

I VENETI TRA OLD E NEW ECONOMY

# SCOPPIA LA BOLLA DELL'INTANGIBILE

di GIOVANNI COSTA

**P**er ogni bambino che gioca con le bolle di sapone, ce n'è sempre un altro un po' bullo che gode a fargliele scoppiare. L'uno ride e l'altro piange. E' un po' quello che accade in economia. Oggi è tutto uno scoppiar di bolle. La parte dei bulli la fanno gli economisti espatriati (ma sono sempre qui), che appaiono nei talk show sempre dall'alto, via satellite anche quando parlano da Milano, lo sguardo fisso e severo, spazientiti perché non sono seguiti, parlano con qualche inflessione inglese in maniera sincopata come dei robot, ripetono sempre la stessa cosa e cioè che loro lo avevano già detto. E, come previsto, scoppia la bolla immobiliare, segue quella finanziaria, si sgonfia la bolla energetica (ma non la bolletta), crollano i prezzi delle materie prime. E' recessione.

Serviva la sua materiale durezza per farci scoprire la bolla dell'intangibile, la madre di tutte le bolle. L'economia dell'intangibile ha affascinato un po' tutti con l'idea che si poteva dematerializzare l'economia, la moneta, i rapporti interpersonali. Qualcuno ha proposto, in buona fede, di mettere in bilancio l'intangibile, pensando ai brevetti, al design, alla reputazione. Involontariamente ha però offerto una grande idea a quelli che i soldi, quelli veri, se li sono intascati e li hanno trasformati in beni molto materiali come barche, ville, quadri. In bilancio hanno messo soldi virtuali, trasformati in fondi, derivati e altre diavolerie. Intangibili, per l'appunto. Gli im-

prenditori veneti geneticamente diffidenti delle novità soprattutto se astratte, si sono sempre tenuti distanti dalle bolle e hanno lavorato sodo sulla *old economy*. Oggi si chiedono dove hanno sbagliato.

Le bolle quando scoppiano fanno tanto peggio quanto più riguardano il virtuale. Come accadde all'epoca della *new economy*. Ricordate Renato Soru che con Tiscali in Borsa quotava più della Fiat? Aveva avuto la geniale idea di regalare i servizi Internet ai clienti di Telecom, di cui usava la rete, versione digitale di Totò che vendeva il Colosseo. Tiscali capitalizzava un multiplo del numero di abbonamenti (gratuiti) e non di un qualche parametro economico-finanziario. Allora si usava così e non solo in Italia. Soru si accreditò come grande imprenditore. Divenne un'icona delle *new economy* e come tale venerato. Ma Tiscali non era Google. E Soru, che non è Sergey Brin né Larry Page, si è dato alla politica. L'economia «della conoscenza», altro pezzo forte dei teorici dell'immaterialità, è sempre rimasta l'economia «delle conoscenze». Il *knowledge* nel senso di sapere, non ha mai veramente soppiantato l'*acquaintance* nel senso di frequentazione, di familiarità.

Adesso che la crisi è arrivata, anche tra i veneti dediti alla *old economy* si comincia a pensare che si stava meglio quando c'era la bolla e si coltiva la segreta speranza che se ne formi una nuova, magari più ecologica. Una sorta di bolla sostenibile.

[g.costa.cdv@virgilio.it](mailto:g.costa.cdv@virgilio.it)

