la stessa natura di tali beni – non rivali e non escludibili – che genererebbero comportamenti da *free rider*. Nella presenza di un malfunzionamento sia del meccanismo di mercato sia del meccanismo pubblico starebbe dunque la ragione economica della nascita e dell'esistenza del settore non profit.

Rimane chiaramente, però, un problema, che consiste nelle modalità di finanziamento della produzione di quei beni pubblici, dal momento che le organizzazioni non profit non dispongono né del potere coercitivo tipico degli Stati, né possono basarsi su un meccanismo di prezzo per finanziare i beni pubblici, per il rischio di un comportamento da *free rider* da parte dei consumatori di quei beni.

Una seconda celebre teoria, dovuta a Hansmann (1980; 1987), vede invece la nascita del settore non profit come la risposta a un particolare caso di fallimento del mercato, quello del fallimento del contratto, e identifica proprio nel «rozzo, ma efficace» vincolo della non distribuzione dei profitti, tipico delle organizzazioni del terzo settore, la possibile soluzione di tale fallimento. Il fallimento del contratto si origina, secondo Hansmann, in mercati caratterizzati da asimmetria di informazione, quali sono ad esempio quelli relativi alla cura della salute e ai servizi sociali in generale, che in alcuni paesi – come gli Stati Uniti – sono in prevalenza forniti da organizzazioni non profit. In simili circostanze, il fallimento del contratto è in sostanza riconducibile alla non osservabilità delle caratteristiche del bene oggetto di scambio da parte del consumatore, e al conseguente incentivo, da parte di un'impresa capitalistica, a imbrogliare i consumatori per aumentare i profitti, diminuendo, ad esempio, la qualità del bene. Ma se l'organizzazione che produce il bene non ha l'obiettivo di massimizzare i profitti, essa non avrà alcun incentivo a sfruttare il proprio vantaggio informativo a danno dei consumatori e sarà quindi meno soggetta al problema del «rischio morale». Di conseguenza, i consumatori riporranno maggiore fiducia (*trust*) nelle organizzazioni non profit rispetto a quanta ne possano riporre in imprese con fini di lucro, e l'esistenza di tale fiducia è, secondo Hansmann, efficiente dal punto di vista del benessere collettivo. Infatti, se si è fiduciosi che le organizzazioni non profit operino con l'obiettivo di soddisfare al meglio gli utilizzatori dei rispettivi servizi, possono essere notevolmente ridotti i costi di monitoraggio dell'attività dei produttori e i costi di transazione.