

Roberto Fini

Economisti da Nobel

L'economia letta attraverso
i vincitori del prestigioso premio

19. Il Nobel 2014

[Capitolo disponibile solo on-line]

Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2014

via Hoepli 5, 20121 Milano (Italy)

tel. +39 02 864871 – fax +39 02 8052886

e-mail hoepli@hoepli.it

www.hoepli.it

Tutti i diritti sono riservati a norma di legge
e a norma delle convenzioni internazionali

EDITORE ULRICO HOEPLI MILANO

19. *Il Nobel 2014*

Una bella edizione

La scelta dei premi Nobel nell'edizione del 2014 è stata particolarmente felice: tre giapponesi, I. Akasaki, H. Amano e S. Nakamura, sono stati premiati per la fisica per essere gli inventori della "luce fredda" dei LED; due americani e un rumeno, S.W. Hell, W.E. Moerner e E. Betzig hanno visto riconosciuto con il Nobel per la chimica il loro apporto allo sviluppo del microscopio a fluorescenza; i due coniugi norvegesi M. ed E. Moser hanno ricevuto il premio per la medicina insieme all'americano J. O'Keefe per i loro studi su alcune funzioni cerebrali; il premio per la pace, forse quello più significativo, è stato assegnato al pakistano K. Satyarthi e alla giovane afgana M. Yousafzai per il loro instancabile impegno a favore dei diritti e dell'istruzione dei minori; il francese P. Modiano ha ricevuto il Nobel per la letteratura per i suoi romanzi ambientati nella Francia occupata durante la Seconda guerra mondiale.

Infine, un altro francese, Jean Tirole, ha vinto il Nobel per l'economia per i suoi fondamentali studi sul potere di mercato e le forme di regolazione che possono renderlo più equilibrato senza diminuirne l'efficienza.

Raramente l'accademia svedese è riuscita a scegliere vincitori più meritevoli e nei confronti dei quali il consenso è pressoché unanime, sia da parte degli addetti ai lavori che dell'opinione pubblica. Il processo di selezione non deve essere stato facile, ma in questo caso i giurati hanno fatto un ottimo lavoro, scegliendo scienziati di spicco nel loro campo di ricerca.

Un premio meritato

Il 13 ottobre 2014 è stato annunciato il vincitore del premio Nobel 2014 per l'economia: si tratta di Jean Tirole, uno studioso francese che insegna all'università di Tolosa. Una scelta interessante per molte ragioni: in primo luogo il premio va a un francese dopo molti anni. Prima di Tirole a vincere il Nobel per l'economia erano stati G. Debreau nel 1983 e M. Allais nel 1988; poi, il dominio anglofono è stato pressoché totale (lo stesso Debreau, francese di origine, aveva acquisito la cittadinanza USA).

In secondo luogo Tirole è un economista "in seconda battuta": in realtà è un ingegnere. La sua formazione come economista è successiva e risale agli anni Ottanta, quando da giovane ricercatore frequenta il dottorato di ricerca al MIT di Boston. E probabilmente gli americani se lo sarebbero tenuto ben stretto se a scombinare i loro piani non fosse arrivato, negli anni Novanta, Jacques Laffont, uno studioso francese che lo convinse a tornare in patria e a lavorare con lui in quella università di Tolosa che in quegli anni non era certo al top fra gli atenei del paese.

Il sodalizio fra Laffont e Tirole è durato alcuni anni e si è interrotto solo con la morte del primo. Quando ha avuto notizia del premio, Tirole si è subito premurato di chiarire che il suo mentore Laffont lo avrebbe meritato ben più di lui. Una testimonianza di lealtà intellettuale e di amicizia cui sono abituati tutti coloro che conoscono Jean e che è però merce rara tra gli accademici. Del resto, l'uomo è agli antipodi rispetto ai "blog-

economisti” che vanno oggi per la maggiore: non scrive per i giornali, non “twitta”, la sua pagina Facebook è povera come poche. E, sommo scandalo, non si riesce neppure bene a capire se sia “di destra” o “di sinistra”!

Eppure Jean Tirole è un importante economista, uno dei più influenti del nostro tempo. È uno dei più originali: i suoi contributi spaziano dall’analisi degli oligopoli alla teoria dei giochi, dalla micro alla macroeconomia. Della sua formazione ingegneristica gli è rimasto il solidissimo retaggio matematico e l’abitudine alla formalizzazione dei problemi: il che dimostra, ancora una volta, che un bravo economista deve saper maneggiare strumenti matematici sofisticati senza però fermarsi all’aspetto formale, costruendo modelli eleganti ma poco utilizzabili nella pratica.

Un economista versatile

Pur tralasciando la sua formazione ingegneristica, a prima vista tutta la carriera di Tirole sembrerebbe improntata a un marcato eclettismo: il suo primo campo di ricerca economica riguarda la teoria dei giochi, negli anni in cui se ne intravedono le potenzialità analitiche, ma ancora non si riesce ad applicarne i teoremi in modo concreto. L’apparenza è quella di un ambito di studi vagamente esoterico, un insieme di intuizioni eleganti dalla difficile applicabilità.

Negli anni in cui Tirole comincia a occuparsi della teoria dei giochi, molti matematici ed economisti lavorano da tempo per le agenzie governative americane cercando di applicarla alla realtà geo-politica mondiale. È un lavoro “coperto”, in qualche caso *top secret*, che coinvolge alcune delle menti più brillanti dell’epoca. L’obiettivo è chiaro: elaborare strategie sofisticate, e tutt’altro che astratte, per mettere in difficoltà l’eterno nemico sovietico senza l’uso delle armi. Tirole non si occupa di questo, ma il suo lavoro è altrettanto importante, e la sua rilevanza andrà progressivamente emergendo nel corso degli anni.

No, Jean non contribuisce alla fine della Guerra fredda, come Aumann e gli altri *wizard*, con qualche sofisticata applicazione del dilemma del prigioniero o di altri principi della *game theory*; non lavora né per la Rand Corporation né per il governo americano, ma, come già detto, dagli inizi degli anni Novanta collabora con Laffont a Tolosa.

Non è granché l'università di Tolosa quando Tirole vi arriva: un modesto ateneo, conosciuto più che altro per la presenza di Laffont, che però non è sicuramente in grado di farlo competere con le grandi istituzioni universitarie francesi. Ma a Tirole non mancano certo il coraggio e lo spirito di avventura, né a Laffont grandi capacità visionarie: il secondo intuisce subito la potenzialità di Jean come studioso, ma anche come instancabile *fund-raising* ed eccellente organizzatore.

Tra i due si crea una grande intesa e per diversi anni, fino alla morte di Laffont nel 2004, il mentore e il suo allievo producono materiale di altissimo spessore teorico. E non si fermano qui: fondano dal nulla la Toulouse School of Economics, che permette al loro ateneo di scalare le posizioni accademiche francesi, e non solo, in particolare nel campo degli studi di economia industriale.

Gli oligopoli secondo Jean

Ed è in questo ambito che si inscrivono i maggiori contributi di Tirole: il suo manuale di organizzazione industriale è da tempo riconosciuto come un classico dell'argomento ed è utilizzato in gran parte dei corsi di economia industriale. Su questo terreno si può dire che il Nobel allo studioso francese si situa in continuità con quello di Coase e di Williamson. Con una maggiore attenzione, però, per le particolari situazioni che si creano in presenza dei grandi gruppi oligopolistici e con la conseguente necessità di trovare qualche forma di regolazione per limitare il loro potere di mercato.

È una vecchia storia: le posizioni oligopoliste si formano in certi tipi di mercato in modo quasi naturale e non è per nulla det-

to che questo sia un male. Immaginare di contrastare le posizioni di oligopolio non è soltanto illusorio, è anche pericoloso: uccidere la gallina dalle uova d'oro significa andare contro l'interesse sociale! D'altra parte c'è il rischio concreto che le imprese oligopoliste acquistino troppo potere e che lo usino contro il mercato.

Certamente i mercati caratterizzati da posizioni oligopolistiche, se non addirittura monopolistiche, sono ben lontani dall'ideale concorrenziale vagheggiato da molti economisti: è peraltro difficile che si realizzino situazioni nelle quali esiste una perfetta eguaglianza fra domanda e offerta, e dove consumatore e venditore si confrontano in condizioni sostanzialmente paritarie. La perfetta concorrenza è un modello astratto, nel quale gli elementi "di disturbo" vengono consapevolmente eliminati: è un'utile semplificazione, ma quasi nessuno ritiene si possa ripristinare nella realtà una simile condizione.

Il modello libero-concorrenziale è anzi ancora più stringente nelle sue conclusioni: su questo mercato il consumatore può scegliere fra un numero molto alto di venditori dello stesso bene. Di conseguenza la domanda esercita un'influenza decisiva sull'offerta: ciascuno dei venditori, per non rischiare di perdere compratori, è costretto ad adeguarsi alle politiche di vendita di ogni altro concorrente e il prezzo finisce per abbassarsi a un livello tale da consentire la copertura dei costi più un piccolo profitto.

In effetti, se il prezzo del carburante fissato dal nostro abituale benzinaio aumenta, senza troppi rimpianti andremo a fare il pieno presso un'altra stazione di servizio. Per alcuni beni, questa situazione si verifica effettivamente e in questi casi il vantaggio per il consumatore consiste nella presenza di un prezzo particolarmente conveniente. Ma si tratta, purtroppo per tutti noi, di una circostanza che si riscontra piuttosto raramente nelle economie moderne, dove invece tendono a prevalere condizioni non concorrenziali, spesso di tipo oligopolistico.

Se le condizioni che si realizzano sui mercati reali sono differenti rispetto al modello, allora è altamente probabile che qual-

cuno possa abusare della propria posizione dominante. In particolare l'oligopolista potrà facilmente imporre prezzi alti non adeguatamente motivati dai costi sostenuti. Parafrasando Bogart: "È il mercato, bellezza! E tu non ci puoi fare niente! Niente!". Già, perché l'oligopolista non fa in genere nulla di illegale: sta sul mercato, cerca di conquistarne fette più consistenti a danni dei suoi (pochi) concorrenti, ma non lo si deve immaginare come un vampiro assetato del sangue dei poveri consumatori.

Semplicemente, fa il suo "mestiere" cercando di garantirsi quote via via più consistenti del mercato nel quale opera. Potete forse dargli torto? Introducendo innovazioni produttive, migliorando la qualità del bene, ottimizzando la distribuzione, è in grado di sostenere la concorrenza e persino di migliorare la propria posizione competitiva. Non si può pretendere che si fermi ad aspettare chi fra i suoi concorrenti resta indietro.

In particolare, l'innovazione produce effetti oligopolistici rilevanti: infatti, da un lato essa impone costi fissi sempre più alti, e quindi sostenibili solo da pochi "grandi", per la ricerca, lo sviluppo tecnologico, la tutela di marchi e brevetti; dall'altro, i consumatori dispongono in genere di poche e frammentarie informazioni rispetto a quelle di cui dispone il produttore. Gli esempi possono essere numerosi, ma questa situazione ha assunto caratteristiche in parte nuove negli ultimi anni, con la rapidissima crescita delle grandi imprese dei settori ad alta tecnologia: solo pochi anni fa imprese come Google neppure esistevano. Si potrebbe oggi pensare di farne a meno nella nostra vita lavorativa e di relazione?

Che fare?

Immaginare forme di moderno luddismo non è soltanto illusorio, come lo fu la versione originaria all'inizio dell'Ottocento. È probabilmente anche controproducente: la vita di tutti noi è diventata più facile grazie a Internet e alle imprese che gravitano intorno alle tecnologie informatiche e telematiche. Resta il fatto che esse hanno una forza considerevole e il loro management sembra

avere ben compreso che deve preservare in tutti i modi il potere di mercato, mantenendo il più possibile riservate le informazioni che riguardano i prodotti che vendono: come fa il consumatore a sapere se il prezzo del tablet di ultima generazione è davvero commisurato alle prestazioni dichiarate? Oppure se dietro la super-offerta di uno smartphone non si nasconda qualche trucco sui servizi a esso collegati?

È possibile che il potere di mercato associato alle posizioni oligopolistiche generi la tentazione di approfittarne, ma anche se l'oligopolista si comportasse "correttamente" nulla può dare la certezza che un simile comportamento sia generalizzato e duraturo. Dunque, questi "squilibri" di mercato richiedono una qualche forma di regolazione economica che sia in grado di ridurre al minimo gli abusi senza per questo uccidere il mercato.

Il contributo scientifico di Jean Tirole si è sviluppato proprio in questa direzione. Lo studioso francese ha disegnato sistemi di regolazione specifici per molti tipi di industria, dal settore energetico a quello dell'*information technology* e, più di recente, a quello della finanza. L'obiettivo dichiarato di Tirole è sempre stato quello di difendere il consumatore dai possibili abusi, ma al tempo stesso di non limitare gli incentivi del produttore all'efficienza e all'innovazione.

Tirole ritiene che i mercati moderni siano potenti motori di prosperità, ma per non andare pericolosamente su di giri devono essere guidati da norme e istituzioni adeguate, che però non possono più essere pensate all'interno dei singoli Stati nazionali.

Da tempo sono state introdotte le *authority*, in particolare quelle che vigilano contro l'abuso delle posizioni dominanti. Ma quella che sembra, e in parte è, una buona soluzione non è sempre efficace: Tirole ha dimostrato che tra il regolato e il regolatore, fra il controllato e il controllore, esiste una condizione impari. L'impresa oligopolistica dispone di maggiori conoscenze rispetto all'*authority* che ha il compito di controllarla: per esempio, l'impresa dispone di tutte le informazioni rilevanti riguardo ai

suoi costi di produzione e alla congruità del prezzo di vendita del bene. Come possiamo assicurarci che dichiari il vero all'autorità di vigilanza?

Con caparbietà, Tirole si è applicato a questo problema, cercando di disegnare meccanismi di incentivazione virtuosi, tali da far seguire alle imprese regolate comportamenti desiderabili socialmente, pur in presenza di regole di mercato che esigono di mantenere riservate informazioni e procedure rilevanti.

Nel costruire i meccanismi di controllo delle *authority* sull'operato delle grandi imprese oligopolistiche à la Google, Tirole si è servito di strumenti analitici derivanti dai suoi "primi amori": la teoria dei giochi e la psicologia economica. La conoscenza, approfondita e originale, di tali strumenti, integrata dalla sua competenza sui meccanismi organizzativi sviluppati dalle imprese, gli ha permesso nel corso del tempo, non senza difficoltà, di costruire un sistema di controlli efficace senza essere opprimente nei confronti dell'iniziativa imprenditoriale.

L'approccio di Tirole alla risoluzione di questo puzzle si può far risalire al suo contributo fondamentale della fine degli anni Ottanta: il manuale di teoria di organizzazione industriale. Prima della pubblicazione di questo manuale, gli studiosi del settore erano in genere convinti che la struttura industriale determinasse il comportamento delle imprese e quindi i risultati in termini di profitto. Secondo questo punto di vista, fattori esogeni come le tecnologie o le caratteristiche del capitale umano occupabile erano elementi cruciali per la determinazione delle strategie d'impresa: in sostanza l'impresa "rispondeva" in modo più o meno adeguato ai condizionamenti che le provenivano dall'esterno.

Per Tirole le cose non stanno così: la struttura industriale non è un dato determinato da fattori esogeni, ma è un elemento modificato dai comportamenti delle imprese dominanti nel settore. Sono queste imprese che elaborano strategie in grado di condizionare in modo decisivo il mercato e le concorrenti meno forti. In linea generale, esse si comporteranno in maniera tale da

aumentare il loro potere di mercato assorbendone quote via via maggiori e integrandosi verticalmente in modo da controllare l'intera filiera produttiva. La tecnologia adottata o le strategie occupazionali non sono elementi esogeni, che l'impresa "assorbe" dall'ambiente sociale, ma aspetti determinati da scelte consapevoli da parte delle imprese.

A partire da questo aspetto lo studioso francese si smarca dalle analisi di altri ricercatori: è infatti convinto che i mercati oligopolistici siano la regola e che i due modelli estremi, concorrenza e monopolio, siano casi particolari. L'oligopolio è per Tirole la logica conseguenza cui tendono tutti i mercati: può non piacere, ma inevitabilmente questo è l'esito finale dei processi industriali, in particolare nei settori in cui l'evoluzione della tecnologia è più rapida e consente alle imprese che la adottano prima di altre di acquisire vantaggi competitivi decisivi.

Regolati e regolatori

Grazie a Tirole e al suo approccio originale, la teoria dei mercati ha conosciuto una vera e propria rivoluzione. Egli si è servito, infatti, di uno strumento analitico ben poco utilizzato fino agli anni Ottanta e che conosce molto bene: la teoria dei giochi. La sua introduzione come metodo di indagine e di modellazione ha permesso di accrescere la comprensione del funzionamento dei mercati oligopolistici, nei quali le poche imprese presenti possono avere un considerevole potere, sia in relazione alle decisioni sui prezzi che in relazione ad altre variabili cruciali.

In effetti, sui mercati oligopolistici le scelte di ciascuna impresa hanno un impatto considerevole su quelle concorrenti, ma anche "a monte" sui fornitori e "a valle" sui consumatori. La teoria dei giochi consente di modellizzare queste interdipendenze e di capire quali strategie conviene adottare da parte di ognuno dei soggetti presenti sul mercato. Può sembrare un'affermazione scontata, ma non lo è affatto: secondo questo approccio, la struttura industriale che caratterizza le singole imprese è determinata

in modo cruciale dall'interagire dei soggetti ed è in risposta al comportamento di ciascuno dei "giocatori" che le imprese modificano la loro struttura interna.

Inoltre, l'utilizzo della teoria dei giochi ha consentito a Tirole di ragionare in modo originale sul comportamento che le autorità dovrebbero adottare nei confronti delle situazioni di monopolio: tra gli anni Ottanta e i primi anni Duemila, alcuni importanti monopoli sono stati parzialmente smantellati e sono stati aperti alla concorrenza grazie a scelte politiche o innovazioni tecnologiche particolarmente pervasive. Questi processi di liberalizzazione, tuttavia, hanno spesso lasciato in vita situazioni di semi-monopolio, come per esempio è successo in Italia a proposito del gas naturale.

L'esperienza non propriamente positiva delle liberalizzazioni in molti Paesi ha dimostrato che non è sufficiente affidarsi alla concorrenza per disciplinare l'ex-monopolista, ma che si rende necessaria una regolazione pubblica che concentri l'attenzione su variabili cruciali quali la fissazione delle tariffe e l'accesso alle reti infrastrutturali da parte dei concorrenti. Al tempo stesso è necessario che le *authority* vigilino per evitare che le imprese presenti sul mercato colludano secondo il più classico dei comportamenti ipotizzati dalla teoria dei giochi. Tutti compiti difficili da realizzare, ma che costituiscono al tempo stesso la pre-condizione perché vi sia un adeguato incentivo a investire per le imprese, ma sia prevista anche la possibilità che il consumatore torni a contare.

Il prof. Tirole

Come detto, Jean Tirole è per certi aspetti uno studioso "all'antica": concede poche interviste sui giornali, non scrive saggi editoriali e ancor meno è presente in televisione. La sua pagina web è quella istituzionale della sua università. È un uomo schivo e un ricercatore appassionato: avanza ipotesi di cui poi verifica la correttezza attraverso un lavoro empirico puntiglioso e quasi maniacale. Anche all'indomani della notizia dell'attribuzione del

Nobel, si è sottratto al diluvio giornalistico con garbo. Le poche dichiarazioni che i media sono riusciti a strappargli contengono elogi per i suoi collaboratori e ricordi affettuosi nei confronti del suo mentore Laffort.

I suoi studenti lo adorano: Jean ne segue i progressi in modo costante e attento. Ha formato intere generazioni di ricercatori di valore grazie soprattutto all'interesse che pone nell'osservazione del loro perfezionamento e agli stimoli che riesce a infondere anche nei più refrattari.

Ma è anche un organizzatore instancabile: il "suo" Toulouse Centre of Economics è quasi interamente finanziato da fondi privati procurati da Tirole nel corso della sua attività di ricerca di *sponsorship*. Pur non gravando finanziariamente sull'università, il Centro apporta considerevoli vantaggi all'ateneo di Tolosa in virtù dell'enorme mole di ricerca che Tirole stimola nei campi più disparati: l'economia industriale ovviamente, ma anche la politica economica e, più di recente, le dinamiche della crisi e i modi con cui si possono attenuarne le conseguenze socio-economiche.

Ogni anno, in occasione dell'attribuzione del premio Nobel per l'economia, si creano schieramenti, l'uno contro l'altro, a favore o contro il vincitore. Il Nobel a Tirole costituisce una bella eccezione: poche voci critiche si sono levate contro la scelta dei giurati, perché tutti gli riconoscono un grande valore come scienziato e come uomo.

C'è da sperare che le buone scelte del 2014 siano la conferma di un cambio di rotta che negli ultimi anni ha visto premiati scienziati di grande valore anche se non star mediatiche. L'economia, in particolare, ha un'estrema necessità di ricercatori seri, non di primedonne onnipresenti in ogni *talk show*.

Chissà che sia la volta buona...