

Il "Capitale del Popolo"

per un mercato non monetario dei "Behavioural Assets"

4/2009

Vedrò 2009

Working Group 01

contributo di Carlo Alberto Carnevale-Maffè

**lo Spazio
della Politica**
taking politics seriously

veDro[↑]
l'italia al futuro.

Chi siamo

Lo Spazio della Politica è un “social think tank” indipendente dedicato allo studio dei temi politici dell’agenda globale, composto da giovani studiosi con varie competenze e provenienze di studio (scienze politiche, economia, diritto, filosofia, scienze ambientali). Nel sito www.lospaziodellapolitica.com vengono fornite delle analisi quotidiane sui principali temi di politica internazionale, oltre a dei report più approfonditi su varie questioni di politica internazionale rivolti agli attori politici ed economici del sistema italiano. Uno di questi, “La scommessa dell’Europa globale”, è stato recentemente presentato in occasione di due seminari alla Camera dei Deputati ed al Parlamento Europeo.

Particolare attenzione è dedicata alla diffusione dei propri lavori tramite l’utilizzo delle nuove tecnologie e del social networking, per favorire il contributo delle giovani generazioni nel dibattito pubblico. Lo Spazio della Politica ha collaborato e collabora inoltre con diversi istituti e centri di ricerca politici italiani: la Casa della Cultura di Milano, la Fondazione ItalianiEuropei (Milano e Roma), la fondazione Gianni Pellicani ed il comune di Venezia. Un rapporto privilegiato, attivo dal 2007, è quello con Limes, la principale rivista di geopolitica italiana. Per LimesOnline, Lo Spazio della Politica cura la rubrica “euroMeditazioni”.

Carlo Alberto Carnevale Maffè è docente di Strategia Aziendale presso la SDA Bocconi School of Management, coordinatore del Master in Strategia Aziendale, docente del Master in Business Administration e del Master in Fashion Experience & Design Management presso lo stesso Istituto. Insegna al "Media MBA" della Steinbeis University di Berlino e al "Master in Intelligence" della University of Malta, e ha svolto attività di docenza presso la Graduate School of Business della Columbia University, la Stern School of Business della New York University e la Scuola Superiore S. Anna di Pisa. È editorialista di MF – Milano Finanza e collabora regolarmente a diverse testate giornalistiche e televisive nazionali e internazionali, quali Il Sole 24 Ore, Bloomberg, CNBC International/Class CNBC, Reuters. È membro del comitato scientifico di Assodigitale, Associazione Italiana Operatori Media Digitali, e delle riviste "IR TOP" e "Wireless" e dell'editorial review board di "Economia & Management".

C'è un "capitale" che non è ancora diventato oggetto di un moderno capitalismo. Che non ha un prezzo monetario corrente, ma ha un valore economico positivo. E' il capitale dei "behavioural assets" degli individui, delle famiglie e dei gruppi sociali: il valore economico dei loro comportamenti passati, presenti e futuri. La storia dei nostri acquisti, gli amici con i quali siamo sempre in contatto, i nostri progetti di risparmio: ecco qualche esempio di patrimonio comportamentale, di "capitale del popolo" il cui potenziale valore è tuttora soffocato dall'arretratezza tecnologica e normativa, e che invece può costituire elemento per favorire la ripresa di un nuovo ciclo di sviluppo, trasparente e sostenibile.

Superare il monopolio della moneta

Questo contributo vuole partecipare al dibattito sul rapporto tra etica ed economia, proponendo un'applicazione pratica derivata dalle recenti ricerche di "economia comportamentale", dopo che la teoria classica sulla razionalità ed efficienza dei mercati

ha subito forti scossoni a causa della recente crisi finanziaria.

Il principio ispiratore è l'urgenza di sottoporre ad una rigorosa critica il monopolio della moneta come principale denominatore del valore, e quindi limitare lo spazio di potere arbitrario che detengono gli attori e i manipolatori di questo monopolio. Oltre ad una migliore regolamentazione, infatti, per ridurre il rischio di nuove crisi finanziarie è necessario che l'economia mondiale si basi su modelli di scambio più democratici, tracciabili e trasparenti di quelli fondati esclusivamente sull'uso della moneta. La moneta e i suoi derivati da sintesi finanziaria, sebbene riportino l'effigie del sovrano o il rating dell'agenzia, hanno infatti perso gran parte della fiducia necessaria a farli funzionare come efficaci intermediari di scambio, proprio a causa degli abusi senza controllo perpetrati da alcuni oligopolisti della finanza. Non è con generici appelli all'etica che si raddrizza il legno storto del comportamento umano, ma con una migliore dispersione dei poteri e dei controlli, e quindi della ricchezza.

Per meglio focalizzare e circostanziare l'ambito di applicazione della proposta, si farà riferimento al mercato dei beni informativi, e in particolare al settore dei media, dove la caduta dei ricavi pubblicitari ha messo in difficoltà i modelli di business consolidati ed esasperato la discussione sui "beni a prezzo zero". Nell'ambito dei cosiddetti "mercati multilaterali", caratteristico del settore dei media, infatti, già oggi il sistema di scambi non è necessariamente monetario e anzi si basa sul ruolo significativo di modalità negoziali quali referenze incrociate, permuta, conferimenti e baratti.

Nella concezione classica dell'economia, si separano i redditi da lavoro dai redditi da capitale. Le famiglie, tradizionalmente ancorate ai primi, sono state le principali vittime della crisi finanziaria a causa proprio del loro mal guidato tentativo di affacciarsi ai secondi tramite il ciclo risparmio/investimento – o al contrario, tramite l'economia basata sulla leva del debito.

In realtà individui e famiglie posseggono qualcosa di più del semplice flusso di lavoro produttivo, che si scambia sul mercato

del lavoro: ad essi appartiene un capitale prezioso e fondamentale per lo sviluppo dell'economia, che tuttavia, a causa di una insufficiente standardizzazione tecnologica e normativa, non è ancora diventato un fattore di scambio di un vero e proprio mercato.

Si tratta appunto dei "behavioural assets", il patrimonio dei propri comportamenti.

Un mercato dei beni comportamentali

Una possibile innovazione da studiare per rilanciare l'economia su basi sostenibili e con maggiore trasparenza è quindi liberare il valore economico incorporato in questo capitale tramite un opportuno intervento su tecnologie e regolamentazione, in modo da creare un mercato (non necessariamente monetario) degli asset comportamentali delle persone. Prima dell'avvento di Internet questo processo era impossibile, poiché mancavano le basi tecnologiche per far nascere un mercato fatto di scambi informativi i cui costi e tempi di transazione devono essere i più bassi possibili. Ma era anche poco desiderabile,

a causa dell'impraticabilità di separare il bene informativo (il dato relativo al comportamento) dal suo supporto (la persona fisica e la sua identità). Questo implicava che i comprensibili limiti posti a tutela della privacy personale venissero automaticamente ed inopportunamente estesi ad una serie di dati comportamentali, individuali e collettivi, che invece presentano, se correttamente utilizzati, elevato potenziale socio-economico.

In poche parole, il proibizionismo normativo applicato ad una concezione "verticalmente integrata" della privacy ha impoverito il potenziale patrimonio economico dei comportamenti. Per mettere

a frutto il "capitale del popolo" è quindi necessario usare tecnologia, standard e regolamentazione per disaggregare il flusso di dati comportamentali dall'identità personale. Questa disaggregazione può essere supportata dall'adozione di un adeguato standard tecnologico che interponga uno strato intermedio con un identificatore univoco anonimo, il cui

puntatore all'identità giuridica dell'individuo sia separato e protetto dalla legge. Un esempio in tal senso sono i numeri di telefono cellulari, che sono disaccoppiabili dall'utilizzatore effettivo, pur essendo associati ad uno specifico titolare in un apposito database legalmente protetto.

La separazione del layer dell'identità da quello del comportamento rende econo-

micamente negoziabile sul mercato un "contratto" relativo a quest'ultimo.

Un mercato secondario di impegni comportamentali negoziabili disaccoppiato dagli individui che li hanno generati è infatti assimilabile

ad uno scambio di contratti "future" sulla prossima annata di produzione di Brunello di Montalcino. Chi si è impegnato a comprare un certo quantitativo di vino ad una determinata combinazione di valore e data non è obbligato a consumarlo personalmente.

*“Una possibile
innovazione è liberare
il valore economico
incorporato in questo
capitale tramite un
opportuno intervento
su tecnologie e
regolamentazione”*

Le proposte per liberare il valore

È quindi possibile articolare una proposta su tre diversi ambiti del valore economico dei comportamenti, relativamente alla loro dimensione temporale, ovvero:

- a) Passati
- b) Presenti
- c) Futuri

Sul punto a) si può favorire la creazione di un formato standard (auto)regolamentato di database sui dati comportamentali passati – in pratica la storia dei comportamenti economicamente rilevanti –; rendendolo consolidabile e fruibile dal punto di vista informativo, su richiesta dei singoli o dei relativi gruppi sociali di appartenenza, esso può diventare oggetto di scambio come già oggi avviene con le tessere fedeltà dei supermercati, che offrono beni e servizi gratuiti in cambio di informazioni sugli acquisti effettuati. Facebook, insieme ad altre piattaforme di social networking, è già un primo espe-

rimento in tal senso: rappresenta il database standardizzato dei propri comportamenti, che viene popolato intenzionalmente e con parziale rinuncia alla privacy da parte dei suoi membri, che così puntano a scambiare informazioni, intrattenimento ed attenzione umana con gli altri membri dello stesso mercato relazionale. Come già succede oggi con la valutazione del credit scoring per un finanziamento personale, oppure con lo scambio di referenze professionali su LinkedIn, accettare un maggior grado relativo di trasparenza e profilazione sui propri comportamenti passati, possibilmente corredato da referenze incrociate fornite da membri indipendenti della community di riferimento, permette di ottenere chiari benefici in termini di valore, indipendentemente dal fatto di essere espressi in moneta. Il problema è che oggi tale profilo, quando esiste, è spezzettato in molte “viste” diverse, spesso gestite da enti o aziende che non rispettano con rigore i doverosi vincoli relativi allo strato identitario Trasformarlo in uno standard tecnologico regolamentato e scambiabile può renderlo più controllabile ed incrementarne il valore economico.

Sul punto b) – i comportamenti correnti – la proposta riguarda l'unbundling della proprietà tecnologica della SIM telefonica e/o della carta di credito/pagamento (che rimane dell'operatore o dell'issuer della carta stessa) dalla proprietà logica dei dati comportamentali ad essa associati; questi ultimi devono rimanere di proprietà dell'utilizzatore, che deve poterne disporre in un formato standardizzato e regolamentato, così, solo se lo desidera, da poterli liberamente scambiare per il valore derivante dalla loro contestualizzazione spazio-temporale. Telefonini e carte multifunzionali sono infatti già oggi gli strumenti più diffusi e adeguati per tracciare i comportamenti correnti: non si vede perché a beneficiarne in modo asimmetrico e poco trasparente debbano essere i motori di ricerca o gli operatori telefonici, che queste informazioni già raccolgono ai propri fini, invece che gli utilizzatori stessi, che possono scambiare questi dati con beni e servizi offerti nello specifico contesto in cui si trovano. Le applicazioni di questa proposta sono potenzialmente molto interessanti per il settore del turismo e in generale dell'intrattenimento, e se adeguatamente messa a punto essa

potrebbe diventare un fattore qualificante dell'offerta di servizi in Italia, Paese a naturale vocazione in tal senso.

Sul punto c) – i comportamenti futuri – la proposta è di favorire la nascita di contratti standardizzati di obbligo e/o di opzione per i propri comportamenti futuri riguardanti un ampio spettro di temi economici: dai consumi alimentari e di beni durevoli o semidurevoli, alle scelte per l'educazione e la cultura, ai viaggi, alle stesse attività professionali dei singoli. Tali contratti avrebbero la funzione di ridurre i costi e i rischi del comportamento opportunistico, sia per la produzione sia per il consumo e di limitare le asimmetrie informative tra domanda e offerta, soprattutto di beni e servizi caratterizzati da costi irrecuperabili, che possono generare forti esternalità negative.

Un esempio in questa direzione è per esempio la recente proposta di rendere negoziabili i diritti di voto per gli azionisti di minoranza, avanzata da Lord Myners, Treasury Minister della City di Londra, allo scopo di migliorare la corporate governance delle aziende, favorendo l'aggregazione di forti minoranze di controllo. Un

altro esempio che può produrre esternalità positive è il diritto di addebitare al lavoratore, in caso di dimissioni di quest'ultimo, il costo dell'educazione manageriale o dell'aggiornamento professionale che l'azienda si presta ad offrirgli, favorendo quindi il rispetto di impegni reciproci di lungo termine tra impresa e lavoratore