

# I VERI PADRONI DIGITALI

Juan Carlos De Martin



Juan Carlos De Martin ingegnere, insegna informatica e cultura digitale al Politecnico di Torino, dove co-dirige il Centro Nexa. Dal 2011 è associato all'Università di Harvard. Il suo ultimo libro è "Università futura" (Codice Edizioni, 2017). Sito: demartin.polito.it

Trump ieri ha tuonato contro l'Ue, accusata di approfittarsi degli Usa per la multa di oltre 4 miliardi inflitta a Google, e ha minacciato: «Non durerà molto!» La dichiarazione via Twitter di Trump mi fa venire in mente un discorso che avevo sentito tenere alcuni anni fa da un ospite americano con grande esperienza, anche politica, del mondo digitale. Lo speaker aveva descritto l'industria digitale dando per scontato che ogni settore di attività finisse per venir dominato da un unico vincitore. Era già successo per i motori di ricerca (Google), le reti sociali (Facebook) e così via, e sarebbe successo per tutti i possibili ambiti economici presenti e futuri. Lo speaker invitava quindi i presenti a rinunciare a velleità di competizione con i vincitori esistenti (quasi tutti nord-americani) e a concentrarsi invece su ambiti residui ancora da conquistare (o inventare). Nella sua visione, dunque, l'economia digitale era un territorio da colonizzare, dove il primo che si afferma in un certo lembo (o continente) diventa poi inattaccabile e dove quindi l'unica cosa da fare per chi arriva dopo è andare a caccia di territori vergini, fino – si presume – alla completa colonizzazione del "territorio".

Questa visione dell'economia digitale è allo stesso tempo sorprendente, profonda e pericolosa. Sorprendente perché la narrativa economica dominante ci parla incessantemente di competizione, di "distruzione creativa", di "antitrust", insomma uno scenario di perenne incertezza e mutevolezza che però non potrebbe essere più diverso dallo scenario iper-statico e quasi feudale dato per scontato dallo speaker. È inoltre sorprendente che la persona non abbia mai pronunciato – sicuramente non per caso – la prima parola che invece era venuta in mente a tutti quelli che stavano ascoltando, ovvero "monopolio".

La sua è, però, una visione profonda perché alla base ha una conoscenza non superficiale delle dinamiche digitali, caratterizzate non solo da economie di scala, ma anche dal cosiddetto "effetto rete", ovvero dal fatto che il valore di una rete cresce col quadrato dei suoi nodi. Questo effetto, noto anche come legge di Metcalfe, fa sì che quan-

“

Chi arriva in ritardo nell'industria del Web può solo cercare qualche nicchia non colonizzata dai regnanti esistenti

”

do un servizio inizia ad avere un numero di utenti significativamente superiore a quello dei suoi concorrenti, si innesca una spirale esponenziale che lo porta rapidamente a diventare dominante. Tutti vanno su quel servizio, su quella piattaforma non perché sia necessariamente la migliore ma semplicemente perché tutti sono già lì. Ma c'è un altro aspetto dell'effetto rete, meno noto ma forse più importante: i vincitori iniziano ad accumulare dati, che a loro volta crescono col numero degli utenti e col passare del tempo, fino a diventare un patrimonio incomparabile rispetto ai dati acquisibili da un qualsiasi potenziale concorrente. Non è, quindi, solo questione di avere l'algoritmo giusto per un motore di ricerca: è soprattutto questione di avere o no i dati accumulati, per esempio, da Google in vent'anni di attività, con tutto il relativo sofisticato – e segreto – *know-how* su come estrarre conoscenza profittevole da tali dati.

La visione dello speaker, tuttavia, non è solo sorprendente e profonda, ma anche pericolosa. Lo è perché cristallizza e santifica lo *status quo*, ovvero il potere di chi ha già vinto la partita (per tanti motivi, non escluse ovviamente la lungimiranza, la capacità manageriale e la competenza tecnica). Chi arriva in ritardo può solo mettersi a cercare qualche nicchia, qualche lembo di terra digitale non ancora colonizzato, non mettere in discussione i regnanti esistenti. Non perché in teoria non possa farlo, in teoria tutto è contendibile. Ma perché nella pratica è impossibile. È davvero questo che vogliamo per il futuro dell'economia digitale? Benché negli Usa da qualche tempo si stiano riscoprendo le radici profonde del pensiero antitrust, che sono politiche prima ancora che economiche, il rischio è che prevalga la posizione di Trump, ovvero la difesa dei campioni nazionali visti in competizione col resto del mondo e quindi internamente inattaccabili. Quanto all'Europa, va bene usare gli strumenti concettuali e giuridici esistenti, ma bisogna andare oltre: è necessario un ripensamento radicale di che cosa significhino competizione e mercato nell'età dei *big data*.