

PAOLO SILVESTRI

**IL PARADIGMA DELL'IMPRENDITORE
IN UNA SOCIETÀ LIBERALE: TRA
PRUDENZA E RISCHIO-INNOVAZIONE**

L'articolo persegue un duplice obiettivo: 1) far luce sull'esistenza di un paradigma «narrativo» dell'imprenditore nel pensiero einaudiano; 2) mostrare come e perché tale paradigma: a) è da ricondursi nell'alveo della più ampia riflessione di Einaudi sul buongoverno e la società aperta, b) si staglia all'interno di una feconda tensione tra prudenza e rischio-innovazione, entrambi possibili solo in un contesto istituzionale di tipo liberale. L'imprenditorialità e, in generale, le iniziative aperte al rischio assurgono così a figura di libertà.

Anno XLVII, n. 204 online
maggio-agosto 2012
ISSN 2035-5866

LUIGI EINAUDI
Celebrazioni
a cinquant'anni
dalla scomparsa

Francesco Tomatis

Francesco Tomatis
Einaudi e l'incantesimo
della libertà

Paolo Silvestri
Il paradigma dell'imprenditore
in una società liberale: tra
prudenza e rischio-innovazione

Paolo Silvestri
Il pareggio di bilancio.
La testimonianza
di Luigi Einaudi:
tra predica e libertà

Comunicare oggi
Francesca Burichetti
La politica italiana in rete:
strumenti social, logica
broadcast

bdl
Biblioteca della libertà

«Biblioteca della libertà»
Direttore: Pier Giuseppe Monateri

ISSN 2035-5866
Rivista quadrimestrale online del Centro Einaudi
[\[www.centroeinaudi.it/centro/bdl.html\]](http://www.centroeinaudi.it/centro/bdl.html)
Direttore responsabile: Giorgio Frankel
© 2012 Centro di Ricerca e Documentazione
"Luigi Einaudi"

PAOLO SILVESTRI

**IL PARADIGMA DELL'IMPRENDITORE
IN UNA SOCIETÀ LIBERALE: TRA
PRUDENZA E RISCHIO-INNOVAZIONE**

**SULLA PARABOLA EINAUDIANA
DEL «PRINCIPE MERCANTE»***

Quello elaborato da Einaudi è un modello «narrativo» di imprenditore e di imprenditorialità che si staglia all'interno di una feconda tensione tra prudenza e rischio-innovazione, entrambi possibili solo in un contesto istituzionale di tipo liberale. L'imprenditorialità e, in generale, le iniziative aperte al rischio assurgono così a figura di libertà

PER UN «INIZIO CELEBRATIVO»: MEMORIA E PROGETTUALITÀ

«Siamo qui riuniti per celebrare e commemorare il centenario della morte di Enrico dell'Acqua, illustre imprenditore di Busto Arsizio, e reso immortale da Luigi Einaudi nel racconto *Un principe mercante*».

Una siffatta formula di apertura, celebrativo-commemorativa, potrebbe apparire piuttosto strana in un intervento che vorrebbe trattare del «paradigma dell'imprenditore» muovendo appunto dal *Principe mercante* di Einaudi¹. E invece le celebrazioni sono importanti, e testimoniano che anche le attività più apparentemente legate all'utile e al profitto si reggono su *grandi narrazioni* e su un *apparato scenico, rituale e mitico*. Narrazioni e apparati che solo i sostenitori della «secolarizzazione interamente dispiegata» non riescono a vedere². Le celebrazioni sono altresì importanti giacché sono un *ponte* sospeso tra passato e futuro, vecchio e nuovo, conservazione e innovazione, *memoria e progettualità*. E cosa stiamo facendo, tutti noi qui riuniti, se non tentando di costruire ponti?

* Questo articolo è il testo, leggermente modificato, della relazione tenuta al convegno «Enrico dell'Acqua (1850-1910). Un contemporaneo» (Busto Arsizio, 6 novembre 2010), commemorativo del centenario della morte di Enrico dell'Acqua. Ringrazio Robertino Ghiringhelli per avermi invitato al convegno, Francesco Forte, coordinatore scientifico del convegno, per avermi suggerito di sviluppare la tematica dell'imprenditore nel pensiero di Einaudi, e Giuseppe Berta, che ha letto una prima stesura di questa relazione offrendomi preziosi consigli.

¹ L. Einaudi, *Un principe mercante. Studio sulla espansione coloniale italiana*, Torino, F.lli Bocca, 1900.

² Su questo punto cfr. le interessanti notazioni di D. Hamilton: *Cerimonial Aspects of Corporate Organization* (pp. 46-57) e *The Entrepreneur as a Cultural Hero* (pp. 58-66), in D. Hamilton, G. Atkinson, W.M. Dugger e W.T. Waller Jr. (a cura di), *Cultural Economics and Theory. The Evolutionary Economics of D. Hamilton*, Londra, Routledge, 2010.

Orbene, per intendere in che senso queste brevi considerazioni iniziali abbiano a che fare con il mio intervento, vorrei cominciare con il rilevare che in Einaudi non esiste una *teoria* dell'imprenditore, bensì una *narrazione* dell'imprenditore e delle attività imprenditoriali. Il *Principe mercante* è una grande narrazione delle gesta compiute da un imprenditore, ed è l'opera certamente più narrativa di Einaudi. Come in effetti gli scrisse in una lettera Antonio Graziadei all'indomani dell'uscita del libro: «sei diventato un eccellente romanziere economista: quasi un Verne dell'economia politica». Ora, se in Einaudi non c'è una «teoria» dell'imprenditore, ciò non deve suscitare particolare meraviglia, giacché solo da poco si è cominciato a parlare di «teorie dell'imprenditore». Cosa poi queste teorie dovrebbero cogliere, definire o formalizzare, non è affatto semplice a dirsi³. Certo, l'imprenditore, o meglio, l'imprenditorialità è tematizzata e spesso richiamata da Einaudi come una sorta di *tertium datur* per fuoriuscire dalla storica opposizione polemica capitale/lavoro o capitalista/lavoratore. È così, ad esempio, che Einaudi rilegge, anche alla luce di riflessioni già svolte altrove, come in *Capitalista servo sciocco*⁴, il senso del contributo teorico di Richard Cantillon. Costui, ben prima dei classici che avevano commesso «l'errore terminologico di dare all'organizzatore della produzione e dello scambio il nome di "capitalista", quasiché il mezzo materiale accidentale [il capitale] dominasse sul serio la scena economica», aveva considerato non il «capitale, che è cosa "morta"», ma l'imprenditore «il vero motore della società economica [...]». L'iniziatore, il creatore, il responsabile è l'imprenditore⁵. Nondimeno, anche queste brevi notazioni «teoretiche» non devono far sfuggire il ricorso a *metafore* della creazione⁶, quali «motore», «iniziatore», e, appunto, «creatore», con cui si cerca di cogliere quella inafferrabile funzione «innovativa» dell'imprenditore. Se infatti, come scriveva Ricossa, «il più nobile attributo dell'attività imprenditoriale è l'*innovazione* produttiva»⁷, dobbiamo accettare il fatto che l'innovazione è per definizione *indefinibile*. Definire e catturare il *nuovo* in una «teoria» è come cercare di predire il futuro: il «nuovo» può essere riconosciuto e definito come tale solo a posteriori. Anche per questo l'«imprenditore» e l'«imprenditorialità», come si è acutamente notato, sono destinati a rimanere un «enigma»⁸.

Così, si racconterà una «storia» dell'imprenditore oppure se ne farà una «teoria», ma le due attività non sono poi così diverse. Voglio dire, cioè, che una teoria non è

³ In favore di una «modellizzazione matematica per l'analisi formale del comportamento imprenditoriale» è M. Casson, *Entrepreneur*, in *The New Palgrave Dictionary of Economics*, pp. 151-153. Discorso completamente diverso, e a mio giudizio più interessante, è invece quello della *Business History*. Per un ottimo quadro introduttivo cfr. F. Amatori e B. Colli, *Business History. Complexities and Comparisons*, New York, Routledge, 2011.

⁴ Cfr. L. Einaudi, *Economia di mercato e capitalista servo sciocco*, «Rivista di storia economica», marzo-giugno 1943, n. 1-2, pp. 38-46.

⁵ L. Einaudi, *Che cosa ha detto Cantillon?*, in R. Cantillon, *Saggio sulla natura del commercio in generale*, trad. di S. Cotta e A. Giolitti, intr. di L. Einaudi, Torino, Einaudi, 1955, pp. XI-XXV (pp. XVII-XVIII).

⁶ Fra i pochissimi saggi che hanno colto la rilevanza del tema della «creatività» in Einaudi a partire dalla sua idea di imprenditore, notando altresì il filo rosso che lega il *Principe mercante* al saggio *In lode del profitto* (cfr. anche infra), segnalo P.L. Porta, *Libertà, mercato, giustizia sociale*, in A. Gigliobianco (a cura di), *Luigi Einaudi. Libertà economica e coesione sociale*, pref. di M. Draghi, Bari, Laterza, 2010, pp. 19-47, specialmente pp. 25-29.

⁷ S. Ricossa, *Imprenditore*, in Id., *Dizionario di economia*, Torino, Utet, 1982, pp. 216-219 (p. 216).

⁸ G. Berta, *L'imprenditore. Un enigma tra economia e storia*, Padova, Marsilio, 2004.

epistemologicamente «superiore» a una narrazione: è solo più sintetica. Infatti, da un certo punto di vista, «teorizzare» e «narrare» implicano entrambi il *costruire* un oggetto o un *mondo* («l'imprenditore» o «l'imprenditorialità», in questo caso) e renderlo *visibile* attraverso varie *procedure*: discorsive, metaforiche, eccetera, per la narrazione; di astrazione, modellizzazione, schematizzazione, eccetera, per le teorie.⁹ Sarà poi questa figura o configurazione (teorica o narrativa) che orienterà lo sguardo e l'azione: il nostro sguardo, la nostra azione.

Intendo sostenere, e con ciò chiarisco il senso del titolo di questo articolo, che Einaudi, narrando (e dunque anche selezionando e astraendo) alcune delle gesta più importanti, cioè *significative*, di Enrico dell'Acqua, andava *costruendo* un vero e proprio modello o *paradigma dell'imprenditore*. Un paradigma istituito e reso visibile proprio da quella narrazione, e che lascerà tracce profonde nella sua memoria e nella sua riflessione sulle caratteristiche di una *società autenticamente liberale*.

Vengo ora al sottotitolo: *Sulla parabola einaudiana del «principe mercante»*. Utilizzo il termine *parabola* in una duplice accezione:

a) in senso biblico, come *racconto* delle gesta del *principe mercante* Enrico dell'Acqua. E su questa narrazione mi soffermerò soprattutto nella prima parte del testo che segue;

b) in senso geometrico, come *principio e fine* delle riflessioni einaudiane sull'imprenditore. Il *Principe mercante* sta «al principio» poiché è la prima monografia di Einaudi, scritta nel 1899, all'età di venticinque anni; ma sta anche «alla fine» poiché nel 1961, l'anno della sua morte, egli tornerà a riflettere su questo esordio giovanile in occasione di una ristampa dell'opera, apponendovi una nuova *Prefazione*. D'altra parte, in quanto «parabola», il *Principe mercante* ha una sua «morale», la cosiddetta *morale della favola*. E su tutto questo mi soffermerò nella seconda e ultima parte dell'articolo, nel tentativo di comprendere quale sia stata la lezione *paradigmatica* o *esemplare* di Enrico dell'Acqua.

Tuttavia, sulla morale della favola bisogna intendersi sin da subito. La morale della favola *non* è sempre già lì: *tutta scritta nella favola*. Se fosse così non vi sarebbe alcun bisogno di «estrarre la morale della favola»: basterebbe leggere la favola. Invece, la morale della favola, quando la si estrae, è il *prodotto* di una nostra operazione *interpretativa*, che è sempre un'operazione di *senso*. *La morale della favola è già un'altra storia*. E anch'essa ha a che fare con il costruire ponti. Sicché la mia stessa *ricostruzione* della «parabola del principe mercante» è già un'altra storia, come lo è il commemorare o il raccontare *nuovamente* la storia e le gesta di Enrico dell'Acqua a cento anni di distanza dalla morte.

Con queste precisazioni, posso iniziare la mia narrazione.

1. ENRICO DELL'ACQUA: IL PRINCIPE MERCANTE

Cominciamo dal titolo, dal contesto e dallo scopo dell'opera: *Un principe mercante. Studio sulla espansione coloniale italiana*. La prima parte del titolo, *Un principe mercante*, ha un implicito senso polemico: è la risposta orgogliosa, einaudiana e italiana a

⁹ Sulle procedure di oggettivazione nelle scienze sociali cfr. S. Borutti, *Filosofia delle scienze umane. Le categorie dell'antropologia e della sociologia*, Milano, Mondadori, 1999, specialmente pp. 106-112.

un tempo, al Walter Bagehot di *Lombard Street* (1873), opera fra l'altro ammirata nel suo complesso da Einaudi e da lui stesso tradotta. In quest'opera Bagehot, fra i più illustri *opinion makers* dell'Inghilterra vittoriana, celebrando la potenza della City e del mercato monetario inglese, aveva finito col contrapporre la mobilità sociale della classe imprenditoriale inglese alla relativa fissità e staticità dei vecchi ceti mercantili e delle famiglie di «mercanti principi» del Rinascimento italiano¹⁰.

Ciononostante, Einaudi condivide la visione del Bagehot circa le *qualità distintive dell'imprenditore*, vero e proprio «motore nascosto della produzione moderna, del grande commercio». In questa prospettiva l'imprenditore è colui che: 1) «sceglie le merci che dovranno essere prodotte», 2) «delibera ciò che si deve e che non si deve mettere sul mercato», 3) fissa le «linee strategiche» e i «fini» dell'azienda e «calcola i mezzi» più adeguati al loro raggiungimento, 4) soddisfa i «bisogni dei consumatori», anche quelli più «strani»¹¹.

Enrico dell'Acqua, «fabbricante di Busto Arsizio», è allora il paradigma, il modello di imprenditore che incarna al meglio le suddette qualità, e in questo senso è anche la risposta einaudiana e italiana alle provocazioni, per così dire, del Bagehot. E sebbene sia «uno dei tipi singolari di principi mercanti nell'America latina», proprio perché riassume in sé tutte le qualità imprenditoriali egli è anche *il principe mercante*, il modello che Einaudi additerà alla giovane Italia come esempio da imitare.

Seguiamo dunque più da vicino l'introduzione, ove Einaudi spiega il contesto e gli scopi dell'opera, salvo poi soffermarci nella seconda parte sulle caratteristiche più salienti di questo paradigma di imprenditorialità.

L'opera venne scritta, come ricorderà Einaudi sessant'anni dopo, «in ventotto giorni», e concepita per la *Mostra degli italiani all'estero* che si innestava sul tronco della grande *Esposizione Nazionale* di Torino del 1898. Questi eventi, come è noto, furono l'emblema dell'autocelebrazione dello spirito ottimistico dell'epoca; e di questo spirito, come dello spirito patriottico-risorgimentale, l'opera è certamente intrisa¹². Essa aveva lo scopo di chiarire quale fosse stato, nel mezzo secolo 1848-98,

il contributo dato dagli italiani nei diversi paesi del mondo al progresso delle contrade nelle quali essi erano emigrati. Eccellea, fra tutti, il gruppo degli italo-argentini, il quale aveva

¹⁰ W. Bagehot, *Lombard Street. Il mercato monetario inglese*, trad. di L. Einaudi, Biblioteca dell'economista, serie IV, voll. VI-VIII, Torino, Utet, 1905, pp. 155-315, rist. nel 1986 dalla Cassa di Risparmio di Torino (edizione fuori commercio) con intr. di G. Berta, da cui cito: p. 7. Sul senso e l'importanza di quest'opera cfr. l'introduzione di G. Berta, *Walter Bagehot e la psicologia della City*, ivi, pp. IX-XLVI.

¹¹ L. Einaudi, *Un principe mercante*, cit., pp. 16-17.

¹² Uno spirito che echeggia anche nelle entusiastiche recensioni al *Principe mercante*: «quest'opera è insieme l'illustrazione documentata di quanto ha saputo fare e produrre la emigrazione italiana nel continente meridionale americano; e la storia bella, fulgida, dell'opera intelligente, poderosa, veramente gloriosa di un uomo, il signor Enrico Dell'Acqua, vero principe della mercatura moderna, e più grande e più geniale di quegli antichi mercanti veneziani, genovesi, fiorentini, che hanno dato all'Italia le pagine più belle della sua storia. Inutile è ogni commento, e ogni lode di quest'opera, che è la storia del poema mercantile di un uomo e di un popolo: essa contiene ciò che pochi libri possiedono, la scintilla che infiammerà molti animi. E io per primo la farò leggere e studiare ai nostri giovani delle scuole di commercio, perché essi meditino, imparino, ammirino, e si accendano di quel sacro fuoco dell'emulazione, che dinnanzi a così imponenti risultati ne produrrà forse di più grandi e di più proficui» (A. Bertolini, recensione a *Un principe mercante*, «Giornale degli economisti», XIX, ottobre 1899, pp. 391-392).

inviato un magnifico volume, in folio, illustrato con fotografie di laboratori, opifici, case rurali, campi, vigne che erano stati l'opera degli italiani, venuti su a forza di lavoro e di coraggio, da umili braccianti, a posizioni economiche ragguardevoli¹³.

Fra questi, Enrico dell'Acqua è colui che ha stabilito ed espanso maggiormente il suo «impero» commerciale in Argentina, ricevendo sia il «Diploma d'onore» dell'Esposizione di Torino del 1898, sia la «Medaglia d'oro assegnata dal Ministero di Agricoltura, Industria e Commercio a coloro che potevano dimostrare di aver conquistato e stabilmente assicurato all'industria italiana un nuovo mercato estero»¹⁴.

Il «principe mercante», Enrico dell'Acqua, è così scelto da Einaudi tra i «numerosissimi *self-made-man*» come esempio di «incarnazione viva delle *qualità intellettuali ed organizzatrici* destinate a trasformare la piccola Italia attuale in una futura «più grande Italia», pacificamente espandente il suo nome e la sua schiatta gloriosa in un continente più ampio dell'antico impero romano»¹⁵. In Argentina, dove «riccamente si è svolta la efflorescenza della «pianta uomo»», Einaudi cerca di scorgere tra il milione e mezzo di italiani immigrati

quali sono i tipi principali, ed in ognuno di questi gruppi tipici quali sono le individualità eminenti che seppero [emergere] dalla folla grigia ed anonima per altezza di ingegno, per intraprendenza audace od anche per fortunata combinazione di circostanze favorevoli¹⁶.

Enrico dell'Acqua è, dunque, il paradigma dell'imprenditore, un «esempio singolare di *organizzatore di capitali e di uomini*». È l'imprenditore che ha successo, passando attraverso «*lotte*» e crisi, «ostacoli numerosi e ognora risorgenti». Un imprenditore che, «per vincere nella lotta commerciale», non aveva solo «una grande forza d'animo ed una grande capacità intellettuale», ma possedeva «il sacro dono dell'*intuito*»¹⁷. È l'imprenditore che sa fiutare le opportunità di profitto. Dell'Acqua è uno di quegli «uomini *innovatori*» che «disdegnano di seguire le vie già battute e conosciute» e «intendono aprire nuove strade», anche muovendosi fra la «diffidenza degli amici» e l'«opposizione degli avversari». Di qui che, mosso da una certa «insofferenza per i guadagni cospicui, ma consuetudinari, sicuri ma poco faticosi che gli erano largiti dalla sua fabbrica di tessuti e dal commercio all'ingrosso che egli esercitava in Italia», dell'Acqua «concepì un piano che nel 1885 pareva temerario: esportare all'estero i prodotti di quella industria tessile cotoniera, che appena allora aveva cominciato a muovere i primi passi...»¹⁸.

Infine, dell'Acqua, come gli altri imprenditori le cui gesta sono narrate da Einaudi, incarna la promessa di una società più meritocratica, che sappia cioè tendenzialmente collegare il *merito* al *successo*:

il monopolio della intelligenza e il monopolio dei doni gratuiti della natura e della società, sono sempre indissolubilmente connessi nella formazione delle grandi fortune; i mediocri

¹³ L. Einaudi, *Prefazione a Un principe mercante*, riproduzione in facsimile dell'edizione originale, Milano, Techint e Torino, ILTE, 1961, s.p.

¹⁴ L. Einaudi, *Un principe mercante*, cit., p. 18.

¹⁵ *Ibidem*.

¹⁶ L. Einaudi, *Un principe mercante*, cit., p. 34.

¹⁷ *Ivi*, p. 19.

¹⁸ *Ivi*, pp. 21-22.

conservano e gli sciocchi dilapidano le sostanze accumulate dai padri ma non ne acquistano delle nuove¹⁹.

La prefazione si conclude con una speranza: «io spero che le pagine da me scritte saranno non inutile ammaestramento alle classi governanti e dirigenti d'Italia. Soprattutto a queste»; una speranza accompagnata da un certo ottimismo: «accanto ai grossi libri che fanno la diagnosi dei mali del nostro paese, è bene che sia scritto anche un piccolo libro improntato all'ottimismo ed alla speranza»²⁰.

Nondimeno, il monito rivolto alle classi governanti è una chiara testimonianza della consapevolezza einaudiana dell'altra faccia della medaglia, vale a dire dell'importanza del ruolo svolto dal *contesto istituzionale* – politico, culturale ed economico – nell'incentivare o tarpare le ali della *libera iniziativa*. Tanto più che già nella prefazione egli non risparmia strali allo «Stato feroce tassatore ed oppressore di ogni iniziativa privata». Critica che poi viene ripresa proprio nelle conclusioni, allorché si appresta a tirare le fila della sua «narrazione»:

le pagine che precedono – scrive Einaudi – hanno messo in evidenza l'ingiustizia delle accuse che molti rivolgono agli Italiani, di essere della gente priva di iniziativa e di audacia, dedita al dolce far niente, nella perpetua attesa della manna piovente dal cielo, sotto la forma di impieghi e di protezioni largiti dal Dio Stato. Coloro che accusano gli Italiani di neghittosità e di impiegomania, che li dipingono come fanciulli incapaci di opere grandi e riparatisi sotto le paterne ali dello Stato corrotto, affarista e decadente, dicono il vero rispetto alla massa della classe media borghese di molte regioni d'Italia. Ma per fortuna [questa borghesia] non è tutta l'Italia. In alcune regioni del Piemonte e della Lombardia, nel Genovesato, ecc., vive una borghesia di mercanti e di industriali ed un popolo di operai attivi ed intraprendenti, che seppero compiere miracoli sotto una cappa di piombo tributaria, quale forse non esiste in nessun altro paese d'Europa. E anche nelle altre regioni d'Italia mancò solo l'*ambiente propizio allo sviluppo di individualità energiche e coraggiose*²¹.

2. LA PARABOLA DEL PRINCIPE MERCANTE E LA «MORALE DELLA FAVOLA»

Come ho detto all'inizio, il *Principe mercante* sta al principio e alla fine della riflessione di Einaudi sull'imprenditore. Nella *Prefazione* alla ristampa del 1961 Einaudi tornerà a insistere sull'«opera degli italiani, venuti su a forza di lavoro e di coraggio, da umili braccianti, a posizioni economiche ragguardevoli» e sul rapporto tra merito, successo e fortuna. D'altra parte, in quanto «parabola», o *fabula*, il *Principe mercante* ha una sua «morale». Quale, dunque, la lezione «paradigmatica» o «esemplare» di Enrico dell'Acqua?

A questo proposito, già Piero Gobetti aveva notato che il *Principe mercante* è un'opera fondamentale per cogliere il paradigma economico e sociologico di Einaudi²².

¹⁹ Ivi, p. 82.

²⁰ Ivi, p. 19.

²¹ Ivi, p. 160.

²² P. Gobetti, *Il liberalismo di Luigi Einaudi* [1922], in *Scritti politici*, a cura di P. Spriano, Torino, Einaudi, 1960, pp. 322-336.

E sulla scorta di questo giudizio, si è altresì rimarcato che, «come visione complessiva del processo economico», le opere giovanili di Einaudi

si discostano poco dai suoi scritti della piena maturità. La figura dell'imprenditore come motore del progresso economico, la mobilità sociale come imprescindibile fattore di dinamismo, il mercato come supremo selezionatore delle forze, non solo economiche, ma spirituali, la varietà di tipi economici coesistenti (individui, imprese, ecc.) nello stesso sistema, si ritrovano con abbondanza di esemplificazione in quelle opere, oggi quasi dimenticate. In questo senso la più «einaudiana» è anche la più giovanile²³.

Ma v'è dell'altro:

gli scritti giovanili di Einaudi sono da leggersi in chiave autobiografica. Narrando di tenaci imprenditori desiderosi di ascesa economica e sociale, egli vedeva gente simile a lui, piccolo borghese di provincia emigrato in una grande città dove aveva saputo far valere le sue invidiabili qualità di studioso e di pubblicista, quasi imprenditore di se stesso²⁴.

Invero, e con maggior esattezza, si dovrebbe dire che la storia *esemplare* del principe mercante era destinata a lasciare un segno duraturo, una memoria le cui tracce, continuamente riscritte, si rinvengono nelle successive riflessioni di Einaudi sul ruolo dell'imprenditore e sull'importanza della libera iniziativa in una società liberale. Per intendere il senso di questa eredità, soffermiamoci ancora una volta su alcune delle ultime meditazioni di Einaudi (siamo nel 1960) e ascoltiamo la sua stessa testimonianza. La prima è una *Dedica all'impresa dei Fratelli Guerrino* (Dogliani, 15 settembre 1960):

migliaia, milioni di individui lavorano, producono e risparmiano nonostante tutto quello che noi possiamo inventare per molestarli, incepparli, scoraggiarli. È la *vocazione* naturale che li spinge, non soltanto la sete di denaro. Il gusto, l'orgoglio di vedere la propria azienda prosperare, acquistare credito, ispirare fiducia a clientele sempre più vaste, ampliare gli impianti, abbellire le sedi, costituiscono una molla di progresso altrettanto potente che il guadagno²⁵.

È un passo che non richiede particolari commenti, se non per aggiungere che in esso sembra echeggiare una celebre tesi di Adam Smith. Così scrive il padre dell'economia politica:

Lo sforzo uniforme, costante e ininterrotto che ogni uomo compie per migliorare la propria condizione, cioè il principio dal quale deriva originariamente la prosperità pubblica della nazione, come pure la prosperità privata, è spesso potente quanto basta per mantenere il corso naturale delle cose nel senso del progresso, malgrado le spese dissipate del governo ed i grandissimi errori dell'amministrazione»²⁶.

Questa tesi, fra l'altro, ha notevoli assonanze con la visione einaudiana della «fecondità della lotta» (sulla quale tornerò fra breve).

²³ R. Fauci, *Einaudi*, Torino, Utet, 1982, p. 18.

²⁴ Ivi, p. 418.

²⁵ L. Einaudi, *Dedica all'impresa dei Fratelli Guerrino*, Dogliani, 15 settembre 1960.

²⁶ A. Smith, *La ricchezza delle nazioni*, trad. it. di F. Bartoli, C. Camporesi e S. Caruso, intr. di A. Roncaglia, Roma, Newton Compton, 1995, pp. 313-314.

La seconda riflessione di Einaudi (anch'essa del 1960) è un'importante testimonianza che è anche una lezione di umiltà:

se imparai poco da pubblicisti o politici, imparai molto tutta volta potei attaccar discorso con negozianti, industriali, banchieri, uomini d'affari. Osservavo la regola di lasciar parlare altrui [...] Ciascuno, parlando delle cose sue, dice verità di osservazione, di cui gli economisti teorici hanno gran torto a non far tesoro. [Certo, n]on sarà sempre la bocca della verità e dominerà non di rado l'interesse personale. Forseché non è necessario conoscere tutte le faccie di un problema? principalmente se chi parla è uomo che ha l'aria di non aver perduto il suo tempo. Bisogna levarsi il cappello dinnanzi a chi guadagna; e diffidare di chi, per il bene dell'umanità, invoca provvidenze dallo stato²⁷.

A questo proposito Norberto Bobbio aveva notato che nella supremazia che Einaudi «riconobbe alla società e agli individui singoli di fronte allo stato, gli *eroi* della sua storia furono di rado i politici, più spesso il grande imprenditore e il piccolo risparmiatore, il contadino che difende la propria terra e l'operaio che lotta per un aumento di salario. Una storia di gente comune, tra cui viveva volentieri e da cui traeva insegnamenti più utili di quelli appresi dai dotti»²⁸.

Sono tutte affermazioni importanti, ma ancora sommarie per intendere la durevole lezione di dell'Acqua. È allora necessario cominciare a mettere ordine nel *mare magnum* dell'opera di Einaudi. Si tratterà di evidenziare, da un lato, i tratti salienti del suo paradigma dell'imprenditore – già abbozzati nel *Principe mercante* e poi sviluppati nelle riflessioni successive – e, dall'altro, il ruolo e la funzione dell'imprenditore in una società autenticamente liberale.

Questi aspetti si possono sintetizzare nei seguenti punti: a) *l'imprenditore come tipo antropologico*; b) *l'imprenditore e il contesto istituzionale*; c) *l'imprenditore tra prudenza e rischio-innovazione*. Vediamoli nel dettaglio, pur nella consapevolezza che nel discorso einaudiano sono tre punti che rinviano l'uno all'altro, secondo una logica di stretta interdipendenza.

Innanzitutto, l'imprenditore incarna al massimo grado il tipo antropologico, centrale nel liberalismo einaudiano, del *self-made-man* o dell'*homo faber fortunae suae*, vale a dire l'uomo moderno artefice del proprio destino. Nel *Principe mercante* abbiamo già incontrato il riferimento einaudiano a quelle «*individualità eminenti* che seppero [emergere] dalla folla grigia ed anonima per *altezza di ingegno*, per *intraprendenza audace* od anche per *fortunata* combinazione di circostanze favorevoli».

Questo tipo d'uomo Einaudi lo scolpì definitivamente nella sua celebre *Bellezza della lotta* (1923) – scritta come prefazione a *Le lotte del lavoro* – ove enuclea le sue «*idee madri*», autentico fulcro «antropologico» dell'idea di buongoverno o società liberale:

lo scetticismo invincibile anzi quasi la ripugnanza fisica per le provvidenze che vengono dal di fuori, per il benessere voluto procurare agli operai con leggi, con regolamenti, col collettivismo, col paternalismo, con l'intermediazione degli sfaccendati politici pronti a risolvere i conflitti con l'arbitrato, con la competenza, con la divisione del tanto a metà; e la simpatia

²⁷ L. Einaudi, *Prefazione a Cronache economiche e politiche di un trentennio*, III, 1960, pp. XXIV-XXV.

²⁸ N. Bobbio, *Profilo ideologico del Novecento italiano*, Torino, Einaudi, 1986, p. 86.

viva per gli sforzi di coloro i quali vogliono elevarsi da sé e in questo sforzo lottano, cadono, si rialzano, imparando a proprie spese a vincere ed a perfezionarsi²⁹.

In qualità di uno dei più illustri pubblicisti dell'epoca, Einaudi non aveva mai smesso di *predicare*, dalle colonne del «Corriere della Sera», le ragioni di una società aperta, nella consapevolezza che non si dà società liberale, e dunque una «buona società» o un «buongoverno», senza una *cultura liberale*³⁰. Gran parte della sua attività di economista-pubblicista è stata un'opera culturale. E lo stesso *Principe mercante* presenta connotati 'pedagogici', almeno nella misura in cui il 'paradigma' dell'Acqua è additato come modello da imitare ai cittadini italiani e alle nuove generazioni di imprenditori.

In sintesi, questo il ragionamento di Einaudi: una cultura che enfatizza l'intraprendenza piuttosto che la rassegnazione, l'autonomia e la responsabilità invece che la dipendenza e l'irresponsabilità, che apprezza i «capitani d'industria» piuttosto che i «gregari», la leadership invece che la ricerca delle rendite politiche, è una cultura che scommette sulla libera iniziativa e che incoraggia gli individui a intraprendere progetti ambiziosi, in vista del nuovo e del meglio, per il bene di tutta la società. Così facendo, Einaudi aveva sostenuto *le ragioni del merito e dei migliori*: una società che nega la fecondità della lotta, del contrasto, della varietà e del dissenso, proprio perché impedisce l'emersione del meglio e dei migliori, si preclude qualunque prospettiva di miglioramento ed è, prima o poi, destinata a soccombere.

La classe imprenditoriale rappresenta inoltre il tipo sociologico fondamentale di quel *ceto medio* che, secondo Einaudi, doveva costituire la spina dorsale di una buona società liberale. In quest'ottica, il ceto «medio» è lo *snodo* sociale di forze che si muovono, schematicamente, lungo due linee di tensione, orizzontale e verticale, simbolicamente rappresentabili con una croce. In altri termini, il suo essere «medio» non indica solo una caratteristica economica o sociologica (il livello di reddito, per esempio), bensì il suo potenziale di mediazione e di equilibrio sociale (linea orizzontale), ma anche di dinamismo, nel senso della mobilità sociale (linea verticale).

Pertanto, non è un caso che nel tentativo di rifondare le istituzioni liberali distrutte dalla guerra, dal fascismo, e dalla crisi del '29, Einaudi volgerà il suo sguardo all'*ethos* del ceto medio:

era una grande fortuna che le classi veramente rappresentative dell'Italia, composte di medi e piccoli industriali proprietari fittavoli mercanti ed artigiani operosissimi e [...] di professionisti retti e di burocrati devoti al bene pubblico fornissero ancora allo stato un buon numero di uomini di governo. Probi e laboriosi essi riponevano la somma dell'arte di stato nel «governar bene» la cosa pubblica, intendendo per «*buon governo*» quel modo saggiamente *prudente* di amministrare che usavano nelle faccende private³¹.

²⁹ L. Einaudi, *La bellezza della lotta* [1923], in *Le lotte del lavoro*, Torino, Piero Gobetti Editore, 1924, p. 7. Sul senso complessivo di quest'opera einaudiana si veda R. Marchionatti, *Postfazione* a L. Einaudi, *Le lotte del lavoro*, Roma, Edizioni di storia e letteratura, 2012, pp. 277-307.

³⁰ Sul rapporto tra liberalismo e buongoverno nel pensiero di Einaudi mi sia consentito rinviare a P. Silvestri, *Il liberalismo di Luigi Einaudi o del buongoverno*, Soveria Mannelli, Rubbettino, 2008.

³¹ L. Einaudi, *La condotta economica e gli effetti sociali della guerra italiana*, Bari, Laterza, 1933, p. 400.

In quest'ottica la ricerca einaudiana del buongoverno deve essere intesa come ricerca di quelle «fondamenta» *invisibili* su cui si *regge* un buon *regime* (e non è un gioco di parole) liberal-democratico. Fondamenta che Einaudi aveva variamente additato in una serie di virtù civiche: prudenza, parsimonia, onestà, rettitudine, rispetto di tradizioni e consuetudini, legami sociali, affettivi, di famiglia e di vicinato, rapporti di fiducia.

La prudenza è una delle virtù principali del *bonus pater familias*, e indica anzitutto un *ethos* che, economicamente, coincide con la virtù del risparmio («sacrifici presenti per benefici futuri»). Ma pensata come virtù del ceto medio e, in particolare, della classe imprenditoriale, si carica di significati affatto peculiari.

In quanto *capo* dell'azienda, l'imprenditore deve possedere sommamente le *capacità manageriali, gestionali e/o organizzative*³². In questo caso la prudenza è sinonimo di *razionalità mezzi-scopo*, e indica la capacità di individuare e calcolare i migliori mezzi per il perseguimento di fini prefissati. Se tuttavia ci arrestassimo a questo punto e considerassimo i *fini* come *dati*, mostreremmo di avere una concezione piuttosto burocratica e statica dell'attività imprenditoriale. Invece, la prudenza è richiesta anche nello stabilire *nuovi fini*, mostrando così di essere una virtù tesa tra passato e futuro. Se così non fosse, non coglieremmo l'enfasi posta da Einaudi sul «sacro dono dell'*intuito*», allorché narra le gesta di dell'Acqua come imprenditore «*innovatore*», capace di «aprire nuove strade», di *fiutare opportunità di profitto che altri non avevano visto* o che addirittura avevano giudicato sbagliate o fallimentari. Di qui anche l'elogio einaudiano degli innovatori-speculatori, che spesso gli altri giudicano «pazzi»³³.

Sull'innovazione, occorre nondimeno una precisazione: a Einaudi non interessa tanto qualificare l'innovazione come tale, né fare una classificazione delle sue caratteristiche³⁴. Essa può certamente consistere nell'introduzione di nuovi beni e servizi o nel miglioramento di quelli già esistenti, nell'invenzione di un nuovo metodo di produzione, di marchi o brevetti, nell'apertura di un nuovo mercato – per esempio di un mercato di esportazione in un nuovo territorio, come seppe fare dell'Acqua –, nella conquista di nuovi mercati di approvvigionamento di materie prime o semilavorate, nella ristrutturazione dell'organizzazione aziendale, eccetera.

Più esattamente, a Einaudi interessa che si instaurino le *condizioni istituzionali* – culturali, economiche e politiche – affinché possa darsi l'innovazione e l'emersione del *nuovo*. E queste condizioni stanno a fondamento di ciò che egli chiamava il buongoverno o buona società, o anche, per usare un termine più contemporaneo, una società aperta. Bisogna quindi tornare a quelle «idee madri» che Einaudi aveva sintetizzato nella *Bellezza della lotta*.

³² È questo un punto sul quale Einaudi aveva insistito soprattutto nel biennio rosso. Secondo Einaudi, coloro che invocavano l'«espropriazione», l'«autogestione» o l'«occupazione delle fabbriche» del «padone-proprietario», dimenticavano la sostanziale differenza tra essere proprietari e possedere capacità manageriali, gestionali e/o organizzative.

³³ Muovendo anche dalla propria esperienza personale di produttore di vino, Einaudi ricorderà i suoi tentativi di innovare attraverso l'introduzione di nuove forme di coltivazione della vite: L. Einaudi, *Il padre dei fratelli Cervi*, in *Il buongoverno*, Bari, Laterza, 1954, p. 144.

³⁴ Su questo punto cfr. J.A. Schumpeter, *The Theory of Economic Development*, Cambridge, Harvard University Press.

Nel discorso einaudiano, infatti, l'idea della fecondità della lotta si estende alla società civile e alle istituzioni. Di conseguenza possiamo rappresentarci il «modello» einaudiano di buongoverno come un «ellisse», ove i due fuochi sono: I) la «lotta» come *concorrenza*; II) la «lotta» come *discussione critica*. Nel «dominio» del primo fuoco rientrano le libertà economiche, in specie la proprietà privata, la libertà di iniziativa e la libertà di contratto. Nel «dominio» del secondo si devono annoverare le libertà civili e politiche, rinviati prevalentemente alla libertà di associazione, di manifestazione del pensiero (e quindi, per l'epoca, la libertà di stampa) e al parlamentarismo.

Poiché abbiamo già visto il ruolo delle condizioni istituzionali – politico-economiche (il problema della tassazione) e morali-culturali –, in questa sede mi limiterò a evidenziare il *ruolo del mercato di concorrenza*. Sul punto, Kirzner ha scritto che «ciò che occorre è un sistema di incentivi capace di convincere coloro i quali decidono che, nel caso in cui scoprono utili opportunità negate dagli altri, essi, gli scopritori, saranno i vincenti»³⁵. Che la vincita non consista solo nel profitto, Einaudi l'aveva detto molto chiaramente³⁶, e non occorre aggiungere altro. Che poi il profitto sia un fattore decisivo per il progresso sociale, è una questione sulla quale tornerò nelle conclusioni. Di più, come sottolinea Ricossa, poiché è impossibile stabilire a priori chi sarà il vincitore, e dunque chi è competente e merita di tentare e chi no, di conseguenza

il quadro istituzionale più conveniente è quello che provvede due qualità: la più ampia apertura al talento imprenditoriale, ovunque si trovi, e il più avveduto accertamento *a posteriori* che a vincere siano i più utili alla collettività [...] non gli altri. Sembra inevitabile che il meccanismo, per essere efficiente, incorpori la punizione e l'allontanamento degli incapaci e degli sfortunati³⁷.

Sono parole profondamente einaudiane: non a caso Ricossa si definiva un «liberale einaudiano». Questa, infatti, l'argomentazione di Einaudi: se l'imprenditorialità è uno dei principali fattori dell'avanzamento economico, di conseguenza, quando si trasforma in cattiva imprenditorialità, in una gestione *imprudente*, se non truffaldina, dell'impresa, deve anche essere uno dei principali fattori di declino o crisi di un sistema economico. Pertanto, se il mercato concorrenziale è il miglior strumento di selezione dei 'migliori', i suoi meccanismi selettivi devono esser lasciati 'liberi' (cioè senza interferenze statali) di assolvere anche la funzione di eliminare i 'peggiori'³⁸.

A tal riguardo è sempre istruttivo rileggere, e lo è ancor di più in tempo di crisi, la polemica tra Einaudi e Keynes circa le cause della Grande Crisi e i rimedi più appropriati per uscirne. Se i due illustri economisti, infatti, come aveva già notato Francesco For-

³⁵ I. Kirzner, *Perception, Opportunity, and Profit*, Chicago, Chicago University Press, 1979, citato da S. Ricossa, *op. cit.*, p. 216.

³⁶ Si tratta di una convinzione che Einaudi aveva maturato nel biennio rosso: «non è l'amore del lucro, che muove coloro che fanno la gioia del lavoro. È il piacere di fare, di perfezionarsi, di ottenere il risultato voluto. La lotta per il miliardo, in fondo, è della stessa natura della lotta per la *scoperta* scientifica [l'emersione del nuovo]. Il miliardo non è poi goduto, quando lo si possiede. [...] Tolgasi la gioia del lavoro e il lavoro diventa insipido, quasi repulsivo. Se l'unico movente del lavoro è lo stipendio o il salario, è rotta la molla che spontaneamente spingeva l'uomo a faticare» (L. Einaudi, *Il governo democratico del lavoro e la gioia di lavorare*, «Corriere della Sera», 30 luglio 1919).

³⁷ S. Ricossa, *op. cit.*, p. 217.

³⁸ Cfr. L. Einaudi, *Economia di mercato e capitalista servo sciocco*, cit., pp. 44-46.

te³⁹, attribuiscono in linea di principio una grande importanza alla libera iniziativa per un sistema capitalistico, d'altra parte il loro giudizio diverge profondamente circa il significato da attribuire alle instabilità del sistema di mercato. Per Einaudi, la crisi è, in molti casi, un meccanismo di selezione tra «operatori validi e non validi, azioni spericolate e azioni serie»⁴⁰. E anche questa concezione, secondo Forte, la si ritrova già nel *Principe mercante*⁴¹.

Nel celebre saggio del 1933 emblematicamente intitolato *Il mio piano non è quello di Keynes*, Einaudi spiega con parole durissime la sua interpretazione della crisi e le ragioni della sua critica alle ricette keynesiane. Nel saggio, inoltre, il liberale piemontese riprende un suo antico *Leitmotiv*, e cioè che, se le crisi sono causate da fattori morali, non si può pretendere di risolverle con strumenti monetari o economici:

Come si può pretendere – scrive Einaudi – che la crisi sia un incanto, e che col manovrare qualche commutatore cartaceo l'incanto svanisca, quando tutt'oggi, anche ad avere gli occhi mediocrementemente aperti, si è testimoni della verità del contrario? Si osservano, è vero, casi di disgrazia incolpevoli, di imprese sane travolte dalla bufera. Ma quanti e quanti esempi di *meritata punizione*. Ogni volta che, cadendo qualche edificio, si appurano i fatti, questi ci parlano di amministratori e imprenditori, o avventati, o disonesti. Le imprese dirette da gente competente e *prudente* passano attraverso momenti duri, ma resistono. Gran fracasso di rovine invece attorno a chi fece in grande a furia di debiti, a chi progettò colossi, dominazioni, controlli e consorzi; a chi, per sostenere l'edificio di carta, fabbricò altra carta e vendette carta a mezzo mondo; a chi, invece di frustare l'intelletto per inventare e applicare congegni tecnici nuovi o metodi perfetti di lavorazione e di organizzazione, riscosse plauso e profitti inventando catene di società, propine ad amministratori-comparse, rivalutazioni eleganti di enti patrimoniali. L'incanto c'è stato e non è ancora rotto: ma è l'incanto degli scemi, dei farabutti e dei superbi. A iniettar carta, sia pure carta internazionale, in un mondo da cui gli scemi, i farabutti ed i superbi non siano ancora stati cacciati via se non in parte, non si guarisce, no, la malattia; ma la si alimenta ed inciprignisce. Non l'euforia della carta moneta occorre; ma il pentimento, la contrizione e la punizione dei peccatori, l'applicazione inventiva dei sopravvissuti. Fuor del catechismo di santa romana chiesa non c'è salvezza; dalla crisi non si esce se non allontanandosi dal vizio e praticando la virtù⁴².

Abbiamo dunque visto, sommariamente, come nel discorso einaudiano si intreccino i tre punti summenzionati: l'imprenditore come tipo antropologico (e il suo essere componente fondamentale del ceto medio, inteso come fulcro della società civile); il rapporto tra l'imprenditore e il contesto istituzionale; il nesso tra prudenza e innovazione nell'attività imprenditoriale.

Orbene, nella riflessione più matura di Einaudi questi tre punti cominceranno a saldarsi come momenti essenziali della sua visione liberale. Per intendere questa visione

³⁹ F. Forte, *Luigi Einaudi: il mercato e il buongoverno*, Torino, Einaudi, 1982, pp. 4-8 e *passim*. Sul dibattito Einaudi-Keynes cfr. anche R. Marchionatti, «La pericolosità del camminare dritti sui fili di rasoio». *Einaudi critico di Keynes*, in C. Malandrino (a cura di), *Una rivista all'avanguardia. La «Riforma Sociale» (1894-1935). Politica, società, istituzioni, economia, statistica*, Firenze, Leo Olschki, 2000, pp. 379-415.

⁴⁰ F. Forte, *Luigi Einaudi: il mercato e il buongoverno*, cit., pp. 57-58.

⁴¹ Ivi, p. 66.

⁴² L. Einaudi, *Il mio piano non è quello di Keynes*, a proposito dello scritto di Keynes su *The Means to Prosperity*, «La Riforma Sociale», 1933, marzo-aprile, pp. 129-142.

occorre insistere sulla «fecondità della lotta» quale nucleo antropologico del buongoverno einaudiano e accennare adesso al rapporto tra lotta e *rischio*, che fu oggetto di alcune delle sue più profonde meditazioni degli ultimi anni⁴³.

Nelle *Prediche inutili* (1955-1959) Einaudi riaggiorna il tema della fecondità della lotta (e i due fuochi del buongoverno) nei termini di un *perenne tentare e sperimentare*: «solo nella lotta», scrive, «solo in un perenne tentare e sperimentare, solo attraverso a vittorie e ad insuccessi, una società e una nazione prospera. Quando la lotta ha fine si ha la morte sociale»⁴⁴.

Poiché la lotta, come *azione* e come *discussione*, procede per tentavi ed errori, l'antropologia einaudiana muove anzitutto da un'istanza antiperfettista: l'uomo quale essere carente e fallibile. Questo fondamento del discorso einaudiano emerge in tutta chiarezza nelle *Prediche inutili*, lì dove, se non erano mai venuti meno i due principi della lotta o fuochi del buongoverno, Einaudi li riarticola nei termini di un «metodo "di libertà"», metodo che *presuppone*, appunto, il *riconoscimento della fallibilità della natura umana*. «Il metodo "di libertà" – precisa Einaudi – si fonda sul principio del tentativo e dell'errore». Chi applica questo metodo

ricosce sin dal principio di poter versare nell'errore ed auspica che altri tenti di dimostrare l'errore e di scoprire la via buona alla verità [...]. Solo attraverso l'errore si giunge, per tentativi sempre ripresi e mai conclusi, alla verità [...]. La libertà esiste sinché esiste la possibilità della *discussione*, della *critica*. *Trial and error*, possibilità di tentare e di sbagliare; libertà di critica e di opposizione; ecco le caratteristiche dei regimi liberi⁴⁵.

Proprio per la fallibilità della natura umana occorre quindi lasciare aperto il campo ai tentativi e agli errori, un campo che per Einaudi era anzitutto uno spazio di libertà per l'uomo.

Muovendo da questi presupposti, se dovessi individuare il luogo in cui Einaudi sintetizza meglio l'ideale del buongoverno come modello ideale di società, proporrei il saggio *In lode del profitto* (1957). In esso troviamo una difesa appassionata delle ragioni della libertà per una «società aperta», dove la parola «aperta» traduce l'istanza einaudiana che questo modello rimanga, per così dire, «ideale» e dunque sempre aperto al nuovo e al cambiamento. La società ideale auspicata da Einaudi è dunque un modello non perfetto, bensì *perfettibile*, e che procede per *trials and errors* sulla via del miglioramento e del meglio. In questo senso, il buongoverno non può che configurarsi come ricerca e come quel compito, mai compiuto, che Einaudi affidava a ogni generazione.

In conclusione, vorrei allora lasciar parlare Einaudi, giacché ogni parola del saggio *In lode del profitto* appare la sintesi di una lunghissima riflessione ed esprime, meglio di quanto io possa fare, questa istanza di ricerca e il nucleo antropologico e di libertà che essa porta in grembo.

«Una società socialmente stabile – scrive Einaudi – deve tendere a dare sicurezza di vita alla grandissima maggioranza degli uomini, i quali non amano e non sono in

⁴³ Cfr. L. Einaudi, *Economia di concorrenza e capitalismo storico. La terza via fra i secoli XVIII e XIX*, «Rivista di storia economica», VII, 1942, pp. 49-72.

⁴⁴ L. Einaudi, *Discorso elementare sulle somiglianze e le dissomiglianze tra liberalismo e socialismo*, in *Prediche inutili*, Torino, Einaudi, 1959, p. 241.

⁴⁵ L. Einaudi, *Scuola e libertà*, in *Prediche inutili*, cit., pp. 57-58.

grado di sopportare l'incertezza, non desiderano correre rischi e non saprebbero affrontarli». Di qui l'estrema importanza dei «servizi pubblici» e delle «assicurazioni sociali». Nondimeno, tutto ciò può essere fatto «ad una condizione: che non si raggiunga il *punto critico*». Questo «punto critico» – che esprime l'istanza di un giusto equilibrio fra sicurezza e lotta (e il «rischio» che questa porta con sé), fra tradizione e critica, rigidità ed elasticità, conservazione e innovazione – non può essere determinato a priori ma solo attraverso «un'esperienza sempre rinnovata»⁴⁶. Affinché non si superi il punto critico,

gli uomini della minoranza sono necessari perché il meccanismo economico, sociale, morale, intellettuale di una società viva e progressiva è necessariamente soggetto a rischi; perché *la vita medesima è mutamento*, è variazione continua, è un succedersi di crisi, di alti e di bassi, di transizioni continue⁴⁷.

È evidente che il «profitto» di cui parla Einaudi è molto più che la mera differenza tra ricavi e costi o il risultato positivo dell'attività economica: il *profitto* assurge qui a condizione e simbolo di una *libertà* che è sempre e inevitabilmente *rischiosa*, ma è anche ciò che fa 'uomo' l'uomo⁴⁸, un'antropologia che Einaudi esprimeva metaforicamente con lo «sguardo dell'uomo [...] rivolto verso il nuovo e verso l'alto»⁴⁹.

Una «società senza rischi», concludeva Einaudi, è una società condannata alla morte o inevitabilmente avviata a un sistema «totalitario». Proprio per questo,

i profitti aleatori degli imprenditori debbono continuare ad esistere, se il sistema economico voglia serbarsi elastico, atto a subire l'urto delle variazioni continue della tecnica, delle invenzioni industriali; se si vuole che la società umana muti e cresca. Il profitto è il prezzo che si deve pagare perché il pensiero possa liberamente avanzare alla conquista della verità, perché gli innovatori mettano alla prova le loro scoperte, perché gli uomini intraprendenti possano continuamente rompere la frontiera del noto, del già sperimentato, e muovere verso l'ignoto ancora aperto all'avanzamento materiale e morale dell'umanità⁵⁰.

⁴⁶ L. Einaudi, *In lode del profitto*, in *Prediche inutili*, cit., pp. 190-191.

⁴⁷ Ivi, p. 191.

⁴⁸ Si è insistito su questo punto in P. Heritier e P. Silvestri, *Popper, Hayek e la libertà del «trial and error»*, «Reset», 2011, settembre-ottobre, n. 127, pp. 37-42.

⁴⁹ L. Einaudi, *Scienza economica ed economisti nel momento presente* (discorso pronunciato il 5 novembre 1949 per l'inaugurazione dell'anno accademico 1949-1950 dell'Università di Torino), Torino, Giapichelli, 1950, p. 23.

⁵⁰ L. Einaudi, *In lode del profitto*, cit., p. 192. Questo passo, così come l'ultima riflessione di Einaudi sulla fallibilità umana e sulla concorrenza come processo di scoperta, presenta più di un'analogia con una celebre tesi di Hayek: «il valore della libertà individuale poggia soprattutto sul riconoscimento dell'inevitabile ignoranza di tutti noi nei confronti di una gran numero dei fattori da cui dipende la realizzazione dei nostri scopi e della nostra sicurezza. Se esistessero uomini onniscienti, se potessimo sapere non solo tutto quanto tocca la soddisfazione dei nostri desideri di adesso, ma pure i bisogni e le aspirazioni future, resterebbe poco da dire in favore della libertà. E a sua volta, la libertà dell'individuo, ovviamente, renderebbe impossibile prevedere tutto. La libertà è essenziale per far posto all'imprevedibile e all'imprevedibile. Ne abbiamo bisogno perché, come abbiamo imparato, da essa nascono le occasioni per raggiungere molti dei nostri obiettivi. Siccome ogni individuo sa poco e, in particolare, raramente sa chi di noi sa fare meglio, ci affidiamo agli sforzi indipendenti e concorrenti dei molti, per propiziare la nascita di quel che desidereremo quando lo vedremo» (F.A. von Hayek, *La costituzione della libertà* [1960], Rimini, SEAM, 1988, p. 60).

PER UN «FINALE INAUGURALE»

A questo punto siamo arrivati alla fine e immagino che il lettore voglia sapere come finisce la parabola del *Principe mercante* e quale sia la «morale della favola». Ma la morale della favola, l'ho detto all'inizio, è già un'altra storia: la storia che ho scritto sin qui, ricostruendo una parabola, ma anche e soprattutto la storia che dobbiamo ancora scrivere, sempre riscrivere, perché questo è il nostro dovere e la nostra libertà.

Abbiamo cominciato parlando dell'importanza delle *celebrazioni*: un ponte sospeso tra passato e futuro, vecchio e nuovo, conservazione e innovazione, memoria e progettualità. Non possiamo allora che concludere con il messaggio di *auguri* che nel 1961 Einaudi dettò per questa commemorazione:

Lo scrittore che sessant'anni or sono descriveva lo sforzo dei pionieri italiani nell'America latina, si compiace che i suoi voti siano stati superati dalla realtà, ed augura ai tecnici ed agli organizzatori di oggi quel successo che lo studio, il lavoro, l'ardimento meritano; e meritano tanto più quanto meglio lavoro, studio e ardimento sono difesi contro i rischi e fatti fecondi dalla collaborazione di uomini diversi per nascita, per formazione scientifica e spirituale e per esperienza di vita. Le nazioni, nelle quali agiscono e prosperano fermenti di emulazione tra uomini diversi, sono dette fortunate perché hanno meritato la fortuna⁵¹.

E questa, appunto, è un'altra storia.

⁵¹ L. Einaudi, *Prefazione*, cit., s.p.