



Dipartimento di Scienze Politiche

Cattedra di Sociologia Economica

**L'imprenditorialità
tra capitalismo relazionale e clientelare**

Relatore:

Chiar.mo Prof. Simona Fallocco

Candidato:

Federica D'Ambrosio

067642

ANNO ACCADEMICO 2013/2014

INDICE

INTRODUZIONE	pag. 4
CAPITOLO PRIMO	pag. 6
LA TEORIA DELL'IMPRENDITORIALITA' e L'IMPRENDITORE	
1.1 L'imprenditore Schumpeteriano	pag. 9
1.2 Kirzner, leader della "rinascita austriaca"	pag. 14
1.3 Il soggetto del processo competitivo secondo Kirzner	pag. 16
1.4 Un paragone tra Schumpeter e Kirzner	pag. 24
CAPITOLO SECONDO	pag. 29
LE DIVERSE SFUMATURE DEL CAPITALISMO	
2.1 Capitalismo o economia di mercato	pag. 30
2.2 Capitalismo relazionale e capitalismo familistico	pag. 31
2.3 Il capitalismo "familistico"	pag. 33
2.4 Il capitalismo "clientelare"	pag. 36
2.5 Contro le regole della concorrenza e contro la legge	pag. 37
2.6 Clientelismo e raccomandazione	pag. 40
CAPITOLO TERZO	pag. 43
IL CAPITALISMO CLIENTELARE o CRONY CAPITALISM	
3.1 Il capitalismo clientelare ed i suoi protagonisti	pag. 44
3.2 La nuova forma di capitalismo clientelare	pag. 47
3.3 Il capitalismo clientelare tra Italia e Stati Uniti	pag. 49
3.4 La cultura della meritocrazia.. che non c'è	pag. 54
4.1 Il clientelismo è realmente un fenomeno prettamente italiano?	pag. 60

Intervista a un testimone privilegiato

pag. 62

CONCLUSIONI

pag. 67

*Ai miei genitori Giuseppe e Carla,
perché senza di loro non avrei raggiunto e non raggiungerei i miei piccoli traguardi.*

*A mia sorella Roberta,
che mi è sempre vicino e con il suo caratteraccio è sempre riuscita a spronarmi.*

*A Simone,
che non mi ha mai abbandonata nei momenti più bui.*

Introduzione

Negli ultimi decenni ci siamo trovati a dover affrontare una situazione assai traumatica per l'economia e per il sistema capitalista italiano e non solo. La fiducia nei confronti del libero mercato ha iniziato a suscitare qualche perplessità e l'intero sistema si è trovato in una situazione di grande difficoltà che ha lasciato spazio a comportamenti illeciti, giochi politici e corruzione. Il libero mercato sembra così conoscere una fase di declino che coincide con l'affermazione di un capitalismo per lo più clientelare che non premia sempre il merito e le competenze.

L'Italia, purtroppo, sembra rappresentare uno dei casi più eclatanti di questa deriva del capitalismo. Essa, infatti, è caratterizzata da una forte crisi fiduciaria nei confronti del capitalismo, quel sistema di mercato da sempre assicura ricchezza e benessere. Se dapprima il consenso si basava sulla convinzione che il sistema generasse benefici per la maggior parte delle persone, attualmente sembrerebbe che questi punti di forza del sistema capitalistico siano andati ad affievolirsi, che la fiducia e il sostegno da parte dei cittadini sia calato in corrispondenza della percezione che tale sistema non sia più in grado di assicurare tassi di crescita economica e di mobilità ascensionale adeguate alle aspettative della popolazione.

Peraltro, la sfiducia verso l'intero sistema capitalistico italiano viene alimentata continuamente da notizie di cronaca che testimoniano di una situazione in cui il malcostume, la corruzione e il clientelismo hanno messo radici nel nostro tessuto sociale tanto da essere vissuti come un male a cui doversi rassegnare, senza comprendere più di tanto che, lungi dall'affondare le proprie radici nell'economia e, nello specifico, nel libero mercato, queste sono conseguenze di una serie di condizioni che hanno a che fare piuttosto con la politica e con un certo modo di intendere la politica.

"Ci sono sempre due scelte nella vita: accettare le condizioni in cui viviamo o assumersi la responsabilità di cambiarle"

Denis Waitley

"Non dubitare mai che un piccolo gruppo di cittadini coscienti ed impegnati possa cambiare il mondo. In verità è l'unica cosa che è sempre accaduta"

Margaret Mead

1 °Capitolo

La teoria dell'imprenditorialità e l'imprenditore.

Premessa

*L'imprenditorialità è eterogenea,
creativa,
sfugge alle formalizzazioni,
rompe gli schemi,
innova e muta lo status quo*
Adriano Gianturco Gulisano ¹

L'imprenditore è il capo dell'impresa, titolare del diritto di svolgere l'attività economica per la produzione di beni e servizi per il mercato. Egli innova i metodi, i processi, i prodotti, creando opportunità di crescita economica e di sviluppo, coordina e controlla i fattori della produzione (lavoro salariato, capitale, tecnologia) non necessariamente di sua proprietà, e si assume i rischi inerenti l'esercizio di tali funzioni.

Nei manuali di teoria economica è definito imprenditore colui che combina i fattori produttivi al fine di perseguire il massimo profitto. Dunque, l'imprenditore cerca la soluzione produttiva ottimale o soddisfacente, servendosi del calcolo matematico ed opera secondo il principio della razionalità economica, espressa come identificazione dei mezzi maggiormente idonei a conseguire un fine, o nella massimizzazione dell'obiettivo ottenibile date certe risorse. Razionalità economica e calcolo matematico non bastano, però, a definire questa figura caratterizzata in particolar modo da creatività, intuito, innovazione e forte propensione al rischio.

L'imprenditore viene prevalentemente definito come un individuo con forte propensione al rischio e all'innovazione e risulta connesso a svariati concetti come quelli di capitalista (colui che si assume il rischio investendo nel mercato dei capitali),

¹A. Gianturco Gulisano, “*L'imprenditorialità di Israel Kirzner*”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2012, p.7.

di proprietario (colui che acquisisce diritti di disporre dei fattori della produzione), di datore di lavoro (colui che acquista lavoro salariato), di dirigente o manager (colui che coordina il processo produttivo, di borghese (colui che, in senso marxista, domina il processo produttivo).

Molti sono stati gli studiosi ad esaminare la figura dell'imprenditore con connotazioni differenti e con enfasi diversa sui vari aspetti. Cantillon² e Turgot³, per esempio, posero l'accento sull'elemento dell'accettazione del rischio e dell'incertezza insiti nell'attività economica. Successivamente la teoria economica non pose particolare attenzione al concetto di imprenditore (per esempio, Adam Smith che non distinse affatto le due figure di imprenditore e capitalista⁴) salvo alcune eccezioni che risalgono agli economisti classici pensatori dell'imprenditore come colui che coordina diversi fattori produttivi. Si pensi a Jean Baptiste Say⁵, che attribuì all'imprenditore un ruolo decisivo nell'attivazione e nello svolgimento dei processi economici, e a John Stuart Mill⁶, che separò la funzione imprenditoriale, remunerata dal profitto, da quella del capitalista, remunerata dall'interesse.

Dal '700 alla seconda metà del '900, la figura del produttore-imprenditore venne trascurata e il tema dell'imprenditorialità venne avvolto da un vero e proprio buio per

²R. Cantillon, banchiere ed economista irlandese del VIII secolo, è principalmente conosciuto per il suo *"Saggio sulla natura del commercio in generale"*, Einaudi Editore, 1955. L'opera è divisa in tre parti: organizzazione interna del sistema economico, moneta e circolazione della moneta interna, commercio internazionale e scambi. È in tale opera che Cantillon introdusse per la prima volta il termine *"entrepreneur"* con il quale voleva intendere un individuo privo di un reddito sicuro in grado di prendere decisioni, dirigere e con la caratteristica principale di assumere su di sé il rischio derivante dall'agire in situazioni di incertezza. Cantillon fu quindi il primo a sostenere che il processo di produzione della ricchezza origina dall'imprenditore.

³J. Turgot nel suo libro *"Formazione e distribuzione delle ricchezze"*, individua nella terra la vera fonte di ricchezza in quanto unico fattore di produzione in grado di generare valore aggiunto. Egli, insieme a N. Baudeau e F. Quesnay (economista francese e maggiore esponente della fisiocrazia, dottrina secondo la quale l'agricoltura è il solo settore che consente un aumento reale della ricchezza. Egli infatti pensava che la Francia avrebbe dovuto privilegiare l'agricoltura piuttosto che le attività manifatturiere), esalta il ruolo dell'imprenditore agricolo.

⁴A. Smith, *"La ricchezza delle nazioni"*, Torino, UTET Editore, 1776.

⁵J. B. Say, imprenditore di cotone, fu il principale economista classico francese divenuto famoso per la "legge di Say" o "legge degli sbocchi" e per le sue posizioni liberiste. Nella sua opera *"Traité d'économie politique"*, 1803. L'autore distingue l'imprenditore dal capitalista attribuendogli il compito di coordinatore dei fattori produttivi. Nella successiva opera *"Corso completo d'economia politica pratica"* parla di "imprenditori di industria" come principali agenti della produzione dotati di "straordinaria perseveranza".

⁶J. S. Mill, filosofo ed economista britannico, è il figlio del noto James Mill che lo istruì soprattutto in ambito utilitarista e liberalista. Nell'opera *"Principi di economia politica"* del 1848, identifica il profitto come ricompensa per il rischio assunto e remunerazione per il lavoro di direzione.

poi esser riscoperto e recuperato grazie alla Scuola Austriaca di Economia che vedeva l'imprenditore come colui che coordina e svolge funzioni di arbitraggio⁷. Proprio tale scuola ebbe dunque un ruolo assai importante nello studio dell'imprenditorialità e della sua figura principale grazie a uno dei suoi maggiori esponenti, Israel Kirzner, per quanto non possa essere assolutamente trascurato il ruolo di Joseph Schumpeter, non appartenente di fatto alla Scuola austriaca ma molto vicino, per certi versi, alle sue posizioni.

In particolare, Joseph Schumpeter diede una concettualizzazione dell'imprenditorialità ponendo al centro dei suoi studi la figura dell'imprenditore. Egli ha una visione dinamica dell'economia dovuta a questa figura imprenditoriale che innova, introduce nuovi prodotti, sfrutta le innovazioni tecnologiche e cambia le modalità organizzative della produzione. L'imprenditore riesce in tutto ciò grazie ai capitali che le banche mettono a sua disposizione e grazie alla produzione di un profitto che viene realizzato dall'innovazione. Tale figura è dunque creatrice di nuovi equilibri, animata da una "distruzione creatrice" (*creative destruction*)⁸.

Kirzner ha invece una visione molto più critica. L'imprenditore di Kirzner si muove all'interno del sistema di mercato notando e sfruttando le opportunità ancora non colte ed innescando un meccanismo tendente all'equilibrio. L'imprenditore è dunque il motore del sistema che rende possibile lo sfruttamento delle opportunità. La sua azione non è quella di innovare, come in Schumpeter, ma è quella di avere una "speciale perspicacia" nel notare le opportunità di profitto ancora non colte e sfruttate. Non si parla di "distruzione creatrice" ma di "*alertness*"⁹.

L'importanza di questi due autori è stata riconosciuta a livello internazionale da molti altri studiosi. Per esempio Baron ritiene che "spetta a Kirzner, dopo Schumpeter, il merito di aver riportato in primo piano la figura dell'imprenditore in quanto fulcro dell'attività economica"¹⁰. Swedberg, invece, sottolinea l'importanza delle questioni

⁷S. Torrìs, "*Imprenditorialità e distretti ad alta tecnologia. Teoria ed evidenza empirica*", Milano, Franco Angeli Editore, 2002.

⁸J. Schumpeter, "*Teoria dello sviluppo economico*", Firenze, Sansoni Editore, 1962.

⁹A. Gianturco Gulisano, "*L'imprenditorialità di Israel Kirzner*", Soveria Mannelli, Rubbettino Editore 2012, p.16.

¹⁰H. Baron e M. Passerella, "*Competition without equilibrium. The entrepreneurial discovery in Austrian economic theory*", University of Bergamo.

teoriche di Kirzner, unico autore austriaco tra i viventi ad essere accostato al più importante pensatore della tradizione austriaca: Ludwig von Mises¹¹.

1.1. L'imprenditore Schumpeteriano

Joseph Alois Schumpeter¹² è economista austriaco che nel corso della sua vita si dedica in particolar modo alla Sociologia Economica (che ritiene che i fenomeni economici siano influenzati dal contesto sociale ed istituzionale) e fa coincidere il concetto di “sviluppo” con quello di “innovazione” ritenendo che una società in sviluppo sia una società che si innova grazie all'imprenditore¹³. L'imprenditore è infatti per Schumpeter un soggetto innovatore che non deve necessariamente appartenere ad una elevata classe sociale poiché la capacità di innovare appartiene a qualsiasi classe.¹⁴

Nel libro “*Storia dell'analisi economica*” Schumpeter ritiene che la prima azione che lo studioso deve svolgere nello studio dell'attività economica, sia quella di individuare gli attori presenti nel processo economico. Giunge così ad una classificazione in 4 categorie:

- Proprietari fondiari
- Lavoratori
- Capitalisti
- Imprenditore

In tal modo Schumpeter adotta il metodo dell'individualismo metodologico concentrando la sua attenzione sull'azione umana, punto sul quale si rivelerà incoerente. Sappiamo infatti che per l'individualismo metodologico della Scuola Austriaca, l'uomo agisce poiché si trova in una situazione di disequilibrio. Ogni azione produce

¹¹R. Swedberg, “*Entrepreneurship: The Social Science View*”, Oxford University Press, 2010, p. 23.

¹²J. A. Schumpeter nasce in Moravia l'8 febbraio 1883. Economista e liberale, nel corso della sua vita affronta un lungo percorso di formazione articolato in diverse fasi. Studia a Vienna dove prende la specializzazione in economia, insegna nelle Università di Graz, di Czernowitz (nell'attuale Ucraina) e Bonn in Germania, e riceve alcuni importanti incarichi pubblici, tra cui quello di Ministro delle Finanze austriaco nel 1919 e di presidente della Banca Biederman. Negli anni Trenta all'avvento del nazismo si trasferisce negli Stati Uniti per insegnare presso la Harvard University. Schumpeter si fa conoscere soprattutto per i concetti di “*Rational choice*” e “*Distruzione creatrice*” e per la coniazione dell'espressione “individualismo metodologico” che ritiene essere il metodo più efficace per spiegare i fenomeni sociali.

¹³J. Schumpeter, “*Teoria dello sviluppo economico*”, Milano, Etas Editore, 2002; “*Il processo capitalistico. Cicli economici*”, Torino, Bollati Boringhieri, 1977.

¹⁴C. Trigilia, “*Sociologia economica*”, Saveria Mannelli, Il Mulino Editore, 2002.

conseguenze intenzionali e inintenzionali. Dunque, l'agire è economico. Esso si svolge attraverso l'utilizzo di una conoscenza parziale e fallibile¹⁵ che rende complicato il superamento del disequilibrio in cui ci si trova. In questa situazione assume importanza la variabile dell'incertezza. L'individuo che tenta di realizzare un progetto, infatti, deve affrontare la situazione problematica legata all'incertezza dell'esito. Si può concludere che alla base di tutto vi è la situazione problematica data dal tentativo di offrire quel che si pensa sarà richiesto ad un prezzo remunerativo.¹⁶

Dov'è questa incoerenza di Schumpeter? L'autore non porterà avanti questa idea di incertezza e disequilibrio, ma anzi, riterrà che l'homo oeconomicus, dotato di razionalità parametrica, agisca in una situazione di equilibrio e concorrenza perfetta¹⁷.

Ciò nondimeno, contrariamente all'idea tradizionale neoclassica di staticità, la riflessione schumpeteriana suggerisce un ambiente dinamico, presente anche in L. Mises¹⁸ e C. Menger¹⁹, fonte di opportunità per le imprese in nuovi mercati e di forti sconvolgimenti dello *status quo* competitivo. La teoria schumpeteriana adotta un approccio allo studio dell'imprenditorialità basato su una prospettiva oggettiva che privilegia gli aspetti funzionali connessi al ruolo dell'imprenditore. Allo stesso tempo, Schumpeter dà molta importanza anche agli aspetti soggettivi che differenziano l'imprenditore dall'uomo comune. Egli esalta l'intraprendenza personale dell'imprenditore che lo spinge ad innovare²⁰ e crede fermamente che l'imprenditore debba essere una persona dotata di intuito, "intelligenza più acuta" e "vivace fantasia"²¹ che gli permettono di vedere cose che sfuggono ad altri, che agisce con tenacia e con passione. Alla ricerca del successo e dell'affermazione personale, l'imprenditore trova

¹⁵F. Hayek arrivò a due conclusioni. La prima è che la conoscenza come entità completa non esiste ma vi sono conoscenze disperse. La seconda è che ogni individuo possiede conoscenze parziali e fallibili per questioni legate alla genetica, di tempo e di luogo.

¹⁶L. Infantino, "*Individualismo, mercato e storia delle idee*", Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2008.

¹⁷C. Trigilia, "*Sociologia economica*", Soveria Mannelli, Il Mulino Editore, 2002.

¹⁸L. Mises, "*Socialismo*", Santarcangelo di Romagna, Rusconi Editore, 1989. Mises affermò: "Nel mondo reale, non c'è alcuno stato stazionario, poiché le condizioni in cui ha luogo l'attività economica vanno soggette a incessanti cambiamenti, che le capacità umane non sono in grado di impedire", p. 230.

¹⁹C. Menger ne "*Principi fondamentali di economia*" del 1909, pose attenzione alla variabile tempo ed affermò: "l'intervallo che passa tra il momento in cui si dispone dei beni di ordine superiore e il momento in cui si dispone di quelli corrispondenti dell'ordine inferiore non appare mai ridotto a zero, p. 19-20.

²⁰J. Schumpeter, "*Capitalismo, Socialismo e Democrazia*", Milano, Comunità Editore, 1962.

²¹J. Schumpeter, "*Teoria dello sviluppo economico*", Milano, Etas Editore, 2002.

soddisfazione nell'espressione della sua creatività. Egli è un leader che ha come punto di forza l'abilità di impossessarsi dei servizi lavorativi e dei fattori necessari per allocarli nel modo voluto, mediante l'utilizzo del potere d'acquisto. È probabile che l'imprenditore realizzerà la distruzione creatrice fondando una nuova impresa ma è possibile anche che lo faccia con un'azienda già esistente. Introducendo innovazioni, egli crea le opportunità di profitto che persuadono anche altri imprenditori ad investire nel suo ramo produttivo. Gli investimenti di questi altri imprenditori, che prendono il nome di "*followers*", portano a conclusione il processo di sviluppo poiché, diffondendosi, l'innovazione perde originalità. Accade quindi che "il nuovo diventa familiare"²². Tutto ciò fa sì che l'imprenditore non sia più in posizione di monopolio e dunque il livello dei profitti si riduce fino a giungere ad una nuova condizione di equilibrio. Condizione positiva per l'imprenditore è l'avvento di un nuovo flusso circolare che genera un nuovo processo di distruzione creatrice da parte di altri soggetti imprenditoriali.

Questo processo di sviluppo ciclico è tale e non uniforme poiché:

- a. Le innovazioni non sono distribuite in modo casuale nel sistema ma si concentrano in determinati settori.
- b. Le innovazioni tendono a sorgere a grappoli, non in modo isolato. Una volta introdotta un'innovazione da un'impresa, le altre seguono tale strada sulla sua scia.²³
- c. Le nuove combinazioni non nascono dalle vecchie ma si pongono accanto ad esse in concorrenza dando luogo alla comparsa di nuove imprese.
- d. I turbamenti dell'equilibrio derivanti dalle nuove innovazioni, sradicano il sistema ed impongono un nuovo metodo di adattamento.
- e. I mutamenti non sono mai legati ad un clima di armonia. In ogni momento alcune imprese avanzano mentre altre rimangono indietro e le divergenze nascenti sono elementi essenziali per le situazioni future.

Quello che l'imprenditore deve fare è abbandonare il noto per intraprendere un sentiero ignoto che crea sempre tensione emotiva, deve fare affidamento sull'elevata fiducia in

²²J. Schumpeter, "*Teoria dello sviluppo economico*", Milano, Etas Editore, 2002.

²³J. Schumpeter, "*Teoria dello sviluppo e capitalismo*", Milano, Mondadori Editore, 2000, p. 267.

se stesso e sulla sua spregiudicata razionalità. L'imprenditore ideale di Schumpeter è mosso dalla prospettiva di realizzare un profitto e, ottenuto il credito necessario, avvia una nuova impresa.²⁴ Questi tratti soggettivi che Schumpeter ha enfatizzato ed evidenziato, permettono di affrontare le ostilità di coloro che si sentono minacciati dall'innovazione ed il rischio della risposta di mercato in un ambito capitalistico dinamico. Agli imprenditori è richiesta quindi una "*distinctive mentality*".²⁵

L'imprenditore di Schumpeter è un individuo che introduce nuove combinazioni e si assume dunque un rischio creando un nuovo bene, un nuovo metodo di produzione, apre un nuovo mercato e porta ad una riorganizzazione²⁶. Il rischio dell'imprenditore schumpeteriano è differente dal rischio d'impresa tradizionale. Esso ricade sul proprietario dei mezzi di produzione o del capitale monetario con cui questi sono pagati e mai sull'imprenditore come tale²⁷. La remunerazione dell'imprenditore schumpeteriano deriva dal surplus temporaneamente generato dall'introduzione di innovazioni, ottenuto una volta remunerati tutti i fattori produttivi, gli interessi sul capitale e il premio per il rischio d'impresa. L'eccedenza remunera l'innovazione e l'imprenditore sente di poter superare tutti gli ostacoli.²⁸ Nel parlare della teoria delle innovazioni, Schumpeter si trova facilitato ad introdurre la spiegazione dell'alternarsi nel ciclo economico di fasi espansive e recessive. Le innovazioni non sono introdotte in misura costante ma si concentrano solo in alcuni periodi di tempo caratterizzati da forte espansione economica a cui seguono recessioni in cui l'economia rientra in un equilibrio di flusso regolare non uguale a quello precedente ma mutato proprio dall'introduzione dell'innovazione. In tal modo, Schumpeter introduce un modello dinamico caratterizzato dalla presenza di un nuovo soggetto che genera nuovi profitti, sfrutta innovazioni tecnologiche, scopre nuovi mercati e cambia modalità organizzative della produzione. Il ruolo cruciale è dunque quello della funzione innovativa che fa dell'imprenditore l'elemento centrale dello sviluppo economico e crea una visione

²⁴J. Schumpeter, "*Teoria dello sviluppo e capitalismo*", Milano, Mondadori Editore, 2000, p.121-122.

²⁵A. Thomas, "*Il legame biunivoco tra imprenditorialità e sviluppo economico: origini, evoluzioni e scelte di policy*", Napoli, Alfredo Guida Editore, 2009, p. 86-87.

²⁶J. Schumpeter, "*Capitalismo, Socialismo e Democrazia*", Milano, Comunità Editore, 1962, p. 76.

²⁷J. Schumpeter, "*Capitalismo, Socialismo e Democrazia*", Milano, Comunità Editore, 1962, p. 85.

²⁸S. Torrisi, "*Imprenditorialità e distretti ad alta tecnologia. Teoria ed evidenza empirica*", Napoli, Franco Angeli Editore, 2002.

dinamica della sua attività, lontana dall'approccio studiato dai neoclassici. L'innovazione generata dall'azione creativa (non adattiva) crea potere di mercato e profitti intesi come risultati di un'attività imprenditoriale indipendentemente dalla destinazione del profitto stesso. Il progresso è prodotto dall'evoluzione guidata dall'imprenditore e dal suo ruolo che ha come fondamenta la capacità di infrangere le regole e le abitudini produttive consolidate²⁹. La dinamica economica si basa sull'introduzione incessante di innovazioni in grado di controbilanciare i processi imitativi avviati da altri imprenditori che abbassano i profitti legati ad un determinato elemento innovativo.

Ma cos'è un elemento innovativo? Esso è un elemento che risponde ad una nuova esigenza, ad un nuovo bisogno. L'imprenditore innova ponendo sul mercato qualcosa che possa soddisfare le aspettative dei consumatori.

Gli elementi fondamentali del concetto di imprenditore sono:

- La distinzione tra imprenditore e capitalista proprietario³⁰.

L'esercizio di una funzione innovativa si esercita indipendentemente dall'esistenza di un rapporto di proprietà con l'azienda poiché l'imprenditorialità consiste nel fare cose che non sono fatte nella normale routine economica. L'imprenditore è colui che introduce continue innovazioni e continui processi innovativi³¹. L'innovazione distrugge l'equilibrio con continui atti innovativi e genera squilibrio e lo squilibrio genera profitto³².

- La distinzione tra attività imprenditoriale e attività manageriale³³.

Mentre l'imprenditore è un individuo innovatore animato da *distruzione creatrice* in grado di sfruttare le condizioni legate all'accesso al credito, con capacità di leadership e capacità di reperire consenso e risorse minando lo *status*

²⁹J. Schumpeter, "Teoria dello sviluppo economico", 1911 e "Cicli economici", 1939.

³⁰L. Petretto, "Imprenditorialità ed Università nello start-up di impresa. Ruoli e relazioni critiche", Firenze, Polistampa Editrice, 2008.

³¹J. Schumpeter, "Business Cycles", New York, Mc-Graw Hill Editore, 1939, p. 121-132.

³²J. Schumpeter, "Business Cycles", New York, Mc-Graw Hill Editore, 1939. La sua visione si basa sulla convinzione che la caratteristica fondamentale del sistema capitalistico sia la sua capacità di trasformarsi dall'interno, con un processo nel quale l'equilibrio è distrutto da atti innovativi continui. "Per sviluppo si devono intendere solo quei mutamenti della vita economica che non sono imposti dall'esterno, ma che scaturiscono dall'interno e dall'iniziativa imprenditoriale".

³³L. Petretto, "Imprenditorialità ed Università nello start-up di impresa. Ruoli e relazioni critiche", Firenze, Polistampa Editrice, 2008.

quo, il manager altro non è che un burocrate. La sua attività non è innovativa ma è semplice burocrazia. Egli è infatti un esecutore che non introduce alcuna idea nuova.³⁴

Schumpeter ci tiene a sottolineare la sua scarsa fiducia nei confronti di manager, tecnici ed ingegneri che, da semplici burocrati ed esecutori, non possono sostituire un individuo innovatore in grado di creare continuamente nuovi equilibri. Tale è il peso che l'autore ripone sull'imprenditore, da ritenere che le cause del declino del capitalismo risiedano proprio nella crescente importanza del ruolo della burocrazia che lo stato imprenditore e paternalistico introduce.³⁵

1.2 Israel Kirzner, leader della “rinascita austriaca”

Il principale contributo di Kirzner è la sua teoria dell'imprenditorialità che si basa sull'idea di una *alertness*, cioè la prontezza a cogliere le opportunità di profitto non ancora notate e sfruttate. Il suo intento è di coniugare il contributo di Mises e Hayek³⁶

³⁴C. Trigilia, “*Sociologia economica*”, Soveria Mannelli, Il Mulino Editore, 2002.

³⁵H. Cole, “*History of socialist thought, communism and social democracy*”, US, Macmillan Editore, 1959, p.7. Una lettura critica della teoria schumpeteriana dell'imprenditore è quella di Harrison Cole. Lo studioso ha affermato che l'imprenditorialità è un'attività consapevole, comprendente una serie di decisioni, svolta da un individuo o da un gruppo di individui associati, allo scopo di iniziare, mantenere o ingrandire, una struttura economica orientata al profitto ed avente per scopo la produzione o la distribuzione dei beni e servizi. L'insieme degli individui che cooperano prendendo decisioni prende il nome di “gruppo imprenditoriale”. L'imprenditore è dunque una figura astratta e diffusa che prende decisioni di natura strategica con l'obiettivo di creare, preservare e sviluppare l'impresa. Il pensiero di Cole è fortemente contrapposto a quello di Schumpeter poiché egli sostiene l'impossibilità di ridurre la figura imprenditoriale alla sola funzione innovativa, fornendone una definizione più ampia che comprende anche la funzione direzionale e quella di adattamento alle condizioni esterne. Pur individuando funzioni diverse, Cole interpreta l'imprenditorialità come l'esercizio congiunto di tutte le funzioni fondamentali dell'attività di impresa.

³⁶Mises e Hayek sono due tra i maggiori esponenti della Scuola Austriaca appartenenti alla corrente dell'individualismo evolucionista. L'idea prevalente di questa corrente è quella relativa la conoscenza umana parziale, dispersa, fallibile e dunque non centralizzabile. Essi ritengono infatti che non esista una conoscenza perfetta e che la razionalità umana sia fortemente limitata. Gli attori sono strategici, essi tengono conto degli altri individui e tentano di minimizzare le perdite realizzando una cooperazione. Si tratta di uno scambio a somma positiva che sottolinea l'importanza del legame sociale. Ne “*L'azione umana*” del 1949, Mises pone l'accento sul carattere imprenditoriale e dinamico del processo di mercato. Tale processo è messo in moto dall'azione dell'imprenditore alla ricerca di profitto il quale, in un mondo di radicale incertezza, cerca di configurarsi le condizioni che prevarranno in futuro. Le attività dell'imprenditore sono quell'elemento che, se non si verificassero ulteriori cambiamenti, porterebbero l'economia in movimento perenne ad una situazione irrealizzabile di stasi. Dunque per Mises l'enfasi è porta sulle azioni di uomini che perseguono i loro obiettivi in un mondo incerto e che sono chiamati a formulare le loro valutazioni imprenditoriali per potersi fare strada nel mondo. Hayek invece evidenzia che il processo di mercato è un processo di apprendimento reciproco. Mentre Mises non ha attribuito un peso molto importante a tale, Hayek non ha posto l'accento sul carattere speculativo ed imprenditoriale

sviluppando una teoria che unisca le loro due visioni e che possa portare all'avanzamento della Scuola Austriaca³⁷. L'autore è infatti riconosciuto come uno dei più importanti fautori della rinascita della Scuola Austriaca degli anni '70 per le sue opere e per le iniziative a livello di organizzazione, corsi, conferenze e libri³⁸.

Kirzner è l'unico personaggio chiave della tradizione austriaca ancora vivente e già considerato il più grande autore ponte tra i classici del passato e i possibili sbocchi futuri³⁹. In particolare, egli è il leader della corrente hayekiana della Scuola Austriaca che più di tutti ha fatto conoscere tale scuola all'esterno e che più ha influenzato altre correnti. Sebbene il suo lavoro sia stato rivolto principalmente all'imprenditorialità, egli si è inoltrato anche in altri campi come la metodologia dell'economia, il ruolo del policy maker, la giustizia economica e la libertà⁴⁰. Libertà, giustizia e correttezza sono questioni cruciali per la comprensione della realtà.

Nella sua opera principale, *“Competition and Entrepreneurship”* del 1973, Kirzner mette al centro del processo di mercato l'attore imprenditoriale e riconosce una coincidenza tra concorrenza e imprenditorialità. Non esiste l'una senza l'altra. Kirzner approfondisce anche il tema del mercato e della concorrenza perfetta. Egli ritiene che la teoria contemporanea dei prezzi ruoti intorno al modello di concorrenza perfetta che in realtà risulta essere poco utile a comprendere il processo di mercato. Appartenendo alla tradizione austriaca, egli crede nell'ignoranza degli operatori economici e per questo motivo si trova a contrastare l'idea di un mercato di concorrenza perfetta. Questo mercato implica che tutti i membri di una collettività abbiano una conoscenza perfetta di tutto quello che serve alle loro decisioni. In tal caso ogni decisione corrisponderebbe ad una opportunità, i partecipanti al mercato sarebbero in grado di prevedere tutte le decisioni rilevanti degli altri e di progettare i loro piani sulla base di ciò che essi possono o non possono fare nel mercato. Se i soggetti conoscessero tutto non ci sarebbe la

del processo di mercato. I modi di interpretare il processo di mercato dei due autori sono due facce di una stessa medaglia che si compenetrano.

³⁷E. Binenbaum, nell'opera *“Kirzner's core concepts”* del 1995, ritiene che Kirzner parli di una imprenditorialità misesiana e di un apprendimento hayekiano.

³⁸K. Vaughn, *“Austrian economics in America. The migration of a tradition”*, Cambridge, Cambridge University press, 1998.

³⁹P. Boettke, nel libro *“Israel Kirzner”* del 1987, dichiara di considerare Kirzner il miglior economista della Scuola Austriaca moderna.

⁴⁰R. Douahn, G. Eliasson, M. Henrekson, *“Israel M. Kirzner: an outstanding Austrian contributor to the economics of entrepreneurship”*, Small Business Economics, 2007.

necessità di un mercato poiché gli individui onniscienti potrebbero coordinare i loro piani.

Kirzner ritiene che il mercato sia composto dalle decisioni di consumatori, di imprenditori produttori e di proprietari di risorse che interagiscono tra di loro. Non tutte le decisioni possono essere portate a termine: molte possono corrispondere a visioni errate, molte possono rivelarsi le soluzioni non migliori una volta avveratisi. Il contatto con le decisioni altrui comunica informazioni delle quali coloro che prendono decisioni non disponevano in origine. Le informazioni sui piani altrui acquisite successivamente possono generare una “revisione dell’insieme delle decisioni”. Il processo di mercato consiste in cambiamenti sistematici dei progetti, generati dal flusso di informazioni che deriva dalla partecipazione al mercato stesso⁴¹. Tramite la continua riformulazione dei piani, resa possibile dalle informazioni fornite dal mercato, tenta di colmare l’ignoranza e il disequilibrio in cui gli individui si trovano. Tutto questo processo è una permanente opera di correzione.⁴²

Kirzner precisa che “se il processo concorrenziale compisse il suo corso fino alla fine, nessun partecipante avrebbe più la spinta a migliorare le opportunità che al momento offre sul mercato perché nessuno offrirebbe opportunità migliori. In situazioni di equilibrio la concorrenza non è più una forza attiva. Quando il processo di mercato si arresta si arresta il processo concorrenziale”⁴³. La concorrenza dipende dunque da una situazione di disequilibrio necessaria.

1.3 Il soggetto del processo competitivo secondo Kirzner

Ma chi è il protagonista del processo competitivo per Kirzner? Anche per questo studioso, il soggetto principale è l’imprenditore.

Per Kirzner, l’imprenditore è colui che è in grado di vedere dove un bene può essere venduto ad un prezzo maggiore di quello a cui può essere acquistato. L’imprenditore è quindi colui che nota immediatamente le opportunità di profitto che esistono a causa dell’ignoranza dei partecipanti originari al mercato, ignoranza che permane a causa

⁴¹I. M. Kirzner, “*Concorrenza e imprenditorialità*”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 1997.

⁴²L. Infantino, “*Individualismo, mercato e storia delle idee*”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2008.

⁴³I. M. Kirzner, “*Concorrenza e imprenditorialità*”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 1997.

della loro incapacità di imparare dall'esperienza.⁴⁴ La funzione imprenditoriale ed il processo concorrenziale sono spenti dalla conoscenza e dall'equilibrio poiché l'habitat ideale per essi è rappresentato dalla coesistenza di ignoranza e disequilibrio. La concorrenza è infatti il processo in cui l'imprenditore getta luce su elementi fino in quel momento ignoti, realizzando in tal modo un guadagno.

Emergono tre questioni:

A. "L'imprenditorialità pura si esercita solo in assenza di risorse iniziali. L'imprenditore puro osserva l'opportunità di vendere qualcosa a un prezzo superiore di quello al quale può acquistarla. Da ciò segue che chiunque è imprenditore potenziale perché il ruolo puramente imprenditoriale non presuppone alcun patrimonio iniziale particolare".⁴⁵ Mises ha infatti affermato che profitto e perdita sono dovuti al successo o all'insuccesso dell'imprenditore nell'adattare la produzione alla domanda dei consumatori. Come risorsa di base si ha l'azione umana e nient'altro.

B. Il processo concorrenziale di mercato è imprenditoriale. Le nozioni di concorrenza e imprenditorialità sono inseparabili. Esse sono due facce della stessa medaglia.

C. Il processo concorrenziale-imprenditoriale fa sì che la struttura delle decisioni degli altri partecipanti al mercato sia più ricca e offra maggiori possibilità di scelta.⁴⁶ Essendo il processo sempre imprenditoriale, l'attività di ogni partecipante al mercato appare imprenditoriale⁴⁷. Il mercato è una rete di decisioni attraverso le quali i proprietari di risorse elaborano piani per vendere risorse ai produttori, i produttori elaborano piani per acquistare risorse dai proprietari delle risorse per poi vendere sotto forma di beni prodotti ai consumatori, e i consumatori elaborano piani per acquistare i beni dai

⁴⁴I. M. Kirzner, "Concorrenza e imprenditorialità", Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 1997.

⁴⁵I. M. Kirzner, "Concorrenza e imprenditorialità", Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 1997.

⁴⁶I. M. Kirzner, "Concorrenza e imprenditorialità", Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 1997.

⁴⁷Ne "L'azione umana", Mises ritiene che l'economia si riferisca ad una funzione inerente ad ogni azione che grava su ogni attore: l'azione umana.

produttori.⁴⁸ Inizialmente il produttore può non essere proprietario di risorse ed apparire quindi come un imprenditore puro. Se è proprietario di risorse, egli svolge un ruolo imprenditoriale nella misura in cui cerca e sfrutta opportunità prima ignote. L'imprenditorialità coincide dunque con la prontezza (*alertness*) e con la capacità di scoprire nuovi obiettivi. Tutto questo rappresenta un'attività di coordinamento. Nella realtà ci si trova in disequilibrio ed i piani individuali non coincidono e quindi a portare verso il coordinamento è proprio l'attività imprenditoriale. Il coordinamento delle informazioni assicura il coordinamento delle azioni. Il processo imprenditoriale-concorrenziale diviene visibile in quanto genera una tendenza verso l'equilibrio e scopre e corregge i piani e le decisioni individuali che sono discordanti. Il profitto dell'imprenditore è indice della capacità di scoprire situazioni non note e di servirle. L'*homo agens* è dotato dello stimolo e della prontezza necessari ad individuare obiettivi e mezzi disponibili.⁴⁹ Si comprende quindi che l'imprenditore si trova a fronteggiare una situazione problematica. Secondo Hayek, il processo concorrenziale-imprenditoriale è un procedimento di scoperta. La logica competitiva e la logica della ricerca scientifica coincidono. Il processo di mercato procede allo stesso modo del metodo scientifico di Popper⁵⁰: l'imprenditore individua i problemi, propone soluzioni, si attiene alla reazione dei consumatori che accettano la proposta o la rifiutano.⁵¹

Quando Kirzner parla di imprenditore puro ed imprenditorialità pura, egli afferma che l'imprenditore può anche non possedere alcuna risorsa e che le risorse possono essere fornite dal capitalista proprietario di risorse. L'imprenditore puro non possiede risorse di produzione, non possiede capitali, non possiede fattori di produzione e non possiede risorse in generale. Kirzner specifica che il suo imprenditore puro è un espediente analitico utilizzato con lo scopo di isolare la variabile imprenditoriale per studiarne essenza e apporti⁵².

⁴⁸I. M. Kirzner, "Concorrenza e imprenditorialità", Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 1997.

⁴⁹I. M. Kirzner, "Concorrenza e imprenditorialità", Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 1997.

⁵⁰K. R. Popper, "Scienza e filosofia", Torino, Einaudi Editore, 1969.

⁵¹L. Infantino, "Individualismo, mercato e storia delle idee", Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2008.

⁵²I. M. Kirzner, "Competition and Entrepreneurship", US, The University of Chicago Press, 1973.

È ovvio che tutti gli individui possiedono delle risorse e l'azione è la risorsa più originaria, intima ed importante. L'individuo porta con sé delle risorse inestricabili dalla sua esistenza, la quale è sempre azione. La scoperta imprenditoriale per Kirzner “nasce dal nulla”⁵³ e l'imprenditorialità consiste nell'*alertness*: essere alerti, avere prontezza nel notare le opportunità di profitto non ancora sfruttare e sfruttarle.

L' *alertness* appare come qualcosa di passivo ed è lo stesso Kirzner, nel 1999, a parlare di un' *alertness* passiva di un imprenditore passivo. L'imprenditore è una persona che in modo allerte, ma passivamente, nota le opportunità. Secondo Hazlitt non è abbastanza che l'imprenditore sia allerte e che percepisca un'opportunità, egli deve agire sul suo essere allerte e sulla sua percezione. All'affermazione di Horwitz riguardo il fatto che l' *alertness* si situi tra la fortuna e la ricerca deliberata, Hazlitt risponde che, anche per approfittare della fortuna, si deve agire. Infine High insiste sul fatto che la ricerca sia una importante parte dell'imprenditorialità e che dunque l'individuo sia totalmente attivo, non passivo.⁵⁴

Il binomio scoperta-ricerca è uno dei pilastri del dibattito sull'imprenditorialità a cui è legato anche il concetto di *alertness*. Nel dibattito si tenta di chiarire le distinzioni tra scoperta e ricerca e ciò che salta all'occhio è il fatto che la scoperta non è necessariamente qualcosa che si va a cercare ma può anche esser casuale. Si può dunque parlare anche di serendipità. Questa casualità della scoperta è per Kirzner la caratteristica discriminante dell'azione imprenditoriale. Egli ritiene che solo l'intuito si qualifica come “imprenditorialità” poiché una volta avuto, il problema di implementarlo è una questione di massimizzazione. L' *alertness* consiste nel percepire le opportunità e sfruttarle. Percepire e notare non sono un'unica azione ma sono differenti: “Trasformare un'intuizione in azione richiede due passaggi: l'intuizione e qualche forma di operazionalizzazione dell'intuizione” .⁵⁵ Cogliere e sfruttare le opportunità è qualcosa di attivo e l'uomo è condannato all'azione già solo per il fatto di esistere e l'azione di per se è attiva. Non esistono azioni passive. All'interno del dibattito sulla natura

⁵³E. Colombatto, “Dall'impresa dei neoclassici all'imprenditore di Kirzner”, Bologna, Il Mulino Editore, 2001.

⁵⁴A. Gianturco Gulisano, “L'imprenditorialità di Israel Kirzner. L'etica delle proprietà e la moralità del profitto nel libero mercato imperfetto”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2012.

⁵⁵I. M. Kirzner, “Come funzionano i mercati”, Roma, Armando Editore, 2002.

dell'azione è stata introdotta una riflessione sull'aspetto conscio e inconscio. Si può dedurre che percepire un'opportunità sia qualcosa di inconscio, inconsapevole, istintivo. Kirzner ha affermato che quando un'opportunità ci si presenta non c'era stata una preventiva decisione di essere allerti. Mises a questo proposito disse che ciò che l'uomo compie inconsciamente, inconsapevolmente, inintenzionalmente rientra nella categoria dei comportamenti, non delle azioni. L'azione è consapevole e orientata verso un fine⁵⁶. Hulsmann dichiara esplicitamente: "l'azione è comportamento conscio"⁵⁷. Salerno, nel 2008, scrive che l'imprenditore di Kirzner è puramente passivo e sotto condizioni statiche ma allo stesso tempo, l'autore contrappone l'*alertness* alla passività. Salerno ritiene che ci sia sempre uno sforzo di energia mentale e fisico che deve essere consumato nello scegliere i progetti di investimento. Il compito chiave dell'imprenditore è quello di notare con un'azione conscia le opportunità di profitto già esistenti, oggettive e indipendenti dall'individuo. Per Kirzner l'imprenditore risponde al cambiamento dei dati, noti e sfrutta le opportunità che già esistono⁵⁸. Si tratta di una concezione soggettivista delle opportunità: è la percezione individuale che interpreta e definisce un qualcosa come opportunità.

Le opportunità possono definirsi tali solo dopo esser state sfruttate, non *ex ante*. Esse devono quindi essere colte e sfruttate. Solo nel momento in cui esse sono concretamente realizzate e vedono la luce, possono essere definite come opportunità di profitto. È impossibile definirle *ex ante* altrimenti qualsiasi cosa potrebbe essere definita opportunità di profitto anche se poi non dovesse mai diventare tale. È dunque epistemologicamente infondata l'idea che le opportunità siano delle entità oggettive che esistono prima ed indipendentemente dall'individuo. A tal proposito White afferma che non si può dire che esistano nuove opportunità finché non siano state pensate o notate da un imprenditore che vuole staccarsi dalla routine⁵⁹. Klein invece afferma che le

⁵⁶L. Mises, "L'azione umana", Chicago, Contemporary Books, 1996, p.11.

⁵⁷G. J. Hulsmann, "Knowledge, judgment and the use of property", US, Review of Austrian economics, 10, n.1, 1997, p.30.

⁵⁸Nell'opera "Competition and Entrepreneurship", The University of Chicago Press del 1973, Kirzner scrive: "l'imprenditore deve essere allerte alle opportunità che già esistono e che stanno aspettando di essere notate", p. 74.

⁵⁹A. Gianturco Gulisano, "Azione e funzione imprenditoriale in Kirzner e i suoi critici", Nuova civiltà delle macchine, 2011.

opportunità non esistono finché i profitti non sono realizzati⁶⁰. La prospettiva di Kirzner viene denominata da Hulsmann “*attraction theory*” per evidenziare che sarebbero gli oggetti, i dati, le opportunità ad attrarre e causare l’azione dell’individuo, facendo diventare il soggetto passivo e l’oggetto attivo⁶¹. Per Klein le opportunità non sono né scoperte né create ma sono immaginate. In questa prospettiva non si tratta di “visione” delle opportunità presenti ma della “intuizione” di opportunità future., “aspettative”, “anticipazioni”. Riferendosi a questa possibilità, Kirzner usa il termine “*judgment*” inteso come giudizio sul presente, su un’opportunità di profitto che esiste.⁶² Tale termine viene usato anche da Hulsmann e Sautet che lo intendono come giudizio sul futuro.⁶³ Questa prospettiva che guarda al futuro viene ripresa anche da High e Klein che ritengono rispettivamente che gli uomini basino i loro giudizi sugli eventi futuri⁶⁴ e che “il giudizio si riferisce alla creazione di nuove opportunità”.⁶⁵ Inevitabile condizione della vita umana è l’incertezza che Kirzner ritiene di poter intenzionalmente tener fuori dallo studio, isolando l’imprenditorialità in un’analisi statica tramite il metodo del *single-period*. White, nel ’76, afferma che l’incertezza sottolineata da Mises è deliberatamente minimizzata da Kirzner e suggerisce che le caratteristiche dell’imprenditorialità siano la speculazione o l’immaginazione piuttosto che l’*alertness*⁶⁶. Nel 1999 Kirzner afferma che l’*alertness* imprenditoriale in questo mondo incerto ed indefinito di multi-periodo deve esprimersi nelle qualità dell’audacia, della sicurezza di sé, della creatività e dell’abilità innovativa. Tutte queste sono caratteristiche

⁶⁰P. Klein, “*Opportunity discovery, entrepreneurial action and economic organization*”, Chicago, Strategic Entrepreneurship Journal, 2008.

⁶¹Nell’opera “*Knowledge, judgment and the use of property*” del 1997, Hulsmann affermò: “La prospettiva di Kirzner implica che noi abbiamo informazioni riguardo ad un oggetto perché l’oggetto stesso le mette nella nostra conoscenza. Noi siamo passivi e l’oggetto è attivo”, p. 30.

⁶²I. M. Kirzner, “*Competition and Entrepreneurship*”, US, The University of Chicago Press, 1973, p.86.

⁶³Hulsmann, “*Knowledge, judgment and the use of property*”, US, Review of Austrian economics, 10, n.1, 1997, p. 36; Sautet, “*Entrepreneurship, Institutions and Economic Growth*”, in Ways of thinking about Economic Growth, New Zealand, Roger Procter Editore, 2008, p.32.

⁶⁴High, “*Maximizing, action, and market adjustment. An inquiry into the theory of economic disequilibrium*”, Munich: Philosophia Verlag GmbH Editore, 1990, p.56.

⁶⁵D. B. Klein, “*Israel Kirzner on coordination and discovery*”, US, The journal of private enterprise, 1997, P.11.

⁶⁶L. H. White, “*Entrepreneurship, imagination and the question of equilibration*”, in S. Littlechild, Austrian Economics, Vol. 3, 1976, p.88.

che mostrano ed esaltano il carattere attivo dell'azione. Centrali sono dunque i concetti di incertezza, futuro e giudizio.

Kirzner collega l'incertezza a due concetti: tempo e arbitraggio. L'incertezza è rilevante nel multi periodo, non nel mono periodo. In quest'ottica l'esempio migliore di imprenditorialità è l'arbitraggio. Secondo White, Kirzner non distingue tra imprenditorialità arbitraggio perché per lui le due cose coincidono. Nell'ottica di Kirzner, per l'arbitraggio non serve alcuna risorsa ed esso consiste nel percepire un'opportunità di profitto, nel coglierla, nel comprare e vendere nello stesso momento. L'arbitraggio è l'attività imprenditoriale ed il suo nucleo centrale. In una situazione in cui l'individuo non ha risorse monetarie, può percepire un'opportunità di guadagno non ancora sfruttata, può acquistare un bene e rivenderlo nello stesso tempo. Il denaro può essere reperito presso altri soggetti.

L'idea kirzneriana di arbitraggio che si svolge tutto solo nel presente è una percezione di una discrepanza di prezzi e di una scoperta di opportunità di profitto non implicante rischi. Ma qual è il problema? Il problema è, secondo Lachmann, l'inesistenza del mono-periodo. Le condizioni dell'azione cambiano, la vita umana è un susseguirsi di istanti differenti e dunque l'arbitraggio avviene in istanti diversi poiché le transazioni non sono istantanee. Quello che Kirzner intende è che molte opportunità di profitto possono includere processi che richiedono tempo. Ma molte, non tutte. Possono richiedere, non richiedono⁶⁷. L'imprenditorialità non è una risorsa e non c'è alcun costo-opportunità associato al suo uso.

In realtà, nell'essere alerti e nell'agire imprenditorialmente, c'è sempre un costo-opportunità che consiste per lo meno nel tempo impiegato e nel costo-opportunità stesso di qualsiasi azione. L'azione in quanto tale è sempre attiva e per questo, la scoperta passiva è da rifiutare in quanto epistemologicamente infondata. Si mettono insieme, si collegano e si interpretano delle variabili.⁶⁸

L'attore sociale può scoprire e creare opportunità. Le immagina e le coglie mettendo insieme diversi piani individuali ed infine crea qualcosa. Kirzner, definendo imprenditoriale il momento in cui si percepisce una opportunità di profitto, apre il

⁶⁷I. M. Kirzner, *“Competition and Entrepreneurship”*, The University of Chicago Press, 1973, p.48-49.

⁶⁸A. Gianturco Gulisano, *“L'imprenditorialità di Israel Kirzner. L'etica delle proprietà e la moralità del profitto nel libero mercato imperfetto”*, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2012.

campo a possibili imprenditori che notano un'opportunità, ma che poi non riescono a coglierla e sfruttarla. Include il costo-opportunità del tempo impiegato e quindi si muove su un piano di dinamicità. Per Kirzner l'imprenditore può anche non possedere alcun capitale e questo crea notevoli critiche poiché per capitale si intende anche il capitale umano, indispensabile per un imprenditore. Quello che si vuole sottolineare è l'inevitabilità del rischio poiché qualsiasi azione umana comporta rischi o quantomeno il costo-opportunità. Il rischio infatti è anche esso (insieme al tempo) condizione ineluttabile della vita e dell'azione umana.

È possibile concludere che ogni istante diverso da quello precedente e dunque l'uso di modelli statici di analisi di singolo periodo è irrealistico⁶⁹.

Alle critiche di cui si è discusso nel precedente paragrafo possiamo aggiungere una delle più forti: la critica mossa all'idea di imprenditore puro che non possiede risorse, le quali possono esser fornite dal capitalista. Tale idea viene contestata da Rothbard, Hazlitt, Grave, Klein, Foss e Salerno che ritengono che nella realtà l'imprenditore è sempre anche capitalista. Essi infatti parlano di imprenditore-capitalista⁷⁰. La funzione imprenditoriale e quella capitalista non possono essere assolutamente separate neanche nella teoria. L'imprenditore kirzneriano è un idealtipo, un essere quasi etereo, immaginato e una costruzione. Non viene contestata solo l'idea dell'imprenditore in sé, ma anche il concetto di *alertness* che per esempio Klein ritiene essere una semplice metafora.⁷¹ Quello che salta all'occhio è che è possibile non possedere mezzi di produzione ma è impossibile non possedere conoscenze, impegno, esperienze o qualche altra risorsa. In questo caso ci si riferisce a quello che prende il nome di "capitale umano". Hulsmann per esempio ha affermato che è impossibile fare una scoperta "senza il possesso di cervelli e apparati sensoriali"⁷².

⁶⁹A. Gianturco Gulisano, "L'imprenditorialità di Israel Kirzner. L'etica delle proprietà e la moralità del profitto nel libero mercato imperfetto", Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2012.

⁷⁰Capitalista in quanto proprietario di capitali e di qualche risorsa economica.

⁷¹A. Gianturco Gulisano, "L'imprenditorialità di Israel Kirzner. L'etica delle proprietà e la moralità del profitto nel libero mercato imperfetto", Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2012.

⁷²Hulsmann, "Knowledge, judgment and the use of property", US, Review of Austrian economics, 10, n.1, 1997, p.33.

1.4 Un paragone tra Schumpeter e Kirzner.

Nel confrontare le due figure di Kirzner e Schumpeter, è giusto sottolineare alcune differenze che caratterizzano i loro percorsi. In primo luogo è bene ricordare le divergenze riguardo la figura del soggetto imprenditoriale.

Per Schumpeter, come già detto, l'imprenditore è colui che si assume rischio di impresa, sfida il mercato, rompe l'equilibrio con la sua capacità innovativa, mina lo *status quo*, introduce nuove combinazioni di mezzi di produzione e crea condizioni per ricreare l'equilibrio. Il suo successo è dovuto proprio al coraggio di sfidare lo *status quo* imponendo una novità che potrebbe essere accettata o meno dai consumatori. Animato da distruzione creatrice ed innovativa, egli riesce ad imporsi come una figura più che positiva. Kirzner accetta la premessa di Schumpeter sul fatto che l'imprenditore opera in una situazione di rischio. Egli specifica che tale rischio è il risultato della sfida della situazione di equilibrio pregresso con altri imprenditori, della proposta di innovazione e del fatto che si opera in una situazione di incertezza e non si sa l'esito dei suoi piani. Da questo punto di vista i due autori risultano essere simili ma quello che li contraddistingue è che partono da considerazioni gnoseologiche differenti.

L'imprenditore di Schumpeter infatti, si trova in un contesto di concorrenza perfetta e viene considerato come *homo oeconomicus*, possessore di dati rilevanti e razionalità parametrica. Tale situazione va ad annullare la concorrenza.

Kirzner invece parte dalla teoria della dispersione della conoscenza ritenendo che la conoscenza perfetta dei mezzi e la razionalità parametrica siano irrealistiche. In una tale situazione è ovvio non ci si trova di fronte ad un rischio. Egli spiega che la concorrenza funge da strumento per confrontarsi e ricavare informazioni sui comportamenti altrui ed in tal modo ritorna all'impostazione gnoseologica tipica della Scuola Austriaca.⁷³ Le informazioni sono ricavabili tramite la concorrenza che rappresenta una scoperta, un'esplorazione dell'incognito, una correzione degli errori. L'imprenditore opera dunque in condizioni di disequilibrio⁷⁴ ed è dotato di prontezza alle scelte, opzioni e decisioni altrui sul mercato. L'aspetto caratterizzante dell'attività imprenditoriale è

⁷³L'individuo è caratterizzato da razionalità strategica ed il risultato delle sue azioni non è scontato. Non è possibile una conoscenza delle informazioni per avere successo e quindi ci si trova in una situazione di rischio.

⁷⁴Si tende all'equilibrio che però non viene mai raggiunto.

quello di prendere decisioni di un certo tipo e con certe caratteristiche. Egli identifica l'imprenditorialità nelle capacità di un soggetto di cogliere prontamente le opportunità di profitto che si presentano in condizioni di disequilibrio di mercato. L'imprenditore ha la capacità di ricreare tale equilibrio mediante la sua prontezza (*alertness*) nel selezionare ed interpretare per poi sfruttare le informazioni provenienti dal mercato⁷⁵. In conclusione, con Kirzner e con la Scuola Austriaca si va a marcare l'inscindibilità del binomio concorrenza-imprenditorialità.⁷⁶

La teoria imprenditoriale di Kirzner (ed anche quella di Mises) si differenzia dalla teoria imprenditoriale di Schumpeter per almeno due motivi:

1. Per Kirzner l'imprenditore è innovatore in quanto riesce a sfruttare a proprio vantaggio opportunità già presenti sul mercato. Per Schumpeter invece l'imprenditore è colui che crea nuove forme di innovazione.
2. L'imprenditore di Kirzner si trova ad agire in un mercato imperfetto e, cogliendo le opportunità generate da tale imperfezione, guida il mercato verso una nuova condizione di equilibrio. Quello di Schumpeter invece compie il percorso opposto tramite un processo di distruzione creatrice.⁷⁷

Proprio lo stesso Kirzner afferma che la sua posizione si differenzia da quella di altri autori che hanno dato importanza alla figura dell'imprenditore. A proposito della teoria schumpeteriana egli dice "nel sistema di Schumpeter, l'imprenditorialità provoca un'interruzione del flusso circolare, partendo dall'equilibrio. Per me il ruolo imprenditoriale, sebbene sia ovviamente la causa del movimento interno al sistema, ha un'influenza equilibratrice. È la prontezza imprenditoriale a cogliere le opportunità non notate che crea la tendenza verso il regolare flusso circolare dell'equilibrio"⁷⁸. Continua poi affermando: "Schumpeter è un incoerente individualista metodologico: fa

⁷⁵L. Petretto, *"Imprenditorialità ed università nello start-up di impresa. Ruoli e relazioni critiche"*, Firenze, Polistampa Editrice, 2008.

⁷⁶C. Trigilia, *"Sociologia economica"*, Soveria Mannelli, Il Mulino Editore, 2002.

⁷⁷N. Gordini, *"Imprenditore e attitudini imprenditoriali: Aspetti teorici ed evidenze empiriche"*, Milano, Pearson Editore, 2013.

⁷⁸I. Kirzner, *"Concorrenza e imprenditorialità"*, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 1997, p. 132-133.

agire l'imprenditore in una situazione di equilibrio. La realtà è che il presupposto dell'azione in generale e dell'attività imprenditoriale in particolare, è una condizione di disequilibrio che l'attore si prefigge di colmare". Kirzner si distingue anche da Knight che evidenzia la situazione *ex post*, la residualità del profitto rispetto ai redditi concordati. Egli non pone attenzione al ruolo attivo dell'imprenditore che viene sospinto *ex ante* dal convincimento che ci sarà un profitto a coronare la sua attività di coordinamento dei piani individuali. Nel sollevare obiezioni nei confronti di chi la pensa diversamente da lui, Kirzner si trova a discordare anche da Bronfenbrenner che identifica l'imprenditorialità con la natura precaria delle proprie rivendicazioni. Vede nel profitto un compenso per le incertezze dovute alla mancanza di un diritto contrattuale al reddito. La preoccupazione di Kirzner è quella di gettar luce sulla concorrenza, sull'imprenditorialità e sull'importanza della certezza del diritto.⁷⁹

Diversamente da Schumpeter, Kirzner studia il processo di mercato, ne rileva il carattere intrinsecamente dinamico e ritiene che l'imprenditore non crei disequilibri ma porti verso un equilibrio. Questa è la funzione principale dell'imprenditore nel processo di mercato. Kirzner mette al centro del processo di mercato l'attore imprenditoriale affermando che concorrenza ed imprenditorialità coincidono e che non esiste l'una senza l'altra. Non può fare a meno di confrontarsi con Schumpeter a cui riserva delle critiche. Egli afferma di rifarsi alle idee di Mises e parte dalle idee di fondo che il mercato non è una concettualizzazione statica dove l'imprenditore innovatore interviene come fosse un dato terzo ed esogeno distruggendo creativamente un ordine costituito e portandolo verso il disequilibrio. Il mercato è un processo di una realtà dinamica in continuo movimento e mai in equilibrio dove l'imprenditore agisce come elemento interno e parte integrante del sistema, notando e sfruttando le opportunità non ancora colte e innescando un meccanismo tendente all'equilibrio. In questa prospettiva l'imprenditore è il motore del sistema, dà l'avvio che rende possibile lo sfruttamento delle opportunità, l'interazione, lo scambio. La sua azione è quella di "essere attento", ha una "speciale perspicacia" nel notare le opportunità di profitto non ancora colte e sfruttarle. Si tratta di *alertness*.

⁷⁹L. Infantino, "Individualismo, mercato e storia delle idee", Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2008.

La questione riguarda l'imprenditorialità, l'attività, la funzione imprenditoriale che un individuo svolge. Schumpeter e Kirzner trattano l'imprenditorialità come una funzione, attività o processo⁸⁰. Ad essere imprenditoriale è l'azione. L'imprenditorialità si rivela nelle azioni e le azioni si rivelano nella loro imprenditorialità. Tutte le azioni sono imprenditoriali in quanto atto di scelta, rivolto al futuro, tra i diversi mezzi percepiti disponibili e la loro economizzazione, al fine di perseguire le proprie preferenze ordinali. In tutti i sistemi economici reali e viventi ogni attore è sempre un imprenditore⁸¹. C'è un aspetto imprenditoriale nelle attività di ogni partecipante al mercato. Le variabili intervenienti però sono molte di più. Se ogni azione è imprenditoriale, contiene un aspetto imprenditoriale ma l'azione individuale è composta anche da altri fattori. L'imprenditore può non essere impresario (uomo di impresa), può non essere in un'impresa (azienda) e agire comunque da imprenditore.

Kirzner riconosce che un certo numero di scrittori simpatetici ad una visione misesiana del processo competitivo di mercato non si sono trovati a loro agio con la sua enfasi riposta sull'idea di imprenditore che nota passivamente e trae vantaggio dai cambi, creatisi indipendentemente e riconosce come schumpeteriane le caratteristiche di un "imprenditore attivo ed aggressivo"⁸². Cita poi i critici della sua prospettiva: Graves, Hazlitt, White, High. Hazlitt sostiene che non è abbastanza che l'imprenditore sia allerte e percepisca un'opportunità, egli deve agire sul suo essere allerte e sulla sua percezione⁸³. Serve l'azione poiché l'imprenditorialità è solo un attributo, una caratteristica dell'azione. Esiste solo l'azione imprenditoriale. Sembra dunque che Kirzner, come Holcombe, abbia una visione passiva dell'uomo e tale visione va a contraddire l'esistenza della scelta⁸⁴. Gli imprenditori devono agire! Horwitz ritiene che l'*alertness* si situi tra la "fortuna" e la "ricerca deliberata"⁸⁵ e questo non dà all'*alertness*

⁸⁰Klein, "Opportunity discovery, entrepreneurial action and economic organization", Chicago, Strategic Entrepreneurship Journal, 2008.

⁸¹L. Mises, "L'azione umana", Chicago, Contemporary Books, 1996, p. 252.

⁸²I. Kirzner, "Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur", US, Review of Austrian Economics, n.11, 1999, p. 12.

⁸³H. Hazlitt, "Review of Kirzner", New York, The Freeman, December 1974.

⁸⁴G. J. Hulsmann, "Entrepreneurship and Economic Growth: Comment on Holcombe", US, The journal of Austrian Economics, n. 2, 1999, p. 65.

⁸⁵S. Horwitz, "Entrepreneurship, Esogenous Change, and the Fleibility of Capital", Paris, Journal des Economistes et des Etudes Humaines, March 2002, p. 67.

un aspetto di passività⁸⁶ poiché, come dice Hazlitt, anche per approfittare di un caso o di una fortuna si deve agire.⁸⁷

Le due analisi di Kirzner e Schumpeter potrebbero essere compenstrate ed in tal caso andrebbero a creare qualcosa di quasi completo. Per quale motivo? Come specificato dai critici di Kirzner, l'imprenditore è un individuo che *deve* agire e non può essere un individuo passivo poiché nella stessa azione vi è sempre qualcosa di attivo. L'immagine di un individuo che coglie idee ed innovazioni non sfruttate da altri potrebbe accostarsi comunque all'idea schumpeteriana di un individuo che innova di sua spontanea volontà, spinto da *distruzione creatrice*. Insomma, l'imprenditore potrebbe essere l'uno o l'altro, ma di certo tra le sue caratteristiche non può rientrare una passività poiché "l'azione umana è sempre razionale, economica e volontaria".

⁸⁶Hulsmann nell'opera "*Entrepreneurship and Economic Growth: Comment on Holcombe*" del 1999, afferma: "O l'uomo agente sceglie dove indirizzare la sua percezione o la sua percezione è causata da eventi esterni", p. 65.

⁸⁷A. Gianturco Gulisano, "*L'imprenditorialità di Israel Kirzner. L'etica delle proprietà e la moralità del profitto nel libero mercato imperfetto*", Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2012.

2° Capitolo

Le diverse sfumature del capitalismo

Premessa

*Una forma di scambio sociale è detta clientelare quando si riscontra una certa conflittualità tra i criteri potenzialmente ampi - in alcuni casi addirittura universalistici o semiuniversalistici – che regolano il libero flusso delle risorse e gli sbocchi di mercato, da un lato, e i continui tentativi di limitare tale libero flusso dall'altro*⁸⁸

L'imprenditorialità è un fenomeno individuale legato alla capacità dell'individuo di generare innovazione e sviluppo attraverso la realizzazione di un nuovo prodotto che "rompa" gli equilibri di mercato ormai consolidati. L'imprenditorialità è dunque "distruzione creatrice"⁸⁹ che richiede "alertness"⁹⁰ nello scoprire i bisogni non ancora soddisfatti e nell'offrire loro una soluzione. Essa è creatività, spirito di iniziativa e propensione al rischio. Quest'ultimo elemento è ineliminabile all'interno del processo imprenditoriale caratterizzato da un contesto di incertezza (tipica della naturale condizione antropologica) derivante dalla scarsità delle risorse e di conoscenze⁹¹. Sfidare l'incertezza può permettere di guadagnare un profitto.

Nel momento in cui incertezza e rischio sono troppo elevati rispetto alle capacità personali, essi funzionano da deterrenti e disincentivano gli imprenditori. Tali ostacoli che inibiscono l'imprenditore possono essere affrontati con fattori socio-istituzionali che hanno una certa influenza sulla propensione al rischio degli individui: la rete familiare, di amici, di conoscenti, di "mentori".

⁸⁸http://www.treccani.it/enciclopedia/clientela_%28Enciclopedia_delle_scienze_sociali%29/

⁸⁹J. A. Schumpeter, "Capitalismo, Socialismo e Democrazia", Milano, Comunità, 1962.

⁹⁰I. Kirzner, "Concorrenza e imprenditorialità", Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 1997.

⁹¹F. A. Hayek, "Conoscenza, mercato e pianificazione", Soveria Mannelli, Il Mulino Editore, 1988.

Questa rete può rappresentare una base solida e un sostegno valido per superare i problemi di incertezza e asimmetria informativa. Chi beneficia di tali relazioni ha più facile accesso alle risorse finanziarie, può sviluppare con più facilità rapporti con clienti e fornitori, ottenere un maggior numero di informazioni ed assumere persone di più alto livello. Stiamo parlando del “Capitalismo delle reti”.

Il Capitalismo relazionale si fonda dunque su reti, relazioni e rapporti molteplici tra cittadini e non profit, tra non profit impresa sociale e stato, tra imprese e gli altri protagonisti della vita economica e all'interno dell'impresa stessa e tra le imprese. I sistemi basati sul credito vedono come fonte principale del finanziamento esterno delle imprese le banche. Queste, con crediti e pacchetti azionari, esercitano un controllo sull'operato delle imprese e sono dotate di rappresentanti o fiduciari all'interno degli organi di governo e di sorveglianza della società. Da qui nasce l'etichetta di capitalismo relazionale dove per relazioni si sottintende reti collusive tra insider volte a neutralizzare i meccanismi benefici del mercato.⁹²

2.1 Capitalismo o economia di mercato

In un sistema di mercato ogni transazione viene effettuata sulla base della convenienza economica della transazione stessa.⁹³ Il capitalismo di mercato è caratterizzato da “distruzione creatrice”⁹⁴. Hayek dimostra che tale distruzione si manifesta attraverso la capacità di iniziativa⁹⁵. Kirzner invece evidenzia come al centro della capacità di iniziativa ci sia la scoperta. Egli sostiene che il capitalismo di mercato non è solamente un insieme di istituzioni preposte al controllo degli scambi, bensì un continuo processo di scoperte creative il quale non cessa mai né mai ha termine. Il capitalismo di mercato è un processo permanente di scoperta creativa. Ciò cui si assiste in un economia di mercato altro non sono che tentativi dei partecipanti al mercato di trarre vantaggio da nuove possibilità appena scoperte o appena create⁹⁶.

⁹²V. Salas Fumàs, A. Sarcina, “*Novecento, il secolo dell'impresa*”, Milano, Franco Angeli Editore, 2012, p.123.

⁹³L. Zingales, “*Dal capitalismo al familismo*”, articolo pubblicato su “L'Espresso”, dicembre 2013.

⁹⁴J. A. Schumpeter, “*Capitalismo, Socialismo e Democrazia*”, Milano, Comunità Editore, 1962.

⁹⁵F. A. Hayek, “*Conoscenza, mercato e pianificazione*”, Soveria Mannelli, Il Mulino Editore, 1988.

⁹⁶I. M. Kirzner, “*Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach*”, US, Journal of the economic literature, vol. 35, marzo 1997.

Il capitalismo è dunque un'economia di mercato che viene espressa con un'apposita formula:

$$D - M - D^* \text{ dove } D < D^*$$

Il circuito economico comincia con il denaro che diventa il principio e la fine dell'attività economica. Il denaro serve per comprare forza-lavoro e mezzi di produzione per realizzare un processo produttivo al fine di fabbricare una merce che si possa vendere per ottenere in conclusione una quantità di denaro che necessariamente deve essere maggiore del valore che aveva all'inizio⁹⁷. Affinché il capitalismo funzioni deve prodursi accumulazione in modo che, in ogni scambio, il prodotto finale sia maggiore di quello che si aveva all'inizio.⁹⁸

Il capitalismo di mercato coincide con l'economia di iniziativa privata e con l'economia di libero mercato. In questo sistema l'attività produttiva avviene in larga misura:

1. sulla base dell'impiego di beni capitali posseduti in forma privata dagli imprenditori e adoperati da lavoratori privi di ogni mezzo di produzione;
2. con riferimento razionale al sistema dei prezzi;
3. in un sistema politico che tutela la proprietà privata e che, pur intervenendo nell'attività economica, non vincola direttamente gli orientamenti del privato imprenditore.⁹⁹

Il mercato ha bisogno di certezza del diritto, eguaglianza di fronte alla legge, giustizia amministrativa imparziale. Concorrenza e libero mercato sono i migliori strumenti per la creazione della ricchezza ma anche l'antidoto migliore contro la corruzione.

2.2 Capitalismo relazionale e Capitalismo familistico

Le reti costituiscono il sistema attraverso il quale la conoscenza e la competenza fluisce e si rigenera alimentando i processi produttivi e di consumo. Quando si tratta di relazioni familiari, amicali, clientelari, le reti sono fonte di alimentazione di particolari comportamenti e pratiche e rappresentano un freno per chi non appartiene ad una comunità basata su tali relazioni.

⁹⁷K. Marx, "Il capitale", Roma, Editori Riuniti, 1964.

⁹⁸L. Vasapollo, "Trattato di economia applicata. Analisi e critica della mondializzazione capitalista", Milano, Jack Book Editore, 2007, p. 13-14.

⁹⁹http://www.pbmstoria.it/dizionari/storia_mod/c/c051.htm

Il concetto di rete rappresenta un'interdipendenza stabile e governata, che affida ad un legame affidabile la possibilità di usare al meglio e con risultati economici, la conoscenza posseduta dai singoli. La rete viene intesa come un sistema cognitivo ed è una modalità organizzativa finalizzata a consentire la specializzazione, la condivisione e la propagazione dei saperi.

La rete è un modello organizzativo attraverso cui si possono realizzare due obiettivi:

- Le economie di scala proprie dei grandi sistemi.
- Le economie di specializzazione e di flessibilità caratteristiche delle micro-imprese di produzione e del terziario.

Le reti nascono da due processi:

- dall'irrobustimento delle relazioni di mercato che nel tempo favoriscono la selezione di interlocutori selezionando un gruppo ristretto di interdipendenze più stabili e spesso regolate giuridicamente.
- dalla disgregazione delle gerarchie che esternalizzano alcune funzioni o trasformano parti dell'organizzazione interna in società autonome che hanno col gruppo di appartenenza rapporti di rete.

Le reti si creano e si consolidano con modalità articolate e differenziate. Il capitalismo delle reti si è sviluppato secondo molte specificità o tipologie. Partendo dalle reti corte situate nei sistemi locali o distrettuali e alimentate da una trama di rapporti informali sul territorio, sta passando al nuovo modello basato sul ricorso alle reti lunghe trans-settoriali e trans-territoriali.

Le "reti corte" sono basate sulla prossimità e sull'informalità. Esse continuano ad avere ruolo importante nei casi in cui occorre una governante per rispondere in modo rapido, flessibile e creativo alla complessità. Tali "reti corte" però non esauriscono il tema della convenienza alla collaborazione nell'ottimizzare le risorse allo stesso modo di come ciò è garantito dalle "reti lunghe".

Col tempo le "reti corte" sono divenute portatrici di una funzione nodale all'interno di una trama più estesa e articolata organizzata in "reti lunghe". Queste ultime esaltano i valori cognitivi, consentono agli investimenti di essere più convenienti e di svilupparsi nel corso del tempo e vanno oltre il territorio di appartenenza. Un rapporto di reti è caratterizzato da una moltitudine di imprese e altri attori dello sviluppo (associazioni,

agenzie di sviluppo, istruzioni locali e nazionali, etc) alla ricerca di una relazionalità stabile e duratura nel tempo. Questi soggetti e queste imprese si muovono in una trama di relazioni e di regole di tipo permanente adatta alla sperimentazione organizzativa di forme nuove per cui i legami di rete possono allentarsi o rafforzarsi. Le funzioni cognitive delle reti diventano dunque importanti permettendo:

- facile accesso alla conoscenza altrui;
- reciproca specializzazione;
- sperimentazione condivisa del nuovo;
- estensione del mercato potenziale;
- miglioramento dei rendimenti e delle *performances*;
- aumento degli investimenti in nuova conoscenza.¹⁰⁰

Il Capitalismo “relazionale” è un tipo di capitalismo inclusivo, fatto di legami, di investimenti e di rischi condivisi. Esso si riferisce alla possibilità che i soggetti economici, attraverso il contatto con alcune persone, imprese, territori, hanno di sviluppare la propria intelligenza produttiva.

In questo quadro, assume importanza il “capitale sociale”¹⁰¹ cioè l’insieme delle relazioni che costituiscono le risorse utilizzabili da un individuo per interagire con gli altri e portare avanti i propri obiettivi e quelli della rete cui partecipa. Il Capitalismo “relazionale” è dunque sociale poiché produce ricadute nel contesto sociale, stimolando continue innovazioni che favoriscono nuove relazioni in un circuito incrementale “virtuoso”¹⁰².

2.3 Capitalismo “familistico”

Se si pensa all’ancien régime europeo, affiora l’immagine di un affare di famiglia. L’esempio più grande di principio dinastico infatti, è la monarchia ereditaria per diritto divino e, allo stesso tempo, anche gli strati contadini poveri avevano una sorta di impresa domestica. A prescindere dal ceto, le famiglie guardavano al matrimonio come

¹⁰⁰A. Tunisini, G. Capuano, T. Arrigo, R. Bertani, “Contratto di rete. Lo strumento made in Italy per integrare individualità e aggregazione”, Milano, Franco Angeli Editore, 2013, p. 19-21.

¹⁰¹J. S. Coleman, “Foundations of Social Theory”, Cambridge, MA and London Harvard University Press, 1990.

¹⁰²A. Bonomi, “Capitalismo in-finito”, Milano, Einaudi Editore, 2013.

una strategia dinastica di accrescimento della ricchezza e del potere. I valori della famiglia si accordavano con le tradizioni della manifattura. Le imprese osservavano i propri rivali e cercavano di sottrarre loro la manodopera qualificata, lo spionaggio industriale era diventata un'attività tipica. La miglior difesa contro la defezione della forza lavoro era la tradizione dei segreti più preziosi dai padri ai figli o alle figlie. I maschi sarebbero stati coinvolti nell'impresa familiare, le femmine pedine di scambio nel gioco strategico dei matrimoni dinastici. Nella vita economica le modifiche territoriali, lo sconvolgimento dei mercati e la ricerca di nuove tecnologie che fossero fonte di supremazia militare, concorsero a dare forma all'immagine dell'imprenditore come individuo creativo animato dal genio. Questo uomo nuovo creava e distruggeva.¹⁰³

Si parla dunque di Capitalismo "familistico" quando i contatti sono forniti dalla rete familiare. Ma cosa si intende per "rete familiare"? Per rete familiare si possono intendere diverse forme di organizzazione della realtà sociale, la cui diversità dipende anche dalla prospettiva di analisi in cui si colloca. Se si parte dall'individuo si può assumere la definizione di rete come insieme di nodi connessi da linee, al cui interno ciascun nodo è costituito da un soggetto unito ad altri da rapporti di consanguineità ed affinità¹⁰⁴. Si parla, in questo caso, di rete "parentale". Per rete familiare si può intendere anche l'insieme delle relazioni di scambio che una famiglia intrattiene con parentela, amicizia, vicinato ed in questo caso l'aggettivo "familiare" connette il soggetto a partire dal quale si descrive la rete di interconnessioni con l'esterno.¹⁰⁵

Il Capitalismo familistico implica un'interdipendenza tra sfera familiare e lavorativa che viene anche definita con il termine "sovrapposizione istituzionale". Nel modello di impresa familiare coesistono due istituti diversi tra loro per valori, principi di funzionamento e finalità: la famiglia e l'impresa. Questi due protagonisti insistono sullo stesso patrimonio ma tendono a sviluppare delle esigenze assai differenti:

¹⁰³H. James, "*Capitalismo familiare. Falk, Haniel, Wendel e il modello di impresa nell'Europa Continentale*", Milano, Francesco Brioschi Editore, 2008, p. 63-64.

¹⁰⁴In termini sociologici, il confine della rete può esser dato dalla coabitazione (per cui rete familiare e nucleo di coabitazione coincidono) ovvero dal tipo di relazione familiare che lega tra loro diversi soggetti.

¹⁰⁵E. Scabini, P. Donati, "*Nuovo lessico familiare*", Milano, Vita e Pensiero Editore, 2002, p. 281-282.

- La famiglia predilige l'affetto e la collaborazione tra i suoi componenti non è necessariamente fondata sul principio di prestazione equivalente. Il fine ultimo al quale essa si ispira è il benessere di gruppo e personale nel medio-lungo periodo.
- L'impresa è dominata dal principio dell'efficienza. La collaborazione è sostituita dalla gerarchia ed il fine ultimo dell'attività è dato dall'incremento del valore del patrimonio che avviene con la crescita.¹⁰⁶

Il Capitalismo “familistico” e/o “clientelare” è esclusivo ed alimenta un circolo “vizioso” poiché le relazioni alla base della rete si caratterizzano per l'autoreferenzialità, l'impermeabilità rispetto ad ingressi esterni e la cooptazione. Tale forma di capitalismo è guidato da oligarchie che rispondono a se stesse a discapito della libertà di impresa e della concorrenza.

Il controllo è detenuto da famiglie attraverso complesse piramidi societarie e questo rappresenta un vero e proprio problema. Quando il comando passa ad un erede, l'impresa familiare ne risente ed il suo valore di mercato scende in media del 10%¹⁰⁷. Il valore di mercato di un'impresa familiare decade quando viene scelto come amministratore delegato un erede. Se il successore alla guida dell'azienda è invece selezionato all'esterno della famiglia, all'annuncio della nomina il valore dell'impresa sale del 2%¹⁰⁸. La responsabilità di tale cattiva *performance* degli eredi è dovuta alla mancanza di una laurea o di una specializzazione. Un erede non preparato e non adatto al ruolo affidatogli crea un risentimento dell'azienda. Le imprese familiari guidate da discendenti del fondatore sono meno produttive e usano pratiche manageriali più scadenti ed inefficienti di quelle dirette da manager esterni. Ma perché le famiglie passano il testimone ai propri discendenti? Il problema è l'assenza di fiducia che

¹⁰⁶C. Iosio, “*Capitalismo 2.0*”, Milano, Ipsoa Editore, ebook.

¹⁰⁷F. Perez-Gonzales, “*Inherited Control and Firm Performance*”, University of Chicago and Columbia University, 2004.

¹⁰⁸B. Villalonga e R. Amit, “*How do family ownership, control, and management affect firm value?*”, US, Journal of financial economics, Vol. 80, n. 2, 2006, p. 385-417.

impedisce anche meccanismi di selezione meritocratica. Tutto ciò genera una “peggiocrazia”.¹⁰⁹

2.4 Il Capitalismo “clientelare”

Il Capitalismo “clientelare” rappresenta il peggiore dei casi ed è caratterizzato da contatti riconducibili ad uomini d'affari, politici, funzionari pubblici, ecc che operano a danno della libertà di impresa, della concorrenza e della legge¹¹⁰.

Il Capitalismo clientelare affonda le sue radici in un passato ormai remoto. Relazioni personali, rapporti strumentali e clientele hanno caratterizzato il sistema politico italiano già a partire dalla formazione dello stato nazionale. Grandi elettori, deputati ed esponenti del governo erano gli anelli di una catena che si rafforza quanto più i singoli anelli riuscivano a garantire protezione alla figura gerarchicamente subalterna e il consenso a quella superiore. La figura centrale del sistema era quella del grande elettore che per la sua posizione sociale ha molti dipendenti ai quali può imporre come votare con un atto della sua volontà. Il grande elettore si appoggiava in genere ad un reticolo parentale e familiare che poteva definirsi “clan”¹¹¹.

La struttura clientelare era a forma piramidale con una costellazione di interessi sempre in tensione e pronti a determinare lacerazioni e scontri. Intorno ai capi si organizzava la piramide clientelare di amici personali più fedeli o di uomini attivi. Importante, all'interno di tale quadro, era il ruolo dell'intermediario. Il vertice della piramide era occupato dal manager che aveva la capacità di coinvolgere persone e interessi diversi e di disciplinare le persone presenti nella rete.¹¹²

Ad essersi cimentato in un'analisi e critica del capitalismo clientelare è l'economista Luigi Zingales. Egli ritiene che il capitalismo clientelare sia un capitalismo che manipola i meccanismi del mercato attraverso strumenti politici e attraverso il peso

¹⁰⁹L. Zingales, “*Manifesto capitalista. Una rivoluzione liberale contro un'economia corrotta*”, Milano, Best Bur, Rizzoli Editore, 2012, p. 361-363.

¹¹⁰Il “Corruption Perception Inde” ha misurato i livelli di corruzione di ogni singolo paese ed ha rivelato che il livello italiano è assai elevato con un punteggio di 3.9/10.

¹¹¹Il clan è un numero di famiglie strette da vincoli di parentela o di buon vicinato che arrivano a raggiungere una preponderanza.

¹¹²L. Massella, “*Clientelismo: tradizione e trasformazione della politica italiana 1975/1992*”, Napoli, Guida Editori, 2000, p. 73-76.

delle lobby, effetto dell'affermarsi di diseguaglianze in forme di gioco del "chi vince perde tutto"¹¹³.

2.5 Contro le regole della concorrenza e contro la legge

Nel capitalismo clientelare ciascuno si protegge grazie al rapporto con gli altri. L'imprenditore, con la complicità delle banche d'affari, quota la propria azienda in borsa a prezzi stratosferici, incassa denaro contante e, una volta che il titolo crolla, si ripresenta sul mercato per il *delisting*, cioè il riacquisto a prezzi stracciati rispetto a quelli del collocamento. Il banchiere che protegge di nuovo l'imprenditore gli garantisce l'accesso necessario al credito per il riacquisto. L'impunità è assicurata, le regole del mercato e della concorrenza rispettate formalmente e calpestate nella sostanza. L'etica scompare.¹¹⁴

Il contrasto tra Capitalismo clientelare e legge è dimostrato da fatti di cronaca in cui è evidente una reiterazione dei reati di corruzione e concussione. Questa reiterazione evidenzia l'accettazione di un fenomeno ormai ben radicato nel tessuto economico-sociale italiano e ben contrastato in altri paesi come per esempio gli Stati Uniti.

Si pensa che il capitalismo clientelare sia il naturale derivato del mercato con le sue logiche votate esclusivamente alla ricerca del profitto e del guadagno. Ma questo non è vero. In realtà il clientelismo attecchisce in quei paesi che non hanno alle spalle una tradizione di libero mercato. Il mercato è allocazione competitiva di risorse scarse. Ciò vuol dire che l'*animus* è rappresentato dalla concorrenza che mal si concilia con le logiche del clientelismo basate sulla cooptazione e su logiche spartitorie. La concorrenza è infatti un sistema meritocratico che minimizza il potere degli individui su altri individui¹¹⁵.

Tutto ciò sta a significare che concorrenza e clientelismo non possono essere due facce della stessa medaglia. Il mercato è una rete di reciproca dipendenza tra individui i quali devono il perseguimento dei loro progetti economici alla favorevole corrispondenza tra

¹¹³L. Zingales, "Manifesto capitalista. Una rivoluzione liberale contro un'economia corrotta", Milano, Best Bur, Rizzoli Editore, 2012, p. 208-210.

¹¹⁴N. Lo Bianco, "Volevo fare il consulente. Mezzo secolo di capitalismo italiano visto da dentro", Milano, Il Sole 244 ore Editore, 2011, p.39-40.

¹¹⁵F. A. Hayek, "Autobiografia", Soveria Mannelli, Rubbettino Editore, 2011.

aspettative ed intenzioni che determinano le azioni di diversi individui. Nel mercato ciascuno cerca di impiegare al meglio le risorse a disposizione per occupare la posizione in cui può soddisfare al meglio i bisogni altrui.

In un'economia di mercato, la concorrenza riduce la possibilità di guadagnare profitti straordinari, riducendo la disuguaglianza del reddito, assicura benefici vantaggiosi per tutti, stimola l'efficienza ed anche la meritocrazia. L'economia di mercato rappresenta dunque un sistema in cui le responsabilità sono assegnate a chi fa meglio. La concorrenza consente al consumatore di scegliere liberamente. In un sistema capitalista clientelare il, il mondo degli affari controlla il processo politico: la concorrenza è assente e la libertà è ridotta al minimo. Il sistema diventa un meccanismo in cui i ricchi sono sempre più ricchi a spese di tutti gli altri.¹¹⁶

A prima vista il capitalismo clientelare può sembrare una forma più cooperativa di capitalismo poiché, invece di competere su tutti i fronti, le imprese si scambiano favori. In realtà, questo sistema ha diversi problemi. Per iniziare, esso è un sistema che difende l'establishment a danno dei consumatori e dei nuovi entranti. In secondo luogo, è un sistema inefficiente e grossi errori sono inevitabili anche quando il capitalismo di relazione è gestito con la migliore buona fede. Le sue inefficienze diventano enormi quando la buona fede viene a mancare, perché l'opacità del sistema facilita scambi che, se non illegali, sono immorali. Le relazioni tra controllori e controllati diventano incestuose e gli arbitri diventano di parte. In tal modo si viene a sviluppare un circolo vizioso che va a danno dell'intera società e va effettivamente contro le leggi.¹¹⁷

La concorrenza perciò appare come l'elemento miracoloso in grado di rendere il capitalismo il benefattore di tutti. Quando le imprese operano in assenza di concorrenza, competitività e di una guida manageriale, esse rappresentano delle piccole economie pianificate.

La lotta contro il capitalismo clientelare è iniziata già nel 1773, quando i coloni americani portarono avanti una ribellione contro gli abusi dei monopoli britannici. L'esempio più significativo è quello delle rivolte dei coloni di Boston che portarono al

¹¹⁶L. Zingales, *“Manifesto capitalista. Una rivoluzione liberale contro un'economia corrotta”*, Milano, Best Bur, Rizzoli Editore, 2012, p. 69-70.

¹¹⁷L. Zingales, *“Dal capitalismo al familismo”*, articolo pubblicato su “L'Espresso”, dicembre 2013.

raggiungimento del Tea Act¹¹⁸ del 1773. La rivoluzione americana rappresentò una battaglia per i diritti politici e per la libertà economica in contrapposizione al capitalismo clientelare.

In passato la concorrenza sembrava rappresentare un male da evitare tanto che le corporazioni erano incaricate di restringere la concorrenza in un ristretto settore del commercio. Nel Medioevo quindi, le prime organizzazioni economiche erano monopoli dello Stato. È solo con Adam Smith che la concorrenza divenne una forza più che positiva in quanto promotrice di benessere, vantaggi economici, benefici sociali e penalizzazione della discriminazione¹¹⁹.

In un mercato competitivo non vi è spazio per le clientele. Lo spazio si apre quando un'impresa conquista una posizione di mercato. Il clientelismo è un risultato del monopolio e del nepotismo. Una volta che un "nipote" è collocato in una posizione di potere, egli assumerà dei subordinati di valore uguale o inferiore al suo. Il capitale umano delle imprese amministrative in questo modo si deteriora finché le imprese non possono più competere sul mercato senza protezione e fanno ricorso al lobbismo. Tutto ciò va ad alimentare un circolo vizioso e a rendere le decisioni delle imprese politicizzate. Il clientelismo rappresenta un programma pro affari (al contrario del programma pro mercato della concorrenza).

Al contrario, i mercati liberi e concorrenziali sono i creatori della più grande ricchezza mai accumulata nella storia dell'umanità. In assenza di concorrenza i mercati degenerano in monopoli e, nel momento in cui questi degenerano estendendo il loro potere sino a condizionare la politica. Qui inizia il capitalismo clientelare e l'influenza preponderante della finanza.¹²⁰

La lotta contro il clientelismo si basa in particolar modo sulla promozione della concorrenza e la limitazione del lobbismo. Un importante ruolo è anche quello svolto dagli intellettuali che hanno un forte ascendente sulla popolazione. Il sistema politico ed

¹¹⁸La rivolta dei coloni di Boston fu una vera e propria denuncia contro il monopolio e contro il capitalismo clientelare britannico. I coloni scaraventarono in mare un carico di tè di alcuni vascelli inglesi. Il Tea Act aveva alleggerito il carico fiscale sugli importatori americani di tè e aveva garantito così uno status privilegiato all'East India Company, organizzazione con interessi intrecciati al governo britannico.

¹¹⁹A. Smith, *"La ricchezza delle nazioni"*, Torino, UTET Editore, 1948.

¹²⁰L. Zingales, *"Manifesto capitalista. Una rivoluzione liberale contro un'economia corrotta"*, Milano, Best Bur, Rizzoli Editore, 2012, p. 70-93.

economico hanno bisogno di valori che li rendano legittimi. L'ideale del capitalismo è stato portato all'estremismo fino a perdere il suo vantaggio morale. L'importanza del denaro ha sopraffatto qualsiasi valore e qualsiasi etica. La lotta contro il clientelismo si basa su una riscoperta del fondamento morale del capitalismo e sulla ricostruzione di un capitalismo per la gente.¹²¹

2.6 *Clientelismo e raccomandazione*

La comunità è una struttura associativa fondata su una rete di amicizie e conoscenze. Più fitta la rete, più è alto il livello in cui l'individuo si colloca. Perché si possa vivere e sopravvivere all'interno di una comunità, è spesso indispensabile conoscere ed avere la protezione degli altri, di chi conta e di chi comanda. In questo contesto nepotismo, clientelismo e raccomandazioni sono tacitamente legalizzati.¹²² La raccomandazione viene collocata sotto l'ombrello del clientelismo a volte come uno degli aspetti di una relazione clientelare tradizionale o classica, altre volte come fenomeno residuale nella scia della trasformazione di tali relazioni. Col passare del tempo il clientelismo ha reso marginale la raccomandazione, l'ha sostituita.

La raccomandazione è una forma di relazione sociale tesa a forzare le regole. Essa va dalle più piccole e innocue richieste di favori, fino alle forme più gravi di sopraffazione e stravolgimento delle regole e rappresenta un'istituzione culturale decisiva ma ormai mutata. I protagonisti attuali utilizzano strategie razionali di clientelismo e consumismo. Oggi si potrebbe parlare di "mafia finanziaria" ed "imprenditori delle tangenti". Il clientelismo valica il livello strettamente locale e finisce per coinvolgere l'ambito più vasto dei rapporti di potere, a livello nazionale e internazionale.¹²³

Il clientelismo è il sistema di rapporti diadici fondato su intrecci che mettono in evidenza la disuguaglianza sociale tra gli attori e la reciprocità nello scambio di beni e servizi. Boissevain definisce il clientelismo come il complesso di relazioni tra coloro i quali usano la loro influenza, posizione sociale o altre qualità per assistere e proteggere

¹²¹L. Zingales, *Manifesto capitalista. Una rivoluzione liberale contro un'economia corrotta*, Milano, Best Bur, Rizzoli Editore, 2012, p. 353-359.

¹²²N. G. Grillo, A. Tucci, *Perché fuggire dalla Calabria*, Roma, Geva Editore, 2007, p. 210.

¹²³D. L. Zinn, *La raccomandazione: clientelismo vecchio e nuovo*, Roma, Donzelli Editore, 2001.

gli altri e coloro che questi aiutano e proteggono¹²⁴. La relazione gerarchica o verticale tra protettore e cliente, prende il nome di “*cronyism*” ossia “clientelismo degli amiconi”. Campbell infatti, nel 1964 afferma che la rete di amicizie diventi un sistema di clientelismo¹²⁵.

Questa personalizzazione delle relazioni, secondo la ricerca di Eisenstandt e Roniger¹²⁶, mette in evidenza che il clientelismo è un mezzo atto a costruire fiducia al di fuori di quelle istituzioni in cui esso è meglio articolato come per esempio nella parentela. Qui le relazioni clientelari e altre forme di relazioni interpersonali sono fortemente contrapposte alla parentela vera e propria, considerata come il serbatoio di quei valori originari ai quali le prime aspirano.

Le origini dei rapporti clientelari nell’Italia meridionale sono state ritrovate nella particolare adattabilità del contesto al clientelismo. Infatti Foster nel 1965 affermò che per mezzo di un gran numero di contratti diadici, l’abitante del villaggio porta al massimo livello la propria sicurezza nel mondo insicuro nel quale vive. Per Boissevain il clientelismo risponde a un bisogno di protezione che non è soddisfatto dallo stato¹²⁷. Sulla stessa via si muove Tarrow, ritenendo che “il clientelismo si sia sviluppato intorno ai proprietari terrieri borghesi privilegiati dall’unificazione e non attorno all’aristocrazia feudale”¹²⁸.

La caratteristica propria del clientelismo è quella di autoriprodursi poiché è il sistema stesso che continua a creare il bisogno dei suoi meccanismi soprattutto perché la gente è convinta della sua necessità.¹²⁹ Nel *cronyism* vengono usati i meccanismi tradizionalmente utilizzati a coloro etichettati come “clienti” operando dunque a vantaggio di coloro che possiedono già una posizione di potere. Non bisogna incorrere in un errore concettuale, confondendo il clientelismo con la corruzione. È infatti importante distinguere le due cose. Ogni qualvolta un individuo sfrutti la propria

¹²⁴J. Boissevain, “*Saints and fireworks. Religion and politics in Rural Malta*”, Londra, Berg Publishers, 1965.

¹²⁵J. W. Campbell, “*Analog Science Fact-Science Fiction*”, New York, Conde Nast Publications, 1964.

¹²⁶S. N. Eisenstand, L. Roniger, “*Patrons, clients and friends*”, Cambridge University Press, 1984.

¹²⁷J. Boissevain, “*Saints and fireworks. Religion and politics in Rural Malta*”, Londra, Berg Publishers, 1965.

¹²⁸S. G. Tarrow, “*Peasant Communism in Southern Italy*”, Yale University Press, 1967, p. 89.

¹²⁹D. L. Zinn, “*La raccomandazione: clientelismo vecchio e nuovo*”, Roma, Donzelli Editore, 2001, p. 26-39.

posizione di potere politico, sociale o economico e le risorse ad essa connesse per costruirsi un seguito fedele (clientela) che a sua volta consenta di rafforzare tale posizione di potere, allora si verifica il clientelismo.¹³⁰

¹³⁰S. Piattoni, *“Le virtù del clientelismo: una critica non convenzionale”*, Roma, Laterza Editore, 2007, p.4-6.

3° Capitolo

Il capitalismo clientelare o crony capitalism: un approfondimento

Premessa

Il capitalismo clientelare (o crony capitalism) è un sistema economico fondamentalmente capitalista in cui però il successo negli affari dipende da strette relazioni tra uomini d'affari e funzionari pubblici, a discapito della libertà di impresa e della concorrenza

Il capitalismo clientelare (o *crony capitalism*) può essere caratterizzato da favoritismi nella distribuzione di licenze, sovvenzioni governative, sgravi fiscali, ecc. Si pensa che il capitalismo clientelare nasca quando il clientelismo politico invade il mondo dell'impresa. Amicizie e legami familiari influenzano l'economia e la società al punto da corrompere gli ideali altruistici del mondo politico ed economico. Nella sua forma peggiore, il capitalismo clientelare può scadere nella pura corruzione politica, rinunciando a ogni finzione di libero mercato.¹³¹

Alcuni critici del capitalismo considerano il capitalismo clientelare un risultato inevitabile di qualsiasi sistema capitalista. Noam Chomsky dichiara che quando si parla di capitalismo l'aggettivo "clientelare" è superfluo e che il capitalismo è clientelare per sua stessa natura poiché esso consiste in un gioco di favori ed influenze reciproche tra il settore economico e quello politico.¹³²

Il fenomeno del *crony capitalism* è presente da ormai molto tempo ed ha colpito diversi Paesi. Tra i più influenti troviamo:

- l'Italia, accusata di essere la patria del fenomeno e della corruzione.
- l'America, esempio di meritocrazia che va pian piano deteriorandosi ed avviandosi verso la degenerazione clientelare.

¹³¹ http://it.wikipedia.org/wiki/Capitalismo_clientelare

¹³² J. Walker, "Black faces in limousines: a conversation with Noam Chomsky", giugno 2009.

3.1 Il capitalismo clientelare ed i suoi protagonisti

Con l'espressione *crony capitalism* si è definito un processo di sviluppo dell'economia di mercato basato sulla gestione e sul controllo delle risorse e del sistema produttivo da parte di un forte esecutivo il cui funzionamento si basava sugli stretti rapporti esistenti tra imprenditori e funzionari di governo. Il capitalismo clientelare si è consolidato attraverso amicizie e legami familiari intercorrenti tra un ristretto gruppo di uomini di affari e la classe dirigente. Tutto questo sistema andava a ridurre l'efficienza dei sistemi economici, favorendo alcune attività e non altre.¹³³

Il capitalismo clientelare descrive quindi un'economia in cui il successo negli affari dipende da strette relazioni tra uomini d'affari e funzionari governativi. Tale economia può fondarsi su favoritismi nella distribuzione dei permessi legali, contributi pubblici, speciali agevolazioni fiscali, o altre forme di dirigismo. Il capitalismo clientelare è caratterizzato dall'invasione del mondo degli affari da parte di un clientelismo politico. Questa invasione crea una rete di amicizie e legami familiari tra uomini d'affari e governo che influenza l'economia e la società fino a corrompere ideali economici e politici.

Il termine "capitalismo clientelare" viene usato per descrivere tutte le decisioni governative che favoriscono "compari" di funzionari governativi. In molti casi, il termine è usato in modo intercambiabile con il welfare aziendale: la differenza sta nel fatto che quest'ultimo potrebbe essere limitato solo alle sovvenzioni statali dirette di grandi aziende, escluse le scappatoie fiscali e le decisioni normative e commerciali.¹³⁴

Sami Zubaida ha definito il capitalismo clientelare come un insieme di opportunità professionali, prestiti, licenze e appalti assegnati secondo logiche di fedeltà, di parentela di sangue e di clientelismo¹³⁵.

¹³³C. D'Auria, *"Il pragmatismo flessibile, tigri del Sud-Est asiatico e Cina tra constructive engagement ed héping juédi"*, Viterbo, Sette Città Editore, 2010.

¹³⁴http://testi-italiani.it/crony_capitalism

¹³⁵Sami Zubaida è un professore emerito di politica e sociologia all'università Birkbeck di Londra. I suoi studi sono principalmente incentrati sulle politiche del medio oriente, sulla religione, sulla legge, sul nazionalismo e sulla cultura.

Un altro studioso che nei suoi studi si è assai soffermato a trattare l'argomento del clientelismo è un "classico" degli studi politologici, Gaetano Mosca¹³⁶. Egli riteneva che il pensiero progressista si illudesse sul fatto che clientelismo e corruzione politica potessero costruire una deviazione contingente e ipoteticamente temporanea del principio democratico e non una sua caratteristica costitutiva e insopprimibile. Allo stesso modo, Pareto¹³⁷ riteneva che il clientelismo e la corruzione fossero vere e proprie degenerazioni della democrazia.¹³⁸

Paul Ginsborg ritiene che il processo democratico sia fortemente esposto a quello che abbiamo chiamato *crony capitalism*, cioè un capitalismo basato sulle amicizie strumentali. Cosa intende? Egli intende sottolineare che le elezioni vengono vinte per poter assegnare redditi appalti ai finanziatori o per collocare gli amici e i familiari in posizioni di prestigio.

Di fronte a questa situazione, il cittadino si trova a criticare ferocemente la classe politica ma, allo stesso tempo, segretamente o apertamente, aspira a salire su una delle numerose scale clientelari che costruiscono il meccanismo di numerosi stati democratici contemporanei. Questo rappresenta un vero e proprio degrado etico che corrode il popolo e la stessa democrazia.¹³⁹

Mentre Ginsborg parla di *crony capitalism*, Colin Crouch¹⁴⁰ conia il termine "postdemocrazia" che rappresenta una situazione in cui noia, frustrazione e disillusione seguono una fase democratica. Quando gli interessi di una minoranza sono in grado di piegare l'intero sistema politico ai propri interessi, quando le élite politiche manipolano

¹³⁶Gaetano Mosca è stato un giurista, politologo, politico e storico delle dottrine politiche italiane. Laureato in giurisprudenza, divenne poi docente di diritto nelle università di Palermo, Torino e Milano. Nel 1909 fu eletto deputato al Parlamento e, insieme a Pareto, Michels e Weber, è classificato tra i più importanti esponenti della corrente di pensiero elitistica. Mosca è il fondatore della "Teoria delle classi politiche" e rappresenta uno dei maggiori contributi italiani alla storia del pensiero politico.

¹³⁷Vilfredo Pareto è stato un ingegnere, economista e sociologo italiano. Insieme a figure come Menger e Jevons, fu uno dei maggiori rappresentanti della corrente marginalistica o neo-classica che si contrapponeva alla scuola classica dei primi economisti, facente capo ad Adam Smith e David Ricardo.

¹³⁸L. Musella, "Clientelismo: tradizione e trasformazione della politica italiana 1975/1992", Napoli, Guida Editore, 2000, p. 72-73.

¹³⁹P. Ginsborg, "La democrazia che non c'è", Torino, Einaudi Editore, 2006.

¹⁴⁰Colin Crouch è un sociologo e politologo inglese. Dopo aver iniziato la sua carriera come docente di sociologia presso la London School of Economics, ha poi continuato ad insegnare in altre illustri università come per esempio l'università di Oford. È celebre per aver coniato il termine di "postdemocrazia" nel suo omonimo libro in cui teorizza che le democrazie avanzate si avviino verso un'oligarchia.

e guidano i bisogni della gente, allora ci si trova di fronte alla parabola discendente della democrazia.¹⁴¹

La caratteristica del capitalismo è quella di portare con sé disuguaglianza di reddito che solitamente viene accettata se non eccessiva, se la si reputa parte di un sistema in cui tutti traggono benefici e se è la conseguenza di un principio che la maggior parte della popolazione considera equo. In un'economia di mercato, la chiave del buon funzionamento è la concorrenza. Essa riduce la possibilità di guadagnare profitti straordinari, riduce la disuguaglianza di reddito, assicura benefici vantaggiosi per tutti, stimola l'efficienza e la meritocrazia. Insomma, l'economia di mercato deve il suo successo al fatto che al suo interno le responsabilità sono assegnate solo a chi fa il meglio!

La concorrenza permette al consumatore di scegliere liberamente fino a poter licenziare un venditore per poterne assumere un altro. Cosa accade in questo caso? Il consumatore diventa padrone. Per aumentare il volume di affari, le imprese offrono le migliori condizioni possibili ma, nel momento in cui un'impresa raggiunge un potere di mercato eccessivo, i consumatori ricorrono alla protezione del processo politico. Quando un'impresa acquisisce potere economico e politico non c'è più scampo e il sistema inizia a prendere le sembianze di un'economia socialista dove il sistema politico controlla il sistema degli affari. Cosa succede all'interno di un sistema capitalista clientelare? Le dinamiche fanno sì che il mondo degli affari diventi così potente da riuscire a controllare il processo politico. Il libero mercato funziona a condizione che il potere delle imprese sia limitato. La situazione peggiora quando il loro potere di mercato si trasforma in potere politico. Quando i monopoli estendono il loro potere sino a condizionare l'arena politica inizia il capitalismo clientelare. In entrambi i casi la concorrenza è assente, la libertà è ridotta al minimo e i ricchi diventano sempre più ricchi a spese degli altri.

La concorrenza è dunque l'ingrediente miracoloso che permette al sistema capitalistico di beneficiare tutti. Lo stesso Smith sottolinea i vantaggi dei mercati concorrenziali. Essi garantiscono un'allocazione ottimale delle risorse, vantaggi economici e sociali e

¹⁴¹C. Crouch, "Postdemocrazia", Brindisi, Laterza Editore, 2003.

una sorta di battaglia contro la discriminazione. Insomma, la concorrenza rende liberi!¹⁴²

3.2 La nuova forma di capitalismo clientelare

Relazioni personali, rapporti strumentali e clientele hanno caratterizzato fortemente il sistema politico italiano già a partire dalla formazione dello stato nazionale fino allo sviluppo di nuova forma di clientelismo. Questa nuova forma si basava su un meccanismo in cui il dirigente di azienda accoglieva le richieste “in considerazione di rapporti personali preesistenti, del peso di colui che faceva la richiesta, del referente politico dell’azienda, gestendo in maniera di volta in volta diversa il rapporto personale con i diversi riferimenti amministrativi o politici”.

Molte richieste clientelari venivano soddisfatte anche in previsione dei “possibili futuri vantaggi” per l’azienda e non solo in riferimento ad un appalto immediato che poteva anche non esistere al momento. Una volta accertata la disponibilità dei posti, nella loro distribuzione si teneva poi conto del peso elettorale dell’esponente politico che ne aveva fatto richiesta e dunque venivano favoriti quei consiglieri comunali e quei segretari di sezione particolarmente forti sul piano del consenso. In molti casi si passava da una corrente all’altra solo per ottenere un vantaggio per sé o per un familiare.

Le aziende, occupate quasi sempre nelle alte cariche da uomini e referenti di partito, selezionavano attraverso il lavoro dell’amministratore delegato e del presidente, che appartenevano a parti politiche e che rappresentavano i terminali di leader e amministratori.

I consiglieri di amministrazione, spesso dirigenti politici locali e punti di riferimento di qualche politico, trasmettevano i nominativi delle diverse correnti e gruppi politici prevalenti nella città o in occasione di situazioni che si determinavano volta per volta. Un ruolo importante veniva assunto dalla segreteria del leader che divenne ben presto il centro operativo per tutte le operazioni clientelari.¹⁴³

¹⁴²L. Zingales, “*Manifesto capitalista. Una rivoluzione contro un’economia corrotta*”, Milano, Best Bur, Rizzoli Editore, 2013, p. 69-93.

¹⁴³L. Musella, “*Clientelismo: tradizione e trasformazione della politica italiana 1975/1992*”, Napoli, Guida Editore, 2000, p. 80-86.

Comunque, non resta che concludere che il capitalismo clientelare non è (o non è necessariamente) un'attività criminale o un tipo di corruzione vera e propria. Esso danneggia le economie di mercato sostituendole con “mercati politici”. Nei mercati politici, l'attenzione non è più incentrata su come prosperare tramite la produzione, il perfezionamento e offrendo prodotti e servizi a prezzi competitivi. Qui, il successo economico dipende dalla capacità delle persone di sfruttare il potere del governo di truccare le carte economiche a proprio vantaggio. Mentre si mantiene la forma esteriore del mercato, i suoi meccanismi essenziali sono soppiantati dalla lotta per garantire che i governi, i legislatori e i burocrati si scambino favori a spese degli altri. In questo senso, il capitalismo costituisce una forma di redistribuzione: lontano dai contribuenti, dai consumatori e dalle aziende focalizzate sulla creazione di ricchezza, e a favore di sistemi organizzati, potenti e spalleggiati dalla politica.¹⁴⁴

Il regime del capitalismo clientelare crea gruppi distinti di insider e outsider che non hanno nulla a che fare con i criteri classici di giustizia come bisogno, merito, e volontà di assumere rischi e responsabilità. Tutto ciò che conta in un mondo dominato dal capitalismo clientelare è la vicinanza al potere statale. Se sei, per esempio, un giovane imprenditore con una nuova idea, prodotto o servizio, ma ti mancano le giuste conoscenze politiche, sei automaticamente svantaggiato in un mondo del genere. La parità di opportunità è quindi compromessa. Un imprenditore di principio, ma frustrato che si rifiuta di fare il gioco del capitalismo clientelare è ridotto a cercare settori dell'economia dove il capitalismo clientelare non è ancora arrivato.¹⁴⁵

Tra i capitalisti clientelari troviamo imprese che esercitano pressioni sui governi e legislatori per ottenere esenzioni, monopoli, sussidi, accesso ai contratti “ad unica fonte”, il controllo dei prezzi, salvataggi aziendali, tutela dalle tariffe doganali, protezioni e agevolazioni fiscali e accesso al credito fornito dal governo con tassi di interesse inferiori a quelli fissati dal mercato. Tutti questi privilegi si fondano sul presupposto che una particolare attività o settore in qualche modo merita un trattamento speciale.

¹⁴⁴S. Gregg, “*Inequality in a crony capitalist world*”, The American Spectator, gennaio 2014.

¹⁴⁵S. Gregg, “*Inequality in a crony capitalist world*”, The American Spectator, gennaio 2014.

Anche se non spesso collocati in questa categoria, i sindacalisti sono abili a stare al gioco del capitalismo clientelare. Molti di loro sono stati in grado di garantire una legislazione che gli permette di spingere i dipendenti ad entrare nei loro ranghi, violando il principio stesso su cui sono fondati i sindacati: il principio della libera associazione.

Coloro che dispensano favori (legislatori e altri funzionari pubblici) ovviamente vogliono qualcosa in cambio. Vi è un numero sorprendente di dipendenti statali che assicurano posti di lavoro nel settore che un tempo regolavano. Oltre alle donazioni durante la campagna elettorale, un altro bisogno inespresso di molti funzionari eletti è quello di ottenere posti di lavoro per gli amici o anche per se stessi, nel momento in cui usciranno dalla sfera pubblica. Oltre questi, ci sono poi i politici che si uniscono alle fila dei lobbisti¹⁴⁶.

È chiaro che chi entra a far parte del circolo vizioso del capitalismo clientelare, è ben cosciente dei vantaggi che ne derivano. Nel 2012 l'economista italiano Luigi Zingales affermava che “sette dei dieci quartieri più ricchi degli Stati Uniti sono nei sobborghi di Washington DC, che produce poco ad eccezione di norme e regolamenti”.

In tutto ciò, il prezzo da pagare è una grave compromissione del processo di creazione della ricchezza. Il risultato è un lento declino che è possibile notare in paesi come l'Italia, la Grecia, il Portogallo ed infine la Francia. Questa cattiva notizia pesa in maggior parte sui poveri. I ricchi possono sempre prendersi cura di se stessi in una economia basata sul capitalismo clientelare. Si tratta di capitalismo clientelare di stato e di partito. Ma chi non ha potere e denaro è in netto svantaggio.¹⁴⁷

3.3 Il capitalismo clientelare tra Italia e Stati Uniti

In Italia sino alla fine degli anni Novanta del Novecento, quando la grande impresa pubblica e privata iniziarono il loro declino, il potere capitalistico è cresciuto nella fratellanza con le banche e con il capitalismo monopolistico di stato, dando vita a un costruito economico che potrebbe prendere il nome di “capitalismo senza mercato”.

¹⁴⁶ Mark Leibovich stima che il 42% dei membri della Camera e il 50% dei senatori che vanno in pensione restano di fatto a Washington DC per diventare lobbisti.

¹⁴⁷ S. Gregg, “*Inequality in a crony capitalist world*”, The American Spectator, gennaio 2014.

Questo capitalismo senza mercato è stato poi sostituito dal capitalismo clientelare guidato da grandi forme di incompetenza, di ingiustizia e di corruzione.¹⁴⁸

L'Italia sembra essere la patria del nepotismo¹⁴⁹, emblema perfetto di tale realtà strutturata su una tacita accettazione e legalizzazione di clientelismo e raccomandazioni. Una realtà strutturata in un sistema gerarchico che fa dell'appartenenza ad esso l'unica nota di merito e di considerazione: chi non appartiene a questa gerarchia, per la comunità non ha alcun peso, alcun valore. Non esiste.

Luigi Zingales, emigrato negli Stati Uniti, ha passato molti dei suoi anni a studiare la degenerazione del modello italiano che inizia a minacciare allo stesso tempo gli Stati Uniti. Egli ritiene che l'Italia abbia inventato il termine "nepotismo" ed abbia perfezionato il concetto di "capitalismo clientelare" dove "chi conosci è più importante di cosa conosci". Oltre al nepotismo, in Italia vi è assenza di meritocrazia, determinata dalla forte pressione esercitata da parte della sinistra a favore dell'uguaglianza. Negli anni '70 la sinistra ha combattuto per eliminare qualsiasi meccanismo selettivo considerato discriminante nei confronti dei meno abbienti. Uno dei risultati è per esempio l'assenza di selezione per accedere alle università. La conseguenza di tale egualitarismo è stata la produzione di una massa di laureati ignoranti che ha costretto le imprese ad assumere avvalendosi dell'unico sistema che funzionasse in assenza di un credibile criterio di selezione: le conoscenze personali. La crescente importanza dei contatti personali, qui come altrove, mette le persone che sono all'interno del giro delle conoscenze influenti in una posizione di chiaro vantaggio.

L'Italia dunque, è ormai il paese dell'illegalità diffusa. Le imprese pagano i funzionari statali per evitare di sottostare alla regolamentazione e per evadere le tasse. Il problema purtroppo invade diversi campi: è una di etica e di economia. Già nel 1981 Enrico Berlinguer, leader del PCI, sollevò la "questione morale". I partiti erano macchine di potere e clientela che gestivano interessi anche loschi.¹⁵⁰ Successivamente la questione

¹⁴⁸G. Sapelli, *"Il potere in Italia"*, Firenze, GoWare Editore, 2014, p. 6-7.

¹⁴⁹Il termine "nepotismo" indica la tendenza, da parte di detentori di autorità o di particolari poteri, a favorire i propri parenti a causa della loro relazione familiare e indipendentemente dalle loro reali abilità e competenze. Tale usanza nacque nel Medioevo per mano di alcuni papi e vescovi cattolici che avevano fatto voto di castità e allevavano i loro figli illegittimi come "nipoti" concedendo loro incarichi e privilegi.

¹⁵⁰E. Scalfari, *"Intervista a Enrico Berlinguer"*, Roma, La Repubblica, 1981.

morale è diventata anche una questione economica, causa ultima del mancato sviluppo dell'ultimo decennio.

Se le imprese non crescono è per l'amoralità economica diffusa all'interno dell'Italia. L'impossibilità di delegare per la mancanza di fiducia, costringe le imprese a rimanere piccole e familiari con delle complesse piramidi societarie. Il problema delle imprese familiari sta nel ruolo giocato dagli eredi che si trovano ai vertici delle imprese. Quando il comando passa ad un erede, l'impresa ne risente ed il suo valore scende. Al contrario, se passasse ad un esterno il suo valore salirebbe. La responsabilità del cattivo lavoro svolto dall'erede è la mancanza di una laurea decente e di una qualche specializzazione e qualificazione. Un erede non preparato e non adatto al ruolo, porta l'azienda a risentirne, ad una minore produttività rispetto a quella che porterebbe un manager esterno.¹⁵¹

L'assenza di fiducia impedisce i meccanismi di selezione meritocratica. Ma perché?

In Italia non vi è una cultura del merito poiché è totalmente assente anche una cultura della legalità. Il clientelismo politico e l'economia sommersa hanno trasformato l'Italia in una peggiorcrazia. Il motivo della profonda crisi del capitalismo si trova proprio nell'esistenza e nella forte presenza del clientelismo. Il problema sta proprio qui: senza cultura dell'illegalità non può esistere fiducia. I delitti passano, i criminali non sono condannati, esistono leggi assurde che rendono complicato operare nel rispetto della legge, la burocrazia è lenta, i processi sono lunghi.

Dinnanzi a questo quadro, la giustizia si piega al volere dei potenti abbandonando i cittadini che ripongono in essa una minima speranza. La giustizia non difende i cittadini.

La mancanza di una cultura delle regole è una questione di equità e di giustizia sociale. Allo stesso tempo essa rappresenta anche un problema economico poiché senza rispetto della legge non può esserci vera concorrenza in quanto le imprese più grandi e politicamente influenti possono schiacciare i competitori. Senza un quadro legislativo certo non è possibile una vera crescita economica perché gli imprenditori hanno paura di avventurarsi in investimenti a lungo termine.

¹⁵¹L. Zingales, *“Manifesto capitalista. Una rivoluzione contro un'economia corrotta”*, Milano, Best Bur, Rizzoli Editore, 2013, p. 361-367.

Il conflitto di interessi è diffuso e non è percepito come un problema, la corruzione e l'amoralità sono in aumento e la natura dell'economia è cambiata. L'economia di oggi infatti è basata sull'informazione. L'elemento essenziale per il funzionamento delle economie avanzate è la fiducia nell'integrità di questo sistema di dati messa in discussione da un sistema che vacilla.

Si necessita di una cultura dell'integrità e di una tolleranza zero per le violazioni assenti in Italia. Fino ad oggi la peggioranza è sopravvissuta distribuendo piccoli privilegi. L'attaccamento a questi piccoli privilegi rende difficile la svolta. Il problema è che i cittadini sarebbero disposti a rinunciare ai privilegi se sapessero che gli altri farebbero altrettanto, altrimenti verrebbero danneggiati. L'attuale crisi pone le basi per un cambiamento poiché spinge verso la volontà di una meritocrazia e verso l'efficienza, mettendo a rischio i piccoli vantaggi e la stessa peggioranza.¹⁵²

Gli Stati Uniti, invece, sembrano essere un paese in cui la meritocrazia ha ancora un certo valore, un certo peso. Gli esempi sono dati da innumerevoli cose. Si guardi ai movimenti populistici¹⁵³ volti a difendere gli interessi dei più deboli nei confronti del potere opprimente delle grandi imprese, si guardi al sistema scolastico molto più valido e selettivo del sistema italiano, si guardi alle maggiori opportunità che gli individui riescono a trovarvi.¹⁵⁴

Mentre in Italia è sempre più alto il numero di persone efficienti che non vengono valorizzate per dar spazio ai meno capaci, negli Stati Uniti i laureati sostengono un test e analizzano vari programmi di dottorato per identificare il migliore.

Un sistema clientelare reprime la libertà di parola, cancella gli incentivi allo studio, mette a repentaglio le opportunità di carriera e annulla la libertà nella ricerca della felicità. Il clientelismo ha infatti derubato l'Italia di gran parte delle sue potenzialità di

¹⁵²L. Zingales, *“Manifesto capitalista. Una rivoluzione contro un'economia corrotta”*, Milano, Best Bur, Rizzoli Editore, 2013, p. 364-370.

¹⁵³I movimenti populistici sono caratterizzati dal desiderio di ridistribuire la ricchezza e di “spennare” i ricchi. Il populismo è una minaccia per la sopravvivenza del sistema economico nel momento in cui i mercati perdono legittimità nell'allocare risorse, cioè quando il sistema sembra ingiusto per un gran numero di persone. L'obiettivo del populismo è di contenere il potere sproporzionato delle grandi imprese.

¹⁵⁴L. Zingales, *“Manifesto capitalista. Una rivoluzione contro un'economia corrotta”*, Milano, Best Bur, Rizzoli Editore, 2013, p. 11-18.

crescita economica e dei grandi benefici che può ricavarne ed ha anche sottratto ai cittadini le motivazioni per impegnarsi nel lavoro.

In America le remunerazioni sono distribuite in base al merito. La concorrenza consente alla gente di consumare i prodotti migliori a prezzi più bassi. La facilità dell'accesso al mercato assicura l'emergere di nuove idee e agevola la mobilità sociale. A differenza della maggiore parte dell'Occidente, qui la democrazia ha preceduto l'industrializzazione e il capitalismo americano si è sviluppato in un momento storico in cui la quota di prodotto interno lordo controllata dal governo era molto ridotta. Il governo federale disponeva di scarse risorse finanziarie e aveva un potere modesto. Per avere successo gli imprenditori erano costretti a sfondare nel mercato. Il capitalismo americano si è sviluppato subendo scarse influenze esterne. Gli stati uniti hanno infine beneficiato dell'etica protestante per cui la ricchezza è una giusta ricompensa per l'impegno nel lavoro.¹⁵⁵

Il sostegno al capitalismo è dato dal fatto che esso è positivamente associato al convincimento che sia l'impegno nel lavoro a determinare il successo ed è negativamente associato alla percezione di quanto diffusa sia la corruzione¹⁵⁶. Negli Stati Uniti esistono molti più capitalisti *self-made* che hanno fatto fortuna all'interno dei mercati e di settori economici per le loro capacità e non per interventi esterni. In tanti altri paesi i più ricchi accumulano fortune per i legami politici essenziali per avere successo.

I fattori storici che fanno sì che il capitalismo americano sia differente sono molti. In America, come già detto, la democrazia ha preceduto l'industrializzazione, il suffragio universale maschile ed il sistema educativo di massa erano stati introdotti decenni prima della seconda rivoluzione industriale, c'era un atteggiamento favorevole nei confronti del mercato molto più che nei confronti del mondo degli affari, il governo aveva dimensioni ridotte. A promuovere la libera concorrenza partecipano anche i fattori geografici e culturali: il potere è fondato sul popolo e vi è un sistema di common

¹⁵⁵L. Zingales, "Manifesto capitalista. Una rivoluzione contro un'economia corrotta", Milano, Best Bur, Rizzoli Editore, 2013, p. 22-24.

¹⁵⁶R. Di Tella e R. MacCulloch, "Why doesn't capitalism flow to poor countries?", Brookings papers on economic activity, n.1, 2009, p. 285-332.

law¹⁵⁷ e di equità. Infine, i fattori istituzionali influenti sono la natura federale dello stato e la possibilità di concorrenza tra stati che permetteva di tenere a bada il potere del grande capitale. Questa concorrenza tra gli stati limitava il controllo delle grandi aziende.¹⁵⁸

Negli altri paesi la situazione era differente. La maggior parte dei paesi hanno sviluppato la loro industrializzazione all'ombra di quella americana incentivando corruzione e collusione tra interessi pubblici e privati.

Gli Stati Uniti sono caratterizzati da una cultura pro-mercato senza influenza diretta del marxismo. Essi rappresentano il sistema capitalistico che si avvicina di più all'ideale di libertà economica e libera concorrenza, con un consenso popolare per il capitalismo maggiore rispetto altri paesi.

Il capitalismo clientelare implica il controllo di risorse da parte di una ristretta élite economica, è un'alternativa preferibile al marxismo poiché vi sono imprenditori privati che perdono soldi quando sono inefficienti e che per questo hanno un incentivo ad innovare.

3.4 La cultura della meritocrazia.. che non c'è

La maggioranza degli uomini tra i 20 e i 30 anni oggi guadagna meno in termini reali della generazione precedente¹⁵⁹. Ci sono molti più disoccupati. La mobilità ascensionale da povertà a ricchezza è in netta diminuzione e il sogno americano è in frantumi. Il male sta nel grande business monopolistico e politicamente clientelare, in un governo ormai totalmente corrotto e legato ad interessi personali. Quando il privato fallisce la maggior parte delle volte è perché il governo interviene con sussidi o perché gli garantisce una posizione di monopolio. Viceversa, quando il governo fallisce il più delle volte è perché il privato lo condiziona. La colpa è del cattivo sistema clientelare.¹⁶⁰

¹⁵⁷Il sistema di common law è un modello di ordinamento giuridico di matrice anglosassone, basato più sui precedenti giurisprudenziali che su codici, leggi o atti normativi.

¹⁵⁸L. Zingales, "Manifesto capitalista. Una rivoluzione contro un'economia corrotta", Milano, Best Bur, Rizzoli Editore, 2013, p. 37-49.

¹⁵⁹<http://www.census.gov/hhes/www/income/data/historical/household/>, tavola H-6.

¹⁶⁰L. Zingales, "Manifesto capitalista. Una rivoluzione contro un'economia corrotta", Milano, Best Bur, Rizzoli Editore, 2013, p. 31.

È evidente l'importanza delle regole, poche e semplici, che minimizzano il numero di professionisti dediti ad interpretare e manipolare le regole aumentando l'efficienza del sistema. In tal modo si ridurrebbe il rischio di cattura di interessi specifici.

La funzione più importante di un sistema economico deve essere quella della distribuzione delle responsabilità e dei benefici. In molte società moderne la selezione delle persone e l'assegnazione dei benefici sono regolate mediante il criterio del merito che viene dunque ricompensato.

Cosa è il merito? In ogni società dovrebbe esistere un sistema di valutazione del merito efficiente ed impermeabile alle manipolazioni, giusto. Il sostegno alla meritocrazia è allo stesso tempo il sostegno all'economia di mercato. Purtroppo sono notevoli le difficoltà per sostenere il principio meritocratico all'interno delle democrazie perché qualsiasi sistema che assegni risorse e benefici in base al merito, finisce per attribuire risorse più alte a pochi individui suscitando l'invidia della maggioranza. E si sa, in democrazia la maggioranza governa. Perché quindi dovrebbe riconoscere ad una minoranza maggiori benefici?

Gli Stati Uniti si basano sul principio dell'eguaglianza delle opportunità e non dei risultati. Benefici e responsabilità devono essere assegnate in base al merito. Tale sistema va ad evidenziare all'interno del Paese una grande quantità di diseguaglianze economiche, tra le più alte del mondo. Nonostante tutto è bassa la percentuale degli americani che vorrebbe un cambiamento in tale ambito poiché la fiducia nell'uguaglianza delle opportunità è sostenuta dalla convinzione che il sistema sia sostanzialmente giusto.

Purtroppo la cultura della meritocrazia non è universale. Per generare consenso essa deve conferire benefici alla maggior parte dei cittadini. Storicamente infatti, i sistemi meritocratici si sono affermati quando i loro potenziali vantaggi sono stati percepiti più chiaramente dalla gente.

Quello che è certo e che tende ad abbassare il sostegno a tale sistema, è che in politica i benefici assicurati dalla meritocrazia sono assai inferiori rispetto a quelli assicurati dal clientelismo. Un'impresa in monopolio non ha interesse ad impiegare individui più capaci poiché non è esposta a nessun rischio. In un mercato competitivo invece le aziende subiscono la pressione dei concorrenti e quindi non ha senso combattere per una

fetta maggiore se l'intera torta rischia di scomparire. Bisogna lottare per conservare quel pezzo di torta. La meritocrazia è intrinsecamente connessa al libero mercato. Senza la minaccia della concorrenza economica le organizzazioni non hanno interesse ad essere efficienti e quindi non vi è alcuna ragione di essere meritocratici.

La meritocrazia può dar vita a “circoli virtuosi”¹⁶¹ in quanto, più i cittadini vedono il principio della ricompensa del merito applicato con sistematicità e giustizia, più essi saranno propensi ad accettarlo. Un sistema corrotto invoglierà invece la gente ad imbrogliare generando un “circolo vizioso”. Questi circoli indicano l'esistenza di equilibri multipli, situazioni diverse in cui il sistema economico è stabile e da cui è molto più difficile deviare. In uno stato di equilibrio le piccole perturbazioni in linea generale non producono effetti.

Un libero mercato meritocratico per svilupparsi in un paese democratico deve offrire benefici ai cittadini e godere di un sostegno culturale. Negli Stati Uniti entrambi questi fattori sono a rischio. Il primo minacciato dalla riduzione dei benefici, il secondo da una delegittimazione dei mercati come metodo migliore per premiare i meritevoli. La riduzione dei vantaggi assicurati in passato dal capitalismo meritocratico, mette in discussione il consenso nei confronti del libero mercato. Vi è la percezione che le regole non valgano allo stesso modo per tutti e che il sistema sia truccato.¹⁶²

Sicuramente l'assenza di disuguaglianze non genera incentivi ma, allo stesso tempo, un'accentuata disuguaglianza però ridurre gli incentivi e produrre effetti politici negativi. Il consenso politico ad un sistema meritocratico vacilla quando una élite di straricchi ha un potere politico sproporzionato con cui manipola il sistema a suo vantaggio. Oggi per esempio ci si trova di fronte ad una divisione tra grandi vincenti e grandi perdenti. I perdenti sono moltissimi, lavoratori poco qualificati e istruiti, maggiormente penalizzati dalla concorrenza internazionale e dall'esternalizzazione della produzione all'estero. Col passare del tempo l'identità dei perdenti sta cambiando dato il cambiamento della concorrenza dei paesi emergenti sempre più qualificata e sofisticata.

¹⁶¹R. Abravanel, *“Meritocrazia. Quattro proposte concrete per valorizzare il talento e rendere il nostro paese più ricco e più giusto”*, Milano, Garzanti Editore, 2008.

¹⁶²L. Zingales, *“Manifesto capitalista. Una rivoluzione contro un'economia corrotta”*, Milano, Best Bur, Rizzoli Editore, 2013, p. 51-67.

Quando la concorrenza si intensifica e globalizza, le imprese nazionali si difendono aumentando i loro rapporti politici e questo spinge gli imprenditori locali a specializzarsi in settori dove i legami politici sono più importanti.

Come sempre, l'esempio più estremo di tale involuzione è l'Italia. Quando ha aperto alla concorrenza internazionale, i maggiori gruppi industriali hanno trasferito gli investimenti dai settori ove la concorrenza internazionale è più aggressiva (tessile e computer) in cui si sentivano a rischio, verso i servizi dove sapevano di poter contare sull'aiuto dello stato o su una regolamentazione che potessero più facilmente catturare. Risultato? Un aumento della corruzione.

L'economia del "chi vince piglia tutto" uccide la speranza. I figli di genitori con bassa istruzione e basso reddito hanno tutto e tutti contro e molti di loro rinunciano alla propria istruzione, abbandonati ormai all'idea di una vita priva di strade. Essi sono disincentivati dalla tendenza verso un'economia della conoscenza che rende sempre più difficile per chi non ha una formazione adeguata trovare lavoro.

In un'economia tradizionale le aziende più grandi non hanno bisogno di protezione da parte del governo. Grazie ai costi marginali più bassi le imprese non temevano di competere in un libero mercato perché consapevoli che ne avrebbero tratto guadagno. Vi era una coincidenza tra gli interessi dei capitalisti più potenti e il libero mercato che ha permesso la diffusione e il trionfo delle idee di libero mercato. In un mercato dove "chi vince piglia tutto" invece, il vincitore non è necessariamente il migliore.

Le grandi imprese che non sono obbligatoriamente le più efficienti ma semplicemente le più potenti a livello politico. Esse aumentano gli incentivi a manipolare il potere dello stato per conservare l'egemonia sul mercato mediante strumenti politici. L'economia del "chi vince piglia tutto" genera capitalismo clientelare con la necessità di appoggi politici. Il clientelismo genera clientelismo!¹⁶³

"Si può affermare che molta dell'arretratezza economica nel mondo può essere spiegata con la mancanza di fiducia reciproca": lo ha scritto Kenneth Arrow, premio nobel per l'economia.

¹⁶³L. Zingales, *"Manifesto capitalista. Una rivoluzione contro un'economia corrotta"*, Milano, Best Bur, Rizzoli Editore, 2013, p.189-223.

Come afferma Arrow¹⁶⁴, “ogni transazione economica racchiude un elemento di fiducia”¹⁶⁵, fiducia nella controparte e figura nell’intero sistema. L’elemento fiduciario, infatti, è importante per la sua dote di semplificatore delle transazioni. Esso consente di risparmiare sui costi di controllo e di verifica.

In economia la fiducia si manifesta sotto due forme:

1. La fiducia “personale” che si costruisce nel tempo attraverso una serie di interazioni tra soci, amici, colleghi. Questa forma di fiducia è solitamente positiva perché aiuta chi l’ha costruita ma può essere anche negativa perché danneggia chi ne resta escluso o discriminato. Essa è essenziale in un sistema economico ma può essere di intralcio quando il sistema si fa più complesso e necessita di comunicazioni e scambi tra individui e gruppi lontani.
2. La fiducia “generalizzata”, essenziale per l’economia moderna. È la fiducia che le persone ripongono in un individuo scelto a caso che appartiene a un gruppo o a una società che non si conosce. Tale fiducia consente ai mercati di svilupparsi, al commercio di prosperare, alle società di crescere e dipende in gran parte dal passato. Nei paesi con una lunga storia di conflitti come Francia e Inghilterra, hanno meno fiducia gli uni negli altri, in paesi con una stessa religione il grado di fiducia è maggiore.

Tutti questi sono fattori che influenzano le decisioni economiche. Una scarsa fiducia tra paesi si traduce in una diminuzione degli scambi commerciali e degli investimenti. Quando il grado di fiducia è basso molti investimenti non sono presi in considerazione perché la percezione del rischio di essere raggirati è talmente alta da scoraggiare anche dal prenderli in considerazione.

Se qualche volta l’assenza di fiducia rappresenta un freno che potrebbe essere eliminato e che porta a perdite notevoli, altre volte è espressione di buon senso. La fiducia è un esempio di ciò che viene chiamato “capitale civico”¹⁶⁶ cioè, insieme delle aspettative e

¹⁶⁴Kenneth Arrow è un economista statunitense, vincitore del Premio Nobel per l’economia nel 1972 per i contributi pionieristici alla teoria dell’equilibrio economico generale e alla teoria del benessere. Arrow è considerato tra i fondatori della moderna economia neoclassica. I suoi principali contributi riguardano la teoria della scelta sociale (con il teorema dell’impossibilità) e l’analisi delle situazioni di equilibrio economico generale.

¹⁶⁵K. Arrow, “*Philosophy & Public Affairs*”, Vol.1, n. 4, US, Wiley Editore, 1972, p. 357.

¹⁶⁶L. Guiso, P. Sapienza e L. Zingales, “*Civic capital as the missing link*”, working paper, marzo 2010.

dei valori che favoriscono la cooperazione, fattore produttivo come quello fisico e umano. Nei paesi in cui è più elevato è possibile riscontrare la presenza di una minore quantità di corruzione e di una maggiore sicurezza pubblica. La pubblica amministrazione lavora meglio e le aziende private crescono in maniera più efficiente. Il capitale civico dipende da esempi di cooperazione riuscita e dall'istruzione. Esso è difficile da accumulare e facile da svalutare, tanto che un politico da solo può minare la fiducia nei confronti di un intero popolo.

Altro ruolo importante sull'assenza della fiducia potrebbe essere anche il sistema scolastico. In Italia, per esempio, la scuola tenta di inculcare obbedienza e rispetto per le autorità generando un effetto contrario: si coltiva diffidenza. Il grado di capitale civico è maggiore nei paesi in cui prevalgono i lavori di gruppo e minore in quella in cui la maggior parte delle lezioni è occupata dalle spiegazioni degli insegnanti. Questo avviene poiché l'inclinazione all'impegno e alla critica è una componente fondamentale del capitale civico che aiuta a sviluppare la sensazione di esser "cittadini" come avviene per esempio negli Stati Uniti.¹⁶⁷

La finanza è un elemento essenziale per introdurre concorrenza nel sistema economico. Un accesso diffuso al credito è essenziale per permettere a nuovi imprenditori di entrare nel sistema. Senza accesso al credito le persone di talento non possono mettersi in proprio e sono costrette a lavorare per arricchire chi ricco già lo è. Di recente la finanza sembra aver creato sempre più disuguaglianze e ingiustizie. Normalmente la finanza sarebbe un ambito meritocratico in cui il talento è assai premiato e che può influenzare quante e quali imprese possono entrare in un certo settore e quante e quali devono uscire. Troppe nuove imprese azzerano i profitti. Troppe poche e le imprese esistenti si arricchiscono a spese dei consumatori.

Il fallimento delle grandi banche può sconvolgere il sistema economico, e così è stato. L'assenza di un ruolo preciso che scovi le truffe ha portato così alla fortuita scoperta di quelle che poi hanno portato alla crisi del settore bancario.¹⁶⁸

¹⁶⁷L. Zingales, *"Manifesto capitalista. Una rivoluzione contro un'economia corrotta"*, Milano, Best Bur, Rizzoli Editore, 2013, p. 250-254.

¹⁶⁸L. Zingales, *"Manifesto capitalista. Una rivoluzione contro un'economia corrotta"*, Milano, Best Bur, Rizzoli Editore, 2013, p. 95-99.

La responsabilità non ricade, a questo punto, solo sulla finanza ma anche sul ruolo degli intellettuali. Soggiogati dal circolare di incentivi economici e possibilità di carriera, anche gli intellettuali hanno ceduto alla corruzione dilagante. Tutto ciò ha portato ad una vera e propria spaccatura tra élite intellettuale e gente comune che ha nutrito le forme più acute e pericolose di populismo. Oggi prevale un anti-intellettualismo che sarebbe risolvibile solo se gli intellettuali ammettessero il rischio delle influenze dei potenti e cercassero di combatterle.¹⁶⁹

4.1 Il clientelismo è realmente un fenomeno prettamente italiano?

In realtà il clientelismo è un fenomeno presente anche in democrazie più mature e consolidate. Nel caso dell'Italia, la preponderanza di questo tratto nella vita politico-economica del paese va ricondotta alla storica necessità di attivare e rafforzare, da parte dei gruppi politici del giovane Stato unitario emergente, reti di relazione sempre più estese, ai fini di una efficace raccolta del consenso. Dunque le radici sono da trovare nelle scelte delle passate classi politiche ed il suo superamento dipenderà delle scelte razionali delle classi politiche del presente e del futuro.¹⁷⁰

Le riforme istituzionali, volte a ridurre il clientelismo, possono essere efficaci solo in seguito a trasformazioni strutturali delle relazioni tra partiti e di questi con la società.

Ad essere imbarazzante e paralizzante è che al momento, in Italia, non esistono partiti o movimenti che lottano per ottenere un vero e proprio cambiamento, reale e sostenibile. Anche il Movimento 5 Stelle, dopo aver attirato molte delle speranze degli Italiani, è finito per essere divorato dalla sua stessa fame di vittoria e voglia di rivoluzione. Il difficile ma bellissimo percorso che può portare alla fine della crisi e alla nascita di un "capitalismo meritocratico" potrà essere intrapreso solo quando i gruppi sociali che risentono maggiormente della crisi e dello stato confusionale del sistema italiano si uniranno e daranno vita ad una vera e propria "rivoluzione liberale" contro il nepotismo, la corruzione, l'evasione e gli sprechi.

Avviare una rivoluzione liberale significherebbe rompere definitivamente il circolo vizioso generatosi dal "capitalismo clientelare". Da un lato teorico, una rivoluzione

¹⁶⁹L. Zingales, *“Manifesto capitalista. Una rivoluzione contro un’economia corrotta”*, Milano, Best Bur, Rizzoli Editore, 2013, p.152-169.

¹⁷⁰S. Piattoni, *“Le virtù del clientelismo: una critica non convenzionale”*, Roma, Laterza Editore, 2007.

liberale che lotti a favore della meritocrazia, della trasparenza e dell'efficienza, porta solo benefici all'economia a cui viene applicata. La meritocrazia è alla base del libero mercato che determina la nascita, la vita e la morte di aziende e/o nazioni se queste ultime non sono in grado né di competere, né di riformarsi. La meritocrazia è alla base anche di una sana democrazia, democrazia in cui dovrebbe contare di più ciò che si conosce, piuttosto che chi si conosce. Per finire, un sistema meritocratico produce sana competizione tra individui, aziende, paesi. Tutti questi fattori, se sviluppati in modo corretto e sostenuti da un sistema giuridico, educativo e politico trasparente, sono in grado di aspirare alla tutela del singolo individuo e allo sviluppo armonico della società in quanto nazione¹⁷¹.

Il problema italiano è interno al sistema capitalistico italiano stesso: nepotismo, clientelismo, scarsa meritocrazia, evasione, corruzione ed inefficienza della macchina pubblica sono le principali cause del disastro economico della nostra nazione. A partire dagli anni Settanta l'Italia, a causa del suo "capitalismo clientelare" perfetto, fatto di mafia, piccole e grandi lobbies, corruzione e contatti clientelari di vario tipo, non ha mai capito che il mondo ha continuato a correre e la nostra economia è rimasta legata ad un modello troppo vecchio, inefficiente e poco competitivo. Affinché il paese torni a correre è necessario rigenerare tutta la classe dirigente attuale e al tempo stesso attuare una forte azione riformatrice che incominci a modernizzare la giustizia (oggi troppo lenta, poco competente e troppo legata al soldo), a pensare ad un sistema fiscale meno pesante e più equo, a semplificare le troppe regole poco rispettate, a risolvere il conflitto d'interesse, a ridare credibilità al sistema educativo *in toto* e a pensare ad una politica industriale innovativa e a lungo termine.¹⁷²

Tutte queste manovre, se promosse in modo competente e lungimirante, demolirebbero il "capitalismo clientelare", che sta lentamente togliendo il fiato a tutti gli italiani, e creerebbero i presupposti per un futuro sicuramente più ricco.

¹⁷¹Questo rappresenterebbe una modernizzazione del modello sviluppato da John Locke nella seconda metà del XVII secolo.

¹⁷²G. Rossi, "Il conflitto epidemico", Milano, Adelphi Editore, 2003.

Intervista a un testimone privilegiato

M. F. è un imprenditore viterbese di 63 anni, proprietario della Società di capitali che si occupa della fabbricazione di infissi in legno. Alla mia proposta di tenere un'intervista si è subito mostrato entusiasta, abbiamo preso appuntamento e ci siamo incontrati nell'ufficio della sua fabbrica.

Domanda: “L’impresa di cui è titolare è familiare e dunque ereditata, nata da lei o lei è stato scelto per svolgere il ruolo che ricopre al momento?”

Risposta: “Dunque, io sono il titolare dell’impresa. L’impresa è a conduzione familiare, cioè, non è ereditata poiché io e mio padre decidemmo insieme di aprirla ben 37 anni fa.”

D: “Quindi ha iniziato presto a lavorare? Quale età aveva?”

R: “Sì, io ho iniziato a 18 anni.”

D: “E l’idea di iniziare a lavorare così presto è stata la sua? Intendo dire che la sua era proprio una volontà di svolgere questo lavoro da sempre?”

R: “In realtà quando abbiamo dato vita all’attività avevo 18 anni, avevo iniziato anche la carriera universitaria iscrivendomi ad architettura ma di base ho sempre desiderato fare questo.”

D: “Quindi la sua idea principale era quella di dar vita a questa impresa e contemporaneamente affiancare l’attività di architetto?”

R: “Sì ma alla fine a tre esami dalla fine ho abbandonato l’università, un errore, ma comunque avevo già il mio lavoro e l’attività che avevo sempre voluto.”

D: “Preferirebbe o ha mai pensato di svolgere un lavoro dipendente?”

R: “No, no, assolutamente.”

D: “All’inizio, quando ha avuto l’idea di iniziare questa nuova avventura, ha mai pensato alla possibilità di dover affrontare la criminalità organizzata?”

R: “No, sinceramente sul territorio viterbese non c’è stato mai questo problema.”

D: “Non ha mai avuto paura di perder tutto in caso di fallimento?”

R: “Quello è un problema che c’è sempre, rientra quasi nella normalità. In realtà l’imprenditore ha paura proprio quando ormai ha qualcosa! All’inizio l’imprenditore rischia senza aver nulla in mano, se va bene, bene.. se non va bene, pazienza. La paura di perdere tutto arriva solo col tempo, quando ormai si ha un capitale ben solido... e allora lì si inizia ad aver paura di perdere tutto.. non all’inizio. Comunque in questo caso svolge un ruolo importante proprio il tempo, ci sono scadenze da rispettare.”

D: “E per quanto riguarda i debiti? Non ne è mai stato spaventato?”

R: “Mah, guarda, i debiti in questa attività rientrano nella normalità. Le spese sono tante, alle volte bisogna anticipare di tasca propria, poi ci sono i costi della burocrazia, il personale... insomma... iniziare questo tipo di lavoro ti porta a contatto giornalmente con i debiti.”

D: “Nel momento in cui ha avviato l’impresa, c’era concorrenza? E oggi?”

R: “La concorrenza è da sempre stata presente. Quando aprimmo l’impresa era il ’70 e proprio in quei tempi iniziava lo sviluppo dell’alluminio. Proprio per questo davanti alla mia idea di aprire un’impresa che avesse a che fare con il legno veniva spesso svalutata. Mi dicevano “ma come ti viene in mente proprio ora? Con lo sviluppo dell’alluminio” e invece.. eccoci qua! Credo che questo sia un settore che comunque possa non tramontare mai perché concorrenza si trova ancora, e molta.”

D: “Se si trovasse oggi a dover aprire questa impresa, secondo lei sarebbe il momento economico adatto?”

R: “No. Ora no. Non la aprirei.”

D: “Nonostante le spese e i debiti, riesce comunque a garantire il lavoro ai suoi dipendenti?”

R: “Sì. Guarda, se ti dovessi dire qui dentro lavorano molti figli di ex. Ci sono molti figli di persone che già avevano lavorato per noi insomma. In realtà riesco a garantire il lavoro anche di tasca mia, nel senso che se non ci sono soldi in un determinato periodo... attingo dai miei... questa sarebbe una cosa che un imprenditore non dovrebbe fare in realtà ma comunque preferisco fare così che far mancare garanzie e quel che è dovuto ai miei dipendenti.”

D: “Ha avuto difficoltà ad accedere ai finanziamenti bancari?”

R: “No, mai sinora.”

D: “Prima di iniziare tutto questo aveva mai avuto esperienza nel business?”

R: “Diciamo di sì, anzi sì, grazie a mio padre.”

D: “Cosa faceva suo padre?”

R: “Mio padre prima di questa attività iniziata con me aveva una fabbrica di camere da letto.”

D: “Quindi la sua è una famiglia che comunque ha sempre avuto a che fare con il mondo dell'imprenditoria! L'esperienza di suo padre è stata un'esperienza imprenditoriale finita male o una scelta?”

R: “Sì, diciamo che provengo da una famiglia di imprenditori. Per quanto riguarda l'esperienza di mio padre no, non è finita male ma ha scelto lui di chiudere per poter dar vita a questa che ora è una società di capitali famosa comunque a Viterbo. E comunque anche mia moglie ha un mobilificio, siamo un po' tutti in questo settore!”

D: “Ma in vita sua, mi sembra di aver capito, non ha mai studiato economia o gestione aziendale?”

R: “No no, mai, purtroppo direi.”

D: “Quindi lei si definisce una persona che ha saputo comunque dar concretezza all’idea di un’impresa.”

R: “Beh si, non grande ma comunque l’edilizia è sempre in via di sviluppo, è un settore che non muore mai.”

D: “Conosce comunque persone competenti con cui collaborare?”

R: “Beh, faccio molto riferimento a degli ottimi consulenti aziendali ma soci non ne ho.”

D: “Ha mai avuto contatti politici o comunque la possibilità di ricorrere a relazioni influenti?”

R: “No.”

D: “Per quanto riguarda le procedure burocratiche per aprire la sua impresa?”

R: “Eh, quelle sono state davvero un problema. Oltre ad esser molto, molto costose, sono state anche piuttosto lente e numerose. La parte burocratica è stata la parte più costosa e faticosa di tutto il lavoro. Bisognava mettere a norma, fare certificazioni e prove di laboratorio, ottenere i vari permessi, mettere a norma dipendenti e macchinari..”

D: “Per lei è stato quindi necessario rivolgersi a professionisti?”

R: “Guarda, i professionisti con cui ho a che fare sono persone che devono badare alla sicurezza e fiscalisti. Oggi rappresentano un vero e proprio problema mentre negli anni ’70 era tutto molto più facile. Oggi ci sono veramente troppe complicazioni. Le procedure burocratiche sono lente e complesse, all’inizio era stato tutto più facile!”

D: “Sa a chi rivolgersi per informazioni e aiuti?”

R: “Sì, questa è una cosa molto importante. Fin da quando abbiamo aperto, l’Associazione Artigiani ci è stata molto vicina, abbiamo potuto appoggiarci.”

D: “Dunque dalla nostra chiacchierata ho potuto capire che la sua attività è stata concordata con suo padre.. per quanto riguarda i suoi figli, se ne ha, pensa di poter lasciare la sua impresa a loro?”

R: “Guarda, io ho un figlio.. ed è già socio.. è stata fatta una società di capitali proprio per permettergli di diventare già socio.”

D: “Quindi suo figlio continuerà la sua esperienza.. ma lo farà per scelta personale o per una sorta di comodità?”

R: “In realtà anche lui si era iscritto ad architettura ma ha deciso di lasciare perché voleva entrare a far parte dell’impresa. La mia paura nel lasciargliela un giorno, sarà quella di caricarlo di responsabilità. Comunque questa è un’impresa ormai avviata e lasciare in mano a lui l’impresa vorrebbe dire caricarlo di tutto il lavoro e i sacrifici di una vita. Non sono sicuro che ne sarebbe in grado ma allo stesso tempo è stato lui a chiedere di diventare socio e di collaborare con me.”

Conclusioni

Le difficoltà vissute dall'economia mondiale provocano due reazioni:

1. Viene data la colpa all'economia di mercato e si cercano modi per risolvere i problemi facendo affidamento sugli interventi del governo. In tal modo si trascura il fatto che il governo è parte del problema.
2. Si nega l'esistenza del problema o la possibilità di risolverlo. In alcuni casi questo rifiuto è frutto della scarsa consapevolezza o della disperazione, in altri è una strategia subdola per minare il cambiamento.

Il clientelismo genera clientelismo e tale circolo vizioso deve esser spezzato con proposte e meccanismi di selezione meritocratici. Il primo requisito per raggiungere la meritocrazia è una giustizia penale e civile efficiente, rapida e competente. La promozione della concorrenza è inoltre fondamentale per promuovere la meritocrazia

Soluzioni:

- Si potrebbe pensare ad un protezionismo a sostegno degli operai con scarsa influenza politica.
- Si potrebbe rallentare o bloccare il mutamento tecnologico all'origine dell'incremento delle disuguaglianze economiche.
- Si potrebbe potenziare la concorrenza eliminando distorsioni indotte dall'intervento dello stato a favore di alcuni gruppi di privilegiati.
- Si potrebbe rafforzare il settore dell'istruzione, chiave della competitività. Bisogna creare una riforma del sistema scolastico che migliori le qualità dell'insegnamento e promuova la concorrenza nei mercati in cui è scarsa.
- Bisognerebbe introdurre una politica di tolleranza zero nei confronti del lobbismo.
- Si potrebbe costruire una rete di protezione contro l'economia del "chi vince piglia tutto" per garantire consenso politico all'economia di mercato e per incoraggiare le persone ad investire nel loro futuro.¹⁷³

¹⁷³L. Zingales, "Manifesto capitalista. Una rivoluzione contro un'economia corrotta", Rizzoli Editore, 2013, p. 212 e 222.

- Riduzione dell'eccessiva legislazione, troppo complicata e troppo inefficiente.

Gli elementi di questa rete di protezione sarebbero:

- Un meccanismo per ridurre i debiti personali ed un buon diritto fallimentare contro gli abusi.
- Un sussidio di disoccupazione abbinato all'opportunità di riqualificazione professionale (buoni scuola e buoni di riorganizzazione che proteggono gli individui).

Dallo studio della figura dell'imprenditore, si comprende che l'attività imprenditoriale è innovazione, cambiamento, radicale trasformazione, "distruzione creatrice". Tale figura imprenditoriale viene però limitata, nel momento in cui si viene a sviluppare una forma di capitalismo che predilige i rapporti clientelari e familiari. Nel momento in cui lo spirito del capitalismo perde la sua intraprendenza ed il suo spirito innovatore, l'imprenditore si trova di fronte ad una porta sbarrata. In tale clima, un soggetto innovatore privo di una rete di conoscenze, si trova a dover affrontare una situazione di assenza di possibilità e di scoraggiamento.

Lo spirito capitalista, prima basato sull'importanza della concorrenza e dell'innovazione, ha poi raggiunto una situazione di estremismo in cui le uniche cose ad essere importanti sono il denaro (fonte di prestigio sociale e simbolo di successo) ed il potere politico-economico

Bisogna, dunque, riscoprire il valore della concorrenza che stimola il confronto ed è vettore di benessere, in campo economico ma anche in campo politico, perché migliora il risultato per la stessa politica e per la libertà.

Abbiamo imparato da Smith che la concorrenza è la ragione fondamentale per cui i liberi mercati garantiscono tanti benefici economici, ma la concorrenza ha bisogno di regole semplici e comprensibili per la gente comune. Per assicurare, dunque, che il mercato possa produrre ricchezza e benessere, è necessario creare le condizioni di legalità e certezza del diritto.

Bibliografia

ABRAVANEL R. (2008), *“Meritocrazia. Quattro proposte concrete per valorizzare il talento e rendere il nostro paese più ricco e più giusto”*, Milano, Garzanti Editore.

ARROW K. (1972), *“Philosophy & Public Affairs”*, Vol. 1, n. 4, US, Wiley Editore.

BARON H. e PASSERELLA M. (Agosto 2010), *“Competition without equilibrium. The entrepreneurial discovery in Austrian economic theory”*, University of Bergamo.

BINENBAUM E. (1995), *“Kirzner’s core concepts”*, New directions in Austrian Economics, Londra, Routledge Editore.

BOETTKE P. (1987), *“Israel Kirzner”*, Department of Economics, US, New York University.

BONOMI A. (2013), *“Capitalismo in-finito. Indagine sui territori della crisi”*, Torino, Einaudi Editore.

BOISSEIVAN J. (1965), *“Saints and fireworks. Religion and politics in Rural Malta”*, Londra, Berg Publishers.

CAMPBELL J. W. (1964), *“Analog Science Fact-Science Fiction”*, New York, Conde Nast Publications.

CANTILLON R. (1955), *“Saggio sulla natura del commercio in generale”*, Torino, Einaudi Editore.

COLE H. (1960), *“History of socialist thought, communism and social democracy”*, US, Macmillan Editore.

COLEMAN J. S. (1990), *“Foundations of Social Theory”*, Cambridge, MA and London Harvard University Press.

COLOMBATTO E. (2001), *“Dall’impresa dei neoclassici all’imprenditore di Kirzner”*, Bologna, Il Mulino Editore.

CROUCH C. (2003), *“Postdemocrazia”*, Brindisi, Laterza Editore.

D’AURIA C. (2010), *“Il pragmatismo flessibile: tigri del Sud-Est asiatico e Cina tra constructive engagement ed héping juédi”*, Viterbo, Sette Città Editore.

DI TELLA R. e MACCULLOCH R. (2009), *“Why doesn’t capitalism flow to poor countries?”*, *Brookings papers on economic activity*, n.1.

DOUAHN R. , ELIASSON G. , HENREKSON M. (2007), *“Israel M. Kirzner: an outstanding Austrian contributor to the economics of entrepreneurship”*, Small Business Economics.

EISENDSTAND S. N. e RONIGER L. (1984), *“Patrons, clients and friends. Interpersonal Relations and Structure of Trust in Society”*, Cambridge e Londra, Cambridge University Press.

GIANTURCO GULISANO A. (2011) *“Azione e funzione imprenditoriale in Kirzner e i suoi critici”*, Nuova civiltà delle macchine.

GIANTURCO GULISANO A. (2012), *“L’imprenditorialità di Israel Kirzner”*, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore.

GINSBORG P. (2006), *“La democrazia che non c’è”*, Torino, Einaudi Editore.

GORDINI N. (2013), *“Imprenditore e attitudini imprenditoriali: Aspetti teorici ed evidenze empiriche”*, Milano, Pearson Editore.

GREGG S. (Gennaio 2014), *“Inequality in a crony capitalist world”*, The American Spectator.

GRILLO N. G. e TUCCI A.(2007), *“Perché fuggire dalla Calabria”*, Roma, Geva Editore.

GUIO L., SAPIENZA P. e ZINGALES L. (Marzo 2010), “*Civic capital as the missing link*”, Working paper.

HAYEK F. A. (2011), “*Autobiografia*”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore.

HAYEK F. A. (1988), “*Conoscenza, mercato e pianificazione*”, Soveria Mannelli, Il Mulino Editore.

HAZLITT H. (Dicembre 1974), “*Review of Kirzner*”, New York, The Freeman.

HIGH (1990), “*Maximizing, action, and market adjustment. An inquiry into the theory of economic disequilibrium*”, Munich: Philosophia Verlag Gmbh Editore.

HORWITZ S. (Marzo 2002), “*Entrepreneurship, Eogenous Change, and the Fleibility of Capital*”, Aix-Marseille University, Journal des Economistes et des Etudes Humaines.

HULSMANN G. J. (1997), “*Knowledge, judgment and the use of property*”, US, Review of Austrian economics, 10, n.1.

HULSMANN G. J. (1999), “*Entrepreneurship and Economic Growth: Comment on Holcombe*”, US, The journal of Austrian Economics, Vol. 2, n. 2.

INFANTINO L. (2008), “*Individualismo, mercato e storia delle idee*”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore.

IOSIO C., “*Capitalismo 2.0*”, Milano, Ipsoa Editore.

JAMES H. (2008), “*Capitalismo familiare. Falk, Haniel, Wendel e il modello di impresa nell’Europa Continentale*”, Milano, Francesco Brioschi Editore.

KIRZNER I. M. (1973), “*Competition and Entrepreneurship*”, US, The University of Chicago Press.

KIRZNER I. M. (1997), “*Concorrenza e imprenditorialità*”, Soveria Mannelli, Rubbettino Editore.

KIRZNER I. M. (Marzo 1997), “*Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach*”, US, Journal of the Economic Literature, vol. 35.

KIRZNER I. M. (1999), “*Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur*”, US, Review of Austrian Economics, n.11.

KIRZNER I. M. (2002), “*Come funzionano i mercati*”, Roma, Armando Editore.

KLEIN D. B. (1997), “*Israel Kirzner on coordination and discovery*”, US, The journal of private enterprise.

KLEIN P. (2008), “*Opportunity discovery, entrepreneurial action and economic organization*”, Chicago, Strategic Entrepreneurship Journal.

LO BIANCO N.(2011), “*Volevo fare il consulente. Mezzo secolo di capitalismo italiano visto da dentro*”, Milano, Il Sole 24 ore Editore.

MARX K. (1964), “*Il capitale*”, Roma, Editori Riuniti.

MASSELLA L. (2000), “*Clientelismo: tradizione e trasformazione della politica italiana 1975/1992*”, Napoli, Guida Editori.

MENGER C. (1909), “*Principi fondamentali di economia*”, Imola, Galeati Editore.

MILL J. S. (1983), “*Principi di economia politica*”, Torino, UTET Editore.

MISES L. (1989), “*Socialismo*”, Santarcangelo di Romagna, Rusconi Editore.

MISES L. (1996), “*L'azione umana*”, Chicago, Contemporary Books.

MUSELLA L. (2000), *“Clientelismo: tradizione e trasformazione della politica italiana 1975/1992”*, Napoli, Guida Editore.

PEREZ-GONZALES F. (2004), *“Inherited Control and Firm Performance”*, University of Chicago and Columbia University.

PETRETTO L. (2008), *“Imprenditorialità ed Università nello start-up di impresa. Ruoli e relazioni critiche”*, Firenze, Polistampa Editrice.

PIATTONI S. (2007), *“Le virtù del clientelismo: una critica non convenzionale”*, Roma, Laterza Editore.

POPPER K. R. (1969), *“Scienza e filosofia”*, Torino, Einaudi Editore.

ROSSI G. (2003), *“Il conflitto epidemico”*, Milano, Adelphi Editore.

SALAS FUMÀS V. e SARCINA A. (2012), *“Novecento, il secolo dell'impresa”*, Milano, Franco Angeli Editore.

SAPELLI G. (2014), *“Il potere in Italia”*, Firenze, GoWare Editore.

SAUTET (2008), *“Entrepreneurship, Institutions and Economic Growth”*, in *Ways of thinking about Economic Growth*, New Zealand, Roger Procter Editore.

SAY J. B. (1803), *“Traité d'économie politique”*, Paris, Calmann-Levy Editore.

SCABINI E. e DONATI P. (2002), *“Nuovo lessico familiare”*, Milano, Vita e Pensiero Editore.

SCALFARI E. (1981), *“Intervista a Enrico Berlinguer”*, Roma, La Repubblica.

SCHUMPER J. A. (1964), *“Business Cycles”*, New York, Mc-Graw Hill Editore.

SCHUMPETER J. A. (1962), *“Capitalismo, Socialismo e Democrazia”*, Milano, Comunità Editore.

SCHUMPETER J. A. (1977), *“Il processo capitalistico. Cicli economici”*, Torino, Bollati Boringhieri.

SCHUMPETER J. A. (2002), *“Teoria dello sviluppo economico”*, Milano, Etas Editore.

SCUMPETER J. A. (2000), *“Teoria dello sviluppo e capitalismo”*, Milano, Mondadori Editore.

SMITH A. (1948), *“La ricchezza delle nazioni”*, Torino, UTET Editore.

SWEDBERG R. (2010), *“Entrepreneurship: The Social Science View”*, Oxford University Press.

TARROW S. G. (1967), *“Peasant Communism in Southern Italy”*, Yale University Press.

THOMAS A. (2009), *“Il legame biunivoco tra imprenditorialità e sviluppo economico: origini, evoluzioni e scelte di policy”*, Napoli, Guida Editore.

TöNNIES F. (1979), *“Comunità e società”*, Roma, Laterza Editore.

TORRISI S. (2002), *“Imprenditorialità e distretti ad alta tecnologia. Teoria ed evidenza empirica”*, Milano, Franco Angeli Editore.

TRIGILIA C. (2002), *“Sociologia economica”*, Saveria Mannelli, Il Mulino Editore.

TUNISINI A. , CAPUANO G., ARRIGO T. , BERTANI R. (2013), *“Contratto di rete. Lo strumento made in Italy per integrare individualità e aggregazione”*, Milano, Franco Angeli Editore.

TURGOT J. (1975), *“Formazione e distribuzione delle ricchezze”*, Roma, Editori Riuniti.

VASAPOLLO L. (2007), *“Trattato di economia applicata. Analisi e critica della mondializzazione capitalistica”*, Milano, Jack Book Editore.

VAUGHN K. (1998), “*Austrian economics in America. The migration of a tradition*”, Cambridge University press.

VILLALONGA B. e AMIT R. (2006), “*How do family ownership, control, and management affect firm value?*”, US, Journal of Financial Economics, Vol. 80, n. 2.

WALKER J. (Giugno 2009), intervista “*Black faces in limousines: a conversation with Noam Chomsky*”, San Francisco.

WHITE L. H. (1976), “*Entrepreneurship, imagination and the question of equilibration*”, in S. Littlechild, Austrian Economics, Vol. 3.

ZINGALES L. (Dicembre 2013), “*Dal capitalismo al familismo*”, articolo pubblicato su “L’Espresso”.

ZINGALES L. (2013), “*Manifesto capitalista. Una rivoluzione contro un’economia corrotta*”, Milano, Best Bur, Rizzoli Editori.

ZINN D. L. (2001), “*La raccomandazione: clientelismo vecchio e nuovo*”, Roma, Donzelli Editore.

Sitografia

<http://www.census.gov/hhes/www/income/data/historical/household/>, tavola H-6.

http://www.pbmstoria.it/dizionari/storia_mod/c/c051.htm

http://testi-italiani.it/crony_capitalism

[http://www.treccani.it/enciclopedia/clientela_%28Enciclopedia delle scienze sociali%29/](http://www.treccani.it/enciclopedia/clientela_%28Enciclopedia_delle_sienze_sociali%29/)

http://it.wikipedia.org/wiki/Capitalismo_clientelare