

mericano hanno il potere di legiferare sul caso concreto), di dibattiti svoltisi in occasione dell'approvazione delle leggi sul lavoro e di esempi di norme sindacali e di contratti collettivi, nei quali ultimi, con una logica concreta e pragmatica, vengono progressivamente recensite le istituzioni « ragionevoli », cioè accettabili dal cittadino medio come norma comune. Certo nelle parti seconda (libertà di associazione, metodi sleali di lotta sindacale, determinazione dell'unità contrattuale) e terza (la struttura dell'organizzazione sindacale) sarebbe stato forse opportuno arricchire ancor più le citazioni giurisprudenziali, anziché riportarle tutte nell'indice. Ed anche opportuno sarebbe sembrato, descritta così nei suoi lineamenti la soluzione data nell'ordinamento americano al problema della rappresentanza sindacale, far seguire, a mo' di conclusione, alcune note sui rapporti che intercorrono tra quella ed il sistema previsto dalla Tarifvertragsgesetz tedesca (specialmente per il passaggio dal Berufsverbandsprinzip all'Industrieverbandsprinzip). Ma questi sono rilievi che nulla tolgono al pregio dell'opera: in essa, con il possesso sicuro della materia (e la ricchezza bibliografica ne è una conferma), il Biedenkopf ha dimostrato di aver saputo cogliere veramente il reale « Zeitgeist » americano.

T. TRANQUILLO

Milano, Università Cattolica.

BRODSKY A., *L'organisation de la consommation*. Centre Emile Bernheim pour l'étude des affaires. Bruxelles 1961. Un volume di pp. 86.

AUTORI VARI, *Les méthodes d'étude comparée du consommateur européen*. Centre Emile Bernheim pour l'étude des affaires, Bruxelles, 1959. Un volume di pp. 82.

Il *Centre Emile Bernheim pour l'étude des affaires* ha per scopo lo studio obiettivo di tutti i problemi e di tutte le questioni che si riferiscono all'organizzazione e alla gestione delle imprese. La sua creazione mira a stringere i vincoli esistenti fra l'università, da una parte, e le imprese industriali e commerciali, dall'altra.

Questi brevi cenni sono necessari per spiegare la relazione che i due libretti qui presentati hanno con gli obiettivi del Centro appena ricordati. Il primo infatti sembra scritto per soddisfare all'esigenza di dare materiale di studio all'economista; sembra scritto per l'università. Il secondo invece ha un carattere essenzialmente pratico-informativo, non scientifico; infatti è scritto da uomini d'affari per altri uomini d'affari e per l'impresa.

Anche se l'economia del XX secolo di quello che politicamente si è soliti chiamare il mondo occidentale è essenzialmente un'economia di consumo, quest'ultimo è stato studiato in modo sistematico solo dopo la seconda guerra mondiale ed ancor oggi resta uno dei fenomeni meno conosciuti. L'insoddisfacente situazione odierna è dovuta, in sede teorica, alla grande difficoltà incontrata dagli economisti nell'elaborare modelli di alto valore euristico a causa della mancanza praticamente totale, tranne che negli Stati Uniti d'America, di cifre, dati, indicazioni empiriche sul consumo.

Conscio dell'esistenza di queste lacune, il Brodsky, con un breve ma significativo libretto, ha voluto incominciare a colmare il vuoto e a dare agli economisti un materiale utile per studi futuri. L'autore rifugge dall'elaborare una nuova teoria economica, nè pretende di dare spiegazione di certi aspetti del comportamento del consumatore. Il suo è un lavoro essenzialmente descrittivo il cui scopo è di apportare una qualche informazione sulle reazioni del consumatore di fronte ad al-

cuni problemi di ordine economico e sociale.

L'idea informativa dell'opera è, a nostro avviso, l'accusa della tendenza che considera la produzione come un fine a se stessa e che conseguentemente perde di vista che essa deve essere al servizio del consumatore. Al contrario, la produzione deve essere subordinata al consumo e alle esigenze di questo deve continuamente adattarsi perchè uno sviluppo della produzione per se stessa e non per il consumo provocherebbe, prima o poi, seri perturbamenti nel processo degli scambi.

L'altra faccia della medaglia mostra che in un'economia del benessere i consumatori devono essere bene informati delle risorse del mercato (i classici dicevano, con frase felice, che quest'ultimo doveva essere *trasparente*) e decisi a trarne il miglior partito possibile. La realtà ci dice, invece, che nemmeno questa conoscenza del mercato e dei prodotti è attuata perchè il moltiplicarsi prodigioso degli articoli di consumo, l'aumento esplosivo del numero e della varietà di prodotti nuovi e l'offensiva pubblicitaria hanno sommerso il consumatore, il quale non può che rispondere ciecamente agli appelli del consumo. Di qui la necessità di organizzarsi per effettuare scelte migliori tramite una più profonda conoscenza del mercato.

Quanto fin qui detto giustifica la suddivisione del libretto nelle due brevi parti: la prima dedicata agli obiettivi perseguiti dagli istituti che in molti stati sorgono a difesa dei consumatori, la seconda relativa alle strutture elaborate per permettere la realizzazione di questi obiettivi. Tali obiettivi si cristallizzano nella conoscenza dei bisogni del consumatore, nell'analisi dei beni di consumo, nell'interpretazione dei suoi risultati e nella ricerca e realizzazione delle tecniche migliori di diffusione delle informazioni de-

stinate a chiarire le scelte degli acquirenti.

Infine, l'esame della composizione e del funzionamento dei vari istituti recentemente sorti in alcuni paesi (U.S.A., Gran Bretagna, Belgio, Paesi Bassi, Francia, ecc.) è una interessante disamina anche se, ripetiamo, di carattere esclusivamente informativo, di come si è dato vita in pratica a quel movimento inteso a ridare al consumatore quell'iniziativa economica che da parecchi decenni è nelle mani delle imprese.

Il secondo volumetto è la raccolta di sei conferenze tenute nel gennaio 1959 a Bruxelles, delle quali cinque da uomini d'affari o aventi interessi con i problemi della pubblicità.

Diciamo subito che, se si avvicinano queste conferenze con spirito scientifico si nota che i loro titoli promettono più di quanto esse in realtà offrano. Ogni atteggiamento teorico però è qui fuori luogo, essendo valide le precisazioni sopra avanzate. In questi nuovi termini le sei conferenze possono assumere un certo interesse perchè riflettono le idee che gli imprenditori hanno verso la realizzazione della C.E.E. e verso i problemi da questa derivanti.

Merito principale della prima, che riguarda i metodi psicologici degli studi dei mercati, è l'affermazione che tali metodi permettono di conoscere fattori e meccanismi che altrimenti è impossibile studiare scientificamente e forniscono ai dirigenti d'impresa uno strumento di orientamento e di previsione che non possiede il suo equivalente.

Se l'impresa vuole conoscere a fondo l'allargato mercato e il consumatore europeo, si sostiene nella seconda conferenza, posizione di primo piano deve occupare lo studio comparato, che consiste nell'esaminare due o più categorie di consumatori con caratteristiche comparabili,

tranne una, differente da una categoria all'altra. Esso rappresenta l'applicazione dei principî del metodo sperimentale agli studi di mercato.

Gli altri quattro rapporti mostrano brevemente, appoggiandosi all'esposizione di casi reali, come possa essere avvicinato il problema dei comportamenti differenti dei consumatori europei. Più in particolare, sono studiati il lancio di un prodotto nuovo, i problemi posti dallo studio del mercato di un prodotto identico in diversi paesi, l'adattamento di un prodotto ai bisogni e ai desideri della clientela, ed infine gli studi di mercato al servizio della pubblicità.

G. COSMACINI

*Milano, Università Cattolica.*

CLEARY J. M., *Catholic Social Action in Britain*. Catholic Social Guild, Oxford 1961. Un volume di pp. 224.

La presenza attiva e fattiva della Chiesa cattolica nelle varie fasi della dialettica sociale inglese dal 1909 al 1959 costituisce la sostanza dell'opera in esame che vuole appunto rappresentare una fonte preziosa di informazioni su ciò che la Chiesa ha detto e può dire di fronte ai problemi della vita nel mondo moderno. In particolare viene fatta la cronistoria della Catholic Social Guild, una organizzazione, una « gilda » cattolica fondata nel 1909 in Inghilterra dal rev. Plater per lo studio degli aspetti propri di una industrializzazione e di una evoluzione che causa spesso degli squilibri in una società dalle ancora troppo scottanti differenze di cultura e di reddito.

La Guild è sorta principalmente con intenti di studio per portare a conoscenza di tutti il contributo del pensiero cattolico applicato alle mutevoli realtà; da

questo è poi derivata una vera e propria partecipazione alle risoluzioni dei problemi concreti della società inglese dove la sensibilità dei cattolici ha avuto sempre modo di applicarsi con coerenza e tempestività.

Un centro studi sociali dunque con rapporti e contatti internazionali per le esperienze comparate, ma nello stesso tempo un funzionante centro dalle tangibili applicazioni come bene lo dimostrano i suoi mezzi di informazione, le sue pubblicazioni divulgative (aventi lo scopo precipuo di rendere partecipi i lavoratori ai mutamenti in corso), i suoi study clubs, anch'essi per l'istruzione e l'aggiornamento dei lavoratori giovani e adulti e infine il suo Catholic Worker's College creato per la formazione di una cultura cattolica parallela a quella professionale, ma soprattutto per la preparazione degli operai alla *leadership*.

In questo senso la Guild ha dimostrato sempre una particolare attenzione nella diffusione di tutte le encicliche e i messaggi sociali dei Papi, in molti casi prevenendoli grazie ad una chiaroveggente sensibilità per situazioni che prima o poi si sarebbero in pratica verificate. La Guild perciò, senza aver mai preteso di essere il canale esclusivo del pensiero sociale cattolico in Inghilterra, può tuttavia considerarsi come la immediata divulgatrice delle idee e delle conquiste che la Chiesa cattolica ha riservato al mondo del lavoro, all'aspetto economico e sociale della vita avulso da ogni sfruttamento totalitario ma legato solo ad una cristiana giustizia e uguaglianza.

La Guild, pur avendo affrontato varie crisi organizzative e varie polemiche interne sulla migliore linea politica da seguirsi specie nel periodo postbellico, ha potuto di recente festeggiare il suo cinquantenario: cinquant'anni di attività in-