

Limpido come l'acqua?

Il lato oscuro delle "case dell'acqua"

Di Luciano Capone

Introduzione

Per migliaia di anni le persone si sono approvvigionate di acqua, non solo per uso potabile, in luoghi pubblici come fiumi, laghi, sorgenti o pozzi e successivamente attraverso le fontane che sono diventate prima degli elementi centrali – sia dal punto di vista sociale che architettonico – della vita cittadina e poi – con la costruzione delle reti di acquedotto durante la prima industrializzazione – dei punti di approvvigionamento diffusi sul territorio comunale. A partire dal dopoguerra la distribuzione dell'acqua potabile si è ancora di più capillarizzata ed è giunta in ogni singola casa, comportando un declino delle fontane e dei fontanini pubblici che sono pian piano spariti dal paesaggio urbano.

Negli ultimi anni c'è stata un'inversione di tendenza, con una rapida propagazione negli spazi pubblici delle "case dell'acqua" (o "chioschi dell'acqua"), discendenti tecnologicamente avanzati delle vecchie fontane. Questi impianti infatti distribuiscono acqua proveniente dall'acquedotto attraverso appositi erogatori, avendola sottoposta a microfiltrazione o analoghi processi, con in aggiunta la possibilità di refrigerare o rendere frizzante il prodotto. I chioschi dell'acqua sono un "animale strano".

Se si trattasse di iniziative puramente *merchant*, rappresenterebbero senza dubbio uno strumento di maggiore libertà di scelta per i consumatori (o, al limite, di *marketing* per le società dell'acqua). Tuttavia, esse sono spesso – ed erroneamente – considerate parte del servizio pubblico, e come tali remunerate nelle tariffe idriche e poste in un contesto privo di rischio. Inoltre esse sono oggetto di una comunicazione potenzialmente ingannevole, in quanto il prodotto da esse erogato tende a essere associato all'acqua minerale, che ha per legge caratteristiche di purezza ben più elevate, e non all'acqua potabile, la quale è invece soggetta a vincoli assai meno stringenti, e dalla quale comunque si discostano in quanto essa è frequentemente oggetto di processi di micro filtraggio e purificazione.

Al di là di queste considerazioni, che IBL ha sviluppato in un precedente paper,¹ le case dell'acqua sono diventate un fenomeno assai diffuso, che merita un approfondimento alla luce degli aspetti di distorsione della concorrenza e di cattiva allocazione dei fondi pubblici che vi sono potenzialmente connessi.

Luciano Capone è giornalista. Collabora con Libero, L'Intraprendente e Il Foglio.

¹ Serena Sileoni, "Case dell'acqua gratis? Non la bevo?", IBL, Focus, no.212, 3 settembre 2012.

Numeri, finanziamenti e costi

Solo negli ultimi due anni, secondo i dati del “Manuale operativo sui chioschi dell’acqua” pubblicato da Federutility e Anima, il numero delle cassette è più che raddoppiato in poco tempo, passando da 354 nel 2011 a 817 nel 2013. Sono tutti impianti costruiti con fondi pubblici, erogati da Regioni, Province e Comuni, o in alcuni casi alle Autorità di ambito (Ato) o dalle multiutility generalmente controllate dagli enti locali.

TABELLA 1 Mappa dei Chioschi dell’Acqua regione per regione	
ABRUZZO	3
CAMPANIA	14
EMILIA ROMAGNA	134
FRIULI VENEZIA GIULIA	8
LAZIO	13
LIGURIA	4
LOMBARDIA	382
MARCHE	13
PIEMONTE	126
PUGLIA	1
SARDEGNA	5
TOSCANA	60
TRENTINO ALTO ADIGE	6
UMBRIA	1
VALLE D’AOSTA	3
VENETO	44
TOTALE REGIONI	817

Come si può notare dalla tabella,² la regione con il più alto numero di installazioni è la Lombardia (circa il 47%) e ciò sicuramente grazie ad un consistente investimento regionale, pari a 800.000 euro solo nel 2011. Con la [delibera n. IX/2553 del 24 novembre 2011](#), infatti la giunta regionale ha assegnato alle province lombarde e al comune di Milano tale contributo a fondo perduto allo scopo di realizzare impianti che incentivino l’uso di acqua dell’acquedotto a scapito delle acque minerali.

La base “ideologica” di tale scelta è il presunto impatto negativo sull’ambiente delle acque minerali, ma non viene fornita nessuna evidenza di ciò e soprattutto viene del tutto ignorato che le eventuali esternalità negative connesse alla diffusione dell’acqua imbottigliata sono già ampiamente internalizzate, per esempio attraverso l’imposizione di canoni concessori sullo sfruttamento delle falde, una serie di obblighi stringenti sul rispetto e il mantenimento dei parametri ambientali, e ovviamente l’elevata fiscalità energetica. Inoltre, e ancora una volta, è essenziale sottolineare che l’acqua potabile (inclusa quella erogata nelle cassette dell’acqua, per quanto trattata) e l’acqua minerale sono prodotti merceologicamente diversi, e la persistente comunicazione istituzionale sul tema, ignorando tale punto, peraltro ovvio alla luce della differente disponibilità a pagare del consumatore, tende a perpetrare una distorsione della concorrenza.

² Non sono disponibili i dati di Basilicata, Calabria, Molise e Sicilia. Dati “Manuale operativo sui chioschi dell’acqua 2013”

Provvedimenti simili sono stati adottati anche da altre regioni, per esempio la Campania, che con la delibera [n. 758 del 29 dicembre del 2011](#) ha assegnato "Risorse per la riduzione della produzione dei rifiuti e l'incremento della raccolta differenziata" pari a 6.999.254 euro. E tra i vari progetti ammissibili al finanziamento elencati nella delibera c'è anche l'"installazione di distributori di acqua trattata e sanificata derivante dalle rete acquedottistica pubblica finalizzata alla riduzione del consumo di acqua imbottigliata", le case dell'acqua appunto. Altre volte sono gli ATO (autorità di ambito ottimale) a finanziare le case dell'acqua, come nel caso dell'Autorità di ambito Sele che con la decisione 2973 dell'8 ottobre 2012 (e successive proroghe, ultima la delibera [n.25 del 13 giugno 2013](#)) copre al 60% i costi di installazione delle strutture. E si tratta di cifre tutta'altro che trascurabili: l'Ato in questione ha infatti destinato con la [delibera del 14 settembre 2012](#) alla costruzione di case dell'acqua un "importo massimo presunto" di 380 mila euro che rientra tra gli investimenti finalizzati alla "maggiore diffusione dell'acqua cosiddetta del 'Sindaco' ovvero erogata dagli acquedotti pubblici, rispetto all'uso delle acque minerali in bottiglia".

La cosa sorprendente è che, secondo i dati sulle perdite idriche in Italia, l'area del Sele è tra quelle con le performance peggiori, con perdite che sfiorano il 70%. In pratica l'Autorità di bacino, anziché destinare le risorse per riparare gli acquedotti e ridurre l'enorme dispersione o nel completamento delle infrastrutture fognarie e di depurazione, investe nella "maggiore diffusione dell'acqua del Sindaco" e decide di fare concorrenza alle acque minerali. Poiché le risorse sono per definizione scarse, la loro allocazione a favore della realizzazione delle casette dell'acqua anziché verso altri investimenti strutturali suggerisce che la retorica "ambientalista" vada quanto meno messa in discussione.

Oltre agli Ato, molto attive nel finanziare le case dell'acqua sono anche società pubbliche come Hera, Iren, Cap Holding e altre multiutility che generalmente poi si occupano anche della gestione dei chioschi. Solo la Cap Holding, che opera in Lombardia e più specificamente nella provincia di Milano, nel corso del 2012 ha inaugurato 15 nuove case dell'acqua, per un investimento pari a 325 mila euro. Ma non è l'unico costo, visto che la società, nel corso dell'anno, ha speso per "interventi su impianti e case dell'acqua" altri 167 mila euro. Complessivamente nel 2012 la Cap Holding ha sborsato, tra costruzione e interventi sulle case dell'acqua una cifra che sfiora i 500 mila euro.

L'incentivo alla diffusione delle nuove fontane pubbliche non proviene solo da un impulso degli enti e dalle società locali, ma è stato indicato come obiettivo strategico nazionale con la legge [n.26 del 26 febbraio 2010](#) (contenente disposizioni urgenti per l'emergenza rifiuti in Campania). Nella legge infatti, è previsto all'art.11 bis, la possibilità per il ministero dell'Ambiente di promuovere un accordo di programma "con soggetti pubblici, aziende acquedottistiche e associazioni di settore, finalizzato ad aumentare, anche con impianti distributivi in aree pubbliche, il consumo di acqua potabile di rete".

Da ultimo, proprio in occasione del Festival dell'acqua 2013, l'ex ministro dell'Ambiente Andrea Orlando ha firmato con Federutility (la federazione delle aziende di servizi pubblici locali) e Acqua Italia (l'associazione dei costruttori di impianti per il trattamento delle acque) un protocollo di intesa "in materia di valorizzazione dell'acqua di rete, riduzione dei rifiuti e delle emissioni di CO₂", che prevede anche la promozione dei chioschi dell'acqua.

Il numero di queste installazioni è quindi cresciuto in maniera esponenziale solo grazie a uno sforzo pubblico non indifferente: bisogna considerare che ogni installazione ha un costo che parte dai 15 mila euro e può arrivare, nelle strutture più elaborate, a superare i 50 mila euro, con un costo medio che si aggira attorno ai 30 mila euro. Non essendo

in possesso di dati dettagliati e facendo un calcolo approssimativo ma realistico, si può dire che per la costruzione delle oltre 800 case dell'acqua gli enti pubblici hanno investito circa 24 milioni di euro.

Naturalmente al costo iniziale delle nuove fontane pubbliche vanno aggiunti i costi di gestione e manutenzione come le analisi dell'acqua erogata, disinfezioni e pulizia, sostituzioni dei componenti, anidride carbonica per l'acqua gasata, energia elettrica e acqua potabile. Si tratta mediamente di una cifra che va dai 6 agli 8 mila euro annui, per un costo complessivo di almeno altri 5 milioni di euro l'anno.

Un'iniziativa che fa acqua

La motivazione che sta alla base di questi ingenti investimenti è la sensibilizzazione dell'opinione pubblica al consumo dell'"acqua pubblica", resa più "attraente" attraverso vari trattamenti) al posto delle acque minerali imbottigliate. Il vantaggio del consumo di questa "acqua a chilometro zero" è secondo i promotori di tipo ambientale visto che così vengono evitate le emissioni per produrre e trasportare le bottiglie di plastica, ridotti i costi di riciclo e recupero dei contenitori in Pet e anche il consumo di acqua ed energia necessaria a produrre le bottiglie. Inoltre, in aggiunta ai vantaggi ambientali, i consumatori avrebbero anche un vantaggio economico diretto dall'acquisto di un'acqua che ha un prezzo inferiore rispetto alle acque minerali. Infatti l'acqua spillata ai chioschi costa mediamente intorno ai 5 centesimi al litro (naturalmente i prezzi variano da città a città, in alcuni casi l'acqua naturale è gratuita e si paga solo quella refrigerata o gasata), mentre il prezzo dell'acqua in bottiglia è intorno ai 20/30 centesimi al litro. Ancora una volta, però, giova ricordare che si tratta di un confronto spurio, in quanto l'acqua minerale è un prodotto differente, dal punto di vista qualitativo e in virtù di obblighi di legge, rispetto all'acqua potabile, erogata dal rubinetto oppure trattata nelle cassette dell'acqua.

Parrebbe insomma un'iniziativa che, a fronte dell'investimento iniziale e dei costi di gestione, perseguirebbe finalità condivisibili e comporterebbe vantaggi sia economici che ambientali. Ma vi sono alcune obiezioni che meritano essere sollevate.

La prima riguarda l'acqua come bene indispensabile e quindi pubblico. È evidente che la diffusione di queste installazioni è coincisa con la crescente sensibilità e attenzione degli ultimi anni sui temi del diritto all'acqua e dell'"acqua bene comune", ma questi argomenti non sembrano riguardare le case dell'acqua, visto che il diritto universale di accesso all'acqua viene già garantito dal servizio idrico integrato, dai rubinetti che portano acqua potabile nelle case di tutti i cittadini. Le case dell'acqua sono quindi un servizio e un costo aggiuntivo dato che distribuiscono la stessa acqua (al limite aggiungendovi specifici trattamenti) che già arriva in ogni casa, a meno che non venga ritenuto un servizio pubblico essenziale l'erogazione di acqua fresca e frizzante, che è il servizio ulteriore delle case dell'acqua rispetto ai rubinetti domestici.

Insomma visto che tutti i cittadini hanno già l'accesso all'acqua potabile a costi bassissimi, non si capisce perché gli enti pubblici debbano finanziare un altro servizio (quello dell'acqua fresca con le bollicine) che, se richiesto dai consumatori, può essere soddisfatto da imprese private che installano e gestiscono i chioschi con soldi propri. O, quanto meno, può essere fornito dalle stesse imprese che gestiscono gli acquedotti nell'ambito, però, della loro libera iniziativa commerciale (e a loro rischio dal punto di vista finanziario), anziché essere integrato, implicitamente o esplicitamente, sotto l'ombrello del servizio pubblico e come tale finanziato (in buona parte) dalla collettività.

L'altra obiezione, strettamente collegata alla prima, riguarda il principio di libera concorrenza. Ogni sostegno economico a un'attività che non è servizio di interesse generale, e quindi per una modalità di distribuzione dell'acqua diversa dal servizio idrico (o di un'acqua differente da quella del rubinetto, quale in effetti è quella delle cassette a valle dei diversi trattamenti di sanificazione, refrigerazione, ecc.), è un ingiustificato sostegno ad un settore di mercato piuttosto che a un altro. E che di conseguenza penalizza e manda fuori mercato alcune imprese come quelle del settore delle acqua in bottiglia o che vendono installazioni per gasare e refrigerare l'acqua domestica.

Insomma, come non sarebbe giusto concedere sussidi alla vendita di acqua in bottiglie di vetro o nei boccioni per ridurre il consumo di plastica, oppure sovvenzionare chi distribuisce acqua a domicilio per ridurre le emissioni, così è non giusto finanziare la costruzione e la gestione delle case dell'acqua e quindi penalizzare altre attività commerciali. Inoltre, posto ancora una volta che l'acqua potabile è garantita dai rubinetti in casa, non si comprende per quale motivo, se l'obiettivo è la riduzione del consumo di plastica e delle emissioni, non ci debbano essere anche strutture pubbliche che distribuiscano prodotti a "chilometro zero" o qualsiasi tipo di bibita e liquido che generalmente viene venduto in contenitori di plastica. Quindi anche "case dell'aranciata", "case del sapone liquido", "case del vino locale", "case del prosciutto paesano".

C'è infine un problema che riguarda in parte ancora il tema della concorrenza ed è quello della comunicazione ingannevole nei confronti dei consumatori da parte degli enti che pubblicizzano l'acqua dei chioschi. A prescindere dalla considerazione preliminare se sia giusto fare con i soldi pubblici una battaglia contro le aziende che vendono acque minerali (posto che non è in discussione il servizio universale e che non sono le uniche imprese che producono plastica o emissioni), ce n'è una che riguarda la correttezza delle informazioni da parte delle amministrazioni locali. Infatti, non solo il finanziamento è distorsivo della concorrenza per quanto precedentemente detto, ma è anche ingannevole nel far credere che l'acqua dell'acquedotto sia uguale a quella minerale.

Come ricordava in un precedente paper Serena Sileoni,³

per legge le acque minerali sono quelle che, "avendo origine da una falda o giacimento sotterraneo, provengono da una o più sorgenti naturali o perforate e che hanno caratteristiche igieniche particolari e, eventualmente, proprietà favorevoli alla salute", e che dunque si distinguono dalle ordinarie acque potabili "per la purezza originaria e [...] conservazione, per il tenore in minerali, oligoelementi o altri costituenti ed, eventualmente, per taluni [...] effetti" (d.lgs. 176/2011, art. 2). Se dunque gli italiani preferiscono bere acqua minerale in bottiglia, piuttosto che acqua potabile dal rubinetto, tale scelta può essere dovuta non solo all'abitudine, quanto pure alla consapevolezza della differenza tra i due tipi di acque e a una precisa selezione dell'acqua minerale migliore per il proprio organismo.

Inoltre, continua Sileoni,

un messaggio come quello che trapela dallo stanziamento di fondi per la costruzione e gestione di case dell'acqua, secondo cui le famiglie possono diminuire il costo dell'acqua da bere imparando a usare quella dell'acquedotto piuttosto che quella in bottiglia è un messaggio ingannevole o almeno fuorviante, perché mette in concorrenza due prodotti che non sono equivalenti, facendo credere impropriamente all'utente di poter risparmiare

3 Serena Sileoni, "Case dell'acqua gratis? Non la bevo?", IBL, Focus, no.212, 3 settembre 2012.

nell'approvvigionamento di uno stesso bene, rispetto al quale cambierebbe solo la modalità di erogazione.

In pratica un'informazione corretta e che voglia rendere i cittadini pienamente consapevoli delle proprie scelte e delle iniziative degli enti pubblici, non dovrebbe paragonare per qualità e costi "l'acqua alla spina pubblica" a quella in bottiglia, ma a quella di casa che è praticamente identica. E lo dice un'inchiesta fatta da Altroconsumo, peraltro non critica nei confronti delle case dell'acqua ("La scoperta dell'acqua fresca" dell'aprile 2013):

Se si tratta della stessa acqua che arriva nelle nostre case, perché scomodarsi per andare a riempire le bottiglie nelle casette dell'acqua? [...] Le analisi parlano chiaro: il confronto tra acqua proveniente dalle fontanelle pubbliche e quella prelevata dalle case dell'acqua dimostra che gli acquedotti svolgono bene il loro lavoro. Le due acque dal punto di vista della qualità si equivalgono.

La conclusione paradossale è che l'installazione di queste strutture, non solo è inutile perché "non c'è motivo per preferire l'acqua delle casette a quella di casa", ma addirittura controproducente: "Se si prende apposta la macchina per rifornirsi di bottiglie, ci perde sia il portafogli sia l'ambiente".

L'altro punto ingannevole della comunicazione sulle case dell'acqua riguarda anche il costo per i consumatori (tralasciamo gli oneri sui contribuenti): tutti i comuni e gli enti locali che hanno investito su queste nuove fontane pubbliche sottolineano il vantaggio economico e il risparmio che avrebbero i consumatori nel rifornirsi dagli erogatori ad un costo di solo 5 centesimi/litro (in media per l'acqua gasata) e 2 centesimi/litro per quella liscia rispetto ad un prezzo 20-30 centesimi/litro per le acque minerali. Da qui il presunto risparmio, dal 75% ad oltre il 90%, pubblicizzato su manifesti e volantini: "350 euro di risparmio all'anno per famiglia" oppure "90 mila euro l'anno risparmiati dai cittadini".

Ma, come già detto, il confronto non può essere fatto con le acque minerali che sono diverse, bensì con l'acqua del rubinetto di casa che è esattamente la stessa erogata dai chioschi e il cui costo medio è almeno 10 volte inferiore, 0,2 centesimi/litro. Al limite tale confronto andrebbe corretto solo per tener conto del costo di investimento e manutenzione degli impianti di trattamento dell'acqua. Se il vostro comune vi dicesse che ha intenzione di spendere 30 mila euro più altri 6 mila euro l'anno per vendervi acqua potabile a un prezzo dieci volte superiore a quello dell'acqua che sgorga dai rubinetti delle vostre case, la riterreste una buona idea?

La realtà ci dice che la realizzazione delle case dell'acqua risponde, soprattutto, all'apparente esigenza degli uomini politici di "tagliare nastri" e vantare investimenti pubblici, specialmente in un periodo di aggiustamento fiscale. Le case dell'acqua, dunque, oltre che determinare problemi non banali di equità ed efficienza nell'allocatione dei fondi pubblici e di distorsione della concorrenza, appaiono come uno strumento di acquisizione del consenso. Una dimostrazione di quanto questo aspetto sia rilevante viene dall'esame delle inaugurazioni delle case dell'acqua, per esempio, nel periodo precedente una prima stesura di questo Focus (fine ottobre 2013).

- 20 ottobre – Angri (Sa) inaugura la sua prima casa dell'acqua
- 19 ottobre 2013 – Casa dell'acqua, Poggiomarino (Na) fa il bis: inaugurazione con il vescovo
- 14 ottobre 2013 – Busseto (Pr), è arrivata la casa dell'acqua

- 3 ottobre 2013 – Forlì, acqua naturale gratis e gassata a 5 centesimi: ecco la Casa dell'acqua
- 30 settembre – Caltagirone (Ct): inaugurata ieri la Casa dell'Acqua. Il sindaco: "risparmio per famiglie e meno rifiuti"
- 24 settembre – Monsano (An): inaugurata la casa dell'acqua
- 23 settembre 2013 – Rimini, inaugurate altre due case dell'acqua

Per quanto riguarda la Lombardia, la regione più "avanzata" su tale fronte, prendendo in considerazione un campione significativo delle case dell'acqua inaugurate nel 2012, emerge che nel 100% dei casi il sindaco era presente al taglio del nastro, e che il 33% delle volte, oltre al primo cittadino, sono intervenuti nella cerimonia anche altri assessori comunali (lavori pubblici e/o ambiente). Inoltre nel 7% dei casi erano presenti politici di rilievo nazionale e sempre nel 7% delle volte la nuova struttura ha ricevuto la benedizione del parroco. Nel 100% dei casi le inaugurazioni hanno attirato l'attenzione di almeno un quotidiano locale.

Ciò suggerisce che dietro il movimento per i chioschi dell'acqua vi sia un perverso incentivo, derivante dalla comunanza di interessi tra i soggetti realizzatori (che ottengono finanziamenti o coperture tariffarie all'investimento, neutralizzandone dunque il costo) e i principali attori politici locali, per i quali si tratta di una ghiotta occasione di "fare qualcosa", attraverso maggiore spesa pubblica il cui impatto viene percepito però solo in minima parte a causa della natura indiretta dei finanziamenti. In altre parole, le cassette dell'acqua si configurano come investimento a rischio zero, da un lato, e *marketing* politico, dall'altro.

Conclusioni

In conclusione, il finanziamento pubblico delle moderne e tecnologiche fontanelle è:

1. **Ingiustificato:** in quanto aggiuntivo al già garantito servizio universale di accesso all'acqua potabile. È da considerarsi quindi un intervento che esula dal servizio pubblico in un'attività economica che, se richiesta, può essere soddisfatta da attori privati e dal libero gioco della domanda e dell'offerta.
2. **Discriminatorio:** nei confronti dei cittadini che preferiscono bere acqua minerale o acqua dal rubinetto di casa, costretti da contribuenti a partecipare alla spesa di queste strutture e quindi al pagamento di un servizio non richiesto e non utilizzato.
3. **Distorsivo:** della concorrenza in quanto penalizza i produttori e le attività che operano ad esempio nel settore delle acque minerali o che installano apparecchi domestici per rendere l'acqua domestica gasata, refrigerata e microfiltrata.
4. **Ingannevole e controproducente:** nel far ritenere agli utenti di poter risparmiare rispetto al costo dell'acqua in bottiglia, come se si trattasse di prodotti equivalenti. Si tratta invece di un prodotto analogo all'acqua domestica trattata, venduto ad un costo 10 volte più elevato e che ha un impatto negativo sull'ambiente se i consumatori, anziché rifornirsi dai rubinetti di casa, producono emissioni per raggiungere le case dell'acqua.
5. **Propagandistico:** più che la tutela dell'ambiente e la valorizzazione dell'"acqua bene comune", la realizzazione delle "case dell'acqua" ha come obiettivo quello di soddisfare la sete mediatica da "taglio dei nastri" degli amministratori locali.

IBL Focus

CHI SIAMO

L'Istituto Bruno Leoni (IBL), intitolato al grande giurista e filosofo torinese, nasce con l'ambizione di stimolare il dibattito pubblico, in Italia, promuovendo in modo puntuale e rigoroso un punto di vista autenticamente liberale. L'IBL intende studiare, promuovere e diffondere gli ideali del mercato, della proprietà privata, e della libertà di scambio. Attraverso la pubblicazione di libri (sia di taglio accademico, sia divulgativi), l'organizzazione di convegni, la diffusione di articoli sulla stampa nazionale e internazionale, l'elaborazione di brevi studi e briefing papers, l'IBL mira ad orientare il processo decisionale, ad informare al meglio la pubblica opinione, a crescere una nuova generazione di intellettuali e studiosi sensibili alle ragioni della libertà.

COSA VOGLIAMO

La nostra filosofia è conosciuta sotto molte etichette: "liberale", "liberista", "individualista", "libertaria". I nomi non contano. Ciò che importa è che a orientare la nostra azione è la fedeltà a quello che Lord Acton ha definito "il fine politico supremo": la libertà individuale. In un'epoca nella quale i nemici della libertà sembrano acquistare nuovo vigore, l'IBL vuole promuovere le ragioni della libertà attraverso studi e ricerche puntuali e rigorosi, ma al contempo scevri da ogni tecnicismo.