

Nuove frontiere La sfida del futuro che stiamo perdendo

Francesco Grillo

«L'apertura di nuovi mercati e lo sviluppo organizzativo della fabbrica illustrano la mutazione che rivoluziona incessantemente la struttura produttiva dall'interno. Questo processo di distruzione creativa è il fatto essenziale di un sistema economico moderno». È nelle parole di uno dei grandi intellettuali del secolo scorso, Joseph Schumpeter, la migliore definizione di cosa va davvero inteso per "concorrenza". Quella concorrenza che le au-

torità italiane ed europee devono difendere perché essa è essenziale per la competitività dell'economia europea e per accrescere il benessere dei consumatori. Più recentemente quelle autorità hanno ritenuto che la minaccia maggiore venga da quelle piattaforme digitali globali che stanno, letteralmente, cambiando il mondo e, ad esempio, la scorsa settimana quella che è garante della concorrenza e dei mercati in Italia (Agcm) ha inflitto ad Amazon una multa superiore

al miliardo di euro, la più alta mai inflitta da una magistratura nazionale dell'Unione. Il rischio, però, è di aver scelto l'obiettivo sbagliato; di ridurre ancora di più l'innovazione in un Paese che ne ha assoluto bisogno; di rinunciare ad un ragionamento su come è possibile governare una trasformazione che richiede strumenti intellettuali nuovi.

È la più grande delle rivoluzioni industriali della storia, quella innescata da Internet, il protocollo usato (...)

Continua a pag. 17

L'editoriale

La sfida del futuro che stiamo perdendo

Francesco Grillo

segue dalla prima pagina

(...) per la prima volta dal Pentagono nello stesso anno della missione sulla Luna. È probabile anzi che stiamo vivendo una vera e propria mutazione biologica, visto che sta trasformando il modo in cui gli esseri umani acquisiscono, elaborano e trasmettono informazioni. Amazon, fondata nel 1997 da un agente di borsa che per primo intuì il potenziale commerciale della rete, è stata l'impresa che più di qualsiasi altra ha utilizzato la tecnologia per rovesciare la struttura produttiva di interi settori mettendoci al centro l'esperienza del cliente finale. Certo ogni rivoluzione tecnologica determina profondi turbamenti, grandi resistenze, la necessità assoluta di riorganizzare le teorie stesse su come i sistemi economici funzionano. Eppure la questione fondamentale rimane: cosa può fare l'Europa e l'Italia per rientrare in una partita fatta di innovazioni radicali che ci limitiamo a consumare?

La strada delle multe, peraltro nazionali, assomiglia sempre di più ad una somma di reazioni che non fanno una strategia. Aumentano l'incertezza e rischiano di buttare con l'"acqua sporca" - che è necessariamente

associata alle posizioni dominanti che trasformazioni così veloci tendono a creare - anche il "bambino" - del valore che l'innovazione genera per consumatori e imprese. La sentenza dell'autorità italiana si concentra su un aspetto specifico - quello dell'utilizzazione del servizio logistico di Amazon come requisito per poter accedere alle migliori condizioni di vendita sul suo sito - per arrivare, però, alla conclusione paradossale che la piattaforma stia "limitando gli sbocchi al mercato" e, in definitiva, "impedendo il progresso tecnologico, a danno dei consumatori" (come da definizione di "abuso di posizione dominante" delle "norme per la tutela del mercato"). Ciò ribalta la realtà di quale sia l'impatto netto che naturalmente una piattaforma genera, quando sostituisce lunghe catene distributive con un sito che riorienta la produzione sulla base delle scelte di un cliente. Si possono discutere i passaggi di una sentenza che va rispettata ma il problema di fondo è un altro: pretendiamo di governare un mondo profondamente trasformato, con leggi - quella usata dall'Agcm nel determinare la sanzione è del 1990 - concepiti quando nessuno di quelli che

stanno leggendo questo articolo aveva inviato la propria prima posta elettronica. Il problema è che lasciamo al magistrato - per quanto di valore - il compito che deve essere della politica di misurare effetti positivi e negativi di grandi trasformazioni.

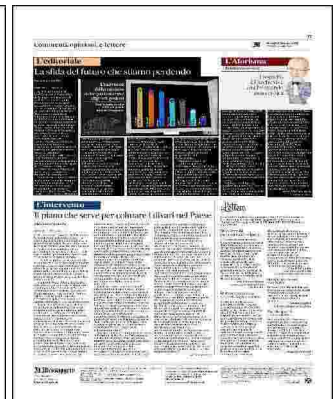
Migliore è la scelta di costruire un quadro complessivo di regole a livello europeo. In questo senso ottima è l'intuizione della Commissione Europea di cominciare da un regolamento generale che protegge i dati di persone e imprese (si chiama Gdpr); anche se l'intero regolamento deve produrre strumenti di tutela più conoscibili e utilizzabili dai soggetti i cui interessi vogliamo proteggere. Giusta è l'idea della Commissione di regolare i contenuti che viaggiano sulla rete (con il Dsa); tuttavia, va rafforzato il concetto che non può essere Facebook a dover fare da giudice della qualità delle notizie. Condivisibile il principio di dover assicurare la possibilità che i giganti di Internet siano sfidati da imprese nuove; e, tuttavia, la proposta della Commissione per una direttiva sui mercati digitali (Dma) trascura quanto essi siano diversi tra di loro - per mercati nei quali operano, impatti occupazionali e, come dice il grafico che accompagna l'articolo, persino per redditività

- e il fatto che tutte le altre imprese ne stanno adottando il modello. Ciò può portarci all'errore di trattare nella stessa maniera problemi e opportunità diverse.

Oggi una sola impresa europea (si chiama Sap) è tra le 43 che valgono più di 100 miliardi e che hanno meno di 50 anni. Tra le piattaforme che raggiungono più di 300 milioni di utilizzatori, una sola ha sede in un Paese dell'Unione (Spotify). Lo stesso Draghi ha dovuto ammettere che il nostro Paese non ospita neppure un unicorno (una "start up" il cui valore supera un miliardo di dollari, laddove ce ne sono sette in Estonia che ha meno abitanti di Milano). Come facciamo a essere competitivi, senza inseguire gli altri? Senza pretendere di volerli addomesticare con le multe e coinvolgendoli in un dialogo che conviene a tutti? Imparando lezioni anche scomode e inventando modelli diversi? È questa la partita decisiva ma per vincerla vanno cambiati metodi e protagonisti del gioco. Avvocati, magistrati, esperti di diritto costituzionale sono utili ma non bastano, se dobbiamo cominciare a costruire un futuro nel quale siamo entrati con i piedi, lasciando la testa in un altro secolo.

www.thinktank.vision

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.