una volta non si acquistavano mele cinesi, perché la Cina era lontana, e giungevano a noi solo le spezie. Nei secoli passati il mercato era meno ampio e meno globalizzato, ma vorrei sottolineare che una volta non c'erano neppure i telefoni. Il punto a cui vorrei arrivare è che le tecnologie di comunicazione, ovvero l'organizzazione del mercato in termini di infrastrutture di comunicazione, si sono sviluppate quasi in parallelo all'estensione dei mercati.

Nel passato molte transazioni economiche si fondavano sulla fiducia, o sulla conoscenza diretta del venditore. Oggi invece gli scambi tendono ad essere più anonimi, grazie alle tecnologie di comunicazione e grazie alla costruzione di architetture statali sempre più complesse. Non è certo un caso che di solito il settore statale e l'economia tendano a crescere insieme.

Il problema della gestione del mercato è rilevante: ad essa in parte provvedono autonomamente gli organi professionali, e in parte interviene lo Stato. L'importanza di tali strumenti organizzativi sta diventando sempre più grande, dal momento che il mercato è sempre più esteso, globalizzato, sempre meno "faccia a faccia". Mentre il bisogno di organizzazione del mercato cresce, aumenta anche la capacità della società civile di provvedervi. Un esempio è ciò che è accaduto con il passaggio all'euro, laddove non vi è stato sviluppo di capacità di controllo del passaggio. Vorrei sottolineare, tuttavia, che l'ampliarsi del mercato e degli strumenti collettivi di controllo del mercato stesso sono sempre cresciuti insieme. Io non vedo un problema particolare del nostro tempo: i problemi che riscontriamo oggi sono all'incirca i medesimi di quelli del 1850.

INTERVENTO DAL PUBBLICO:

In una società in cui le risorse sono limitate, la popolazione cresce e i paesi sottosviluppati vogliono avvicinarsi al nostro stile di vita, il mercato è sufficiente come strumento per permetterci di preservare il nostro stile di vita?

INTERVENTO DAL PUBBLICO:

Vorrei fare alcuni commenti alla relazione del prof. Bertola.

Primo, il professore parlava di “scelte ragionate” (o razionali). La domanda che vorrei porre è con quale filtro, con quale cammino possiamo giungere a scelte di questo tipo.

Secondo, vorrei sottolineare l'importanza di un appropriato cammino educativo, rivolto al bene di tutti, come anche il ruolo della famiglia.

Infine, c'è il problema del “sistema” che condiziona in modo rilevante le scelte delle persone. Mi riferisco, ad esempio, ai media, alla forza del potere, all'impossibilità di esprimere le proprie potenzialità come singoli e come gruppi. Tutti questi elementi minano la possibilità dei cittadini di essere tutti uguali, andando anche contro, in ciò, al dettato della Costituzione, di cui ricorre quest'anno il sessantesimo anniversario.

INTERVENTO DAL PUBBLICO:

Vorrei chiederle quale tipo di strumenti quantitativo-matematici stanno alla base degli studi sul mercato da lei citati. Vorrei chiederle inoltre quali sono gli strumenti matematici che potrebbero consentire ad un commerciante di definire il prezzo ottimale dei suoi servizi.

GIUSEPPE BERTOLA:

In realtà lo strumento matematico utile agli economisti è sempre e soltanto il confronto tra costi e benefici, ovvero il calcolo differenziale. L'analisi costi-benefici è continuamente formalizzata dagli economisti, ma nel suo aspetto “qualitativo” è ampiamente usato anche dai commercianti.

Proprio i commercianti, per tentativi o per abitudine, operano un continuo confronto tra costi e benefici. Il problema è sempre quello di verificare se le cose vanno meglio o peggio o sono massimizzate a seconda delle proprie azioni. Non occorre sicuramente conoscere il calcolo integrale per capire se una data variabile stia crescendo o decrescendo.

Per quanto concerne la domanda se basti il mercato per fronteggiare i problemi del mondo, la risposta è negativa. Vorrei però sottolineare che il mercato è uno strumento efficiente di fronte a problemi complessi. Il nostro è un mondo per nulla omogeneo, pensiamo ad esempio a quanto diversi sono paesi come la Cina, l'India, l'Africa sub-sahariana. Quando siamo posti di fronte al problema di come migliorare la condizione di vita di tutti, allora il mercato è il modo che abbiamo di trovare modalità di adattamento gli uni agli altri, invece di cadere in uno stato di catastrofico disordine.

Ogni qual volta ci sia una catastrofe imminente, il mercato è in grado di creare segnali efficienti per coloro che sanno ragionare in modo appropriato. Dunque, la modalità di funzionamento del mercato, la sua flessibilità e capacità di adattamento, sono da considerare con grande attenzione.

Passando ad un'altra domanda, sono d'accordo con l'affermazione secondo cui, affinché il mercato funzioni bene, è necessario che le persone siano in grado di capire, in modo da compiere scelte ragionate. Questo presupposto del mercato non è un qualcosa in grado di venire da sé, ma c'è bisogno di un sistema di istruzione. Occorre inoltre che le persone siano in grado di scegliere in modo libero e privo di condizionamenti esterni, e convincere le persone che sono in grado di "gestire" loro stesse.

Vorrei inoltre sottolineare le differenze tra il concetto di altruismo e quello di morale. L'altruismo è di solito limitato alle poche persone di cui abbiamo conoscenza diretta. La morale, d'altro canto, significa che se ci sono delle regole io le rispetto, anche quando so di non poter essere punito. In questa accezione, la morale è un elemento di grande importanza per consentire al mercato di funzionare bene. I costi di transazione di imporre una regola morale, infatti, sono enormi. Il mercato può allora essere facilitato

dal “capitale sociale”, dal senso del dovere, dal senso di essere parte di una comunità. Vorrei sottolineare che questi sono tutti aspetti estranei all’economia. Credo che la Chiesa possa essere d’aiuto in ciò, come anche la famiglia e la società nel suo complesso.

INTERVENTO DAL PUBBLICO:

Vorrei porre al prof. Bertola una domanda a proposito delle liberalizzazioni. Dopo la liberalizzazione del settore della telefonia, i prezzi sono indubbiamente scesi. In altri settori, come quello delle assicurazioni, i prezzi continuano ad aumentare, pur in presenza di molti operatori di mercato. Mi sembra che lo stesso accada per quanto riguarda il carburante. Vorrei chiedere la sua opinione in proposito.

INTERVENTO DAL PUBBLICO:

Volevo esprimere il mio accordo con l’affermazione secondo cui il mercato in molti casi può far star meglio le persone. Tuttavia, ci sono alcune eccezioni. Mi riferisco a vaste aree dell’Africa, a regioni del Sud America, dell’Asia, dove il mercato non funziona, o funziona male. Ciò è dovuto al fatto che, qualora una persona voglia scambiare un bene con un altro, c’è il rischio che qualcun altro mi porti via la merce con la violenza. La risposta degli economisti è che il mercato per funzionare bene necessita di una “cornice minima”, costituita dal rispetto delle leggi. In realtà probabilmente il mercato ha bisogno di una cornice più impalpabile, ma di gran lunga più importante, che non coincide con il potere dello Stato di far rispettare i contratti e le leggi.

Vorrei citare un caso di cronaca di alcuni anni fa, avvenuto in Piemonte: il furto di alcuni tombini ad opera di un gruppo di immigrati molto poveri. Come mai nessuno aveva mai pensato di rubare i tombini prima? Sicuramente non perché ci fosse il potere dello Stato a impedirlo, ma probabilmente perché ci sono delle regole di cittadinanza che permettono al mercato di funzionare, che sono ancora più importanti del potere coercitivo dello Stato. Ogni paese ha il suo insieme di regole di cittadinanza, e questo fa sorgere la domanda se queste regole siano come la cornice di un quadro,

in assenza del quale l'intero sistema perde consistenza.

Credo che tra i vari aspetti che dobbiamo considerare per arrivare ad un corretto funzionamento del mercato, oltre alle condizioni di perfetta informazione, ai costi di transazione, ci sia anche la considerazione che ciò che accade dentro al mercato non debba rovinare la "cornice". Ad esempio, è importante fare in modo che il mercato non indebolisca le regole di cittadinanza. Questo porta anche alla domanda se gli economisti non necessitino di indicatori, oltre a quelli di corretto funzionamento del mercato, che vadano a misurare il grado di "invasività" del mercato nelle regole civiche di una determinata società. Un chiaro elemento destabilizzante mi sembra, ad esempio, la grande differenza nel reddito dei paesi. Vorrei chiedere la sua opinione in proposito.

INTERVENTO DAL PUBBLICO:

L'opinione che si evince dalla sua presentazione e dalla lettura del suo libro è che il mercato sia un buon sistema, che ha alcuni problemi, ma è in generale un sistema più efficace di altri come modo di organizzare la produzione in una società complessa come la nostra. Eppure oggi il mercato è alquanto impopolare presso le opinioni pubbliche, molte persone sono scontente e ritengono, in poche parole, che il prezzo di molti beni che acquistano non sia giusto. Questo sentimento di insoddisfazione è acuito dalla velocità con cui viaggiano le informazioni oggi. Capita spesso di sentire sui media di guadagni stratosferici di personaggi dello sport e dello spettacolo. Spesso questi guadagni ci sembrano in qualche modo accettabili, altre volte invece risulta molto poco accettabile che il manager di una grande impresa guadagni immensamente di più di un semplice lavoratore della stessa azienda.

Credo che oggi i mercati creino "il seme del loro malcontento", ovvero del malcontento sociale che vediamo nella società. Questo a causa del fatto che quando i mercati funzionano bene essi generano disuguaglianza, e facendo ciò vanno a deteriorare la cornice sociale, di cui tuttavia necessitano per funzionare correttamente. Quale potrebbe essere la

soluzione secondo lei? Dovremmo accrescere il ruolo dello Stato?

INTERVENTO DAL PUBBLICO:

Il suo tentativo di guardare a cosa giace alle fondamenta dell'idea di mercato mi sembra meritevole, dal momento che il mercato è un'astrazione che si declina in tanti fenomeni attuali, che possono anche divergere dall'ideale di mercato. Vorrei concentrare la mia attenzione sull'urgenza nelle transazioni, ovvero la dimensione temporale delle stesse. A volte, infatti, una transazione di breve periodo può configgere con una transazione di lungo termine.

Volevo inoltre proporre un secondo quesito: esiste, a suo avviso, un nesso tra un'idea di mercato storicamente determinata, che nel nostro tempo implica forme di protezionismo verso l'esterno e a volte anche violazioni di fatto del principio della buona fede nelle transazioni, e una visione del fare affari "predatoria", ovvero che deve necessariamente sottrarre risorse a qualcuno?

GIUSEPPE BERTOLA:

Il mercato può funzionare bene o può funzionare male. In un momento di impopolarità del mercato, questo è un riconoscimento necessario. Il mercato ha dei pro e dei contro; può funzionare bene, e in alcuni casi è insostituibile in situazioni di eterogeneità. Ma è vero anche che il mercato può funzionare male, e per questo può diventare impopolare. Ad esempio, c'è il rischio di truffe, di un gioco a somma zero. Truffa nel senso di non sapere che cosa si sta comprando, ovvero essere preda di un mercato che alla fine dei conti è un mero gioco a somma zero.

Quali sono le cause di malfunzionamento dei mercati? Una possibile causa è la mancanza di informazione, un aspetto a cui è sicuramente possibile porre rimedio. È vero che il mercato può diventare impopolare perché genera disuguaglianze, a volte anche persistenti, non basate sul merito, sullo sforzo, ma sulla pura fortuna.

Una volta individuato il problema, dobbiamo sforzarci di trovare delle

soluzioni. Lo Stato o un mercato finanziario più efficiente possono essere dei validi aiuti per risolvere questi problemi che, vorrei sottolinearlo, non sono problemi strettamente pertinenti al mercato, ma riguardano lo stato delle cose delle nostre società.

Veniamo ora agli esempi delle assicurazioni e dei carburanti. I problemi delle assicurazioni sono ormai diventati dei “classici”, ovvero asimmetrie informative e truffe. Le assicurazioni in parte colludono tra di loro, e in parte sono preda di truffe, e questo fa sì che i profitti delle compagnie non siano così alti, e spiega anche perché i prezzi sono alti. Per quanto riguarda invece il mercato dei carburanti, c'è un problema di dimensione delle imprese, su cui è possibile intervenire. Già in passato ci sono stati dei tentativi volti a rendere più efficiente ed efficace questo settore.

Veniamo ora alla domanda “se il mercato possa rovinare la cornice che lo sostiene”. La risposta è che ciò è solo parzialmente vero. Siamo tutti d'accordo, credo, che il mercato ha bisogno di un certo tipo di comportamenti, ha bisogno di fiducia, di non eccessivo opportunismo, pur nutrendosi di egoismo. E' altrettanto vero che la povertà estrema è un problema per il mercato; la povertà estrema genera crimine, e richiede l'intervento dello Stato. Il mercato può senza dubbio rovinare la cornice di moralità pubblica che lo sostiene, come è accaduto con il mercato delle donazioni di sangue.

Vorrei citare alcuni interessanti esperimenti che mostrano come le tribù primitive che hanno più esperienza di mercato, in cui relazioni basate sulla fiducia e di lungo periodo prevalgono sulle truffe, sono più durature nel tempo. Queste popolazioni hanno una tendenza ad agire in modo lungimirante (ma non altruistico), e tengono maggiormente in conto il bene comune. Vorrei concludere dicendo che “l'abitudine al mercato”, ovvero l'uso di andare al mercato e verificare che se non si operano truffe alla fine tutti ci guadagnano, può in un certo senso non distruggere, ma costruire la cornice (o base di comportamento) che lo sostiene.

INTERVENTO DAL PUBBLICO:

Durante la fase di discussione sulla *TAV – Torino Lione* si è sentito parlare di ingenti quantità di uova italiane che vengono esportate in Francia, e di altrettanto ingenti quantità di uova francesi esportate in Italia. Lo stesso accade per l'acqua minerale. Questo tipo di commerci probabilmente esistono perché ci sono dei costi che gli operatori del mercato in oggetto non sostengono, ovvero il costo sociale di inquinare.

Vorrei chiedere la sua opinione in proposito.

INTERVENTO DAL PUBBLICO:

Mi sembra che in questo incontro sia mancato un cenno al ruolo del legislatore, sia esso centrale che locale.

In un dibattito promosso dal Festival dell'Economia a proposito del "mercato equo e solidale", si è parlato del ruolo che possono avere le amministrazioni comunali, provinciali o regionali per fornire un'adeguata informazione al consumatore, garantendo la tracciabilità del prodotto che il consumatore si accinge a comprare. Ci troviamo ancora una volta di fronte ad un problema di informazione.

Vorrei sottolineare che a mo' avviso manca un'autorità che assuma come compito quello di regolare il mercato, garantendo il consumatore. I recenti scandali finanziari europei e statunitensi, penso in primo luogo alla Parmalat, rendono questa presenza ancora più necessaria.

INTERVENTO:

Dopo aver letto il testo di Adam Smith *La Ricchezza delle Nazioni*, ho avuto la sensazione che l'analisi economica non abbia compiuto sostanziali progressi nel corso di questi quasi trecento anni, rispetto a ciò che Smith scriveva. Sono rimasto molto colpito da un capitolo del testo di Smith, in cui si sostiene la necessità di introdurre un mercato nella formazione. Secondo Smith, sarebbe opportuno individuare una serie di misure in grado di creare condizioni di mercato anche nell'ambito della educazione.

Vorrei chiedere la sua opinione in proposito.

INTERVENTO DAL PUBBLICO:

Ricollegandomi all'ultima domanda, mi interesserebbe comprendere qual è il ruolo del mercato in alcuni settori sensibili, come ad esempio l'istruzione o la produzione di beni di *welfare*. Proprio nel settore del *welfare*, i problemi di natura informativa sono la regola. Anche in questi settori, si sente sempre più spesso parlare della necessità di introdurre *logiche di mercato*, e spesso si sente parlare di un necessario dualismo pubblico – privato nella produzione di questi beni.

Quale può essere il ruolo del mercato in questi ambiti?

GIUSEPPE BERTOLA:

Condivido l'opinione secondo cui da Smith in poi non ci siano stati fondamentali cambiamenti. A parte uno, di grande importanza: ovvero che Adam Smith ha introdotto il concetto di mercato e l'ha spiegato molto accuratamente. Nel corso dei secoli, inoltre, si è approfondito il discorso sul mercato, rendendosi in particolare conto dei suoi potenziali problemi, in particolare quelli legati alle condizioni informative.

Vorrei ripetere che a mio avviso il mercato ha bisogno di un Governo. Nel corso dei secoli, inoltre, il sistema di mercato è stato chiamato ad affrontare problemi sempre più complessi. Dai tempi di Smith ad oggi sono successe molte cose. Da sottolineare, in particolare, che la grande esplosione del mercato è avvenuta negli ultimi 200 anni, in cui siamo diventati 4 o 5 volte più ricchi di come eravamo agli inizi dell' 800, ovvero a partire dalla rivoluzione industriale. Negli ultimi 200 anni abbiamo assistito ad una sostanziale espansione dei mercati, che sono riusciti a risolvere problemi sempre nuovi e sempre più complessi. I Governi hanno cercato di interferire e di aiutare il mercato in vario modo.

Per quanto riguarda l'istruzione, da un punto di vista smithiano, fiducioso nelle virtù del mercato, è facile sostenere che dovrebbe essere lasciata al mercato. Nel corso degli ultimi 200 anni si è capito, tuttavia, che istruzione e sanità, insieme ad altri campi in cui l'informazione e la capacità

di scelta sono imperfette, se lasciati all'azione dei mercati, possono funzionare male. Ci si è resi conto, inoltre, della necessità di introdurre lo Stato, e di gestire questi beni in modo collettivo. Negli ultimi anni anche la gestione collettiva di questi e di altri beni e servizi si è rivelata non esente da problemi, dal momento che se l'informazione è imperfetta per il mercato, lo è anche per lo Stato. La morale di tutto ciò è che tutti questi beni e servizi implicano problemi di difficile risoluzione, che il mercato può spesso aiutare a risolvere.

Per quanto riguarda la TAV, vorrei sottolineare che molte modalità di funzionamento del mercato implicano apparenti sprechi, come i camion di acqua minerale che si incrociano sull'autostrada, per riprendere l'esempio dell'ascoltatore. Parte della spiegazione di ciò è che le aziende non stanno pagando il pieno costo sociale della loro attività. Ma, anche qualora sostenessero in via diretta i costi sociali della loro attività, accrescendo così i costi totali, potrebbe sicuramente ancora capitare che camion con la stessa merce si incrocino in direzioni opposte, e ciò senza implicare necessariamente sprechi. È semplicemente una modalità di funzionamento del mercato concorrenziale.

Questo "sfruttamento" delle diversità, che è l'essenza stessa della concorrenza, è a beneficio di tutti. Dunque, nel momento in cui il camionista parte da Torino e porta l'acqua a Lione, e da Lione parte un camion con lo stesso carico verso Torino, loro stanno guardando a costi e benefici, ma dal momento che si fanno concorrenza stanno accrescendo il surplus del consumatore. Questo è senza dubbio un aspetto positivo della concorrenza. Proibire il trasporto dell'acqua minerale, o rendere difficile il trasporto creando pedaggi, da un lato può sembrare un'operazione efficiente, perché riduce gli sprechi, ma dall'altro elimina questo scambio efficiente di mercato. La concorrenza, nel momento in cui genera benessere per tutti, diventa un bene pubblico. Concludendo, nel momento in cui il camionista si mette in viaggio, e inquina, questo ci appare un male, però l'effetto sono prezzi più bassi per il consumatore, e questo è senza dubbio un bene. Lo spreco di risorse è solo apparente: anche il bancario, che spesso spende la maggior

parte del proprio tempo in attività improduttive, svolge una funzione in realtà di grande importanza. La considerazione, infatti, è la medesima di quella che si può fare per il camionista: entrambi svolgono un servizio essenziale per il corretto funzionamento del mercato. Ed un mercato efficiente a sua volta costituisce un potente motore dello sviluppo economico e sociale di tutta l'umanità.

EDOARDO GAFFEO:

Ringrazio il prof. Bertola.