



N°. 169

19 giugno 2018

COMMERCIIUM ET BELLUM

di Alessandro Corneli

Giovanni Palladino auspica, seguendo il pensiero profetico di Luigi Sturzo, un mondo senza barriere doganali dove si svolgono liberi e pacifici commerci. Nessuno potrebbe non essere d'accordo. E si può anche concedere che la logica delle cose vada in questa direzione. Ma noi viviamo “nel frattempo” e, a mio parere, verso il buon obiettivo non ci si muove semplificando i fatti fino a trascurarne una parte e stravolgerne un'altra.

Il punto di partenza è che ciascuno difende le idee e i principi che meglio proteggono i suoi interessi. Forse non è corretto, ma è così. Gli Olandesi difendevano il principio della “libertà dei mari”, del libero viaggiare di navi mercantili cariche di beni preziosi. Ma lo facevano perché la maggior parte di quelle navi erano le loro e grazie a questo si arricchivano.

Ci sono due difetti, a monte e a valle. A monte si trascura il fatto che gli Olandesi, anzitutto, avevano dapprima fatto la guerra ai Portoghesi per scaltarli dalle Indie Orientali dove esercitavano il commercio delle spezie e poi ne avevano assunto il monopolio e avevano costruito le flotte mercantili “più produttive” (diremmo oggi) per trasportare merci anche da e verso i porti di Paesi terzi.

A valle, c'è che, conquistata una posizione di superiorità, a loro non conveniva che la situazione cambiasse. Non così per gli Inglesi che volevano partecipare al “libero commercio” e quindi erano interessati a rompere il monopolio olandese. Con quali mezzi? Convincendoli che la loro supremazia comprimeva gli interessi degli altri? No: con la guerra. Imposero che solo le navi inglesi potessero attraccare nei porti inglesi e alle obiezioni olandesi risposero con le armi. Crearono a loro volta una forte marina commerciale e militare e, dimentichi delle antiche battaglie di principio, a loro volta, crearono un monopolio, da difendere con la forza, contestando invece quello degli Spagnoli, prima con la guerra da corsa e poi con la flotta nazionale.

(Tra parentesi lasciamo il lato oscuro dei brillanti risultati del commercio internazionale: il dominio olandese nacque su uno dei peggiori e più dolorosi sfruttamenti della popolazione indigena, con la complicità dei suoi capi, costretta a lavorare per produrre le spezie e solo nella quantità che poteva sostenerne il prezzo di vendita massimo sui mercati europei. Certo, in cambio abbiamo avuto Rembrandt. Ma non ci meravigliamo se 6 miliardi di persone su 7,5 lo ignorano e vorrebbero un mondo senza Rembrandt).





Gli interessi commerciali favoriscono, allo stesso tempo, la pace e la guerra. Fermarsi alla scritta del porto di Rotterdam non basta. La questione è: perché si commercia? Non per una ragione di benevolenza reciproca. Il greco Senofonte, nel V secolo a.C., nel trattatello a lui attribuito “Economica”, scrisse: si va con una nave a comprare il grano dove è prodotto in abbondanza e costa poco e lo si va a vendere dove scarseggia e la gente è disposta a pagarlo molto di più. Questo è il commercio: non c'è altro. Non si va – a proprio rischio – a prendere il grano dove sovrabbonda per portarlo dove scarseggia, e cioè in base a un bisogno, se non c'è la possibilità di fare un guadagno.

Mentre la produzione di beni e il volume dei commerci hanno un limite materiale, il desiderio di guadagno (pur giustificato e giustificabile con il rischio) non ha, teoricamente, limiti. È nel contrasto tra questi due aspetti che ciascuno vorrebbe commerciare di più, cioè guadagnare di più. Da qui le guerre commerciali per produrre e comprare a buon mercato tutto il possibile e vendere il più possibile al maggior numero possibile di consumatori.

Domanda: i Portoghesi, gli Olandesi, gli Spagnoli, gli Inglesi non avrebbero potuto mettersi d'accordo? E, prima di loro, i Veneziani e i Genovesi? E gli altri, non hanno gli stessi diritti a commerciare?

Soprattutto: che cosa cambierebbe se tutti i dazi fossero azzerati rispetto al desiderio di guadagno di tutti e di ciascuno? Se non va bene che tutta la Coca Cola del mondo sia prodotta negli Stati Uniti né che sia prodotta in cento Paesi, che cosa facciamo? Andiamo a produrla su Marte? Potrebbero farlo tutti e a parità di condizioni? Oppure sarebbe meglio che ciascuno bevvesse le bibite che riesce a produrre con le risorse di cui dispone?

Si fa presto a condannare le imprese multinazionali o il protezionismo o la delocalizzazione, ma come salvare il principio stesso del commercio e la sua ragione fondamentale e trainante – il desiderio di guadagno – senza considerare le cause storiche che hanno favorito ora l'una e ora l'altra propensione, ora l'uno e ora l'altro protagonista, e soprattutto senza proporre un'alternativa realmente fattibile? Non ce l'hanno né i liberisti né i socialisti e, purtroppo, non basta, per agire e decidere oggi, la prospettiva di un futuro (lontano) di pacifici rapporti politici e commerciali.

