

LUGLI G., *Il commercio nell'economia italiana*, Il Mulino, Bologna 1978. Un volume di pp. 164.

Quest'opera apre una nuova collana di studi e ricerche sul commercio, diretta dal prof. Spranzi, che si propone di raccogliere lavori preparati nell'ambito del Cescom, Centro di studi sul commercio dell'Università Luigi Bocconi di Milano. In verità si sentiva da tempo l'esigenza di produrre contributi scientificamente seri e approfonditi su un settore tanto importante per il funzionamento del sistema economico, quanto ingiustamente trascurato; almeno nel nostro paese, dove la distribuzione commerciale è stata spesso oggetto più di preconcetti e di battute polemiche che di studi rigorosi e meditati.

È noto come il settore commerciale sia da molti anni abbandonato ad uno sviluppo caotico e parassitario. La legge 426 del 1971, che si proponeva di mettere ordine nel commercio, si limitava in realtà ad enunciare alcuni principi generici, lasciando agli enti locali una eccessiva discrezionalità di applicazione. Questa legge, attraverso il regime delle autorizzazioni, ha di fatto contribuito a bloccare il processo di razionalizzazione del settore, a tutto vantaggio della conservazione delle sempre più precarie posizioni di rendita delle piccole unità tradizionali. Ci troviamo così ad avere nel 1974 una quota di mercato della distribuzione moderna che supera di poco il 5%, mentre già nel 1971 la Francia e la Germania Occidentale avevano superato rispettivamente il 25,0% e il 34,1%.

Da qualche anno è però in atto una crescente sensibilizzazione al problema, comprese le frange più avanzate delle organizzazioni sindacali dei lavoratori. Ci si è infatti resi conto che l'attuale inefficienza del settore distributivo costituisce, tra l'altro, un pesante onere sul potere di acquisto della classe lavoratrice. Si fa sempre più strada la convinzione che una graduale ristrutturazione del commercio non potrà che giovare agli interessi dei lavoratori, anche se occorrerà affrontare con una preminente politica attiva della manodopera

i gravi problemi occupazionali, quantitativi e strutturali, che sicuramente ne deriveranno.

Nel contesto storico che si è delineato, il volume di Lugli rappresenta un indubbio contributo di conoscenza al dibattito in corso. Gli importanti apporti teorici ed empirici solleciteranno un quanto mai opportuno approfondimento dei problemi sul tappeto. Anche se diversi punti saranno sicuramente oggetto di critica e di polemica, la strada imboccata dall'A. ci sembra quella maestra: il rigore dell'analisi e la sua applicazione ai problemi concreti.

La prima delle due parti in cui è divisa l'opera affronta il tema del ruolo del commercio nello sviluppo economico italiano e delle conseguenti implicazioni di politica economica. Il taglio dell'analisi è di tipo chiaramente *schumpeteriano*, come già in precedenti lavori dell'A. A nostro avviso, tale scelta può ritenersi pertinente per delinearne le proposte di razionalizzazione del settore distributivo: da un lato i bassi costi di entrata facilitano l'ingresso nel mercato di nuove unità di vendita e dall'altro le molteplici combinazioni tra prodotto e servizio agevolano l'attività dell'imprenditore innovatore. Sussiste invece qualche perplessità sull'idoneità dello schema metodologico *schumpeteriano* ad interpretare, se non in chiave esclusivamente critica, le vicende del caso italiano, notoriamente carente di innovazioni e soggetto a politiche di prezzo non competitive.

In vivace polemica con Sylos Labini, l'A. contesta anzitutto che gli incrementi di produttività nel commercio siano stati sistematicamente inferiori a quelli nell'industria. Estendendo l'analisi agli anni più recenti, egli mostra che il valore aggiunto per occupato nel periodo 1958-1975 è cresciuto ad un tasso annuale del 4,79% nel commercio contro il 4,61% nell'industria. Proseguendo nella polemica, l'A. contesta poi che il settore distributivo abbia sempre seguito una politica di prezzo basata sul *full cost*. Egli verifica infatti che negli ultimi anni (1969-1978) il settore commerciale non ha potuto trasferire in avan-

ti tutto l'aumento dei costi, a causa dei limiti posti dall'elasticità della domanda finale, accettando quindi una riduzione reale dei redditi da lavoro indipendente o da capitale.

Ne discende che il commercio, in contrasto con il ruolo inflazionistico degli anni precedenti, ha svolto dal 1969 una funzione relativamente deflazionistica, come si rivela dall'andamento relativo dell'indice dei prezzi impliciti del valore aggiunto dei vari settori. Secondo l'interpretazione di Lugli, che probabilmente attribuisce al commercio una centralità forse eccessiva nella spiegazione delle vicende economiche italiane, il settore distributivo avrebbe terminato di fungere da area di rifugio per la manodopera emarginata dalle politiche deflazionistiche seguite dall'industria fino al 1969. Dal 1969 in avanti, sempre secondo l'A., l'espulsione di lavoratori dall'industria, creando disoccupazione non assorbibile nel commercio, si è resa molto più difficile. Venendo quindi meno la possibilità di una manovra deflazionistica, l'industria ha dovuto accettare i forti aumenti salariali imposti dai sindacati, passando ad una politica inflazionistica, anziché deflazionistica.

Se l'industria non si serve più del commercio per rendere socialmente sopportabili le proprie strategie deflazionistiche, essa avrebbe ora tutto l'interesse a disporre di un settore distributivo efficiente. A questo proposito Lugli avanza però dei dubbi sulla eventualità che una razionalizzazione del commercio comporti solo vantaggi per l'industria. È vero che la riduzione dei costi di distribuzione, riducendo il valore della forza lavoro per il capitale, rappresenta una delle tipiche « riforme di capitale » che secondo Napoleoni potrebbero consentire la ripresa industriale. Ma è altrettanto vero che un commercio efficiente, e quindi con maggior forza contrattuale, può porsi come uno scomodo *partner* per l'industria, costringendo quest'ultima a rinunciare a posizioni di rendita finora detenute.

A nostro avviso, è senz'altro corretta la conclusione della prima parte del volume, secondo cui il commercio efficiente,

pur favorendo il trasferimento di risorse dall'area parassitaria a quella produttiva e migliorando quindi la produttività del sistema, possa creare dei problemi alla redditività prospettiva (privata) degli investimenti industriali.

La seconda parte della pubblicazione è dedicata ad un tentativo di stima delle variazioni di produttività del commercio italiano nel periodo 1958-1975. Le difficoltà da superare sono tali da rendere veramente encomiabili gli sforzi che l'A. compie per pervenire ad una valutazione rigorosa.

Una vasta bibliografia, in particolare anglosassone, ha evidenziato da tempo la problematicità della misurazione della produttività nel settore distributivo, specialmente per quanto riguarda la stima dell'*output*. Sono infatti poco attendibili i concetti di vendita per addetto e di margine lordo, perché entrambi indicatori fallaci dell'*output* in presenza di variazioni nel contenuto di servizi offerti (servizio di prossimità, servizio di assortimento, servizio di consegna a domicilio, ecc.). Lugli opta quindi per una misura dell'*output* basata sul concetto di prodotto lordo vendibile. Tale scelta, condizionata dalla concreta disponibilità di dati statistici, non è tuttavia immune da alcune perplessità, quali l'opportunità di preferire il concetto di prodotto lordo vendibile a quello di valore aggiunto o come il vero « atto di fede » richiesto dall'utilizzazione determinante delle valutazioni ISTAT dei prezzi impliciti di un prodotto tanto sfuggente come il servizio commerciale.

Sulla base della serie del prodotto lordo vendibile, l'A. stima per il settore commerciale italiano i parametri di una funzione di produzione Cobb-Douglas (senza il vincolo dell'unità nella somma degli esponenti dei fattori produttivi). Sono note le perplessità sollevate in dottrina verso una tale impostazione di tipo neo-classico; non mancano infatti alcuni timidi tentativi di misurare la produttività di un sistema attraverso schemi metodologici più raffinati e rigorosi (si veda ad esempio il recente contributo di Marzi e Varri). Non vi è tuttavia dubbio che nel caso in esame l'alternativa scelta sia una delle poche

concretamente praticabili. Permane comunque qualche riserva sulla compatibilità tra l'ipotesi di concorrenza perfetta (implicita nell'accettare i prezzi di mercato come misura del valore) e l'ammissibilità di una funzione di produzione priva della proprietà di esaurimento delle remunerazioni dei fattori.

La stima della Cobb-Douglas indica un incremento medio annuale della produttività del commercio, nel periodo 1958-1975 pari allo 0,129%; un livello del tutto insignificante che testimonia l'assoluta immobilità del settore. La somma dei coefficienti stimati rivela inoltre la presenza di sensibili economie di scala. L'A. passa poi a valutazioni più sofisticate delle variazioni di produttività. Incamerando anzitutto le economie di scala in un concetto omnicomprensivo di incremento di produttività, egli calcola un tasso di aumento dell'1,169%. Introducendo successivamente una ulteriore correzione, basata sull'andamento relativo dei prezzi impliciti nel commercio, egli perviene a stimare un aumento dell'1,652%, livello decisamente superiore a quello calcolato inizialmente, anche se di natura eccessivamente sofisticata per essere sicuramente affidabile.

Infine, ricorrendo ad una regressione multipla sui dati disponibili, l'A. tenta di individuare i fattori maggiormente responsabili degli incrementi di produttività nel settore distributivo. Nonostante vi sia più di un dubbio sulla completa attendibilità dei dati di partenza e sussista qualche sospetto di probabili fenomeni di multicollinearità tra le variabili, l'analisi evidenzia come significativi due fattori di produttività: la concentrazione delle vendite per unità distributiva e la produttività nel settore industriale. La prima consente infatti una maggiore ripartizione dei costi fissi e la seconda eserciterebbe, secondo l'A., un effetto trainante sull'efficienza nel commercio.

Concludendo, il libro di Lugli rappresenta a nostro avviso un importante contributo teorico ed empirico alla conoscenza dei complessi fenomeni che hanno caratterizzato la mancata evoluzione del

commercio italiano. Il pionierismo del lavoro giustifica largamente alcune possibili critiche metodologiche, peraltro relative ai punti meno centrali dell'analisi. Si può ritenere questa pubblicazione una lettura indispensabile per gli studiosi e gli operatori pubblici e privati del settore.

O. SCARPAT

*Milano, Università degli Studi*

MATHIEU É. - SUBERCHICOT M., *Marchés publics et structures industrielles*, Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat, Paris 1975. Un volume di pp. 144.

Interessante ed originale studio a carattere esclusivamente empirico, intorno al ruolo, dimensione e peso delle commesse statali nell'economia francese. Lo studio si propone in particolare di individuare la possibilità di utilizzo delle commesse pubbliche per la trasformazione delle strutture industriali e per l'intervento anticongiunturale. Per tale scopo bisogna, secondo gli autori, mostrare la rigidità dei bisogni quantitativi e qualitativi dello Stato e quindi la conoscenza insufficiente di una utilizzazione di questo tipo. In verità lo studio non dice molto di più: si limita infatti ad una indagine statistica e distributiva, senza fornire realmente indicazioni di politica economica.

Le commesse statali rappresentano l'8% del Prodotto Interno Lordo e circa il 13% della produzione industriale. L'analisi retrospettiva è a carattere settoriale ed indaga sul periodo 1963-1971, estendendo il periodo in alcuni casi fino al 1974. Le imprese in esame sono quelle con più di venti dipendenti e raggruppate secondo il settore di attività. Se è a tutti immediatamente chiaro il concetto di commessa statale, lo è meno quello di *marché public*: un *marché public* è un contratto