

Una premessa metodologica. Dall'economia politica all'economia del turismo

Nessuna costruzione ideale ha causato maggior reazione di quella di un attore isolato, interamente dipendente da se stesso. Tuttavia, l'economia non può farne a meno. Per studiare lo scambio interpersonale, lo deve comparare a condizioni in cui è assente.

(L. von Mises)

Immagina di partecipare ad un *reality show*. Ti portano su un'isola deserta. Il primo mese sei solo. Il secondo arriva un compagno/companna. Il terzo mese sbarcano sull'isola mille naufraghi. Il *reality* dura un anno ed è organizzato da un'équipe di economisti sperimentali interessati a studiare il comportamento economico di un individuo isolato e la sua progressiva interazione con altri soggetti (l'economia sperimentale è davvero una disciplina che organizza "esperimenti di laboratorio" per osservare il comportamento degli agenti economici).

Sull'isola non ci sono conduttori e operatori televisivi. Gli economisti ti osservano attraverso il satellite. Sei davvero solo! Cosa fai? Come ti organizzi? Che forma assume, in quella situazione limite, il problema economico?

L'isola è accogliente. Ricca di fauna e vegetazione. Non sembrano esserci pericoli o minacce. Superato l'iniziale smarrimento cerchi di affrontare la situazione. Subito avverti una sproporzione tra desideri e risorse. Il problema economico assume istantaneamente l'immagine, un po' apprensiva, della **scarsità**. Vorresti una casa confortevole, una barca per pescare, delle armi per cacciare, del cibo gustoso e tanto tempo libero da trascorrere sulle spiagge incontaminate. Ma non è possibile. Non puoi avere tutto subito. Non puoi pensare di stare tutto il giorno in spiaggia ed avere contemporaneamente casa, cibo, barca ed armi. Quei beni devi procurarteli e le risorse scarseggiano. Quali risorse? Il tempo e il lavoro necessario a produrre i beni che desideri.

Fissi delle priorità. Stabilisci un ordine nei bisogni. Decidi che innanzitutto ti occorre un rifugio, del cibo e un po' di riposo. Ecco i tuoi primi tre, primari, **bisogni**: riparo, nutrimento, riposo. Ti accorgi che ogni bisogno presenta (per te) un'importanza diversa e un'intensità decrescente. Il riposo è più importante del cibo. Ma il bisogno di mangiare, dopo molte

ore trascorse a prendere il sole, diventa più acuto, più intenso, di quello di restare un'altra ora in spiaggia. Ti accorgi che l'isola non è un Nirvana. Non puoi estinguere completamente tutti i bisogni che avverti. Devi scegliere. Alcuni bisogni possono essere soddisfatti gratuitamente, senza sostenere costi, senza dover rinunciare ad altro. Senza dover scegliere. L'isola, per esempio, è ricca d'acqua: dissetarsi non sarà un problema (economico). Non dovrai rinunciare ad alcunché. Altri bisogni, la maggioranza, richiedono invece una scelta ed implicano una rinuncia, un costo.

La prima **scelta** che ti accorgi di compiere riguarda la ripartizione del tempo in lavoro e riposo. Ora ti sembra di capire meglio le parole di Seneca che avevi studiato al liceo: *otium* e *negotium*. Gli uomini innanzitutto distribuiscono il tempo a loro disposizione tra un'attività lavorativa necessaria per procurarsi i beni di cui hanno bisogno e un riposo rigenerativo. Ogni ora destinata al lavoro è sottratta al riposo. Il riposo è la migliore alternativa al lavoro. Un'ora in più di lavoro implica un'ora in meno di riposo. Il costo del lavoro è la rinuncia al beneficio del riposo. È un **costo opportunità**.

La seconda scelta che ti accorgi di compiere riguarda la destinazione del tempo di lavoro. Preferisci una casa accogliente ad una ricca provvista di cibo. Preferisci trascorrere più tempo ad abbellire il rifugio piuttosto che a costruire una barca da pesca. Il costo di un'abitazione accogliente è la rinuncia ad un maggiore provvista di cibo. È un costo opportunità.

La duplice scelta – tra lavoro e riposo e tra produzione di beni diversi – risponde in realtà ad un criterio unitario. I bisogni che avverti presentano un'importanza diversa e un'intensità decrescente. I beni che li soddisfano presentano ugualmente un'utilità marginale decrescente. La prima ora trascorsa in spiaggia è più utile – dà maggior benessere – della decima.

Alla fine del primo mese trascorso da solo sull'isola pensi di aver raggiunto una condizione di **equilibrio**. Nessuno dei bisogni che ti inquietano è stato interamente soddisfatto. Tutti hanno conservato un certo grado di intensità (di insoddisfazione) finale o marginale. Ti sembra però di aver agito in modo razionale. Non hai appagato interamente il bisogno più importante tralasciando gli altri. Non sei stato dieci ore al giorno in spiaggia per soddisfare il bisogno di riposo acueno il bisogno di cibo e rifugio. Piuttosto hai cercato di livellare i gradi di intensità finale di tutti i bisogni avvertiti evitando che uno risultasse più acuto dell'altro. Nessun bisogno è stato interamente appagato ma alla fine tutti presentano, grosso modo, uno stesso grado di intensità (di insoddisfazione) finale. Nel raggiungere un risultato che consideri soddisfacente ti è sembrato di procedere come a tentoni. Nel decidere se lavorare o riposare un'ora in più hai calcolato, implicitamente, le rispettive utilità marginali. Hai scelto di riposare quando hai attribuito ad un'ora di riposo un'utilità, un benessere, superiore a quello che ti avrebbe procurato il bene prodotto in un'ora di lavoro. Per la stessa ragione hai preferito dedicare più tempo alla

cura della casa piuttosto che alla pesca. Le tue scelte sono avvenute cioè al **marginale**, comparando l'utilità di quantità aggiuntive di beni diversi. Hai raggiunto una posizione di equilibrio quando hai contemporaneamente livellato i gradi di intensità finale dei bisogni e le utilità marginali dei beni che li soddisfano.

Rifletti sull'esperienza fatta. Pensi di aver capito qualcosa di importante. Il problema economico sorge quando i beni sono insufficienti a soddisfare i bisogni. Allora emerge la necessità di compiere una scelta. Ogni scelta implica un costo opportunità, avviene al marginale, e mira a conseguire una posizione di equilibrio.

Il secondo mese arriva il compagno/compagna atteso. Lo aiuti a costruire un rifugio. Insieme andate a caccia e a pesca. Subito ti rendi conto che sei più produttivo. Il mese di forzato allenamento sull'isola ti ha reso più abile. Mediamente ti basta 1 ora per pescare 1 orata e 4 ore per catturare 1 coniglio. Al tuo amico servono invece 6 ore per compiere entrambe le operazioni. La sera vi ritrovate alla stessa tavola: tu con 1 coniglio e 1 orata, lui con 1 coniglio e 1 orata. In tutto 2 conigli e 2 orate.

Pensi che non ci siano le condizioni per dividersi il lavoro. Sei più abile sia a pescare che a cacciare. L'unica cosa che puoi fare è cedere gratuitamente un po' di cibo. Carità e non affari. Un giorno decidete però di fare un esperimento. Tu vai a pescare, lui a cacciare. Nelle 5 ore che solitamente riservi a queste attività riesci a pescare 5 orate (1 ogni ora). L'amico, nelle 12 ore che solitamente riserva alle stesse attività, riesce a catturare 2 conigli (1 ogni 6 ore). La sera ecco la sorpresa: i conigli sono sempre 2 ma le orate da 2 diventano 5. Nelle stesse ore, e con le stesse abilità, è aumentata la produzione di orate. Un piccolo miracolo dei pesci?

Rifletti e capisci. Conta sempre il costo opportunità. La tua superiorità a pescare e cacciare si esprime in un minor **costo assoluto** di produzione. Per pescare 1 orata tu impieghi 1 ora e l'altro 6; per catturare 1 coniglio tu impieghi 4 ore e l'altro 6. In questo senso sei più produttivo. Ma qual è il tuo costo opportunità? Per catturare 1 coniglio ti servono 4 ore. In 4 ore puoi pescare 4 orate. Il costo opportunità del coniglio è pari a 4 orate. Cacciare un coniglio, per te, significa rinunciare a 4 orate. Il costo opportunità dello stesso coniglio è invece inferiore per l'amico. Per catturare 1 coniglio gli occorrono 6 ore e in 6 ore riesce a pescare solo 1 orata. Il costo opportunità del coniglio è pari, per lui, ad 1 orata (anziché 4). Se ripeti lo stesso calcolo con riferimento all'altro bene ti accorgi che il costo opportunità dell'orata è sempre 1 per il tuo amico ed è $\frac{1}{4}$ per te (in 1 ora riesci a catturare solo $\frac{1}{4}$ di coniglio). Hai dunque un vantaggio assoluto nella produzione di entrambi i beni ma un vantaggio comparato nella produzione di orate: ti costa comparativamente meno pescare che cacciare. Se ognuno si specializza nella produzione del bene che richiede un minor costo opportunità, con le stesse ore di lavoro e le stesse abilità, si ottengono complessivamente più beni. Nel vostro caso ottenete 3 orate

in più. Lo scambio è possibile e reciprocamente vantaggioso se esiste un divario nei costi opportunità ($4 \neq 1$; $1/4 \neq 1$). Ma a quali condizioni avverrà lo scambio? Tu possiedi le 5 orate, lui i 2 conigli. Quante orate sei disposto a cedere in cambio di 1 coniglio? Al massimo 3. Avresti infatti 1 coniglio e 2 orate (1 in più rispetto a prima). Lo scambio sarebbe vantaggioso anche per l'amico, che avrebbe 1 coniglio e 3 orate (2 in più rispetto a prima). Il surplus di 3 orate generato dalla specializzazione e dallo scambio sarebbe così ripartito: 1 a te e 2 all'amico. Un prezzo più alto non sarebbe accettabile. Se l'amico dovesse esigere 4 orate in cambio di 1 coniglio per te non ci sarebbe più alcuna convenienza a scambiare. Ti ritroveresti infatti con la stessa quantità di beni prodotta isolatamente (1 coniglio e 1 orata). Lo scambio è reciprocamente vantaggioso se il prezzo relativo dei beni, e cioè la quantità di un bene data in cambio dell'altro, assume un valore intermedio rispetto al divario dei costi opportunità. Lo scambio, per esempio, è reciprocamente vantaggioso se il prezzo relativo di coniglio e orate assume un valore pari a 3 (3 orate in cambio di 1 coniglio) intermedio al divario dei costi opportunità del coniglio (4 e 1).

La **specializzazione** e lo **scambio** sono possibili e reciprocamente vantaggiosi se esiste un divario nei costi opportunità e se il prezzo relativo tra i beni assume un valore intermedio rispetto a quel divario.

Rifletti ancora sull'esperienza fatta. Il problema economico nasce sempre dalla scarsità di risorse rispetto ai bisogni che si vogliono soddisfare. Ogni scelta implica sempre un costo opportunità, avviene al margine e tende a conseguire una posizione di equilibrio. Ma, a certe condizioni, la scelta di specializzarsi e scambiare può ridurre i costi opportunità consentendo, con le stesse risorse, di accrescere la ricchezza comune.

Il terzo mese sbarcano sull'isola mille naufraghi. Molti sono tecnici: artigiani, falegnami, muratori, fabbri, calzolai. Ognuno tende a specializzarsi nella produzione di uno o pochi beni ed a procurarsi gli altri attraverso atti di scambio. Presto sorge un villaggio, con al centro un grande bazar in cui si contrattano merci di ogni tipo. Tu fai il pescatore. All'inizio perdi molto tempo per trovare qualcuno disposto ad accettare il pesce che offri in cambio del bene che desideri. Magari in cambio di un'orata ti offrono un paio di scarpe che non ti servono. Lo stesso accade agli altri. Si perde troppo tempo e molte merci restano invendute. Poi ti accorgi che nel mercato c'è una merce più richiesta delle altre. Più esitabile. Si tratta di un raro e particolare tipo di coralli. La merce viene richiesta proprio perché è più smerciabile delle altre. Ed anche tu l'accetti. Piuttosto che perdere tempo a cercare qualcuno che sia disposto a scambiare un'orata con una sedia preferisci accettare una piccola pietra di corallo, che non ti piace, ma che il falegname accetterà in cambio di una sedia. L'accetterà per la tua stessa ragione, perché potrà smerciarla facilmente per acquistare i beni che desidera. Il corallo diventa la **moneta** del villaggio. La presenza di una merce intermediaria semplifica e intensifica gli scambi. Il bazar cambia volto. Si

formano tanti **mercati**, uno per ogni merce: il mercato del pesce, della carne, dell'arredamento, dell'abbigliamento ... In ciascuno si confrontano produttori e consumatori e si forma un prezzo che entrambi finiscono per accettare. Un prezzo di equilibrio espresso in pietre di corallo.

Ti accorgi che nascono **nuovi bisogni**. Quando eri solo, ed anche quando sull'isola eravate in due, i bisogni da soddisfare erano quelli primari: nutrimento, riparo, riposo. Desideravi anche un miglioramento del benessere materiale e spirituale. Ma la convivenza suscita un altro genere di bisogni. Nel villaggio si commettono reati, esplodono conflitti, emergono esigenze comuni. Si avverte il bisogno che qualcuno provveda all'ordine pubblico, alla giustizia, alla costruzione di una piazza, di un giardino, di un'illuminazione pubblica. Viene eletto un amministratore che impone una tassa personale per finanziare tutte le spese pubbliche.

Nel villaggio si diffonde il benessere. La specializzazione e lo scambio accrescono la disponibilità di beni e servizi. Ma alcuni sono più ricchi di altri. Vivono in case più belle, possiedono oggetti di lusso, esercitano un potere sugli altri. Prima il tuo benessere non dipendeva da quello degli altri. Adesso sì. Quando ripensi al primo mese trascorso sull'isola riconosci gli enormi progressi compiuti. Ma non ti basta. Il fatto che altri dispongano di beni che tu non hai interferisce negativamente sul tuo benessere. Il loro benessere riduce il tuo. Nascono amori ed amicizie. Si sviluppa una rete di relazioni interpersonali. Alcuni lavorano molto, sacrificando le relazioni interpersonali, per procurarsi gli agognati beni di consumo. Altri riservano più tempo e importanza all'amore e all'amicizia.

Nel villaggio spunta anche un'agenzia turistica che organizza soggiorni in una vicina stazione termale. Una vacanza costosa, riservata ai più ricchi. Un giorno riesci ad andarci con i tuoi amici, e sei contento. Forse perché hai trascorso una giornata ricca di relazioni amicali, forse perché hai la sensazione di aver raggiunto uno status di benessere materiale. Forse per entrambi i motivi.

Ripensi a com'è cambiata l'isola con l'arrivo dei mille naufraghi. L'intensificazione del processo di specializzazione e scambio ha generato un benessere diffuso che ha permesso, e indotto, la nascita di nuovi bisogni, molti dei quali generati dalla stessa convivenza. Per regolare e migliorare la vita comune sono sorte, gradualmente, alcune **istituzioni sociali**: la moneta, i mercati, un'autorità statale. Il problema della scarsità, tuttavia, non è scomparso: per i singoli individui e per l'intera collettività le risorse disponibili sono sempre insufficienti ad appagare tutti i bisogni (vecchi e nuovi) avvertiti. Da qui la necessità di continuare a scegliere, sopportando costi opportunità e mirando a conseguire una posizione di equilibrio individuale e sociale. Ciò che più ti sorprende è che dalle azioni di mille persone libere, non soggette all'autorità di un dittatore assoluto, è scaturito non il caos, non la guerra di tutti contro tutti, ma un **ordine**. Certo un ordine imperfetto e migliorabile: alcuni sono poveri, altri non

trovano lavoro e vivono della carità dei più generosi, alcuni mercati funzionano male e le merci sono vendute a prezzi eccessivi, a volte capita che l'improvvisa scoperta di tanti coralli provochi un'impennata nei prezzi di tutte le merci portando scompiglio nel mercato. Eppure la sensazione è che un dittatore illuminato, dotato di poteri assoluti, non avrebbe potuto organizzare meglio la produzione e la distribuzione dei beni.

* * *

Il gioco è finito. Nasce il desiderio di capire quello che ti è successo sull'isola e che rivedi accadere nella vita di tutti i giorni. Il **mondo reale** assomiglia al villaggio virtuale. Oggi il processo di specializzazione e scambio ha raggiunto una dimensione globale. Ognuno produce ciò che non consuma e consuma ciò che non produce. L'insegnante non consuma la lezione che impartisce ma col reddito percepito grazie alla lezione impartita acquista nei diversi mercati ciò che le occorre. Un'economia apparentemente opposta a quella di Robinson Crusoe. Eppure la natura del problema economico è la stessa. La scarsità ci costringe a scegliere. Quando agisci come consumatore vorresti soddisfare completamente tutti i bisogni che avverti. Vorresti avere una bella casa, beni di lusso e tanto tempo libero da trascorrere con gli amici e l'amata (amato). Ma ti accorgi che non è possibile. Anche se fossi un milionario dovresti scegliere. Anche per un milionario la giornata si compone di 24 ore e non è possibile visitare contemporaneamente Roma, New York, Lima, Tokio. Devi scegliere, rinunciando a qualcosa. Quando agisci come produttore hai ugualmente delle preferenze da soddisfare. Magari vorresti diventare ingegnere, guadagnare tanti soldi, non avere responsabilità e lavorare pochissimo. Sai che non è possibile. Devi scegliere. Oggi molte imprese perseguono obiettivi diversi che sono spesso incompatibili: il massimo profitto, la massima quota di mercato, il massimo consenso sociale. Ma per conquistare nuovi mercati occorre moderare i prezzi contenendo, almeno nel breve periodo, i margini di profitto. Occorre scegliere un obiettivo sacrificandone parzialmente altri. Il problema della scarsità e della scelta si pone anche per una collettività. Ogni governo, di qualsiasi colore politico, vorrebbe garantire ai propri cittadini un elevato tasso di crescita dell'economia, piena occupazione, stabilità dei prezzi, alti salari e pensioni, bilanci pubblici in equilibrio. Spesso non è possibile. Magari un aumento delle pensioni accresce il debito pubblico sottraendo risorse ad investimenti produttivi. La scelta di un obiettivo ne sacrifica altri¹.

¹ La teoria economica standard ipotizza che il lavoro sia un'attività che implica un sacrificio, un "male" necessario per procurarsi tempo libero e oggetti di consumo, che rappresentano i "beni" desiderati. Si tratta ovviamente di una visione parziale.

L'**economia** è la scienza della scelta razionale in condizioni di scarsità.

In questa definizione vi sono due affermazioni distinte e connesse: in condizioni di scarsità ... la scelta razionale.

Nel 1932 un economista inglese, Lionel Robbins, definì con esattezza le condizioni della **scarsità**. Devono verificarsi quattro condizioni. Due riguardano i fini, due i mezzi. I **fini** devono essere molteplici e ordinabili per importanza; i **mezzi** e il tempo scarsi e destinabili ad impieghi alternativi. Altrimenti non c'è scarsità, non esiste un problema economico e non si pone la necessità di compiere una scelta razionale. Vediamo:

1. I fini devono essere molteplici. Se persegui un solo fine il problema è tecnico e non economico. Vuoi fare l'ingegnere. Hai già deciso come impiegare il tempo destinato alla formazione universitaria. Si tratta soltanto di scegliere la facoltà migliore.
2. I fini devono essere ordinabili per importanza. Vuoi fare l'ingegnere o il medico. Ti è indifferente. Hanno la stessa importanza. Di nuovo, il problema è soltanto tecnico: scegliere le migliori facoltà.
3. Il tempo e i mezzi devono essere scarsi. Hai il tempo e i mezzi (finanziari) per prendere due lauree. Puoi diventare ingegnere e medico. Oppure hai il tempo e i soldi per fare due vacanze: al mare e in montagna. Non è necessario scegliere.
4. Il tempo e i mezzi devono essere destinabili a fini alternativi. I genitori ti obbligano a fare ingegneria. Tempo e denaro non possono essere usati per fini alternativi. Non puoi fare medicina e non puoi neppure usare i soldi destinati all'università per intraprendere un'attività economica. Non puoi scegliere.

Ma se i fini sono molteplici e ordinabili per importanza e i mezzi e il tempo sono scarsi e destinabili a fini alternativi, allora sorge il problema (economico e non tecnico) di non poter conseguire tutti i fini desiderati e di dover scegliere quelli più desiderati. Non puoi essere ingegnere e medico. Non puoi andare in vacanza al mare e in montagna. Devi scegliere. La decisione di fare l'ingegnere implica la rinuncia ai vantaggi della professione medica. La scelta di trascorrere una vacanza al mare implica la rinuncia ai benefici della montagna.

L'economia indaga dunque la relazione tra fini alternativi e mezzi scarsi².

Nella realtà, può accadere che gli individui trovino più soddisfazione nel lavoro che nel tempo libero.

² Cfr. L. Robbins, *Saggio sulla natura e l'importanza della scienza economica*, Torino, Utet, 1947 (trad. it. della seconda edizione del 1935).

I fini sono collegati ai bisogni. Gli individui operano e scelgono per soddisfare bisogni. In economia il **bisogno** è il desiderio di disporre di un bene ritenuto idoneo ad attenuare o estinguere una sensazione di malessere o a provocare o mantenere una sensazione di benessere.

Una prima macroclassificazione dei bisogni li distingue in **individuali** e **collettivi**. I primi sono indipendenti dal contesto sociale nel quale gli individui operano: il bisogno di mangiare e bere lo avvertono italiani e francesi, cristiani e musulmani. I secondi sono invece connessi al contesto sociale: l'individuo isolato, a differenza del cittadino di una moderna metropoli, non avverte il bisogno di giustizia e di ordine pubblico. I bisogni collettivi quando sono appagati da istituzioni statuali (come una scuola) sono detti pubblici.

Nel 1930, John Maynard Keynes, forse il più noto economista del novecento, introdusse un'altra distinzione, oggi riscoperta e valorizzata. Vi sono bisogni **assoluti** che gli uomini sentono indipendentemente dalla condizione dei loro simili e bisogni **relativi** che invece avvertono solo quando la loro soddisfazione li fa sentire superiori ai loro simili³. Mangiare è un bisogno assoluto. Ma mangiare nel più esclusivo ristorante di Parigi è un bisogno relativo la cui soddisfazione genera una sensazione di superiorità sociale. I primi sono simili ai bisogni individuali. I secondi scaturiscono, come quelli collettivi, dall'interazione sociale.

Sovrapponendo le due classificazioni possiamo introdurre una nuova tassonomia dei bisogni. Vi sono bisogni **individuali**, che gli uomini avvertono indipendentemente dal contesto sociale nel quale operano, e bisogni **interpersonali** che scaturiscono invece dall'interazione sociale.

I bisogni **interpersonali** possono essere a loro volta distinti in bisogni collettivi, posizionali e relazionali. I primi li identifichiamo, per semplicità, con i bisogni (pubblici) soddisfatti da enti pubblici⁴. I **bisogni posizionali** rispondono al desiderio di disporre di beni che consentano di esprimere una raggiunta superiorità sociale. Sono analoghi ai bisogni relativi di Keynes: desideri cenare nel più esclusivo ristorante di Parigi per manifestare la tua appartenenza ad una più elevata classe sociale. I **bisogni relazionali**, infine, esprimono il desiderio di avere relazioni interpersonali pure, non strumentali, non finalizzate ad altro: desideri

³ Scrive J.M. Keynes nel saggio del 1930 *Prospettive economiche per i nostri nipoti*, in Id., *La fine del laissez faire e altri scritti*, Torino, Bollati Boringhieri, 1991, p. 62: "È ben vero che i bisogni degli esseri umani possono apparire inesauribili. Essi, tuttavia, rientrano in due categorie: i bisogni assoluti, nel senso che li sentiamo quali che siano le condizioni degli esseri umani nostri simili, e quelli relativi, nel senso che esistono solo in quanto la soddisfazione di essi ci eleva, ci fa sentire superiori ai nostri simili".

⁴ Si tratta soltanto di una prima approssimazione dal momento che vi sono bisogni collettivi soddisfatti anche da organizzazioni (non statali) della società civile (cooperative sociali, Ong ...).

trascorrere una serata in trattoria con i tuoi amici per stare con loro. Lo stesso bene, come vedi, può essere utilizzato per soddisfare bisogni diversi: puoi mangiare una bistecca a casa da solo, nel più esclusivo ristorante di Parigi o in trattoria con gli amici.

Il concetto di bisogno rimanda a quello di bene. Il bisogno di mangiare equivale al desiderio di avere cibo. In economia, il **bene** è un mezzo ritenuto idoneo a soddisfare un bisogno. In questo senso è utile, nel senso di rendere possibile l'appagamento di un bisogno. Il pane è un bene idoneo a placare il bisogno di mangiare. I beni disponibili in quantità insufficiente ad estinguere il bisogno sono detti limitati. L'acqua è un bene utile limitato. L'aria è invece un bene utile illimitato perchè soddisfa completamente il bisogno di respirare. I beni utili e scarsi sono detti **beni economici**.

L'economia si occupa solo dei beni economici perchè solo per essi si pone un problema di scarsità e dunque di scelta razionale.

I beni economici possono essere classificati in vari modi.

In relazione ai bisogni, si hanno beni **diretti** e **strumentali**. I primi soddisfano direttamente i bisogni. I secondi li soddisfano indirettamente contribuendo alla produzione dei beni diretti (o di consumo). Il pane è un bene che soddisfa direttamente il bisogno di mangiare. Il forno è un bene indiretto o strumentale che concorre alla produzione di pane. I beni indiretti sono detti anche input o fattori della produzione e comprendono: le risorse naturali, il lavoro e il capitale. Ogni bene diretto scaturisce dal concorso di uno o più beni strumentali.

In relazione alla natura del prodotto, si hanno **search** ed **experience goods**. Normalmente siamo in grado di stabilire il valore di un bene *ex-ante* sulla base dei suoi requisiti tecnici, noti ed espliciti. Conosciamo le qualità, ed i limiti, di un'automobile o di una marca di dentifricio. Questi prodotti sono denominati *search goods*. Altri beni possono essere invece valutati soltanto *ex-post*. Una settimana alle *Mauritius* potrebbe rivelarsi fantastica o deprimente. Dipenderà anche dal tempo e dagli incontri fatti. Non possiamo saperlo a priori. Gli *experience goods* non contengono sufficienti informazioni per poterli valutare *ex-ante*.

In relazione ai soggetti che li forniscono e li consumano i beni economici possono essere distinti in privati, pubblici e misti. Quest'ultima classificazione è più articolata e controversa.

I **beni privati** presentano una duplice caratteristica: sono rivali ed escludibili. **Rivali** nel senso che la stessa unità di bene non può essere consumata contemporaneamente da più persone. **Escludibili** nel senso che il produttore, se vuole, può facilmente escludere il consumatore dalla fruizione del bene. Il gelato che stai mangiando non può essere contemporaneamente consumato da altri. Sorge una rivalità nel consumo. Il gelataio, se non paghi il prezzo, può negarti il bene. Può escluderti dalla sua fruizione. I beni privati, proprio perchè rivali ed escludibili, hanno un prezzo e diventano oggetto di contrattazione in un mercato.

I **beni pubblici** presentano una duplice opposta caratteristica: sono non rivali e non escludibili. **Non rivali** nel senso che la stessa unità di bene può essere consumata contemporaneamente da più persone. **Non escludibili** nel senso che il produttore, anche se vuole, difficilmente riesce ad escludere qualcuno dalla fruizione del bene. I cittadini italiani beneficiano contemporaneamente dell'ordine pubblico interno garantito da polizia e carabinieri e della difesa esterna assicurata da esercito e marina. Ne beneficiano per il solo fatto di essere in Italia. Lo Stato, anche se volesse, difficilmente potrebbe impedire a qualcuno di fruire di quei beni. I beni pubblici, proprio perché non rivali e non escludibili, non hanno un prezzo e se la loro produzione dovesse essere affidata al mercato risulterebbe insufficiente. Nessuno sarebbe disposto volontariamente a pagare un prezzo adeguato per l'ordine pubblico.

I **beni misti**, infine, presentano un mix di proprietà e compongono una terza classe che comprende risorse (o beni) comuni, beni posizionali e beni relazionali.

Le **risorse comuni** sono beni economici perché soddisfano specifici bisogni. Una città d'arte è una risorsa comune che soddisfa il bisogno di cultura. Una spiaggia libera o un parco pubblico soddisfano bisogni di svago e riposo. Le risorse comuni sono **rivali ma non escludibili**. La contemporanea presenza di tanti visitatori in una spiaggia libera, in un parco pubblico o in una città d'arte crea problemi di congestionamento – crea una rivalità nel consumo – eppure nessuno può essere a priori escluso da quei luoghi. Gli individui, senza una forma di regolamentazione pubblica, tendono ad usare eccessivamente le risorse comuni deturpandole.

I **beni posizionali** soddisfano un bisogno di superiorità sociale. Sono “più che rivali” ed escludibili. I beni privati, come abbiamo visto, sono rivali nel consumo, nel senso che la stessa unità di bene non può essere consumata contemporaneamente da più persone. Ma le unità di bene possono aumentare indefinitamente diventando accessibili a molti. Il gelato è un bene privato a disposizione di tutti. **Più che rivale** significa invece che le unità di quel bene sono riservate a pochi e sottratte a molti. Il più esclusivo ristorante di Parigi, se fosse accessibile a tutti, non sarebbe più un bene posizionale. La Ferrari Testarossa, se tutti potessero acquistarla, non sarebbe più un bene posizionale. Le azioni della Fiat, se fossero possedute da una miriade di piccolissimi risparmiatori, non sarebbero più un bene posizionale per la famiglia Agnelli. Un bene posizionale è un bene distintivo che segnala un diverso e superiore status sociale. Svolge questa funzione soltanto se il possesso di pochi avviene con l'estromissione di molti. Un gioco a somma zero. Una torta invariabile: qualcuno può possederne una fetta più grande solo sottraendola ad altri. Un azionista che decide di acquisire il controllo di un'impresa acquistando il 51% delle azioni inevitabilmente riduce il possesso degli altri soci al 49%.

I **beni relazionali**, infine, soddisfano il bisogno di relazioni personali pure, che non servono cioè a procurarsi altri beni ma sono un bene in sé. Una cena di lavoro non è un bene relazionale. Lo scopo della cena è un altro: concludere un affare, promuovere un prodotto, prendere una decisione, ecc. Una cena con gli amici è invece un bene relazionale. Lo scopo della cena è incontrarsi, rinnovare un'amicizia. Insieme al consumo di un pasto, un tipico bene privato, viene co-prodotto e co-consumato un bene distinto che è la relazione interpersonale che si sviluppa tra gli amici. Si va alla cena per il pasto e per gli amici: due beni distinti. I beni relazionali sono "antirivali" ed escludibili. **Antirivali** nel senso che il benessere della persona aumenta quanto più si allargano e si approfondiscono le relazioni interpersonali. Il benessere di un padre cresce quanto più si approfondiscono le relazioni interfamiliari e quanto più si estendono le relazioni extrafamiliari o civili con la partecipazione ad organismi associativi a carattere culturale, sportivo, ricreativo o politico⁵.

Tutti i beni economici, e cioè utili e scarsi, hanno un costo opportunità e inducono o costringono a compiere scelte razionali.

Il **costo opportunità** è il valore della migliore alternativa sacrificata: ciò a cui si rinuncia compiendo una scelta. Qual è il costo opportunità di un bene privato? Per esempio di scegliere ingegneria. Supponiamo che, tra tasse e libri, si spendano 2.000 euro l'anno e che la migliore alternativa sia accettare un incarico da ragioniere con uno stipendio annuale di 13.000 euro. Il costo opportunità è 15.000 euro. La scelta di fare ingegneria implica la rinuncia a 2.000 euro di tasse e libri *più* 13.000 euro di mancato stipendio. Fare ingegneria costa molto di più dei soldi che si spendono. In questo caso il prezzo esprime male – non è una buona *proxy* – del costo opportunità. Supponiamo invece che la migliore alternativa sia stare a casa a non fare nulla. In questo caso il prezzo coincide, esprime compiutamente, il costo opportunità.

Il governo decide di stanziare 1 milione di euro per la scuola e cioè per un bene pubblico. L'alternativa sarebbe stata di destinarli all'alta velocità, un altro bene pubblico. Il costo di migliorare l'istruzione pubblica implica la rinuncia a potenziare la viabilità pubblica. Tra i due obiettivi, entrambi desiderabili, sorge un *trade-off*, un contrasto. Non è possibile conseguirli entrambi subito. Occorre scegliere.

Un padre decide di trascorrere più tempo col figlio. Le relazioni interpersonali sono sempre state considerate un bene utile (sotto molteplici punti di vista). Solo recentemente, però, sono diventati un bene scarso. Perciò hanno attratto l'attenzione degli economisti. In passato era natu-

⁵ Sui beni posizionali e relazionali, cfr. i due volumi a cura di L. Bruni e P.L. Porta: *Felicità ed economia*, Milano, Guerini e Associati, 2004; *Felicità e libertà*, Milano, Guerini e Associati, 2006.

rale che i genitori trascorressero molto tempo con i figli. L'organizzazione sociale era tale da rendere possibile e naturale quella scelta. Oggi lo stile di vita complica la decisione. Per un padre (e un figlio) è più complicato stare insieme. Supponiamo che un padre, pur di trascorrere una giornata insieme al figlio, sia disposto a rinunciare ad una consulenza di 1.000 euro. La scelta di co-produrre e co-consumare un bene relazionale non implica alcun esborso monetario (passeggiano insieme nel parco) ma un costo implicito costituito dal mancato introito della consulenza.

In generale il costo opportunità comprende un **costo esplicito** espresso dal pagamento di un prezzo monetario e/o un **costo implicito** costituito dal minor reddito o dalla maggiore spesa che la scelta comporta.

I beni economici hanno un costo opportunità, implicano una rinuncia. Perciò sollevano il problema di una **scelta razionale** e cioè di un uso ottimale delle scarse risorse esistenti utilizzabili per fini alternativi. Fini individuali e collettivi. Il mondo economico è popolato di individui, organizzazioni e istituzioni che scelgono perseguendo fini particolari. Come scelgono? E quale ordine scaturisce dalle loro scelte interrelate?

* * *

Gli economisti, per indagare un oggetto così complesso, hanno elaborato un metodo. In greco **metodo** (*methodos*) significa strada, un percorso che permette di accedere ad un luogo, nel nostro caso al significato di una dimensione, sempre più rilevante, della realtà.

Il metodo consiste nella formulazione di **modelli**: una rappresentazione astratta e semplificata della realtà osservata. Non possiamo tener conto di tutti i fattori che influiscono sulle scelte individuali e collettive o che definiscono l'ordine che ne scaturisce. Per capire e descrivere il comportamento del consumatore non possiamo tener conto di tutte le variabili che influiscono sulle decisioni di tutti i consumatori. Dobbiamo selezionare le ipotesi che riteniamo più rilevanti. Lo stesso vale per spiegare le strategie delle imprese. Alcune imprese perseguono il massimo profitto, altre sono organizzazioni cooperative o *no profit*; alcune perseguono l'obiettivo della massima estensione della quota di mercato, altre avvertono una "responsabilità sociale" nei confronti di tutti i portatori di interesse (*stakeholders*) con cui interagiscono. Ugualmente, per descrivere il funzionamento di un mercato o di un sistema economico dobbiamo costruire un modello che rappresenta un'astrazione e una semplificazione della realtà.

Nei modelli della moderna scienza economica si assumono **tre ipotesi** fondamentali:

1. Ogni agente persegue un fine esplicito.
2. I fini (individuali e collettivi), assunti come "dati", possono essere molteplici.

3. Ogni agente è sottoposto a vincoli che impediscono di conseguire tutti i fini desiderati.

Ne deriva la necessità di scegliere. Non tutti i fini possono essere raggiunti. Occorre stabilire un ordine. La scelta è razionale se utilizza i mezzi in modo conforme, nel senso di coerente, all'ordine dei fini.

Facciamo un esempio. Un'impresa può scegliere tra due obiettivi: massimizzare il profitto o estendere la quota di mercato. Non può perseguire entrambi perché l'estensione della quota di mercato richiede una politica di prezzi moderati che comprime i margini di profitto. Sceglie il primo obiettivo. Per incrementare il profitto (definito come differenza tra ricavi e costi) può agire su due grandi leve: alzare i prezzi (e dunque i ricavi) o abbassare i costi. La manovra non è così semplice (lo vedremo nel capitolo 3). L'impresa incontra dei vincoli: i consumatori sono disposti a pagare prezzi massimi, oltre i quali non conviene spingersi, mentre i costi tendono a crescere. L'impresa, stretta tra prezzi massimi e costi crescenti, deve compiere alcune scelte strategiche: quanto produrre, a che prezzo, come produrre e cioè con quale combinazione di input (lavoro e capitale). L'impresa (lo vedremo sempre nel capitolo 3) assume quelle decisioni comparando alcune grandezze infinitesimali: ricavo marginale, costo marginale, produttività marginale del lavoro e del capitale. Le decisioni sono cioè prese al margine. Sono razionali le scelte che permettono di massimizzare il profitto. Sarebbe irrazionale scegliere un livello di produzione, una politica di prezzo o una combinazione dei fattori produttivi subottimale, che non massimizza il profitto. Ma il fine potrebbe essere un altro: la massima estensione della quota di mercato, il massimo livello di occupazione per un'impresa cooperativa, la massima responsabilità sociale verso gli *stakeholders*, ecc.

Dunque l'impresa sceglie un fine. Raggiungendolo consegue una situazione di **equilibrio** nella quale non è possibile, con i mezzi disponibili, migliorare la propria condizione ovvero incrementare ulteriormente il profitto. L'impresa raggiunge l'equilibrio assumendo decisioni al margine.

Più in generale. Ogni agente persegue un fine esplicito. I fini sono dati nel senso che possono essere molteplici. Gli agenti, nel perseguire i fini desiderati, incontrano dei vincoli: affrontano cioè un problema di massimo vincolato. La **scelta razionale** è quella conforme (coerente) all'ordine dei fini. Che tende a conseguire una posizione di equilibrio. Una razionalità puramente formale o strumentale. Una tecnica di calcolo.

La funzione sociale dell'economia politica è proprio questa: aiutare individui, organizzazioni e istituzioni a scegliere consapevolmente e cioè a conoscere ciò che si ottiene e ciò a cui si rinuncia compiendo una scelta.

L'idea di una razionalità puramente formale è stata recentemente sottoposta ad un severo vaglio critico. Si è detto: gli economisti ipotizzano che gli agenti tendano a massimizzare il benessere per come lo concepiscono. I fini possibili sono cioè molteplici. Vi sono consumatori interessati

a massimizzare l'utilità che possono trarre dal consumo dei beni e consumatori più inclini a privilegiare il riposo o le relazioni interpersonali. Vi sono imprese che ricercano il massimo profitto e imprese più sensibili alla responsabilità sociale.

In realtà, secondo alcuni critici, ad una razionalità formale si è sovrapposta di fatto una **razionalità sostanziale**. Gli economisti hanno scelto i fini degli agenti. Hanno riempito di contenuti le loro preferenze. Hanno ipotizzato che gli agenti razionali agissero per massimizzare funzioni di benessere materiale. Il consumatore razionale ricerca la massima utilità che può trarre dal consumo dei beni. L'impresa razionale ricerca il massimo profitto. Una collettività ricerca la massima efficienza nell'allocazione delle risorse disponibili.

L'economia è così caduta nei cosiddetti **paradossi della felicità**. All'inizio gli economisti si erano occupati della felicità. Alcuni di loro, nel settecento, definivano l'economia la scienza della felicità pubblica, del "ben vivere sociale". Poi finirono per concentrarsi sulla ricchezza, considerandola una condizione, una premessa, della felicità. Recentemente hanno scoperto che, nelle società opulente, gli individui, al crescere del reddito, si dichiarano meno felici. Maggiore il reddito, minore la felicità: un paradosso.

La relazione tra economia e felicità è oggi un tema di frontiera su cui sono impegnati autorevoli studiosi. Alcuni spiegano così il paradosso: gli individui, mossi dal desiderio di possedere maggiori beni di consumo, finiscono, inconsapevolmente, per distruggere alcuni beni relazionali da cui la felicità dipende. Trascorrono molto tempo in attività di lavoro e di consumo e trascurano le relazioni personali pure. Passano più tempo in ufficio e nei supermercati che con i figli e gli amici.

La teoria economica standard, sempre secondo questi autori, non è idonea a spiegare la natura ed il ruolo dei beni relazionali. Non lo è perché considera le relazioni interpersonali soltanto uno strumento per procurarsi altri beni e non un bene in sé. Il mercato è la dimora delle relazioni interpersonali. Ma le relazioni sono puramente strumentali. Servono a procurarsi altri beni. Non sono un bene in sé. Si va dal fornaio per procurarsi il pane, dal benzinaio per rifornirsi di carburante e così via. La teoria economica non contempla il caso che il bene possa essere la relazione stessa. Che il bene possa essere la relazione tra padre e figlio, tra amici, tra appartenenti ad una associazione e così via⁶.

In realtà, a mio parere, niente impedisce di estendere la razionalità formale, il calcolo economico, ai beni relazionali. Lo chiarisce, implicita-

⁶ Su questi temi si vedano i volumi indicati nella precedente nota. Rinvio anche al mio lavoro *Sulla felicità in economia. La teoria dei beni relazionali di Menger e Böhm-Bawerk*, Dipartimento di Scienze economiche dell'Università di Firenze, *Working Papers Series*, 2007/1.

mente, Robbins nel volume dei primi anni trenta che è all'origine della moderna metodologia economica. Dice: in prima approssimazione, per semplicità, conviene mettere tutti i fini da una parte e tutti i mezzi dall'altra. Le relazioni personali sono un mezzo, uno strumento per procurarsi altri beni ma non sono un bene in sé. Si va dal fornaio per procurarsi il pane che serve a soddisfare il bisogno di mangiare. Il mezzo o bene è il pane. Il fine o bisogno è mangiare. La relazione col fornaio è soltanto un mezzo che serve a procurarsi un altro mezzo o bene, che è il pane. Ma non è un bene in sé. Scrive Robbins: "Tutto quello che ciò significa è che la mia relazione con coloro coi quali tratto non entra nella gerarchia dei miei scopi. Io (che posso agire per me stesso o per i miei amici o per qualche ente pubblico o di beneficenza) li considero semplicemente come altrettanti mezzi"⁷.

Si tratta, come spiega subito dopo, soltanto di una prima approssimazione che, una volta svolta, non è più necessaria e può essere abbandonata. Se ciò fosse chiaro l'ipotesi di un uomo economico che sceglie razionalmente non solleverebbe tante perplessità: "Se ciò fosse generalmente noto, se s'intendesse che l'*homo oeconomicus* non è che un espediente espositivo – una prima approssimazione molto cautamente usata ad un certo punto dello sviluppo di argomenti che, quando siano completamente svolti, non impiegano quell'assunto né lo richiedono in nessun modo come giustificazione del loro procedimento – è improbabile che l'*homo oeconomicus* sarebbe un tale universale spauracchio"⁸.

Oggi ci si è accorti che i beni relazionali, che soddisfano bisogni relazionali, sono diventati scarsi. Dunque hanno un costo opportunità e richiedono una scelta razionale. Ovvero ricadono nella sfera dell'economia.

Una teoria economica dei beni relazionali è però *in fieri* e non può entrare in un manuale che, per sua natura, tende a consegnare allo studente la conoscenza acquisita e sedimentata nel tempo. Perciò manteniamo la prima approssimazione di Robbins e continuiamo ad ipotizzare, come negli altri libri di testo, che il consumatore massimizzi l'utilità totale e l'impresa il profitto. Ma si tratta soltanto di una prima approssimazione.

L'opzione metodologica fondamentale è la distinzione tra **micro** e **macro** economia: una distinzione introdotta nel 1936 da John Maynard Keynes, il fondatore della moderna macroeconomia.

Entrambe, micro e macroeconomia, mirano alla spiegazione di sistemi economici locali o globali. Ma la strada, la direzione, è diversa. La **microeconomia** muove dal basso verso l'alto (*bottom-up*). È una sorta di mappatura della realtà economica. Prima si esamina il comportamento di singoli agenti economici – famiglie e imprese – poi la loro interazione all'interno di un generico mercato, quindi la configurazione dei mercati

⁷ Robbins, *Saggio sulla natura*, cit., p. 116.

⁸ Ivi, p. 117.

(dalla concorrenza al monopolio), infine si dimostra la superiorità della forma concorrenziale, tanto che se i mercati fossero tutti perfettamente concorrenziali il sistema economico risulterebbe efficiente.

La **macroeconomia** muove invece dall'alto verso il basso (*top-down*). È una sorta di panoramica sulla realtà economica. Nasce dalla preoccupazione che non sia realisticamente possibile spiegare il funzionamento del sistema economico ricostruendo l'interdipendenza tra i tanti mercati che lo compongono. Occorre uno sguardo più alto. La macro spiega l'economia reale utilizzando grandezze aggregate: non le scelte dei singoli consumatori ma il consumo aggregato, non le scelte delle singole imprese ma gli investimenti totali. Le variabili aggregate interagiscono all'interno di specifici modelli di cui, in successive approssimazioni, si ricercano le micro-fondazioni.

* * *

Cos'è il turismo? E che importanza ha nell'economia moderna?

L'Organizzazione Mondiale del Turismo (*World Tourism Organization*) definisce così il turista: «chiunque viaggi in paesi diversi da quello in cui ha la sua residenza abituale, al di fuori del proprio ambiente quotidiano, per un periodo di almeno una notte ma non superiore a un anno e il cui scopo principale della visita sia diverso dall'esercizio di ogni tipo di attività remunerata all'interno del paese visitato. In questo termine sono inclusi coloro che viaggiano per: svago, riposo e vacanza; per visitare amici e parenti; per motivi di affari e professionali, per motivi di salute, religiosi/pellegrinaggio o altro»⁹.

In questa definizione emergono tre elementi che permettono di identificare la figura del turista e implicitamente le sue azioni economiche. È **turista** colui che:

- a) Si sposta dal luogo abituale di residenza.
- b) Per un periodo di almeno una notte ma non superiore ad un anno.
- c) Per motivi vari, diversi da un'attività remunerata nel paese visitato.

Lo spazio, il tempo e la motivazione sono i tre elementi caratterizzanti del fenomeno turistico. I tre elementi sono coesenziali, devono sussistere simultaneamente. Se ne manca uno, siamo in presenza di un fenomeno diverso da quello turistico. Un giovane italiano lavora sei mesi in Francia come cameriere. Non è un turista: i primi due requisiti sono soddisfatti, il terzo no. Il soggiorno in Francia è motivato dall'esercizio di un'attività remunerata nel paese visitato. Una famiglia riminese trascorre le ferie nel vicino stabilimento balneare. Non sono turisti: manca il primo requisito.

⁹ Citato da R. Maeran, *Psicologia e turismo*, Roma-Bari, Laterza, 2004, p. 13.

La stessa famiglia trascorre un'intera giornata, senza pernottare, a Roma. Non sono turisti: manca il secondo requisito. Sono escursionisti: la durata del viaggio, infatti, non comprende "almeno una notte".

Le motivazioni del viaggio – ad esclusione dell'attività remunerata nel paese visitato – possono essere diverse. L'Organizzazione Mondiale del Turismo, nella definizione sopra riportata, ne indica alcune, quasi a titolo esemplificativo: svago, riposo, relazioni amicali e familiari, motivi di salute, religiosi o professionali.

Gli psicologi hanno distinto tra fattori di spinta (*push factors*), che inducono ad uscire temporaneamente dal luogo di abituale residenza, e fattori attrattivi (*pull factors*) che inducono ad entrare e sostare, sempre temporaneamente, in un diverso territorio. Scrive la psicologa Maeran: "I *push* sono: fuga da un ambiente percepito come quotidiano; esplorazione e valutazione di sé; relax; prestigio; regressione; aumento delle relazioni; facilitazione delle interrelazioni sociali. I *pull* sono: novità e cultura"¹⁰. Le motivazioni, come si vede, sono grosso modo le stesse.

Le motivazioni sono collegate al profilo psicologico dei turisti. Gli allocentrici amano fare nuove esperienze, sono attivi, dinamici, sempre protesi alla ricerca di nuove destinazioni. Gli psicocentrici, al contrario, amano il comfort e la sicurezza e perciò prediligono mete già conosciute e sperimentate.

Ciò che accomuna le tante motivazioni è il bisogno di abbandonare provvisoriamente il luogo di abituale residenza. Il **bisogno turistico** è il desiderio di fruire di beni ritenuti idonei ad accrescere il benessere derivante dal temporaneo soggiorno in un territorio percepito come altro rispetto a quello consueto.

Il trasferimento da un luogo all'altro è all'origine del fenomeno turistico. Si possono identificare tre categorie di soggetti coinvolti nel transito. Coloro che si spostano: i turisti. Coloro che "assistono" i turisti nel loro viaggio e soggiorno offrendo beni e servizi: gli operatori del settore. Coloro che convivono con i turisti: i residenti delle destinazioni.

Alle tre categorie di soggetti corrispondono tre forme o dimensioni di turismo¹¹:

1. Il **turismo attivo**: il movimento economico generato da coloro che transitano da un luogo all'altro. Si distingue in turismo:
 - a. Internazionale (movimenti transfrontalieri): arrivi dall'estero (incoming o inbound) *più* partenze verso l'estero (outgoing o outbound).

¹⁰ Ivi, p. 36.

¹¹ R. Lavarini, *L'industria turistica*, in M. Baiocchi, G. Castaldi, R. Lavarini, *Dentro il turismo*, Milano, Arcipelago Edizioni, 2004, pp. 27 ss.

- b. Nazionale (movimenti dei residenti): all'interno della frontiera (domestico) e verso l'estero (outgoing).
 - c. Interno (movimenti all'interno della frontiera): domestico *più* incoming.
2. Il **turismo produttivo**: il flusso di beni e servizi prodotti e venduti ai turisti. Comprende servizi isolati (alloggio, transfer, visite, escursioni...) o pacchetti tutto compreso venduti a turisti:
- a. Incoming
 - b. Outgoing
 - c. Domestici
3. Il **turismo passivo**: gli effetti economici sulle destinazioni turistiche in termini di:
- a. Reddito
 - b. Occupazione
 - c. Inflazione
 - d. Impatto socio-ambientale

Cosa accomuna questi movimenti? Qual è l'essenza economica del fenomeno turistico? Il turista dispone di un reddito, percepito nel luogo di abituale residenza, che utilizza per procurarsi i beni e servizi necessari a raggiungere la destinazione e soggiornarvi.

L'essenza economica del fenomeno turistico è un reddito prodotto nel luogo di abituale residenza e speso altrove per acquistare particolari beni e servizi.

Quali beni?

Immagina di essere un turista in visita a Venezia. Soggiorni nel più esclusivo albergo della città. Lo hai scelto per i comfort che offre ma anche per soddisfare un tuo bisogno posizionale: per poter dire di aver soggiornato proprio lì. Rivedi vecchi amici: trascorri con loro piacevoli serate in pizzeria. Visiti la città: le sue chiese, i suoi musei, le sue piazze. Apprezzi il senso di ospitalità degli abitanti e l'efficienza dei servizi pubblici. Il bel tempo contribuisce a rendere più piacevole il soggiorno.

Quali beni e servizi hai "consumato"? Beni privati: cibo, bevande ... Beni pubblici: musei, trasporti ... Risorse comuni: canali, piazze ... Beni posizionali: albergo, ristorante ... Beni relazionali puri – l'ospitalità dei residenti e la simpatia dei vecchi amici – e "impuri": la professionale cordialità degli addetti ai servizi ... Beni esperienza: le giornate di sole hanno reso imprevedibilmente più piacevole il soggiorno; se il tempo fosse stato inclemente gli stessi gesti sarebbero risultati meno piacevoli.

Sei a Venezia per visitare la città. Ma potresti essere lì per partecipare ad una riunione congressuale della tua società o per soggiornare nella vicina Abano Terme. Hai consumato un insieme, un paniere, di beni diversi.

Il paniere turistico presenta una duplice caratteristica: è eterogeneo e plurale. **Eterogeneo** nel senso che include molteplici beni e servizi: privati, pubblici, comuni, posizionali, relazionali, esperienziali. **Plurale** nel senso che scaturisce da turismi diversi. Gli stessi beni (vitto, alloggio, trasporti ...) potrebbero essere stati acquistati per visitare una città d'arte o per partecipare ad un congresso che si tiene nella stessa città. La legislazione, nazionale e regionale, identifica diversi tipi di turismo: balneare, lacuale, termale, collinare, montano, crocieristico, congressuale e delle città d'arte.

Il turismo è stato definito l'espressione più potente dell'industria dell'esperienza umana¹². In effetti ciò che un turista ricerca e consuma è un'esperienza umana. Spesso reale, a volte solo virtuale. Pensa ad un viaggio organizzato nella lontana Amazzonia. O ad un soggiorno in un Club Med. A priori, la prima dovrebbe essere un'esperienza autenticamente umana, in cui il turista scopre e conosce un'altra civiltà. La seconda dovrebbe essere invece un'esperienza virtuale in cui un *gentil organisateur* intrattiene a pagamento gli ospiti. Ma non è detto. Il viaggio in Amazzonia può rilevarsi una grande finzione in cui ignari turisti incontrano indigeni pagati per continuare a vivere come antichi indios mentre in un Club Med si possono sviluppare autentiche relazioni amicali. Si tratta, appunto, di un'esperienza umana valutabile solo *ex-post*.

Il bisogno turistico ed i beni che lo soddisfano sono cambiati nel tempo. Nella società fordista del dopoguerra, caratterizzata dalla prevalenza del settore industriale e da una rigida separazione tra tempo di lavoro e tempo libero, il turismo è un bisogno interpersonale e secondario. Comincia il turismo di massa. Gli emigranti tornano nei luoghi di origine alla ricerca di relazioni umane pure. Intere famiglie si spostano nelle località balneari più note (Forte dei Marmi, Rimini) per trascorrere un periodo di riposo ed anche per manifestare una posizione sociale di benessere economico. Il turismo resta un bisogno secondario da appagare in un breve periodo dell'anno (agosto) e soltanto dopo aver soddisfatto gli altri e primari bisogni legati alla casa e alla famiglia. La domanda di beni turistici risulta, di conseguenza, elastica e stagionale: sensibile al prezzo (costo) della vacanza e concentrata prevalentemente nei mesi estivi. Il paniere turistico contiene pochi ed essenziali beni: vitto, alloggio, risorse comuni (prevalentemente mare).

¹² Ha scritto J. Rifkin, *L'era dell'accesso*, Milano, Mondadori, 2000, p. 195: "Aziende di ogni nazione sono impegnate nel confezionamento e nella trasformazione in merce delle esperienze culturali. L'espressione più potente e visibile della nuova economia dell'esperienza è il turismo globale: una forma di produzione culturale emersa, ai margini della vita economica, appena mezzo secolo fa, per diventare rapidamente una delle più importanti industrie del mondo. Il turismo non è altro che la mercificazione di un'esperienza culturale".

Nella società postfordista in cui viviamo, dominata dalla terziarizzazione dell'economia e dalla flessibilità dei tempi di lavoro, il bisogno turistico diventa sempre più **interpersonale** e **primario**. Il turista, quando sceglie una mèta guarda, oltre alle risorse comuni (arte, mare e monti) che in essa sono custodite, anche alle infrastrutture materiali e immateriali, al prestigio sociale e al livello delle relazioni umane che essa offre¹³. Se sceglie Firenze è perché conosce la sua bellezza ma anche perché immagina di trovare una città efficiente, ordinata, sicura, prestigiosa, accogliente. Pensa cioè di acquistare, insieme ai normali beni privati, anche una serie di beni pubblici, posizionali e relazionali. Poter dire di conoscere Firenze è un bene distintivo. Poter dire di averla visitata in un clima di efficienza e cordialità è un bene aggiuntivo. Oggi il turista avverte un insieme di bisogni interpersonali (pubblici, posizionali e relazionali) e ricerca i beni idonei a soddisfarli. Non visita Baghdad perché manca il bene pubblico "sicurezza". Il bisogno turistico è diventato anche primario. Molti si indebitano pur di poter trascorrere una vacanza. Oppure si nascondono a casa, come talpe, se non possono evadere dal luogo di abituale residenza¹⁴. La domanda di beni turistici tende, di conseguenza, a diventare meno elastica (meno sensibile) al prezzo (o costo) della vacanza e a spalmarsi sull'intero periodo dell'anno animando, oltre al tradizionale turismo balneare, anche altre forme di turismo: montano, congressuale, croceristico ...

Il turismo è destinato a diventare uno dei fenomeni socio-economici più rilevanti dei prossimi anni. Nel 2005 gli arrivi internazionali a livello mondiale sono stati oltre 800 milioni con un impatto sul Pil mondiale del 3,8%. Si prevede che nel 2020 i viaggiatori raddoppieranno superando il miliardo e mezzo. In Italia l'impatto economico del turismo, diretto e indiretto, è pari a circa il 12% del Pil nazionale con un'occupazione, diretta e indotta, pari al 9,7% degli occupati totali. Negli anni settanta l'Italia era

¹³ Ha scritto S. Zamagni nel saggio *Per un consumo e un turismo autenticamente umani*, in L. Bruni, V. Pelligra (a cura di), *Economia come impegno civile*, Roma, Città Nuova, 2002, p. 200: "il turismo è oggi l'unica attività economica di rilievo rimasta legata al territorio. In questo senso esso è *magna pars* nel processo di ricostruzione delle radici e di messa in rete delle persone, un processo che, rinsaldando il tessuto sociale, concorre a ricreare quelle reti di fiducia che costruiscono il nucleo duro del capitale sociale, di cui oggi si è scoperta la rilevanza come risorsa strategica per lo sviluppo. In buona sostanza, si tratta di pensare al nuovo turismo come ad un'attività capace di generare beni relazionali, quei beni cioè che entrano a far parte del capitale sociale di una determinata area geografica".

¹⁴ Si stima che nel 2003 circa 3 milioni di italiani abbiano finto di partire per le vacanze: "Si chiamano «vacanze talpa», una tendenza che si sta diffondendo a macchia d'olio. Per non fare brutta figura, dicono, con quei parenti e amici a cui mentono. Il 51% sceglie di comprare un condizionatore, il 46% stacca il cellulare e attiva la segreteria telefonica di casa, mentre un esiguo 24% finge di aver preso il sole comprando una lampada a raggi Uva o delle creme autoabbronzanti ...", *Corriere della sera*, 3 agosto 2003.

al primo posto nella classifica degli arrivi internazionali. Oggi è scesa al quinto posto, dopo Francia, Spagna, Stati Uniti e Cina¹⁵.

Il turismo è un fenomeno complesso, sfuggente, che mal si presta ad essere circoscritto e misurato.

Il turista si serve degli stessi mezzi di trasporto utilizzati dalle persone che si recano al lavoro. Mangia negli stessi ristoranti affollati da studenti e uomini d'affari. Frequenta gli stessi locali dei residenti. Com'è possibile distinguere la spesa dei turisti da quella dei residenti? E quale impatto ha la spesa turistica sulla produzione, l'occupazione e l'ambiente di un sistema economico?

La rilevanza e la complessità del fenomeno hanno generato una nuova disciplina – l'economia del turismo – e tanti pregevoli libri di testo. Perché allora un nuovo manuale? Forse perché c'è uno spazio ancora libero. I manuali di economia del turismo presuppongono che lo studente conosca già i fondamenti dell'economia politica e descrivono nel dettaglio e in profondità le molteplici dimensioni del fenomeno turistico. D'altra parte, i manuali di economia politica non menzionano affatto il settore turistico e seguono un approccio (apparentemente) astratto e eccessivamente teorico. Lo studente rischia così di trovarsi in uno strano paradosso: quando studia l'economia politica non comprende l'utilità che potrà trarre da quelle conoscenze, e quando passa all'economia del turismo avverte uno iato, un salto troppo grande. Questo libro vorrebbe essere un piccolo ponte, una passerella che conduce dall'economia politica all'economia del turismo. Passato il guado, lo studente potrà (o dovrebbe) inerpicarsi lungo i sentieri dell'economia turistica.

Il **manuale** è rivolto agli studenti di primo anno dei Corsi di Laurea in Economia e Gestione dei Servizi Turistici e in Scienze Turistiche ed è articolato in tre parti: microeconomia, macroeconomia e politica economica. La scelta di confinare nella parte finale le questioni di politica economica nasce dall'intenzione di esaminare prima come funziona un'economia di mercato e poi di scoprire quali strumenti hanno a disposizione le autorità politiche per orientare quella stessa economia verso obiettivi desiderati.

Le attività turistiche sono incorporate nelle tre articolazioni del percorso-base. L'intento è quello di stabilire un collegamento immediato e diretto tra le due discipline, di innestare l'economia del turismo nell'economia politica, nella speranza che entrambe, almeno sul piano didattico, possano trarne qualche beneficio¹⁶.

¹⁵ Cfr., Ambrosetti – The European House, *Sistema Turismo Italia: proposte per essere vincenti*, 2007, pp. 27 ss.

¹⁶ Un agile testo introduttivo all'Economia del turismo è quello di F. Masini, *Economia del turismo*, Selargius (CA), CSTS, 2003. I due manuali forse più completi sono: P. Costa, M. Manente, *Economia del turismo*, Milano, Touring Club Italiano, 2000; G. Candela, P. Figini, *Economia del turismo*, Milano, McGraw-Hill, 2003. Il concetto

* * *

Ringrazio i professori Piero Barucci, Daniele Besomi, Luigino Bruni, Vittorio Emanuele Ferrante, Nicola Giocoli, Mauro Lombardi, Fabio Masini, Francesca Parigi, Rosario Patalano, Antonella Rancan e Piero Roggi per aver letto e commentato una precedente versione del lavoro.

Ringrazio inoltre il dott. Niccolò Sbaraglia per la cortese e competente assistenza nella elaborazione dei grafici.

Per ultimo, ma non da ultimo, ringrazio i miei studenti di Firenze e Pistoia per la costante verifica critica.

La responsabilità di quanto scritto resta ovviamente soltanto mia.

di turismo ha suscitato ampie riflessioni in diversi ambiti disciplinari, dall'economia politica alla psicologia. Una interessante riflessione che prende spunto dal pensiero di Alberto Bertolino, uno dei primi economisti italiani a interrogarsi sulla natura del fenomeno turistico, è contenuta nel saggio di A. Gay, *Le scaturigini concettuali della problematica turistica in Alberto Bertolino*, in A. Bertolino, *Saggi di economia del turismo*, Firenze, Giunti Barbera, 1974, pp. 7-35. Tra i più diffusi ed efficaci manuali di economia politica segnaliamo: M. Lieberman, R. Hall, *Principi di economia*, Milano, Apogeo, 2001; K.A. Chrystal, R.G. Lipsey, *Principi di economia*, Bologna, Zanichelli, 2001; D. Begg, S. Fischer, R. Dornbusch, *Economia*, Milano, McGraw-Hill, 2001; N.G. Mankiw, *Principi di economia*, Bologna, Zanichelli, 2004.