



UN CAFFÈ CON JEAN

IL MASSIMO RICONOSCIMENTO MONDIALE PER L'ECONOMIA ATTRIBUITO AL FRANCESE TIROLE. I SUOI STUDI SUGLI "ABUSI DI POSIZIONE DOMINANTE"

Il primo giorno che sono arrivato a Toulouse avevo appuntamento con lui per presentarci. Il corridoio era in penombra e cercavo il suo ufficio guardando tutte le targhette fuori dalle porte.

Dal fondo si avvicina un signore distinto ma dallo stile non ingessato, mi vede spaesato, mi porge la mano e mi dice: «Tu sei Tommaso, non è vero? Benvenuto! Io mi chiamo Jean Tirole, forse stavi proprio cercando me», con una umiltà disarmante.

Io, microscopico neoricercatore al mio primo lavoro, totalmente sbigottito, gli risposi: «Ah, ho sentito parlare di te...». Lui ride e rilancia: «Probabilmente tu hai sentito parlare di Tirole, ma hai mai preso un caffè con Jean?». Sì, perché chi studia economia, con Tirole inizia ad averci a che fare il primo giorno del secondo anno di università. Da quel momento in poi, in un modo o nell'altro, se lo ritrova sempre (sempre!) accanto.

Per questo il Nobel a Tirole non è una sorpresa. Un po' tutti lo consideravano Nobel *in pectore* già da tempo.

Tirole si è occupato, e si occupa tuttora senza risparmio, di svariati temi all'interno del campo economico. In particolare i suoi studi teorici – in collaborazione con il collega e amico di una vita Jean-Jacques Laf-

font, prematuramente scomparso 10 anni orsono – circa la regolazione e la prevenzione degli abusi di posizione dominante all'interno dei mercati, gli hanno valso il meritato Nobel.

Questo filone di ricerche affonda le sue radici negli anni Ottanta, quando molti governi si ritrovarono occupati nel gestire la privatizzazione di svariati settori industriali (es. energia, trasporto ferroviario, telecomunicazioni...).

Immediatamente si intuì come le nuove realtà privatizzate molto difficilmente avrebbero dato vita a mercati effettivamente concorrenziali, visti i vantaggi iniziali di cui potevano godere le grandi imprese neo-privatizzate rispetto alle nuove entranti sui mercati.

Alla luce di questo problema reale, Tirole e Laffont svilupparono una nuova prospettiva teorica attraverso la quale analizzare questo fenomeno. Siccome le imprese oggetto di regolazione hanno a disposizione informazioni maggiori e più accurate circa il reale funzionamento dei mercati rispetto i burocrati incaricati di regolamentari (fenomeno detto "asimmetria informativa"), essi corrono il rischio di disegnare vincoli troppo stretti o troppo laschi a seconda dei casi.

Dall'esterno infatti è difficile capire quanto un servizio dovrebbe costare in realtà o quanto una impresa dovrebbe effettivamente investire per la realizzazione di un nuovo servizio.

Una opzione potrebbe essere quella di imporre dei margini di guadagno fissi dati i costi sostenuti per la produzione, ma questo neutralizzerebbe ogni incentivo a diventare più efficienti nella produzione poiché i profitti sarebbero comunque "garantiti". Una seconda opzione potrebbe essere quella di imporre direttamente le tariffe, ma in questo caso tutti i benefici generati da svi-



A fronte: il premio Nobel per l'economia 2014, Jean Tirole. Sopra: Jean-Jacques Laffont, morto nel 2004, con cui Tirole iniziò le sue ricerche sulla concorrenza.

luppi in termini di efficienza nella produzione (tecnologia e innovazione) verrebbero assorbiti dalle aziende e non dai consumatori sotto forma di prezzi più convenienti.

Confrontandosi con questo puzzle, Tirole e Laffont si resero presto conto che tale situazione assomigliava molto più di quanto si potesse intuire a un problema economico molto tradizionale, ovvero quello del "contratto d'agenzia", dove il titolare di un patrimonio deve trovare i giusti incentivi da fornire agli agenti che gestiscono nel quotidiano il patrimonio.

Mutatis mutandis il patrimonio è il servizio prodotto (es. energia, trasporto ferroviario, telecomunicazioni...), il titolare è lo Stato che vuole assicurare ai cittadini un buon servizio, i manager sono le imprese operanti nei mercati specifici.

Questa riflessione li indusse ad affrontare il problema mutuando nuove lenti d'analisi, in particolare dalla "teoria delle aste" e dalla "teoria dei giochi". Da questa analisi originale e innovativa i due giunsero a teorizzare come il fatto di imbrigliare indistintamente le imprese in un unico contratto fosse contropro-

ducente e che la modalità migliore fosse quella di offrire invece un portafoglio di possibili contratti. In questo modo, imprese non particolarmente efficienti si sarebbero auto-selezionate in uno specifico contratto a loro più conveniente, mentre aziende più avanzate e aggressive avrebbero optato per uno differente.

In entrambi i casi, la scelta di un contratto specifico avrebbe rivelato al regolatore i differenti tipi di imprese con le quali si stava relazionando. Questo avrebbe quindi permesso al regolatore di applicare vincoli specifici tali da massimizzare il beneficio per i consumatori.

Ma di questi aspetti strettamente scientifici, insomma di Tirole, potete leggerne ampiamente in tutti gli altri commenti. Noi invece spendiamo qualche parola in più su Jean. Il quale, oltre che scienziato di frontiera, è anche un pragmatico manager d'accademia, capace di far crescere nella provincia francese una innovativa università internazionale di tipo ibrido pubblico-privato cercando fondi, facendo dialogare l'alta accademia con la grande industria e attirando ricercatori motivati da tutto il mondo. Capace di gestire colleghi che quanto a carattere potrebbero fare concorrenza alle dive di Hollywood (ma loro il Nobel non l'hanno vinto...). Capace di vedere il potenziale in un grande progetto e perseguirlo con determinazione.

Ma alla fine, dopo un premio Nobel, tante ricerche citate ovunque e una scuola di economia tutta sua (la Toulouse School of Economics), quello che resta davvero, è lo Jean di un caffè. Un vero professore, uno che ha capito alla perfezione «che per insegnare basta conoscere, ma che per educare bisogna essere» (Alberto Hurtado). Essere. Sì, essere esempio di passione per il proprio lavoro in prima persona. Tanto per gli studenti quanto per i colleghi. ■