



OSSERVATORIO

Lavoro domestico: una fonte di Pil

“L’Italia fatta in casa”: interessante saggio di Alesina e di Ichino

GIUSEPPE IEROPOLI*

“L’Italia fatta in casa”, è il titolo di un interessante libro scritto dai bravissimi economisti Alesina e Ichino, che mette opportunamente in evidenza come il lavoro svolto tra le mura domestiche costituisca Pil potenziale non ricompreso nei conteggi della contabilità nazionale, specie qui in Italia. Il tema è di primaria importanza e pieno di stimoli in quanto, tra l’altro, apre a considerazioni sul fondamentale ruolo della donna, che oltre a lavorare spesso all’esterno svolge, in gran parte da sola, un lavoro enorme e complesso in casa. Sul versante socio-economico lo studio non può non trattare anche il tema del welfare e dell’importanza delle varie forme di sussidio alle famiglie da parte della stretta cerchia parentale. Ed anche le considerazioni socio-politiche gravitanti intorno all’ormai classico concetto di “familismo amorale”, con l’analisi delle conseguenze in termini di carenza di senso civico, dello scarso sviluppo delle fondamentali strutture sociali intermedie e del capitale sociale, co-

stituiscono altri notevoli spunti di riflessioni sollevati dalla lettura del testo in questione. Eppure c’è un aspetto, anch’esso trattato nel libro, quello del family business, che lascia intravedere quello che è un atteggiamento di fondo dei macroeconomisti e che forse ne costituisce anche un grande limite epistemologico: ossia la scarsa attenzione – se non proprio la vera e propria sottovalutazione – nei confronti di quelle speciali unità produttive che sono le imprese di famiglia. Nonostante uno dei campi di ricerca più importanti della macroeconomia sia proprio quello dei fondamenti microeconomici della macroeconomia, il loro studio non prende ancora abbastanza in considerazione il comportamento di questo tipo di imprese. Inoltre, i macroeconomisti si concentrano prevalentemente sul breve periodo mentre spesso l’ottica delle imprese di famiglia è quella del lungo periodo.

Come sottolineato da David S. Landes, uno dei più grandi storici dell’economia dei nostri tempi, “il pensiero economico oggi prevalente trascura le

aziende di famiglia come serio oggetto di studio e le liquida in quanto obsolete e prive di rilevanza. Un punto di vista, questo, sbagliato e pericolosamente fuorviante”. E che sia un errore sottovalutare l’importanza di queste imprese lo dimostrano soprattutto le statistiche, secondo le quali la stragrande maggioranza delle imprese private sono aziende di famiglia. Tuttavia, nonostante sia evidente che il capitalismo privato è in prevalenza caratterizzato dalla natura e dalle dinamiche delle imprese familiari, la dottrina ortodossa di matrice economico-politica ma anche quella prevalente di matrice economico-aziendale, adotta come principale modello di riferimento e di studio la struttura industriale di tipo manageriale o public company. Infatti, la stragrande maggioranza degli economisti politici ma anche una buona parte degli studiosi di management ritiene che le imprese familiari siano “inappropriate – è sempre Landes a scrivere – inefficaci e sostanzialmente finite come motore economico degno di nota, e preferisce occuparsi

di modelli manageriali come la corporation o le società per azioni”. Alfred D. Chandler è probabilmente lo studioso che ha evidenziato più approfonditamente i fattori che spingono verso la crescente adozione di strutture manageriali a scapito delle tradizionali gestioni familiari.

L’attuale crisi economica ha avuto il suo epicentro nel settore finanziario e ha coinvolto tutte le imprese, ed in particolare modo, quelle con una dimensione finanziaria forte e quindi proprio le corporation e le public company. Ha dimostrato come l’esasperato inseguimento di risultati di budget nel breve periodo comporti costi e situazioni di default nel lungo periodo.

A tenere, in questa crisi, invece, sembra siano state proprio le imprese familiari che, forse per la loro cosiddetta diffidenza verso il settore finanziario e per l’adozione di un’ottica di lungo periodo, sono rimaste meno coinvolte riuscendo a limitare i danni della crisi e nel contempo si sono rivelate come una fondamentale leva per la ripresa economica del si-

stema economico nel suo complesso.

Sarebbe, quindi, proprio il caso di rivalutare lo studio e l’attenzione politica ed economica verso tale tipo di imprese. E sembra che proprio in tal senso vada uno dei messaggi claim adottati nella articolata campagna di informazione scelta dal CNDCEC, apparsa di recente sui principali quotidiani italiani, che recita così: “Rappresentiamo una minoranza del 99,9%. In Italia le PMI sono il 99,9% della forza economica, eppure vengono trattate come una minoranza...”. Le domande, a questo punto, sarebbero due: e tra loro fortemente interconnesse. Come si può non prendere atto dell’importanza delle aziende di famiglia, che costituiscono la stragrande maggioranza delle PMI, e quindi anche la stragrande maggioranza del complessivo mondo delle imprese? Ed ancora, come si può sottovalutare il fatto che i principali consulenti di questa straordinaria fetta del mondo produttivo sono i commercialisti?

* dottore commercialista