5 novembre 2016 15:37

Educare i giovani alle nuove economie. Evitare le concentrazioni in mani di pochi

di Redazione



La “rivoluzione digitale” ha stravolto l'ambito dei valori della mondializzazione: tre delle cinque piu' importanti capitalizzazioni borsistiche mondiali e sette delle dieci piu' importanti start-up mondiali sono delle “piattaforme multifaccia”.
In un mercato tradizionale, un venditore acquista dei beni e dei servizi intermediari da un sub-appaltatore e vende il bene finale al consumatore; il sub-appaltatore e il consumatore non hanno nessuna relazione fra loro. Cosi' come, andando ad un supermercato, non abbiamo nessun contatto con un produttore di frutta e verdura.

Offerta pletorica

In una piattaforma multifaccia, al contrario, un intermediario permette a dei venditori e degli acquirenti, o piu generalmente a molteplici comunita' di utenti, di interagire fra di loro: per esempio, i giocatori e gli sviluppatori nel caso delle piattaforme di videogiochi (PlayStatio, Xbox); gli utenti di sistemi operativi (Windows, Android, Linux, il iOS del vostro iPhone) e gli sviluppatori di applicazioni; gli utenti e gli inserzionisti nel caso dei motori di ricerca dei produttori di contenuti (media tradizionali e Internet); i possessori di carta bancaria e i commercianti nel caso di transazioni attraverso carta di pagamento (Visa, Paypal).
Blablacar, Airbnb, Booking.com, Google, eBay o Uber sono delle piattaforme di relazione e di certificazione. Altrimenti, quando vogliamo acquistare dei beni, avere acceso a dei servizi culturali, farci degli amici o incontrare l'anima gemella, noi ci rivolgiamo al nostro ambiente vicino, geografico o relazionale.
L'offerta di interazione prima era scarsa. Oggi, abbiamo accesso al mondo intero con qualche click e' l'offerta e' totale. Il nuovo problema e' di sapere come focalizzare la nostra attenzione e come acquisire l'informazione sull'esistente, la qualita' o la scarsa affidabilita' di beni e consumi, o se questi scambi sono ben apparentati con le nostre preferenze.
Un altro gruppo di imprese, Skype, Facebook o Visa, sono delle piattaforme tecnologiche che migliorano la qualita' delle interazioni tra attori economici (in parte) gia' in relazione gli uni con gli altri. Io ho potuto vedere, e non solo solo ascoltare, l'amico che chiamo; per regolare una transazione io beneficio della comodita' di un pagamento tramite carta di credito in rapporto all'uso dei contanti o degli assegni, etc..

Diversificazioni

In questa nuova mondializzazione, “winner takes all”, (il vincitore prende tutto), grazie in particolare alle “esternalita' della Rete”. Una migrazione collettiva verso un'altra rete sociale che Facebook, alla quale ognuno partecipa, perche' gli altri vi partecipano (1 miliardo di individui erano connessi un giorno di dicembre del 2015), e' difficile. Se tutto il mondo utilizza Waze (l'applicazione di traffico e di navigazione comunitaria di Google), le previsioni dei tempi di percorso si appoggeranno su un piu' grande numero di esperienze di automobilisti e saranno piu' precise; tutto il mondo vorra' allora utilizzare Waze, perche' il proprio sistema sia migliore rispetto agli altri.
Questo fenomeno concentra la nuova economia mondializzata nelle mani di un piccolo numero di imprese, anche dei monopoli. Ora, un monopolio mantiene dei prezzi elevati dei beni e non e' mai un bene per l'innovazione. Bisogna concepire delle nuove regolamentazioni, che tengano conto delle specificita' del mercato bifaccia.
Gli economisti elaborano da una quindicina d'anni dei nuovi principi per riflettere queste specificita' cosi' come un nuovo trattamento della proprieta' intellettuale, perche' la quantita' dei diritti rischia ugualmente di soffocare l'innovazione e la sua diffusione. Bisogna porre attenzione perche' l'ingresso di imprese innovative su degli stretti segmenti sia possibile. Un nuovo ingresso occupa in effetti, all'inizio, una nicchia, perche' entrare in un insieme di servizi e' nel contempo molto costoso e rischioso. Google ha cominciato con il motore di ricerca, Amazon con la vendita di libri; queste imprese si sono in seguito diversificate. Uber ha oggi la medesima strategia.

Preparare i giovani

Io vorrei qui insistere sulla definizione che rappresenta questa nuova mondializzazione per l'economia del nostro

Paese (senza parlare delle sfide sociali). Le piattaforme multifaccia sono purtroppo raramente francesi o europee. Cerchiamo di respingere immediatamente le risposte sbagliate sul dominio americano: opporsi al progresso tecnologico (per esempio all'introduzione dell'automobile senza autista, che fara' calare nettamente le vittime della strada e rendera' il trasporto individuale molto piu' a buon mercato); scegliere il protezionismo, che provochera' la protezione di alcuni e rendera' povero tutto il mondo.
Noi dobbiamo piuttosto preparare i giovani a questo nuovo ambiente. Le nostre scuole e le nostre universita' devono essere orientate meno verso le conoscenze, e piu' verso la creativita'. Ci occorrono delle universita' di livello mondiale per non venir meno a questo passaggio della storia economica o della conoscenza, analisi dei dati e creativita' sono al centro della creazione di valore.
Il campus universitario e' un po' il concentrato di queste trasformazioni dell'impresa: cooperazione piu' orizzontale, valorizzazione della creativita', pluriattivita', bisogno di esprimersi nel proprio lavoro. Le imprese della Silicon Valley o di Cambridge (Massachusetts) si sono ispirate a delle universita' americane vicine, principale universo che i loro giovani creatori conoscevano.
In seguito, bisogna fare in modo che, un'economia o una parte delle ricchezze siano create da piccoli gruppi di persone (Apple, Facebook, Microsoft, Amazon, Uber...), e c'e in Francia una creazione di ricchezza che possa finanziare la protezione sociale e l'educazione grazie ad un ambiente favorevole all'innovazione. *Infine, bisogna accompagnare queste mutazioni proteggendo le persone piu' che gli impieghi.*

(articolo di Jean Tirole, premio Noben dell'Economia 2014, presidente della Scuola di Economia di Toulouse (TSE). Autore del libro “Economie du bien commun” -Economia del bene comune- edizioni PUF. Pubblicato sul quotidiano le Monde del 05/11/2016).