



Risvegliare, educare, praticare

LA NOSTRA UMANITÀ

Anno scolastico 2022-2023

Unità di Lavoro n.3

PROFITTO E SOLIDARIETÀ NELLA SOCIETÀ CONTEMPORANEA

FOCUS/WEBLETTER

Indice

- **Introduzione**
- **L'economia e il ruolo del profitto**
- **L'approccio liberista all'economia e la fiducia nel mercato**
- **La sfiducia nel libero mercato e l'approccio interventista**
- **La terza via: l'economia solidale e l'economia della condivisione**
 - L'inclusione di valori morali ed etici all'interno del pensiero economico
 - Il rimedio alle conseguenze negative delle economie di mercato
 - L'importanza delle scelte individuali e il cambiamento dei valori essenziali

Introduzione

Ci può capitare di pensare all'economia come a qualcosa di negativo. Potrebbero, ad esempio, venirci in mente i grandi scandali finanziari, le battaglie tra le multinazionali e le popolazioni dei Paesi in via di sviluppo, le disuguaglianze nella distribuzione della ricchezza, il lavoro sottopagato, i licenziamenti, l'indifferenza rispetto alla sostenibilità ambientale, la pubblicità che ci porta a creare bisogni artificiali che prima non avevamo. Per molti di noi è frequente considerare l'economia come il regno dell'immoralità, della predazione, dell'inganno verso i deboli, della spietatezza. E tutto questo perché pensiamo che ci sia qualcuno, non meglio identificato, che cerca di accrescere sempre di più il proprio profitto, a qualunque costo e a scapito dei più deboli. Tutti questi fatti esistono, sono documentati e molti di noi ne hanno una esperienza diretta. Ma non sono l'unica espressione dell'economia e del profitto. Anzi, spesso sono generati dalla mancata conoscenza di cosa sia l'economia e del vero ruolo del profitto. Quindi è giusto domandarsi: Perché esiste l'economia? Ne possiamo fare a meno? Se agiamo nell'economia, ad esempio come manager o imprenditori, saremo



necessariamente egoisti e antietici? Cerchiamo di dare a queste domande una risposta più approfondita e adatta alla nostra contemporaneità.

L'economia e il ruolo del profitto

Tutti noi, come esseri umani, abbiamo dei bisogni come mangiare, vestirci, curarci, divertirci... come facciamo a soddisfare questi bisogni? Dobbiamo procurarci cibo, vestiti, ecc. Gli economisti definiscono l'azione con cui plachiamo un bisogno "il consumo", e noi di conseguenza siamo "i consumatori". Per essere dei consumatori, però, abbiamo bisogno di denaro per acquistare ciò che ci serve. Ma come forse a tutti noi è capitato di osservare, il denaro è sempre insufficiente a placare tutti i nostri bisogni simultaneamente. Di conseguenza, ognuno di noi deciderà delle priorità, e consumerà ciò che ritiene più importante e che può permettersi, rinunciando inevitabilmente a qualcosa. L'obiettivo di un consumatore è, quindi, quello di trarre la massima soddisfazione possibile (in linguaggio tecnico "utilità"), compatibilmente con il denaro che possiede. Questo significa che per ogni bene o servizio che desidera consumare, il consumatore è disposto a pagare fino a una certa cifra, oltre la quale deciderà di rinunciare al consumo.

Ma dove li troviamo i vestiti, il cibo e tutte le altre cose che vorremmo consumare? Perché il consumo avvenga ci deve essere qualcun altro che si prenda la briga di produrre il vestito, il cibo e tutte le altre cose che vogliamo consumare. Ma la produzione di tutti questi beni e servizi è un'attività *costosa* e *rischiosa*. È costosa perché per confezionare un vestito, ad esempio, bisogna comprare delle materie prime come i tessuti o i colori, acquisire e mantenere dei macchinari come gli impianti di filatura e tessitura e pagare il lavoro delle persone che trasformeranno le materie prime in un capo di abbigliamento. Inoltre, bisogna pagare qualcuno che distribuisca il vestito ai negozi e qualcuno che lo venda. Tutto questo rappresenta, in termini tecnici, "il costo" per il produttore. Il *costo* è quindi l'insieme dei sacrifici e degli sforzi che si compiono per produrre un bene o un servizio. Sicuramente, come minimo, il produttore dovrà chiedere al consumatore, in cambio del vestito, una cifra di denaro in grado di ripagare *almeno* il costo di produzione. Ad esempio, ipotizziamo che per produrre il vestito il produttore abbia pagato 10 euro per le materie prime, 15 euro per il tempo delle persone che hanno lavorato al vestito, 5 euro per la quota di utilizzo dei macchinari e altri 5 euro per la distribuzione, la pubblicità e la vendita: questo porta il costo di produzione a 35 euro. Quindi, come minimo, il produttore dovrà chiedere al consumatore di pagare 35 euro per coprire il costo.

Ma non è finita qui: infatti, l'attività di produzione è anche rischiosa, perché non è sicuro che, dopo aver prodotto il vestito e sostenuto il relativo costo, il produttore trovi un consumatore disposto ad acquistarlo. Potrebbe succedere, infatti, che il consumatore preferisca il vestito di un altro produttore, oppure, che non sia disposto a pagare (o non possa pagare) abbastanza per comprare il vestito... il rischio per il produttore, quindi, è quello di aver sostenuto un costo senza che nessuno lo ripaghi. Ma allora, come si può motivare un produttore a correre questo rischio? La risposta è: premiando la sua disponibilità a rischiare. Ci deve essere un premio motivante per chi corre questo rischio. Il premio, in questo caso, è rappresentato dall'ottenimento una cifra di denaro più alta di quella necessaria per coprire i costi. Quindi, nel nostro esempio del vestito, il produttore sarà motivato a intraprendere il rischio se il consumatore pagherà più di 35 euro per il vestito. Il prezzo finale del vestito, quindi, è la somma tra la cifra necessaria a coprire i costi e quella necessaria a motivare l'imprenditore a produrlo. Questo "di più" che motiva il produttore viene chiamato "profitto" (prezzo=costi + profitto).



Il profitto, quindi, non è altro che il premio che un produttore cerca per motivarsi ad accettare il rischio di produrre e sostenere i costi prima di sapere se qualcuno comprerà i suoi prodotti. Più è alto il rischio percepito e maggiore sarà il profitto ritenuto congruo. Da questo punto di vista, il profitto non è un concetto negativo: anzi, senza di esso nessuno sarebbe disposto a produrre e vendere, e senza profitto non ci sarebbe la possibilità di soddisfare molti dei nostri bisogni perché nessuno produrrebbe i beni e i servizi in grado di soddisfarli. Adam Smith, filosofo ed economista scozzese del XVIII secolo, nonché uno dei padri fondatori della teoria economica classica affermava “*Non è dalla benevolenza del macellaio, del birraio o del fornaio che ci aspettiamo il nostro pranzo, ma dal fatto che essi hanno cura del loro interesse*”. Questa affermazione ci conferma che il profitto è un elemento naturalmente essenziale nell’economia, perché rende interessante compiere “l’impresa” (parola da cui deriva il concetto di “imprenditore”) di produrre qualcosa.

Ma allora, la nostra domanda, che è poi la domanda cruciale, è: *quanto deve essere alto il profitto perché motivi abbastanza l'imprenditore senza pesare troppo sui consumatori?*

La prima cosa che ci viene in mente è che tanto è più alto il profitto, tanto maggiore sarà la motivazione degli imprenditori a produrre e vendere, quindi si potrebbe pensare che l’imprenditore ha tutto l’interesse a proporre i vestiti a prezzi altissimi. Ma qui sorge un problema: se l’imprenditore propone prezzi troppo alti, molti consumatori non compreranno i vestiti che ha prodotto e lui rimarrà con tanti vestiti invenduti per i quali non potrà recuperare i costi (quindi un prezzo troppo alto non genera un profitto alto, anzi si rischia di andare in perdita). Se invece l’imprenditore propone un prezzo troppo basso, venderà sicuramente tutti i vestiti, ma c’è la possibilità che un prezzo così basso non contenga quel “di più” che lo motiva a correre il rischio (quindi anche un prezzo troppo basso non genera un profitto alto, anzi un imprenditore potrebbe proprio rinunciare a produrre). Pertanto, se il prezzo è troppo alto molti consumatori rinunciano all’acquisto e quindi all’imprenditore converrà abbassare un po’ il prezzo nel suo stesso interesse. Ma se lo abbassa troppo, i consumatori potrebbero essere invogliati a domandare più vestiti di quelli che l’imprenditore ha prodotto (e perfino più di quelli cui loro stessi hanno bisogno) ma il profitto si manterrebbe basso. In sintesi, ad un prezzo troppo alto il venditore non avrebbe clienti, e ad un prezzo troppo basso avrebbe tutti i clienti possibili ma che pagherebbero troppo poco.

Ma come si trova il compromesso tra imprenditore e consumatori? Aggiustando ripetutamente il prezzo, e osservando le reazioni dei consumatori, alla fine si troverà un prezzo “di equilibrio”, ossia un prezzo che consenta un buon profitto all’imprenditore ma che al contempo soddisfi un buon numero di consumatori. Questo “equilibrio” tra domanda (consumatori) e offerta (imprenditori), che gli economisti classici chiamano “equilibrio di mercato”, rappresenta il compromesso perfetto, che garantisce a consumatori e imprenditori la massima soddisfazione possibile. E, cosa fondamentale per l’economia classica, è stato raggiunto da consumatori e imprenditori che *guardano solo ed esclusivamente al proprio interesse*. Infatti, se l’imprenditore abbassa un prezzo, non lo fa per solidarietà o per seguire un valore morale, ma lo fa per aumentare il proprio profitto: così come i consumatori non si separano dal loro denaro perché vogliono fare felice l’imprenditore, ma lo fanno per soddisfare un proprio bisogno ad un prezzo che ritengono accettabile (cioè sono più soddisfatti dando del denaro all’imprenditore ed entrando in possesso del vestito che tenendosi i soldi senza aver comprato il vestito). E sono soddisfatti anche quei consumatori che non hanno comprato il vestito perché ritenevano il prezzo troppo alto: infatti, a quel prezzo, loro preferiscono tenersi i soldi e



impiegarli per altre cose. Questo spiega la frase di Adam Smith riportata sopra. Secondo la sua visione, infatti, imprenditori e consumatori, tutti interessati solo alla propria utilità, se lasciati liberi di interagire senza interferenze, sono in grado di trovare sempre un equilibrio in cui tutti sono soddisfatti e nessuno è scontento. Questa visione, che insiste proprio sull'importanza del lasciare imprenditori e consumatori liberi di interagire sul mercato, e che non necessita di concetti come l'umanità e l'altruismo prende il nome di *liberismo*.

L'approccio liberista all'economia e la fiducia nel mercato

Nella visione liberista, il libero mercato, cioè il dialogo senza interventi esterni tra consumatori e imprenditori (domanda e offerta), è una garanzia di benessere sociale. Il libero mercato, secondo il liberismo, garantisce che tutti i bisogni siano soddisfatti, nella misura in cui i consumatori sono disposti a pagare per soddisfarli. Questo vuol dire che se alcuni bisogni risultano insoddisfatti è solo perché i consumatori non sono disposti a pagare quel prezzo per soddisfarli e preferiscono usare diversamente il loro denaro, quindi sono *più contenti* non acquistando il vestito e tenendosi i soldi. Ma il libero mercato garantisce anche che tutti gli imprenditori siano soddisfatti, ovvero che il loro profitto sia il più alto possibile, compatibilmente con la soddisfazione dei consumatori.

Secondo l'economia liberista, il benessere della società e la soddisfazione dei bisogni sono garantiti dal fatto che tutti i cittadini, nelle loro vesti di consumatori o di imprenditori, cerchino l'equilibrio per il loro stesso interesse (purché nessuno si intrometta nella loro dialettica). In questa visione, l'altruismo non serve, perché sono tutti soddisfatti e non esiste una parte prevaricatrice. E il profitto che viene ottenuto dal naturale equilibrio di mercato è sempre giusto, equo e socialmente utile. Questa visione dell'economia ha dominato il XIX secolo e i primi 30 anni del XX secolo, e trova tuttora (seppur marginalmente ammorbidita) numerosi sostenitori.

Sulla carta, si tratta di una visione affascinante, ragionevole e piuttosto intuitiva. Inoltre, in diverse situazioni il meccanismo di interazione tra domanda e offerta è verificabile nella realtà: ad esempio, per evitare di avere merce invenduta a fine stagione, molti negozianti abbassano i prezzi come nel caso del periodo dei saldi, e lo stesso fanno gli albergatori per convincere le persone a prenotare anche fuori stagione. Al contrario, quando c'è troppa domanda rispetto alla merce disponibile, i prezzi salgono: pensate a come salgono i prezzi dei biglietti aerei sotto Natale o ad agosto, oppure ai prezzi della benzina quando si viaggia di più o quando si riduce la produzione di petrolio (come nel caso di tensioni internazionali). Nella visione liberista tutto questo è naturale, accettabile, persino positivo...

Ma proviamo ad andare più a fondo. Abbiamo detto che in ogni equilibrio di mercato c'è una parte dei consumatori che rinunciano a consumare perché quel prezzo, per loro, è troppo alto. Il liberismo ci suggerisce che anche coloro che rinunciano sono soddisfatti perché, a quel prezzo, preferiscono tenersi i soldi per altri scopi. Ma se questi soldi non li hanno? Il pensiero liberista ha una risposta anche per questo e ci dice che tutti, se lavorano duro, arriveranno *sicuramente* a guadagnare tanto (sempre per la legge della domanda e dell'offerta, applicata anche al mercato del lavoro). Quindi se una persona non ha soldi, secondo questo pensiero, è perché non lavora abbastanza duramente oppure è solo una situazione temporanea in attesa che si trovi un equilibrio di mercato che le consenta di lavorare: ma se non lavora abbastanza duramente è perché *preferisce* avere più tempo libero e meno soldi, quindi è comunque soddisfatta perché ha agito seguendo le proprie preferenze. Insomma, nel mondo liberista nessuno dovrebbe essere insoddisfatto perché se vuole impegnarsi e avere successo prima o poi, o come dicono gli economisti "*nel lungo periodo*" l'equilibrio si trova sempre. Se invece



non vuole impegnarsi per il successo perché è più felice a divertirsi invece che a studiare (essendo pienamente consapevole delle conseguenze), che ben venga, ma si riterrà che poi non avrà i soldi perché *in fondo ha preferito non volerli*.

Ma è sempre questa la realtà? Evidentemente no. La visione liberista ha cominciato ad essere fortemente criticata a seguito di una grande crisi economica iniziata nel 1929 e proseguita per circa 10 anni. Tante imprese fallirono, molte persone persero il lavoro e risultò molto difficile liquidare l'emergenza economica e soprattutto sociale come un fenomeno normale e passeggero. C'erano migliaia di famiglie ridotte alla fame e innumerevoli imprenditori sul lastrico. L'eccessiva fiducia nel libero mercato si era scontrata con la cocente delusione che questo *lungo periodo* in cui tutto si aggiusta sembrava non arrivare abbastanza in fretta per evitare che le persone morissero di fame. Davanti a questa cruda evidenza, un economista britannico di nome John Maynard Keynes, che inizialmente aveva sostenuto il pensiero liberista disse: "*questo lungo periodo è una guida fallace per gli affari correnti. Nel lungo periodo siamo tutti morti*".

La sfiducia nel libero mercato e l'approccio interventista

Keynes fu tra i primi a comprendere che il pensiero liberista era in realtà carico di illusioni e di miope ottimismo, oltre ad essere del tutto incapace di fornire soluzioni ai problemi posti dalla crisi economica. L'idea di Keynes è tanto semplice quanto carica di significato: lo Stato dà lavoro a chi non lo ha. Così facendo, si può far ripartire l'economia. Infatti, prendiamo una persona disoccupata. Lo Stato le dà un impiego, grazie a questo impiego questa persona avrà i soldi ad esempio per comprare della frutta, per pagare un affitto e per acquistare dei vestiti. Il fruttivendolo, il proprietario di casa e il venditore di vestiti avranno tutti più soldi per, a loro volta, incrementare i propri consumi facendo arricchire i loro fornitori e così via innescando un circolo virtuoso. Questo meccanismo, noto come "il moltiplicatore dei consumi" fa sì che dando lavoro alle persone disoccupate lo Stato è in grado di far ripartire l'economia, intervenendo nei casi in cui il meccanismo del libero mercato non funziona o è troppo lento. Per questo, l'approccio iniziato da Keynes viene chiamato "interventista".

A differenza del liberismo, l'approccio interventista non è basato sul perseguimento esclusivo del proprio interesse. Al contrario, la solidarietà è un concetto centrale nel suo pensiero. Pensandoci bene, dove prende lo Stato i soldi per pagare le persone a cui dà lavoro? Può chiederli alle altre persone che sono abbastanza ricche (attraverso le tasse, ad esempio). Quindi, in realtà, l'idea di Keynes è quella di imporre un'azione di *solidarietà collettiva*, dove parte della ricchezza viene presa e redistribuita a chi non ne ha, in modo da far ripartire i consumi.

Sebbene l'intenzione di questa solidarietà collettiva fosse legata inizialmente soprattutto a far ripartire l'economia, ben presto si capì che tale solidarietà poteva essere utile anche in tempi non di crisi, per aumentare il benessere collettivo. Ad esempio, chiedendo a tutti, in proporzione alla propria ricchezza, di cederne una parte allo Stato, si poteva consentire ai bambini di andare a scuola gratuitamente, alle persone malate di ricevere cure gratuite, ai lavoratori anziani di poter riposare ricevendo una pensione, ecc. Si sviluppa, così una nuova prospettiva dell'economia, che nel tempo si è affiancata a quella di mercato. In questa nuova prospettiva, il libero mercato non è considerato sufficiente per garantire il benessere di tutti, soprattutto nei mercati come la scuola, la sanità o il mercato del lavoro, cioè in quei casi dove la rinuncia non viene ritenuta socialmente accettabile perché



studiare, curarsi e lavorare vengono elevati al rango di diritti e quindi devono essere garantiti a tutti. Lo Stato, pertanto, non solo può, ma *deve* intervenire, attraverso la redistribuzione della ricchezza (solidarietà collettiva) per assicurarsi che questi i diritti siano garantiti.

L'altruismo, per la prima volta, diventa un fattore economico importante. Un altruismo collettivo, che vede il beneficio per la società prevalere sulla massimizzazione dell'utilità individuale (quindi anche del profitto). Il ruolo del profitto, di conseguenza, evolve e diventa più complesso. Infatti, è importante, anche nell'economia keynesiana, che gli imprenditori facciano profitti¹, perché più profitti corrispondono a più entrate fiscali². Ma perché questo avvenga, bisogna comunque lasciare all'imprenditore una parte sufficiente di profitto, oppure perderà la motivazione a produrre le cose di cui abbiamo bisogno. Tasse troppo alte (ad esempio l'80% dei profitti) farebbero perdere agli imprenditori la motivazione a migliorarsi e a rischiare, oltre ad aumentare la tentazione a non pagarle affatto (evasione fiscale); al contrario, tasse troppo basse (ad esempio il 3% dei profitti) non porterebbero abbastanza soldi nelle casse dello Stato per garantire servizi gratuiti come scuola, sanità, ecc. In sintesi, la solidarietà collettiva permette di redistribuire ricchezza e garantire più diritti a tutti, ma non può spingersi troppo oltre perché con una pressione fiscale troppo alta il meccanismo si incepperebbe.

L'intervento dello Stato in economia, anche attraverso la spesa pubblica, soprattutto negli anni successivi alla seconda guerra mondiale si diffonde in moltissimi Paesi. L'insieme dei servizi che lo Stato garantisce ai suoi cittadini e che finanzia prevalentemente con le tasse, prende il nome di *welfare State* (Stato del benessere).

C'è però un problema, che rappresenta una nota stonata: infatti, si è verificato che il *welfare state* si diffonde di più nei Paesi dove anche l'economia di mercato è più forte. E questo può sembrare un paradosso perché il pensiero Keynesiano era nato in tempo di crisi economica proprio per aiutare le persone e le imprese quando l'economia era debole. In realtà, però, fuori dai periodi di crisi, è naturale che un'economia forte generi anche più tasse e, di conseguenza, più soldi per lo Stato per garantire sanità, scuola, aiuto per i disoccupati, tutela dell'ambiente ecc. Perciò il *welfare* è migliore tanto più un Paese è ricco. Questo limite segnala che anche lo Stato, così come il libero mercato non riesce a garantire sempre giustizia sociale ed equità nelle opportunità.

La terza via: l'economia solidale e l'economia della condivisione

Finora abbiamo presentato due tipi di approcci all'economia: l'approccio liberista, basato su individui egoisti che *proprio per questo* riescono a trovare ognuno la propria soddisfazione, e l'approccio keynesiano sfociato nel *welfare state*, basato sulla solidarietà collettiva. Entrambi sono approcci basati su valori morali largamente condivisi (es. da un lato la libertà di iniziativa, il rispetto del desiderio di miglioramento e di ricerca della felicità e dall'altro l'ambizione di creare una società

¹ Keynes non critica in modo radicale il sistema capitalista di mercato basato sul profitto, ma piuttosto sottolinea la sua incapacità *da solo* (cioè senza l'intervento dello Stato) di realizzare una società dove il benessere sia equamente distribuito tra tutti i suoi membri.

² In genere le imposte per le imprese sono calcolate come una percentuale del profitto



equa e che non lasci indietro nessuno) ma entrambi sono anche approcci latori di debolezze che facilmente li mettono in crisi e ne distorcono il funzionamento.

Infatti, nella seconda metà del XX secolo anche il concetto Keynesiano di welfare ha mostrato i suoi limiti, che si aggiungono a quelli già citati, e che hanno spinto verso la ricerca di nuove soluzioni. I fattori scatenanti, che hanno messo in luce questi altri limiti sono stati principalmente due:

- i) la fine del boom economico a causa delle crisi petrolifere degli anni '70;
- ii) la crescente sensibilità che si è sviluppata per l'analisi dell'economia globale e il conseguente confronto tra Paesi con diversi livelli di ricchezza (quindi l'attenzione alle iniquità e alle disuguaglianze su scala globale).

Le crisi petrolifere hanno fatto esaurire, in gran parte dei Paesi industrializzati, il periodo del boom economico del dopoguerra e hanno fatto capire che, in realtà, il sogno del welfare state si fondava su una base fragile, ovvero l'illusione che la crescita economica durasse per sempre (economia più forte = più tasse raccolte dallo Stato). La crisi della produzione industriale, seguita da una crisi dell'occupazione, ha dato vita ad un nuovo periodo di crisi economica generale. Ma in questa fase, l'approccio keynesiano alla solidarietà, basato su tasse e spesa pubblica non era più praticabile, perché le tasse sono proporzionali al reddito e ai profitti e, quindi, meno reddito e meno profitti producono meno tasse e, di conseguenza, ci sono meno soldi per garantire il *welfare*.

A questa crisi, per tutti gli anni '80, i governi dei Paesi ad alto *welfare* hanno reagito in due modi: Paesi come l'Italia si sono rifiutati di diminuire i livelli di *welfare* (scuola, sanità ecc.) e hanno chiesto in prestito (debito pubblico) i soldi necessari per continuare a garantire tutti i diritti stabiliti per la popolazione. Questo stratagemma del chiedere prestiti ha funzionato per un po', ma ben presto i debiti accumulati hanno iniziato a pesare e, oggi, ad esempio, in Italia dobbiamo rinunciare a migliorare il nostro *welfare* per ripagare i debiti pregressi³. Altri Paesi come il Regno Unito e gli Stati Uniti⁴, invece, hanno reagito alla crisi ridimensionando drasticamente la spesa pubblica e quindi il *welfare*, diminuendo la copertura pubblica dell'assistenza sanitaria, i sussidi di disoccupazione, riducendo il numero di dipendenti pubblici e privatizzando tanti settori dell'economia. Questo ha portato, dopo 10 anni, a rendere più sostenibile la spesa pubblica in questi Paesi, ma al prezzo -pagato invece fin da subito- di una riduzione del *welfare* e dell'occupazione.

Per motivi diversi, quindi, sia l'approccio liberista sia quello interventista e welfarista hanno alla fine mostrato dei limiti e non sono riusciti a realizzare il sogno di economie ricche, solidali e basate sull'equità distributiva. Ma quindi, se il mercato da solo non funziona e neanche lo Stato può realizzare da solo il "miracolo", è giusto concludere che un certo livello di ingiustizia economica, di povertà e di disuguaglianze sia inevitabile e tutto sommato fisiologico?

A questa domanda si può rispondere in due modi:

³ A titolo di esempio, il Rapporto OASI 2022 ha messo in luce che alla sanità pubblica mancano in Italia tra i 40 e 50 miliardi all'anno per tenere il passo con Francia e Germania. Questi soldi li avremmo anche, ma dobbiamo usarli per ripagare i debiti fatti in passato, soprattutto negli anni '80 del secolo scorso. Infatti, la spesa per interessi sul debito pubblico italiano ammontano a circa 60 miliardi all'anno.

⁴ Soprattutto nel periodo dei governi di Margaret Thatcher nel Regno Unito e di Ronald Reagan negli Stati Uniti.



1. Il primo modo consiste nell'ammettere che, in effetti, è impossibile pensare che le disuguaglianze siano eliminabili e che in fondo dobbiamo accettare che vi siano persone più ricche di altre o Paesi più ricchi di altri, perché è sempre stato così. Questo modo di rispondere è tecnicamente corretto, in quanto si basa su un dato di fatto storicamente sempre esistito. Ma è anche un modo fatalista di accettare lo *status quo*, un modo che giustifica l'accettabilità di un fatto (es. le disuguaglianze) *solo* perché quel fatto è sempre esistito ed è vero anche oggi e perché né le singole persone né i singoli Paesi possono, da soli, far cambiare questa situazione.
2. Il secondo modo offre una visione opposta che, soprattutto a partire dagli anni '70 del XX secolo, si è sempre più diffusa. Secondo questa visione opposta, il fatto che l'economia generi disuguaglianze è vero ma non impossibile da affrontare.

E come si affronta? La storia degli ultimi 50 anni mostra diversi esempi di come il pensiero economico, l'azione economica e la maggior consapevolezza dell'importanza delle singole scelte individuali possano contribuire a promuovere i valori di equità e giustizia nella ripartizione della ricchezza non solo correggendo i difetti *apparentemente* insanabili dei sistemi economici, ma anche -e questa forse è l'innovazione più interessante e moderna- rendendo l'equità e la giustizia (e altri principi positivi) elementi necessari e desiderabili del successo imprenditoriale. Per illustrare meglio queste nuove tendenze, struttureremo la discussione che segue focalizzandoci su tre temi centrali:

- i) l'inclusione di valori morali ed etici all'interno del pensiero economico (modifica della teoria);
- ii) il rimedio alle conseguenze negative delle economie di mercato tramite il terzo settore del non-profit e delle imprese sociali ("terzo" rispetto a mercato e Stato) e la diffusione della *sharing economy*;
- iii) l'importanza delle scelte individuali e collettive nel far sì che i valori morali ed etici positivi siano *necessari* per raggiungere il successo economico e quindi, per un imprenditore non siano un costo o una "seccatura" ma una componente desiderabile del profitto stesso.

1) l'inclusione di valori morali ed etici all'interno del pensiero economico

Spesso il primo passo di un cambiamento è costituito da contributi teorici in grado di mettere in crisi la visione che fino a quel momento era dominante. Così è avvenuto anche nell'economia. Limitandoci solo agli ultimi 50 anni⁵, sempre più spesso gli economisti hanno cercato di ridefinire gli obiettivi dell'economia e degli imprenditori, andando oltre al concetto monodimensionale di profitto (monodimensionale in quanto basato sull'unica dimensione della quantità di denaro). Questo significava ridefinire anche i concetti di ricchezza, povertà e benessere. Amartya Sen, economista indiano nato nel 1933, ad esempio, è stato tra i primi a proporre una visione della ricchezza non basata solo sulla quantità di denaro posseduta. Infatti, essere "ricchi" non significa banalmente avere molto

⁵ Contributi teorici sull'economia che richiamassero la necessità di non limitarsi alla ricerca del massimo profitto sono sempre esistiti, da Marx nel XIX secolo a Keynes nel XX, ma in questa fase della discussione ci focalizziamo sui contributi più moderni e in linea con la contemporaneità delle condizioni economiche e sociali. In particolare, più che sui contributi critici ci soffermiamo su quelli che propongono visioni alternative e illuminanti, in grado di tracciare una strada che poi possa essere messa concretamente in pratica.



denaro o altri beni materiali, ma anche avere una buona qualità di vita. E le due cose non sono necessariamente coincidenti.

Proprio da questo punto ha preso vita un pensiero secondo cui misurare il benessere di un Paese attraverso il suo reddito (detto anche prodotto interno lordo o, abbreviato, PIL) è sbagliato, perché la misura del PIL è in grado di cogliere solo la dimensione della quantità di denaro prodotta e non di tante altre dimensioni che impattano sulla qualità della vita: ad esempio, non è detto che un paese con un PIL molto alto abbia anche un buon sistema sanitario, o un buon sistema scolastico. È quindi possibile che un Paese più ricco in termini di PIL generi meno benessere per i suoi abitanti rispetto ad un altro che, pur mostrando un reddito più basso, garantisce livelli di servizio (e quindi di benessere) superiori. Fa riflettere che, ad esempio, gli Stati Uniti nel 2021 avessero un PIL più alto del 47% rispetto all'Italia⁶ ma un'aspettativa di vita alla nascita di soli 76,1 anni contro gli 82,4 anni dell'Italia⁷ (quindi più bassa del 7,6%). Se noi dovessimo definire il livello di benessere *solo* sulla base della quantità di denaro prodotta, dovremmo dire che gli Stati Uniti sono più "ricchi" dell'Italia, ma se definiamo il benessere *anche* in base alla qualità di vita, dovremmo riconoscere che in Italia si vive di più, ad esempio grazie all'accesso ai servizi sanitari garantito e in larga parte gratuito. Ma alla sanità potremmo aggiungere l'istruzione, l'accesso a fonti di nutrimento appropriate, la disponibilità di acqua potabile, la sicurezza ecc. Quell'insieme di servizi che avevamo definito poco fa *welfare* è quindi essenziale nella definizione di benessere.

Come avevamo già notato, il *welfare* può essere considerato una sorta di esercizio di solidarietà collettiva e quindi esso aumenta il benessere perché riduce le disuguaglianze e rende la società più "giusta" attraverso un più equo accesso ai servizi essenziali. Ora, grazie anche al contributo di Sen, possiamo aggiungere un tassello importante alla riflessione: gli individui della società non sono necessariamente mossi soltanto dall'interesse egoistico. Contrariamente all'assunto di Adam Smith, Sen sostiene che la realizzazione di valori morali, incluso l'altruismo, fa parte delle motivazioni con cui le persone agiscono. È quindi razionale, in tal senso, che si possa voler rinunciare volontariamente e con soddisfazione a parte del proprio reddito o profitto per realizzare un'azione di altruismo. Questo tassello è fondamentale perché permette di separare l'economia dal pregiudizio dell'egoismo: quindi, anche in economia, è normale -e non accidentale- che le persone e le imprese puntino sì al profitto *ma non solo e non ad ogni costo*. Ci sono dei valori morali che ci spingono a considerare come *ingiusta* una distribuzione troppo disuguale della ricchezza, dei valori che motivano gli abitanti di una nazione a voler mettere in comune parte del loro reddito per dare vita al *welfare*, dei valori che possono spingere le persone e le imprese a volersi privare direttamente di parte del loro reddito per aiutare qualcun altro.

Il problema di fondo, però, è che l'inclusione di valori morali nell'azione economica, sebbene per alcuni possa essere fonte di soddisfazione o rappresentare un dovere irrinunciabile, non è automatica nella maggior parte dei casi. Più volte è stato fatto notare come il sistema economico attuale porti più facilmente "le persone ad essere al servizio dei mercati che i mercati ad essere al servizio delle

⁶ Dato elaborato dal Fondo Monetario Internazionale. Si riferisce al PIL pro-capite (ovvero il PIL totale diviso il numero degli abitanti di un paese). In questo particolare calcolo si è applicata la parità dei poteri d'acquisto, ovvero sono stati equiparati i livelli dei prezzi dei due paesi per rendere il dato confrontabile. In questo modo risulta che il PIL pro-capite USA è pari a 75.200 dollari contro i 51.600 dell'Italia.

⁷ Fonte OCSE.



persone". Con queste parole, Joseph Stiglitz, premio Nobel per l'economia interveniva al workshop sull'economia solidale organizzato in Vaticano dalla Pontificia Accademia delle Scienze Sociali organizzato nel 2020. La riflessione di Stiglitz sottolinea come l'azione economica spesso non sia razionalmente ispirata al concetto ampio e multidimensionale di benessere che aveva proposto Sen, ma sia "deviata" verso la soddisfazione di brame personali di breve termine che focalizzano l'individuo e le imprese verso la ricerca del denaro più che del benessere. Stiglitz propone di introdurre regole più stringenti per evitare che la brama di denaro "tutto e subito" diventi dominante a spese dei più deboli. Sicuramente la regolazione dei mercati è un importante contributo. Oltre ad essa, però, è fondamentale che i singoli individui e le imprese cerchino in prima persona di mettere in pratica i valori positivi nell'azione economica, finché, gradualmente, si diffondano in modo tanto esteso che non si possa più evitare di praticarli se si vuole avere successo nell'economia. Ma come si traduce in pratica tutto ciò? La strada che porta questa importante evoluzione della teoria economica a diventare una realtà concreta poggia su due pilastri: rimediare alle conseguenze negative dell'economia di mercato e la presa di coscienza dell'importanza delle scelte individuali che conduce alla correzione dei difetti delle economie di mercato per mezzo di un cambiamento dei valori di fondo dell'azione economica.

2) *Il rimedio alle conseguenze negative delle economie di mercato*

L'idea che il libero mercato da solo non basti a generare un benessere diffuso era già chiara agli stessi sostenitori del liberismo (che però vedevano l'iniquità nella distribuzione della ricchezza come una conseguenza accettabile moralmente ma soprattutto accettata con piacere da tutti). L'interventismo proposto da Keynes, alla base dei moderni sistemi di *welfare*, si reggeva invece su uno sforzo di solidarietà collettiva che, dopo le crisi economiche degli anni '70 del XX secolo, ha mostrato evidenti limiti di sostenibilità. La visione di Sen aggiunge l'importante considerazione secondo cui l'essere umano non è necessariamente egoista e che può trovare interessante agire secondo umanità anche in economia. Stiglitz sottolinea che, tuttavia, insieme al desiderio di agire umanamente e desiderare una società equa e giusta, la cui pratica richiede uno sforzo, esistono anche pulsioni -queste automatiche- verso la bramosia orientata all'arricchimento personale che possono deviare tali desideri, facendo agire le persone in modo avido ed egoista. Poiché le pulsioni negative sono automatiche e quelle orientate all'umanità non lo sono, è molto probabile che i sistemi economici prendano una deriva avida e predatoria, a meno che non siano poste regole stringenti (proposta di Stiglitz) oppure che si favorisca la scelta volontaria di contrastare le spinte egoistiche automatiche, stimolando la volontà di applicare principi di umanità nell'economia. Il primo modo di farlo è quello di trovare dei rimedi alle derive più negative delle economie di mercato. Trovare dei rimedi significa intervenire direttamente nelle situazioni svantaggiate, fornendo un ristoro oppure risolvendole completamente, ma senza alterare in modo sostanziale il sistema economico che le ha generate. Ne daremo tre esempi, ordinandoli dal più semplice al più evoluto, pur avendo tutti la stessa importanza.

- i) Il primo esempio a livello individuale è il volontariato e, in modo più strutturato, la diffusione di organizzazioni senza scopo di lucro (non-profit) che forniscono servizi di vario tipo. Il volontariato e le organizzazioni non-profit si basano sulla decisione di alcune persone di *fare qualcosa che* i) sia alla propria portata, ii) che non sia già accessibile né dal mercato (ad esempio perché non tutti possono permetterselo) né dallo Stato e iii) che possa



essere utile a qualcuno, ad esempio alleviandone la sofferenza, migliorandone le condizioni di vita, fornendo opportunità che altrimenti non avrebbe (es. studiare). Ovviamente, non tutte le conseguenze a cui si vuole porre rimedio sono generate dalle derive negative dell'economia⁸, ma sicuramente una buona parte dell'azione di volontariato e non-profit ha delle radici nelle disuguaglianze economiche e sociali. Il progressivo diffondersi di messaggi di sensibilizzazione verso la solidarietà, soprattutto dopo le due guerre mondiali, ha stimolato la volontà di tante persone di impegnarsi nell'aiuto al prossimo. Alcune di queste persone si sono aggregate dando vita a vere e proprie organizzazioni. Dagli anni '90 del secolo scorso (in alcuni casi anche prima) queste organizzazioni sono state riconosciute ufficialmente da molti Stati. Pian piano è risultato evidente che il volontariato e le organizzazioni non-profit costituiscono ormai un vero e proprio "terzo settore", che si affianca allo Stato e al mercato e che contribuisce in modo decisivo nella realizzazione del benessere sociale. In Italia, con l'approvazione del Codice del Terzo Settore del 2017⁹ si riconoscono cinque tipologie di organizzazioni non-profit¹⁰:

- organizzazioni non governative (ONG);
- organizzazioni di volontariato (ODV);
- cooperative sociali;
- fondazioni ex bancarie;
- associazioni di promozione sociale.

Il terzo settore, quindi, è prevalentemente basato sull'idea di impegnarsi per aiutare. Una caratteristica che accomuna il volontariato e le organizzazioni non-profit (o buona parte di esse) è quella di agire per "dovere umano" e per questo rinunciando a qualunque forma di profitto individuale o d'impresa. Questa è la grande forza morale del volontariato e, purtroppo, in parte è anche il suo limite. Infatti, difficilmente si può impegnare l'intera propria esistenza al volontariato (i casi ci sono ma sono rari e non facilmente imitabili) e tipicamente la maggior parte delle persone si dedica a queste attività nel tempo libero. Molti donano del denaro, ma questo vuol dire che devono averne guadagnato a sufficienza e aver già provveduto ai propri bisogni e a quelli della propria famiglia. Allo stesso modo, le organizzazioni non-profit devono ricevere finanziamenti e donazioni: le donazioni, anche in questo caso, presuppongono che una persona abbia già abbastanza per sé da poter donare il *surplus* e i finanziamenti a volte arrivano dallo Stato o (in Europa) dalla Commissione Europea ma quindi sono soldi pubblici e quindi fanno parte anch'essi del concetto di *welfare*. Di conseguenza, paradossalmente, anche il terzo settore è più esteso e attivo nei Paesi dove l'economia di mercato e il *welfare* sono più forti, e questo nonostante una quota non secondaria dell'azione delle organizzazioni non-profit sia rivolta ai Paesi più in difficoltà. Quindi è vero che il terzo settore corregge i difetti delle

⁸ Ad esempio, la più grande organizzazione umanitaria del mondo il Movimento Internazionale della Croce Rossa e della Mezzaluna Rossa, nacque dall'osservazione del fondatore Henry Dunant delle condizioni terribili in cui versavano i feriti delle battaglie e della totale disorganizzazione dei soccorsi ad essi offerta dai rispettivi eserciti (in particolare tale osservazione si riferiva alla battaglia di Solferino e San Martino del 1859).

⁹ Decreto legislativo n. 117 del 3 luglio 2017.

¹⁰ Per approfondimenti: <https://italianonprofit.it/risorse/definizioni/enti-terzo-settore/>.



economie di mercato, ma è anche vero che senza economie di mercato forti il terzo settore non avrebbe risorse per funzionare.

- ii) Il secondo esempio dell'azione che pone rimedio alle conseguenze negative dell'economia di mercato è l'avvicinamento del mondo delle imprese di mercato a quello del terzo settore, avvenuto attraverso la diffusione di imprese cosiddette "sociali" e del micro-credito. L'Impresa Sociale, disciplinata esplicitamente dalla legge Italiana, è un ente privato che esercita in via stabile e principale un'attività d'impresa di interesse generale, senza scopo di lucro e per finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale¹¹. Le imprese sociali non svolgono compiti di per sé sconosciuti al mercato e allo Stato -in tal senso sono delle vere e proprie imprese- ma lo fanno con finalità e con metodi¹² che rispondono a bisogni specifici non sufficientemente coperti da Stato e mercato, e per questo rientrano nel "terzo settore". Per quanto riguarda le finalità, almeno il 70% delle attività deve essere riconosciuto come di "utilità sociale" (es. assistenza socio-sanitaria, formazione, ricerca, sostegno all'inserimento o reinserimento nel mercato del lavoro di persone svantaggiate, valorizzazione del patrimonio culturale, tutela dell'ambiente, ecc.). A ben vedere, molti di questi servizi sono offerti anche da imprese for profit e/o da istituzioni pubbliche, e per questa ragione le imprese sociali sono da considerare come un "ponte" tra i tre settori, un ponte in grado di coprire le aree altrimenti non raggiunte a sufficienza da essi. Ad oggi, le imprese sociali in Italia sono 16.557 e danno lavoro a 458.222 dipendenti¹³. Una funzione simile a quella delle imprese sociali, e spesso necessaria proprio a queste ultime, è svolta dal micro-credito, definibile come un "prestito di limitato importo con obbligo di restituzione, concesso in assenza di particolari garanzie a soggetti svantaggiati o in difficoltà economica, mirato al finanziamento di microimprese, alla creazione di occupazione (autoimpiego), al sostegno socio-assistenziale nonché agli studi, supportato da peculiari azioni di accoglienza, ascolto e accompagnamento"¹⁴. Infatti, gli istituti finanziari tradizionali spesso non possono¹⁵ erogare finanziamenti a persone o imprese che non sono in grado di prestare sufficienti garanzie e questo porta ad una lacuna di mercato. Tra i primi a notare questa lacuna e a dare una risposta concreta fu Muhammad Yunus, banchiere del Bangladesh nato nel 1940 e premio Nobel per la pace nel 2006. Yunus notò che molte persone svantaggiate, soprattutto poveri e donne, non avevano accesso ai prestiti delle banche ed erano costretti a vivere, spesso, grazie alla generosità altrui. Yunus si oppose alla visione per cui aiutare queste persone fosse possibile solo attraverso la carità. Nel libro "Il banchiere dei poveri" Yunus afferma "Quando vogliamo aiutare i poveri, di solito offriamo loro dei soldi. Nella maggior parte dei casi, scegliamo la carità per evitare di

¹¹ Per approfondimenti: <https://italianonprofit.it/risorse/definizioni/imprese-sociali/>.

¹² Con riferimento ai metodi, le imprese sociali devono per legge coinvolgere lavoratori svantaggiati o disabili in misura non inferiore al 30% degli impiegati complessivi.

¹³ <https://www.esg360.it/esg-world/impresa-sociale-cosa-e-come-funziona-come-farla-normative/>

¹⁴ Decreto legge 169 del 2012.

¹⁵ La scelta di dire "non possono" anziché "non vogliono" è legata al fatto che soprattutto le banche devono per legge mantenere degli equilibri molto stringenti di solidità dei crediti che erogano e possono erogare prestiti "rischiosi" (a persone o società che non presentano molte garanzie) solo in misura molto limitata.



riconoscere il problema e cercare di trovare una soluzione. Fare la carità, diventa un metodo per scrollarsi di dosso la responsabilità di queste persone. La carità non è una soluzione alla povertà”. Da questo principio, Yunus arrivò, nel 1983 a fondare la Grameen Bank, la prima banca al mondo a fornire piccoli prestiti senza garanzie e dando alle persone e alle piccole imprese svantaggiate i mezzi per poter realizzare i propri progetti, adottando un metodo per cui gli interessi bassi favorivano il ripagamento dei debiti (circa il 97% dei prestiti iniziali è stato restituito). L’idea del micro-credito si è diffusa rapidamente anche in altri paesi e anche in Italia ha avuto seguito, tanto da stimolare la creazione da parte del governo di un Comitato Permanente nel 2006, trasformato in Ente Nazionale per il microcredito nel 2011. Dal 2015 al 2022 in Italia ci sono state circa 17.000 operazioni di microcredito, per un totale di 431 milioni di euro erogati e generando mediamente 2,43 nuovi posti di lavoro per ogni finanziamento erogato. Anche le imprese sociali e il micro-credito non hanno l’obiettivo di rivoluzionare dall’interno le economie di mercato ma si affiancano ad esse per rimediare all’esclusione di alcune parti della popolazione dal raggiungimento del benessere.

- iii) Il terzo esempio è costituito dall’economia tra pari (*peer-to-peer economy*) anche nota come economia della condivisione (*sharing economy*). Grazie alle tecnologie connettive di internet e successivamente dei social network, le persone sono state messe in connessione tra loro tramite “piattaforme” (luoghi di incontro virtuale). Inizialmente queste piattaforme sono state usate soprattutto come per connettersi con vecchi amici, per condividere immagini della propria vita o per esprimere le proprie opinioni e intervenire in dibattiti di varia natura (funzioni tuttora molto attive). Gradualmente, oltre a queste funzioni più immediate, si è compreso che queste piattaforme sono ideali anche per mettere in connessione bisogni e risposte ai bisogni in modo alternativo rispetto a quanto presentato nel primo paragrafo (cioè consumatori che comprano e imprenditori che vendono). Potendo rendere un post immediatamente visibile a moltissime persone, se in quel post una persona dice “ho bisogno di una bicicletta” è molto probabile che almeno una persona, nello stesso momento, abbia proprio una bicicletta che non usa e di cui ha bisogno di disfarsi per avere più spazio, e vedendo quel post, trovi il modo di disfarsene. Oppure, se una persona scrive “mi si è rotto un rubinetto” è molto probabile che trovi almeno una persona nel suo network che sappia fare qualche lavoro di idraulica e che abbia un po’ di tempo libero per aiutarla. Nascono, così, piattaforme e app dedicate proprio a scambi (non per forza gratuiti ma comunque a prezzi molto contenuti rispetto all’acquisto di un prodotto o di un servizio dal mercato tradizionale oppure basate sull’idea del baratto -ti riparo il rubinetto e tu mi fai una torta per il compleanno di mio fratello-). L’idea di fondo è che quasi tutte le cose che possediamo (incluso il nostro tempo libero) sono inutilizzate per una parte del tempo o non utilizzate al massimo della loro capacità e quindi potremmo metterle a disposizione, anche dietro pagamento, di qualcun altro che ne ha bisogno proprio quando non le usiamo noi. Pensiamo ad un’automobile: mediamente un’auto ha cinque posti, ma la maggior parte degli spostamenti quotidiani viene fatta con uno o due passeggeri a bordo. Inoltre, per molte ore, se una persona studia o lavora in un ufficio, l’auto è ferma e non utilizzata. Quindi, ci troviamo con città piene di auto mezze vuote e che per buona parte del tempo



sono ferme. Da questa considerazione sono nati servizi come la condivisione di auto di proprietà (es. “Blablacar” e più tardi “Uber”) dove una persona può prenotare a prezzi modici un posto nell’auto di qualcuno che fa un viaggio e che avrebbe un posto in più, o, in città avere un servizio simile a quello dei taxi ma gestito da persone non professioniste o da piccole società che danno agli utenti più possibilità di scelta e in alcuni casi costano anche meno¹⁶. Successivamente, sono apparsi servizi di vero e proprio car-sharing, dove le auto sono di proprietà di una società (provider) che le mette a disposizione di tutti dietro pagamento di una tariffa al minuto: l’obiettivo è che le auto siano quasi sempre in circolazione servendo più persone nella stessa giornata e, quindi, in totale ci siano meno macchine in circolazione. Questo approccio è molto importante nel ridurre, ad esempio, l’eccesso di auto nelle città perché un cittadino utente di car sharing può utilizzare una macchina in ogni momento senza necessariamente comprarla e, quando questa macchina non gli serve, sarà utilizzata da un’altra persona (già così una sola macchina soddisfa il bisogno che prima era soddisfatto da due auto diverse). Questi sono esempi di *sharing economy*, dove la condivisione permette di sfruttare al massimo ciò che già si possiede come comunità, combattendo la ridondanza degli acquisti e lo spreco di risorse. La *sharing economy* è uno dei migliori esempi di quella che viene definita “economia circolare”, un’economia che evita gli sprechi e massimizza l’uso delle risorse già in circolo, evitando di sfruttare ulteriormente le risorse naturali del pianeta. Per concludere questo esempio, è utile riprendere le parole di Jeremy Rifkin, economista e sociologo statunitense nato nel 1945, “Dobbiamo imparare a comportarci come si adopera la natura; lì c’è già tutto. Sapete cosa fanno le cellule per rafforzarsi e moltiplicarsi? Espellono continuamente scorie, parti inutilizzate senza gettarle via. Con altrettanta sistematicità vanno a vedere nella “spazzatura” se c’è qualcosa che possono recuperare e rivalorizzare. Questo è un esempio basico di economia circolare”.

3) *l’importanza delle scelte individuali e il cambiamento dei valori essenziali*

Gli esempi che abbiamo visto finora sono tutti orientati ad affiancare un terzo settore al mercato e allo Stato. Il terzo settore è fondamentale perché dà la possibilità a tutti, e in tempi molto brevi, di poter essere utili da una parte o, dall’altra parte, di trovare aiuto. Senza il volontariato, le organizzazioni non-profit, le imprese sociali, il micro-credito e senza la *sharing economy*, oggi il livello di benessere sarebbe molto più basso e molto più iniquo. Sarebbe, però, riduttivo pensare che l’unico modo per contrastare i difetti dell’economia di mercato e i limiti dell’intervento statale sia quello di mitigarne ex-post le conseguenze. Come affermava Adriano Olivetti, imprenditore industriale italiano vissuto nel XX secolo, “Chi opera secondo giustizia opera bene e apre la strada al progresso. Chi opera secondo carità segue l’impulso del cuore e fa altrettanto bene, ma non elimina le cause del male che trovano luogo nell’umana ingiustizia”.

¹⁶ Questa idea di avere servizi in condivisione non è piaciuta ad esempio ai professionisti del settore (es. tassisti) perché vi vedono una banalizzazione del proprio lavoro e una concorrenza sleale (il tassista deve ottenere una licenza comunale, piuttosto costosa, per esercitare il proprio mestiere, mentre questa non serve se si mette un’auto in condivisione).



Da qualche tempo, infatti, è aumentata la consapevolezza che i difetti delle economie di mercato possano, almeno in parte, essere corretti dall'interno. Cosa significa correggere dall'interno? Significa orientare le economie di mercato ad integrare dei valori morali ed etici all'interno del loro meccanismo di funzionamento, in modo che qualunque impresa voglia raggiungere il successo non possa farlo senza applicare e promuovere pratiche ed obiettivi coerenti con la vera umanità. Questo significa che valori e principi come il rispetto dei lavoratori, la parità di genere, la non discriminazione verso etnie, religioni e disabilità, il supporto alla maternità e alla paternità, l'equità nella distribuzione della ricchezza, la repulsione di pratiche scorrette come la corruzione, il raggiungimento di un giusto ma non eccessivo profitto, il rispetto dell'ambiente ecc. devono essere necessariamente perseguiti dagli imprenditori se vogliono avere successo.

Ma come è possibile motivare le imprese in tal senso se l'applicazione di tutti questi principi è costosa (ad esempio, non rispettare i diritti dei lavoratori permetterebbe di avere profitti più alti nel breve termine)? Ci sono tre modalità: l'obbligo, l'auto-iniziativa individuale o organizzata e la pressione dal lato della domanda.

- i) L'obbligo, attraverso leggi e regolamenti, è efficace per iniziare il cambiamento in alcuni ambiti, ma non sempre è idoneo per motivare davvero al cambiamento e, a volte, può generare opposizione da parte di imprese e governi. Un utile esempio può essere il Protocollo di Kyoto, un documento definito nel 1997 che impegna tutte le nazioni a ridurre le emissioni di gas serra: gli obblighi previsti in questo documento, fondamentali per la tutela del pianeta contro l'eccessivo inquinamento, non sono stati accolti con favore da molte imprese. In alcuni casi, si sono adeguate con riluttanza, mentre in altri casi hanno proprio impedito al governo di ratificare il protocollo e di adottarlo ufficialmente (è il caso degli Stati Uniti). L'obbligo, quindi, non è sempre la strada migliore. Ma a volte può essere un mezzo efficace per far diffondere velocemente delle buone pratiche etiche. In tal senso, è interessante notare, ad esempio, che il nuovo codice degli appalti italiano prevede l'obbligo per le imprese che vogliono vendere beni o servizi alle istituzioni pubbliche di rispettare alcune norme tra cui una, ad esempio, una quota di lavoratori dipendenti con disabilità e promuovere la parità di genere. In questo modo, chi non si adegua a queste richieste semplicemente non può vendere nulla alle istituzioni pubbliche.
- ii) La seconda modalità è l'auto-iniziativa. Alcuni imprenditori illuminati hanno voluto applicare in prima persona il concetto secondo cui la vera soddisfazione di un capitano d'industria non coincide con il fare più profitti possibili, ma con il "produrre valore" anche per i lavoratori, il territorio e l'intera società. Citando ancora Adriano Olivetti, "La fabbrica non può guardare solo all'indice dei profitti. Deve distribuire ricchezza, cultura, servizi, democrazia. Io penso la fabbrica per l'uomo, non l'uomo per la fabbrica, giusto? Occorre superare le divisioni fra capitale e lavoro, industria e agricoltura, produzione e cultura. A volte, quando lavoro fino a tardi vedo le luci degli operai che fanno il doppio turno, degli impiegati, degli ingegneri, e mi viene voglia di andare a porgere un saluto pieno di riconoscenza.". L'esempio di queste persone illuminate risulta attraente e d'ispirazione per altri imprenditori. Un'altra strada che porta all'auto-iniziativa è quella per cui gruppi di imprese simili tra loro (es. case farmaceutiche) decidono di dotarsi, come gruppo, di un



codice di valori. Questo codice etico definisce i confini dell'azione di queste imprese ad esempio nel rispetto dell'ambiente, dei lavoratori o dei propri clienti. Un caso interessante è quello del codice deontologico di Farindustria¹⁷, un'associazione che riunisce le imprese farmaceutiche italiane: in questo codice vengono decisi, volontariamente e senza obbligo di legge, i principi di relazione tra imprese farmaceutiche e mondo scientifico e sanitario. Quindi, questo codice prevede ad esempio che alcune azioni come organizzare congressi medici in alberghi di alta categoria, sebbene non esplicitamente contrarie alla legge (e quindi non siano da considerare veri e propri atti di corruzione), siano da evitare perché potrebbero comunque sembrare un modo per rendere i medici più favorevoli a prescrivere i farmaci dell'impresa che sponsorizza il congresso. In molte imprese di ogni settore oggi è presente una funzione che si occupa di tutte le auto-iniziativa a favore di una migliore vita dei lavoratori e di un migliore impatto sociale e ambientale dell'impresa: l'insieme di queste iniziative prende il nome di "responsabilità sociale d'impresa" (*corporate social responsibility*) e rappresenta l'ambito riguardante le implicazioni di natura etica all'interno della visione strategica d'impresa. È una manifestazione della volontà delle grandi, piccole e medie imprese di gestire efficacemente le problematiche d'impatto sociale ed etico al loro interno e nelle zone di attività. L'auto-iniziativa è più efficace dell'obbligo perché nasce da un'azione volontaria. Ma è anche più efficace perché nel tempo seguire i principi della responsabilità sociale d'impresa sta diventando così importante che, se un'impresa decide di non farlo, subisce un danno d'immagine. Infatti, pur non ledendo necessariamente un diritto legale, appare verso la società come un'impresa - a seconda dei casi- sfruttatrice, approfittatrice, ingannatrice, inquinatrice, sleale ecc. A rendere più evidente questa valutazione, diversi centri di ricerca svolgono periodiche valutazioni del livello di raggiungimento degli obiettivi della responsabilità sociale d'impresa. Uno fra tutti è l'Osservatorio Socialis, che periodicamente pubblica un rapporto sullo sviluppo di queste attività tra le imprese¹⁸. Le imprese che non si allineano agli standard etici, rischiano di essere "punite" dal mercato e quindi, se un'impresa oggi vuole avere successo e fare profitti, ha sempre più bisogno di adottare pratiche ispirate all'etica e alla giustizia sociale.

- iii) La riflessione appena elaborata ci spinge naturalmente ad esaminare la terza modalità con cui si può attuare il cambiamento dall'interno delle economie di mercato, ovvero l'importanza della pressione dal lato della domanda (cioè dei potenziali clienti che possono comprare i beni o servizi prodotti da un'impresa). Qual è argomento definitivo che può spingere anche il più resistente degli imprenditori ad adottare un cambiamento? Senza dubbio il rischio di perdere clienti e chiudere. E se i clienti "punissero" gli imprenditori non etici, ad esempio non comprando più i loro prodotti, pian piano tutti gli imprenditori dovrebbero accettare di adottare pratiche etiche. Ma questo è uno scenario possibile oppure è solo un'utopia? Da un lato dobbiamo riconoscere che il mondo attuale ancora non ha assorbito

¹⁷ <https://www.farindustria.it/app/uploads/2018/06/2022-APRILE-5.pdf>

¹⁸ https://issuu.com/osservatoriosocialis8/docs/os-d-csr-2022_def_web



completamente un cambiamento di questo tipo, ma ci sono molti segnali che questo cambiamento sia comunque in corso. A titolo esemplificativo, riportiamo due di questi segnali. Il primo proviene da uno studio australiano che ha mostrato come il 75% dei risparmiatori sia disposto a cambiare banca se scoprisse che la propria banca attuale adotta delle pratiche non in linea con i propri valori etici e morali. Il secondo segnale proviene da un esperimento condotto nel 2009 da due ricercatori americani, Remi Trudel e June Cotte. I ricercatori si sono posti la domanda: “quanto un consumatore è disposto a pagare di più un prodotto di un’impresa che si impegna nell’applicazione di principi etici rispetto al prodotto di un’azienda che non si impegna in tal senso?”. Per rispondere alla domanda hanno condotto un esperimento sociale coinvolgendo alcuni partecipanti adulti consumatori abituali di caffè e chiedendo loro il prezzo che riterrebbero ragionevole per l’acquisto di una confezione di caffè (si poteva scegliere il prezzo tra un minimo di 5 dollari a un massimo di 15 dollari per confezione). I partecipanti sono stati divisi in modo casuale in tre gruppi: al primo gruppo, il gruppo “prodotto neutro”, è stata mostrata una confezione di caffè che riportava tutte le caratteristiche del prodotto; al secondo gruppo, il gruppo “prodotto dell’impresa etica”, è stata mostrata una confezione identica a quella del primo gruppo, ma che in più riportava anche l’informazione su tutte le pratiche etiche che il produttore si impegnavano ad applicare nei confronti dei contadini, dei grossisti, dei lavoratori e dell’ambiente; infine, al terzo gruppo, il gruppo “prodotto dell’impresa non etica” è stata mostrata sempre la stessa confezione dove oltre alla descrizione del prodotto figurava una frase che riportava che il produttore era stato criticato in passato per aver adottato pratiche scorrette nei confronti dei fornitori e per aver impiegato lavoro minorile. Ai partecipanti è stato chiesto anche di dichiarare quanto considerassero importante, in generale, che le imprese siano etiche e rispettose dei diritti di lavoratori, fornitori, clienti e ambiente. Quello che è emerso è estremamente interessante: infatti, tutti i consumatori si sono dichiarati disposti a pagare un prezzo superiore per un prodotto di un’impresa etica, e a “punire” con un prezzo più basso un prodotto di un’impresa non etica. Rispetto al prodotto neutro (gruppo 1), i partecipanti che avevano visualizzato il prodotto dell’impresa etica erano disposti a pagare 1,4\$ in più, mentre i partecipanti che avevano visualizzato il prodotto dell’impresa non etica pretendevano un prezzo di 2,4\$ in meno. Il divario totale tra i prezzi è tale che i consumatori siano disposti a pagare un sovrapprezzo di ben 3,8\$ (il 66% in più) per un prodotto di un’impresa etica rispetto a quello di un’impresa non etica. Il divario è anche più grande per i consumatori particolarmente attenti, in generale, all’etica.

I risultati di questo esperimento ci portano a riflettere su due elementi conclusivi, che possono aiutarci ad orientare la nostra azione futura come attori economici, sia nella veste di consumatori sia in quella di imprenditori potenziali.

- La prima riflessione riguarda proprio la posizione etica degli imprenditori (ma anche dei lavoratori dipendenti e dei manager) del futuro: le aspettative della società sono sempre più alte nei confronti dell’eticità e del rispetto dei diritti da parte delle imprese, e questo implica che la “punizione” per chi si segnala come “non etico” sarà sempre più rilevante.



Al giorno d'oggi è sempre più difficile nascondere un agire contrario all'etica, ed è sempre più facile verificare se una eticità dichiarata sia reale o solo "a parole". Conviene, quindi, che chi voglia intraprendere la strada del lavoro nelle imprese, o addirittura lanciarsi nel diventare imprenditore, fin da subito si sensibilizzi all'etica e al rispetto dei diritti, oppure prima o poi verrà inevitabilmente "tagliato fuori" dal mercato.

- La seconda riflessione riguarda tutti noi come consumatori. Dobbiamo acquisire sempre di più la consapevolezza che le nostre scelte individuali, anche piccole, "contano" e hanno un impatto. Ogni volta che acquistiamo un prodotto o che influenziamo le scelte di acquisto di amici e familiari noi "premiamo" o "puniamo" degli imprenditori. Scegliere come consumare e sensibilizzare le persone che ci stanno intorno a scegliere in modo consapevole è fondamentale perché il cambiamento che abbiamo discusso in quest'ultimo paragrafo prosegua. Questo significa che se non ci poniamo il problema di scegliere di consumare prodotti in imprese etiche, implicitamente stiamo avallando e rinforzando lo *status quo*. Se invece vogliamo avere un impatto, anche solo con le nostre scelte individuali dobbiamo informarci: ad esempio, se stiamo per acquistare una bevanda che ci piace molto possiamo domandarci "l'impresa che produce questa bevanda come tratta i suoi dipendenti? Che impatto ha sull'ambiente? Come si posiziona nei confronti delle popolazioni più svantaggiate? È leale ed evita la corruzione?". Se la risposta a queste domande è negativa, possiamo non comprare quella bevanda e influenzare anche altre persone nella stessa direzione, e al contrario, possiamo cercare produttori etici di bevande che vogliamo "premiare". Sempre più imprese, proprio per questo, pubblicano il "bilancio sociale", un documento che contiene tutte queste informazioni. Scegliere prodotti di imprese che adottano pratiche etiche (*reali e non millantate*) e scegliere di non comprare prodotti di imprese che agiscono in modo predatorio e non etico (*dobbiamo averne la certezza*) dà forza al meccanismo per cui gli imprenditori, sempre di più, sceglieranno l'etica come strada necessaria e non come una "cosa in più". L'economia di mercato di per sé non è né etica né antietica ma sono le persone che vi agiscono a dare la misura dei principi che governano il mercato. Se in passato, e in parte anche oggi, esistono comportamenti predatori e antietici è anche perché i consumatori non li puniscono a sufficienza (ad esempio sappiamo che una tale impresa si comporta in modo non etico con i lavoratori ma siccome ci piacciono i suoi prodotti, li compriamo lo stesso). Siamo noi tutti a guidare il livello dell'etica nelle economie di mercato, e le nostre scelte hanno la potenzialità di guidare imprese e imprenditori verso un approccio più etico e solidaristico, meno orientato alla massimizzazione del profitto di breve termine e più interessato alla soddisfazione globale, costituita da un giusto profitto per l'imprenditore, un giusto compenso per i lavoratori e il rispetto dei loro diritti, nonché da un impatto positivo sull'ambiente, sul territorio e sull'intera società.