

Quattro ragioni per discutere su mercato e valori

Elena Granaglia

RPS

Partendo dal peana avvincente e accalorato alla necessità di riportare i valori e la discussione pubblica su di essi al centro della vita umana sviluppato da Pennacchi, il contributo porta l'attenzione sulla sottovalutazione dei valori insita nella visione del mercato quale luogo naturale di libertà. La tesi presentata è che, contro tale visione, il mercato sostiene solo un sotto-insieme di libertà e le libertà di mercato

contengono una dimensione inevitabile di potere. Riconoscere questa realtà è fondamentale per contrastare la riduzione delle libertà alle libertà di mercato e la legittimazione di diritti di proprietà iniqui. In ogni caso, qualsiasi riflessione seria su mercato e valori deve abbandonare la metafora astratta e atemporale del mercato per tenere conto della realtà del capitalismo finanziario odierno.

1. Riportare i valori al centro della vita umana

De gustibus non disputandum est è un peana avvincente e accalorato alla necessità di riportare i valori e la discussione pubblica su di essi al centro della vita umana contro quella che Pennacchi definisce «l'eclissi» cui li ha condannati la «luna della ipermodernità». Come scrive Pennacchi, «sembra essere arrivato alla sua definitiva imposizione un luogo comune, risalente da molto lontano, che [...] assimilando i valori a “gusti” e a “preferenze” dei quali appunto, in quanto espressioni del tutto personali e private, non è possibile disputare – estende ai valori l'interdizione alla disputa e all'esame critico pubblici, da condurre in modi aperti, argomentati, razionali». Questa «eclissi dei valori» comporta il rischio sia di sancire *de facto* gli interessi dei più forti sia di immiserire drammaticamente la qualità della vita umana.

I fili argomentativi attraverso cui si sviluppa la riflessione di Pennacchi sono molteplici. Vi è la ricostruzione storica di quelle che l'autrice ritiene responsabilità sia della tradizione liberale fin dagli esordi sia delle tradizioni filosofiche relativiste e della post-verità; vi è l'analisi di casi specifici di sottovalutazione del peso dei valori; vi è la riflessione più

filosofica sul rapporto fra valori e verità; vi sono le connessioni fra le riflessioni filosofica, antropologica e psicanalitica.

In questa sede, mi concentro su uno dei casi specifici di sottovalutazione del peso dei valori presentati dall'autrice, ossia sulla visione del mercato quale luogo naturale di esercizio di libertà. Al riguardo, riprendo ed espando le osservazioni di Pennacchi che mi sembrano assolutamente cruciali.

Nella visione del mercato quale luogo naturale di esercizio di libertà, individui dotati di diritti naturali di libertà si relazionano gli uni agli altri al fine di perseguire al meglio le proprie preferenze (i propri scopi), dato il vincolo inevitabile delle risorse. Come scrive Pennacchi (p. 74), nel mercato, «l'individuo dispone di un titolo "naturale" che determina ciò che è "suo" e ciò che è "degli altri". Dunque, i diritti di proprietà non richiedono alcuna giustificazione». Sono naturali, come tali, insindacabili, e il loro esercizio coinvolge unicamente le preferenze individuali, riguardino esse lo sforzo da offrire e/o le remunerazioni domandate e offerte. «La libertà individuale (dunque) nasce *prima, senza* e perfino *contro* la società, la collettività». Il mercato, al contempo, grazie alla concorrenza, offre agli individui gli incentivi e le informazioni necessari a perseguire al meglio tali preferenze, rendendo possibile acquistare al minor prezzo ciò che offre maggiore soddisfazione, o nei termini di Robbins a selezionare in modo razionale le opzioni preferibili, dati i mezzi scarsi di cui si dispone. Come conclude Pennacchi (p. 70), «le leggi economiche possono essere così legittimate anche allo scopo di definire i principi di realtà e di verità aprioristicamente immunizzati da dubbi, interrogativi, incertezze». Data questa visione, il mercato dovrebbe essere l'istituzione sociale prevalente. L'intervento pubblico avrebbe solo un ruolo residuale, nei pochi casi in cui il mercato non sia in grado di realizzare i benefici attesi.

Peccato che questi convincimenti non reggano a un'analisi più approfondita. Certo, le accuse mosse al mercato sono a volte ideologiche. Si considerino, ad esempio, le posizioni secondo cui il mercato assicurerebbe solo una «falsa» libertà, poiché nel mercato chi ha meno è, di fatto, costretto a cedere/«vendersi», accettando qualsiasi prezzo offerto. Ebbene, tali accuse dovrebbero essere rivolte quantomeno anche alla disuguaglianza nella distribuzione delle risorse piuttosto che ai mercati. Oppure si considerino le posizioni secondo cui le preferenze soddisfatte dal mercato sarebbero inevitabilmente auto-interessate e materialistiche, quando le preferenze altro non rappresentano se non desideri e questi ultimi potrebbero concernere interessi non materiali, di

status o identitari, nonché altruistici, come avviene nelle forme di economia equa e solidale e/o di micro-credito che pure hanno luogo nei mercati. Ancora, il modello della perfetta razionalità spesso associato alla difesa del mercato è da decenni messo in discussione dalla prospettiva della razionalità limitata. Le accuse mosse al mercato, infine, spesso sottovalutano la capacità di quest'ultimo di assicurare libertà importanti come la libertà di scelta circa cosa acquistare, cosa produrre, come investire, quanto lavorare, nonché la libertà di sottrarsi dalle opzioni non desiderate, grazie al meccanismo dell'uscita.

Ciò riconosciuto, molti economisti e difensori del mercato (certamente non tutti) spesso prestano il fianco a queste accuse, condividendo essi stessi la visione parziale appena messa in discussione. Inoltre, la visione del mercato quale luogo di esercizio di diritti naturali di libertà rimane soggetta a quattro blocchi di limiti. Peraltro, anche qualora esistessero diritti naturali di libertà, l'origine naturale è né giusta né ingiusta: è semplicemente naturale. Se ritenuta fonte di conseguenze positive, potrebbe essere accettata. Diversamente sarebbero perfettamente desiderabili interventi di prevenzione o compensazione come nei confronti delle calamità naturali.

2. La tesi del mercato quale regno di libertà: quattro blocchi di limiti

Primo, seppure compatibile con il perseguimento di qualsiasi preferenza, il mercato, strutturalmente, favorisce la soddisfazione del sottoinsieme delle preferenze auto-interessate e materialistiche, dunque di una visione parziale di ciò che conta. Il mercato non richiede, infatti, di valutare le preferenze che si detengono tenendo conto delle preferenze altrui o, in termini più specifici, di valutare i nostri desideri alla luce degli altri che potremmo essere. I singoli, distinti gli uni dagli altri, sono sovrani, liberi di fare quanto desiderano senza alcuna necessità di interrogarsi circa gli effetti su terzi. L'equità richiederebbe, invece, di valutare le preferenze individuali tenendo conto delle posizioni degli altri, ossia di «lavare» le nostre preferenze in modo imparziale, sostituendo alla parziale valutazione dell'«io» il punto di vista del «noi» che potremmo essere¹.

Certo, in mercati ben funzionanti i prezzi incorporano anche eventuali

¹ Sul concetto di lavaggio delle preferenze, cfr. Goodin, 1995. Sul rapporto fra punti di vista dell'«io» e del «noi», cfr. Nagel, 1997.

costi e/o benefici esterni. I prezzi portano, comunque, a focalizzare l'attenzione sul saldo monetario, per il singolo, fra costi e benefici: comprare al prezzo più basso ciò che offre più benessere è il criterio guida. Il che favorisce la ricerca del proprio tornaconto materiale. Ad esempio, anche se il mercato richiede che chi inquina paghi – evitando di scaricare gratuitamente i costi dell'inquinamento –, le scelte individuali continueranno a focalizzarsi sui costi e i benefici personali dell'inquinare, nella sottovalutazione del valore della tutela ambientale. Similmente, a parità di qualità, nel mercato siamo indotti ad acquistare ciò che costa meno, nella sottovalutazione che prezzi più bassi potrebbero accompagnarsi a remunerazioni da povertà per i lavoratori.

Contra Robertson (1954), l'enfasi sulle preferenze auto-interessate e materialistiche potrebbe, a sua volta, indebolire i valori morali anche al di fuori del mercato. Secondo Robertson, più precisamente, i prezzi consentirebbero risparmi nell'uso di tali valori, preservandone, così, la forza negli ambiti non di mercato. La pratica, invece, conta. Come rileva Sandel (2013), seguire Robertson equivarrebbe a null'altro se non a suggerire a chi è innamorato di amare poco, pena il rischio di s fibrare nel tempo il proprio amore. Il suggerimento appare alquanto bizzarro. Secondo, il mercato neppure è in grado di assicurare la pari libertà di perseguire preferenze. Al contrario, le libertà di mercato sono, inevitabilmente, limitate e condizionate. S'ipotizzi, innanzitutto, che, nonostante la prevalenza delle preferenze auto-interessate e materialistiche, alcuni soggetti vogliano perseguire nel mercato valori di giustizia. Tornando al caso ambientale, alcuni individui potrebbero, ad esempio, volere salvaguardare, per ragioni di giustizia, l'integrità della natura. Ebbene, il mercato non registrerebbe queste preferenze, registrando solo ciò che passa per i prezzi. Come sopra riconosciuto, un mercato ben funzionante richiede che chi inquina paghi, ma i prezzi possono esprimere unicamente valori contrattabili e misurabili sulla base della disponibilità a pagare, non richieste di tutela incondizionata. Non solo, i prezzi potrebbero anche corrompere il significato dei valori (Sandel, cit.). Un'amicizia acquistata è ben diversa da un'amicizia disinteressata e lo stesso vale per una donazione di sangue volontaria rispetto a una a pagamento (Titmuss, 1971) o per l'accettazione di discariche come dovere di cittadinanza oppure come contropartita di una compensazione monetaria (Frey, Oberholzer-Gee, 1997)².

² Frey e Oberholzer-Gee (cit.), analizzando alcuni comuni svizzeri, rilevano la maggiore disponibilità ad accettare la collocazione di discariche quando in gioco

Si considerino, inoltre, le stesse preferenze auto-interessate e materialistiche. Come argomenta Kahn (1996), la miriade di scelte decentralizzate operate nel mercato potrebbe condurre a esiti finali che, se fossero stati previsti, non sarebbero stati ricercati, dando luogo a una «tirannia delle piccole scelte». All'inizio, ad esempio, tutti potremmo volere ed essere disposti a pagare per dispensatori di cibo/bevande facilmente accessibili. Alla fine potremmo, però, trovarci in una situazione nella quale non vorremmo essere in quanto eccessivamente densa di cibo e di bevande e, dunque, rischiosa per la nostra salute. Oppure, seguendo Basu (2007), si consideri un lavoratore che desidera accettare un lavoro rischioso a fronte di un salario più elevato. Ebbene, il valore della libertà (nella fattispecie, la libertà di contratto) potrebbe richiedere la soddisfazione di tale preferenza, pena l'esercizio di paternalismo. Se molti lavoratori desiderassero contratti di lavoro di questo tipo, i lavoratori più avversi al rischio si troverebbero, però, danneggiati.

Nel mercato, poi, è difficile perseguire opzioni di vita non di mercato. Come già riconosceva Mill (1984, p. 66, trad. mia), il mercato favorisce una visione della vita sociale secondo cui «la situazione normale per gli esseri umani è quella di agitarsi per andare avanti; schiacciare gli altri, sgomitare, calpestarsi l'un l'altro». Il perseguimento di stili di vita non competitivi rimane ostacolato³. E, come già suggeriva Smith, la divisione del lavoro potrebbe ridurre l'insieme di opportunità cui il singolo ha accesso, favorendo la concentrazione su poche e ripetitive mansioni. Naturalmente, qualsiasi contesto, compreso uno di non mercato, influenza la gamma di libertà che si è in grado di soddisfare. Il punto è, tuttavia, trascurato dalla visione dei mercati come regno della libertà naturale, la quale tende ad attribuire le scelte unicamente alla libertà individuale, nella sottovalutazione del peso delle opportunità di scelta disponibili.

Terzo, la visione del mercato quale luogo di esercizio di diritti naturali di libertà ignora l'elemento di potere insito nei diritti di proprietà. Esempari sono, al riguardo, le parole di Böhm⁴, secondo cui «la concorrenza è in nessun modo solo un meccanismo incentivante, ma è soprattutto uno strumento per lo svuotamento del potere... il più magnifico e più

ci sia il dovere di cittadinanza rispetto al caso in cui si utilizzino i prezzi. In tal caso, la compensazione richiesta rischia di essere così elevata da pregiudicare la collocazione stessa della discarica.

³ Nella stessa direzione, cfr. anche Arnsperger e De Villé, 2004.

⁴ La citazione, dalla traduzione tedesca, è in Vanberg, 2001, p. 46.

ingegnoso meccanismo per lo svuotamento del potere nella storia». Similmente, per Röpke⁵, «il processo dell'economia di mercato è per così dire un plébiscite de tous les jours». Il potere esisterebbe solo nei mercati non competitivi. E, invece, così non è.

Il potere esiste anche nei mercati competitivi in quanto la concorrenza richiede l'esistenza di diritti di proprietà e questi ultimi, lungi dal governare unicamente i rapporti fra individui e beni, governano anche le relazioni fra individui, conferendo/negando potere circa cosa spetta agli uni e cosa spetta agli altri. Come già affermava Walras, «la proprietà è solo un altro nome per il monopolio»⁶ o, nei termini di Rodotà (1981), essa è un «terribile diritto» proprio perché implica potere di esclusione o, ancora, nei termini di Ferrajoli (2007), perché include un elemento potestativo, fonte di effetti sulle sfere giuridiche altrui. Ciò che l'uno ha/ricive/può fare influenza quanto l'altro ha/ricive/può fare.

In breve, come i critici della visione del mercato come luogo di libertà naturale spesso dimenticano il valore delle libertà che il mercato rende possibile, così gli apologeti appiattiscono i diritti di proprietà all'elemento delle libertà, ciechi a quello del potere. Il che implica ignorare rischi di abuso e di iniquità nella distribuzione del potere stesso.⁷

Non solo: se i diritti di proprietà hanno a che fare con il potere, i mercati diventano essi stessi «organizzazioni o sistemi di governance fortemente politici, dove gruppi contrapposti di membri o di *stakeholders* sono frequentemente coinvolti in intense battaglie su come modificare le regole e la struttura di mercato sulla base dei propri interessi particolari» (Mattli, 2019, p. 4, trad. mia). Inutile, credo, aggiungere la disuguaglianza di potere fra tali gruppi.

In ogni caso, la concorrenza è spesso inficiata da intensi problemi informativi e, laddove tali problemi esistono, il ruolo del potere diventa

⁵ La citazione è dall'edizione del 2001, p. 125.

⁶ La citazione è in Posner e Wyel, 2018. Nella medesima prospettiva, cfr. anche il primo movimento di Diritto ed economia sviluppatosi negli Stati Uniti presso l'Università di Columbia. Per una approfondita descrizione di tale movimento e del suo capostipite, Hale, cfr. Fried, 2009. Naturalmente, diversa era la posizione degli economisti classici, secondo cui la divisione del prodotto sociale, anziché dai rapporti di scarsità fra i beni e dalle preferenze, dipendeva dai rapporti di forza.

⁷ A margine la definizione stessa dei diritti di proprietà condiziona la specificazione delle preferenze, come sottolineato dal cosiddetto effetto dotazione. Vale a dire, essere titolari di un diritto induce una valutazione diversa da quella che faremmo se il diritto fosse attribuito all'altro soggetto.

ancora più pronunciato. Nel mercato del lavoro, ad esempio, il datore di lavoro non è mai perfettamente in grado di osservare lo sforzo dei lavoratori e nel mercato dei capitali chi presta non è mai perfettamente in grado di osservare la solvibilità nel tempo dei debitori. Queste asimmetrie informative portano alla stipula di contratti incompleti, i quali inevitabilmente lasciano alla parte più forte (chi assume e chi presta) il potere residuale sugli aspetti non specificati dal contratto⁸.

Nei mercati sono, inoltre, inevitabili carenze informative circa ciò che può essere attribuito ai singoli. Quanto offriamo sul mercato, infatti, è inestricabilmente interconnesso con ciò che il mondo e gli altri offrono; è co-prodotto anziché individualmente prodotto. Basti pensare all'apporto offerto dalle risorse naturali disponibili, dalle infrastrutture economiche e dalle tecnologie ereditate dal passato, dagli investimenti pubblici effettuati e dalle risorse immateriali fornite dal capitale sociale prevalente e dall'etica del lavoro, da coloro con i quali si lavora. Se l'informazione sul contributo offerto dagli altri fosse disponibile, la concorrenza permetterebbe la rilevazione dei contributi individuali. Dato l'apporto dei fattori esterni, i diversi soggetti competerebbero gli uni contro gli altri e l'equilibrio di mercato rifletterebbe i contributi individuali. Ma come disporre delle informazioni necessarie? Ciò appare impossibile, con la conseguenza che la distribuzione del valore aggiunto rimane influenzata dai poteri conferiti dai diritti di proprietà.

Infine, i mercati sono popolati da imprese e le imprese altro non sono se non organizzazioni gerarchiche. Sono un governo, un governo privato anziché pubblico, ma sempre un governo, come tale caratterizzato da rapporti di potere⁹. Le imprese, poi, amplificano il peso della produzione di squadra e, con esso, le difficoltà di distinzione dei contributi individuali¹⁰.

Quarto, si pone la questione della distanza fra qualsiasi visione di un mercato competitivo e la realtà odierna. Oggi viviamo in un contesto di capitalismo finanziario dove le finalità finanziarie rafforzano il peso delle preferenze auto-interessate e materialistiche¹¹. Tali finalità, a loro

⁸ Per un'introduzione all'amplessima bibliografia sul tema, cfr. Bowles, Gintis, 1990.

⁹ Sul tema, cfr. Anderson, 2017, e Sacconi, 2014.

¹⁰ Per approfondimenti sui limiti della visione del mercato come luogo della libertà naturale, mi permetto di rimandare anche a Granaglia, 2015.

¹¹ Sul peso più complessivo delle preferenze auto-interessate e materialistiche oggi, cfr. Skidelski e Skidelski, 2012.

volta, favoriscono la diffusione di imprese con una struttura di governance che vede top manager dotati di un enorme potere a vantaggio della massimizzazione del valore per gli azionisti, non importa quali possano essere i costi per i lavoratori. Con buona pace degli esecuti più estremisti, i mercati finanziari sono, inoltre, dominati da asimmetrie informative e, come sopra indicato, maggiori sono tali asimmetrie, maggiore è il potere di influenza di chi più sa a proprio vantaggio e a danno degli altri.

Al contempo, i mercati sono caratterizzati da una concentrazione di potere che rende smisurata la distanza dalla metafora del mercato. Solo per fare alcuni esempi, Google ha circa il 70% del mercato globale dei motori di ricerca; Amazon quasi il 50% del commercio online, con punte in alcuni settori dell'80%. Google e Facebook ricevono più del 90% della spesa per pubblicità nei paesi industriali avanzati. Fra il 1997 e il 2013 il numero di società quotate in borsa negli Stati Uniti si è dimezzato. Ben il 46% del Pil è riconducibile alle prime 100 società di Fortune e il numero di start-up è il più basso dal 1970.

Concentrazione di mercato implica potere sui prezzi e, con esso, potere di accedere a rendite. Ad esempio, nei paesi industriali avanzati abbiamo in questi anni assistito a un incremento medio del *mark up* (divario fra prezzi e costi) attorno al 43% (Diez e al., 2018). Secondo De Loecker, Eeckout e Unger (2018), per l'impresa media statunitense il *mark up*, nel 2014, era pari a circa il 67%, mentre era il 18% nel 1980. Al contempo, imprese come Amazon e Wal-Mart, insieme alle grandi catene del valore e alle grandi reti di distribuzione, aumentano il loro potere (monopsonistico) nei confronti dei produttori/lavoratori impiegati. Le piattaforme digitali, dal canto loro, sfruttano il contributo fornito dagli utenti non solo appropriandosi del valore dei dati personali forniti senza offrire alcuna remunerazione in cambio, ma anche sviluppando algoritmi che permettono discriminazioni inique fra le persone (ad esempio, nelle modalità di assunzione o nell'amministrazione della giustizia). Concentrazione complessiva di ricchezza e uso dei dati personali creano anche rischi aggiuntivi per il funzionamento della democrazia.

3. Conclusioni

Di fronte a questa situazione, l'esortazione di Pennacchi a occuparsi del rapporto fra mercati e valori va accolta con urgenza. Non occuparsene,

nel falso convincimento che *de gustibus non disputandum est*, implica di fatto favorire solo alcuni interessi e valori a danno di altri che sono cruciali per la giustizia sociale. Il mercato è certamente strumento di libertà, ma, contro la naturalizzazione del mercato, le finalità di quest'ultimo vanno pubblicamente discusse al fine di evitare la predominanza di un'unica classe di preferenze, quelle materialistiche e auto-interessate; la riduzione delle libertà alle libertà di mercato, quando cruciale è anche la natura delle opportunità disponibili, e la sottovalutazione del ruolo inevitabile del potere, addirittura nei mercati di concorrenza. E, in ogni caso, qualsiasi riflessione seria deve abbandonare la metafora astratta e atemporale di un mercato fra monadi per calarsi nella realtà del capitalismo finanziario odierno.

RPS

Elena Granaglia

Riferimenti bibliografici

- Anderson E., 2017, *Private Government*, Princeton University Press, Princeton.
- Arnsperger C. e De Villé P., 2004, *Can Competition Ever be Fair? Challenging the Standard Prejudice*, «Ethical Theory and Moral Practice», vol. 7, n. 4, pp. 433-451.
- Basu K., 2007 *Coercion, Contract and the Limits of the Market*, «Social Choice and Welfare», vol. 29, n. 4, pp. 559-579.
- Bowles S. e Gintis H., 1990, *Contested Exchange: New Microfoundations for the Political Economy of Capitalism*, «Politics and Society», vol. 18, n. 2, pp. 165-222.
- De Loecker J., Eeckhout J. e Unger G., 2018, *The Rise of Market Power and the Macroeconomic Implications*, disponibile all'indirizzo internet: <http://www.janeeckhout.com/wp-content/uploads/RMP.pdf>.
- Díez F., Leigh D. e Tambunlertchai S., 2018, *Global Market Power and its Macroeconomic Implications*, IMF WP/18/137.
- Ferrajoli L., 2007, *Principia Juris*, vol. I, Laterza, Bari.
- Frey B. e Oberholzer-Gee F., 1997, *The Cost of Price Incentives: An Empirical Analysis of Motivation Crowding-Out*, «American Economic Review», vol. 87, n. 4, pp. 746-755.
- Fried B., 2009, *The Progressive Assault on Laissez Faire: Robert Hale and the First Law and Economics Movement*, Harvard University Press, Cambridge.
- Goodin R., 1995, *Laundering Preferences*, in *Utilitarianism as a Public Philosophy*, pp. 132-148, Cambridge University Press, Cambridge.
- Granaglia E., 2015, *Iniquità distributive*, in Ciocca P.L. e Musu I. (a cura di), *Il sistema imperfetto*, Luiss University Press, Roma, pp. 169-190.

- Kahn A., 1996, *The Tyranny of Small Decisions: Market Failures, Imperfections, and the Limits of Economics*, «Kykos», vol. 19, n. 1, pp. 23-47.
- Mattli W., 2019, *Darkness by Design: The Hidden Power in Global Capital Markets*, Princeton University Press, Princeton.
- Mill J.S., 1848, *The Principles of Political Economy*, disponibile all'indirizzo internet: <https://www.bartleby.com/library/prose/3570.html>.
- Nagel T., 1997, *The Last Word*, Oxford University Press, Oxford (trad. it. *L'ultima parola*, Feltrinelli, Milano, 1999).
- Posner E. e Weyl G., 2018, *Radical Markets. Uprooting Capitalism and Democracy for a Just Society*, Princeton University Press, Princeton.
- Robertson D., 1954, *What Does the Economist Economize?*, in *Economic Commentaries*, Staples Press Limited, Londra, 1956.
- Rodotà S., 1981, *Il terribile diritto: studi sulla proprietà privata*, il Mulino, Bologna.
- Röpke W., 2001, *Etica e mercato. Pensieri liberali*, Armando Editore, Roma.
- Sacconi L., 2014, *Riformare il capitalismo, oltre il mito del «valore per gli azionisti». Il modello di impresa socialmente responsabile e la sua governance democratica e multi-stakeholder*, «Rivista delle Politiche Sociali», n. 1, gennaio/marzo, pp. 33-62.
- Sandel M., 2013, *What Money can't Buy: The Moral Limits of Markets*, Farrar, Straus and Giroux, New York (trad. it. *Quello che i soldi non possono comprare. I limiti morali del mercato*, Feltrinelli, Milano, 2013).
- Skidelski R., Skidelski E., 2012, *How Much is Enough?*, Allen Lane, Londra.
- Titmuss R., 1971, *The Gift Relationship: From Human Blood to Social Policy*, Pantheon Books, New York.
- Vanberg V., 2011, *The Freiburg School: Walter Eucken and Ordoliberalism*, Freiburg Discussion Papers on Constitutional Economics n. 4.