

## TECNICHE DI MERCATO

Dalle carte di credito a Internet, nuovi strumenti per l'incontro tra venditori e acquirenti

# Piattaforme di scambio

di Jean Tirole

Che cosa hanno in comune «Il Sole-24 Ore», la Borsa di Milano, Telecom Italia, la PlayStation della Sony, Windows, American Express, Google e l'agente immobiliare sotto casa? Sono tutte piattaforme bilaterali il cui modello d'impresa richiede di unire due o più lati di un mercato. Per esempio, una PlayStation (o un sistema operativo come Windows) deve attrarre sia gli utenti che i programmatore di giochi (o di applicazioni). I giocatori non comprano consolle per le quali esistono soltanto pochi giochi e gli informatici non scrivono programmi per le console che attirano pochi consumatori. I media che vivono di pubblicità come i quotidiani e le televisioni devono attrarre i lettori o gli spettatori e allo stesso tempo gli inserzionisti. Così, i sistemi di pagamento come American Express, Visa, MasterCard devono assicurarsi sia esercizi che accettino la carta di credito che consumatori pronti a usarla. E anche le telefonate da linea fissa o mobile possono essere fatte solo se chi chiama e chi risponde sono entrambi abbonati a un operatore, sono disposti a scambiarsi il proprio numero e usare il telefono.

Insomma, le piattaforme bilaterali hanno il problema dell'uovo e della gallina: nessuno dei due lati del mercato può venire prima dell'altro. Le piattaforme devono riuscire ad attrarli simultaneamente, farli interagire e allo stesso tempo fare profitti. Dopo diversi tentativi le imprese hanno messo a punto modelli di gestione innovativi. Come funzionano in pratica le piattaforme?

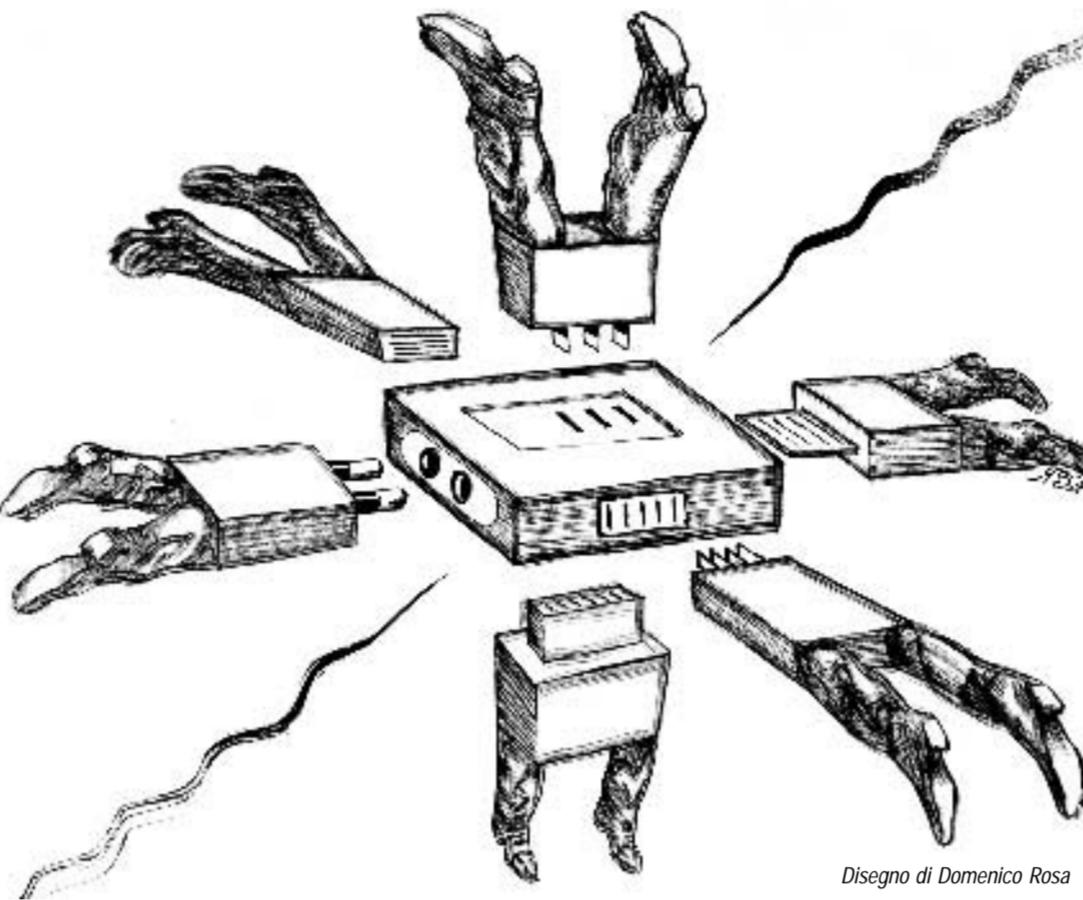
«Quanto fare pagare a ogni parte?». Le piattaforme devono innanzitutto prendere in consi-

**L**a Graduate School in Social, Economic and Political Sciences dell'Università degli Studi di Milano organizza le «Telecom Italia Lectures and Seminars». Il tema per il 2005 è: «Politica della concorrenza e regolamentazione dei mercati». Inaugurerà il corso una lezione pubblica di Jean Tirole su I settori a piattaforma: perché le telecomunicazioni, il software e le carte di credito sono diversi dagli altri mercati, in via Sant'Antonio 12, a Milano, martedì di prossimo, 25 ottobre, alle ore 11.

## Le regole tradizionali della concorrenza modificate da questi servizi

La lezione sarà introdotta dal Rettore, Enrico De cleve, dal presidente di Telecom Italia, Marco Tronchetti Provera, dal presidente della Graduate School, Marino Regini e dal direttore, Giorgio Barba Navaretti. Jean Tirole (Università di Tolosa e Mit) è uno dei principali studiosi al mondo dei problemi di economia industriale e di regolamentazione dei mercati. Per informazioni: [www.graduateschool.unimi.it](http://www.graduateschool.unimi.it)

derazione il prezzo che ogni parte è disposta a pagare e cosa essa offre all'altra parte. Una piattaforma può anche "sovvenzionare" un lato del mercato e "tassare" l'altro. Un buon esempio è quello delle carte di credito. Il modello d'impresa adottato da tutte le piattaforme consiste nel fornire le carte ai consumatori a basso prezzo (i consumatori possono addirittura guadagnare qualcosa, attraverso bonus, rimborsi o miglia aeree) e nel coprire i costi del sistema attraverso le commissioni agli esercienti. Anche se la commissione è alta, per esempio 1 o 2% per transazione, l'esercente trova conveniente accettare la carta di credito. La struttura dei



Disegno di Domenico Rosa

prezzi è quindi concepita per catturare i titolari della carta. È interessante notare che le commissioni richieste da American Express sono superiori a quelle delle rivali Visa e MasterCard. Il motivo è che Amex domina il mercato delle carte di credito aziendali, un mercato di "acquisti di lusso" ai quali gli esercienti tengono molto.

«Gli utenti utilizzano piattaforme multiple». Diverse piattaforme sono spesso interconnesse e agli utilizzatori conviene interagire su più piattaforme. Ciò avviene sostanzialmente in due modi.

Il primo esempio sono le telecomunicazioni dove le piattaforme sono tecnicamente collega-

te; Telecom Italia, Omnitel e Wind portano a termine il traffico di ciascuno in cambio di tariffe di terminazione. Tuttavia, molte piattaforme sono scolligate. In un negozio che accetta soltanto carte Visa e MasterCard, quella dell'American Express non vale. La connettività viene ottenuta con il "multi-homing" degli utenti: l'esercente accetta tutte le carte di credito, o il cliente ha in tasca sia la Visa che l'American Express.

Il multi-homing può avere degli effetti importanti sulle strategie e sulle politiche di prezzo delle piattaforme. Il calo delle commissioni per le carte di credito lo illustra bene. American Express è tuttora la carta più

cara ma la commissione è stata notevolmente ridotta nel tempo. In passato, chi andava a far acquisti aveva una sola carta di credito. Negli Stati Uniti, con l'arrivo delle carte senza spese di gestione, i clienti Amex si sono abituati ad avere anche la Visa e gli esercienti si sono accorti che non perdevano il cliente se rifiutavano l'Amex: il multi-homing ha così costretto American Express ad abbassare le tariffe.

«A volte viene prima la gallina?». In alcuni casi la sequenza temporale con cui le due parti aderiscono alla piattaforma è importante. Ad esempio, per sviluppare dei videogiochi ci vuole molto tempo. Dunque

quando viene messo a punto un nuovo sistema operativo o una nuova consolle per videogiochi, bisogna convincere i programmati a sviluppare nuovi programmi o nuovi giochi a volte anni prima che possano raggiungere i consumatori. Questi devono affrontare subito spese ingenti senza la certezza di trovare in futuro degli utilizzatori dall'altra parte della piattaforma.

Davanti a simili timori, il detentore della piattaforma può produrre da sé le applicazioni o finanziarie l'operazione con venture capitali. Quando lanciò l'X-box, Microsoft aveva già sviluppato numerosi giochi. Da questo punto di vista non sorprende che le piattaforme — pensi all'entrata gratuita per le donne nelle discoteche o ai quotidiani gratuiti — e neppure di un comportamento socialmente inefficiente, dato che permette alle due parti del mercato di interagire e venire in contatto tra loro. Come altri mercati, quelli bilaterali possono creare gravi problemi alla libera concorrenza. Ma i "policy maker" devono adeguare le proprie pratiche in modo da tenere conto delle caratteristiche di questi mercati.

(Traduzione di Sylvie Coyaud)

vendono le console sotto costo (a quanto si dice 100 dollari sotto costo per l'X-box di Microsoft). Arruolare il più grande numero di giocatori possibile è l'unico modo in cui esse possono fare profitti e rassicurare chi sviluppa i giochi.

«Quali sono le implicazioni per la regolamentazione dei mercati?». Negli ultimi tempi le piattaforme bilaterali hanno richiamato l'attenzione delle autorità di vigilanza e dell'antitrust. Le commissioni d'intercambio (che ripartiscono i costi tra esercenti e titolari) sono sotto esame in tutto il mondo, così come le tariffe di raccolta e di terminazione nelle telecomunicazioni.

Molte piattaforme hanno sul mercato una posizione dominante. Abusano del proprio potere? Le autorità devono intervenire? In realtà nel caso dei mercati bilaterali, l'approccio standard dell'antitrust deve essere modificato. Prendiamo per esempio il concetto di prezzo predatorio, ossia la vendita sotto costo per eliminare i concorrenti dal mercato. Abbiamo visto che in parecchi settori, le piattaforme sono gratuite per una delle parti. In base ai criteri standard si tratta senz'altro di predazione. Ma la teoria e la pratica dei mercati bilaterali dimostrano che questa struttura dei prezzi, oltre ad avere senso economico per le imprese, non è la prova di un potere di mercato dominante — si pensi all'entrata gratuita per le donne nelle discoteche o ai quotidiani gratuiti — e neppure di un comportamento socialmente inefficiente, dato che permette alle due parti del mercato di interagire e venire in contatto tra loro. Come altri mercati, quelli bilaterali possono creare gravi problemi alla libera concorrenza. Ma i "policy maker" devono adeguare le proprie pratiche in modo da tenere conto delle caratteristiche di questi mercati.

Chiunque sia a dover stabilire i mezzi, non vi è dubbio che qualcuno lo deve fare; e su questo punto molti Governi, fra cui quello italiano, ancora latitano. Questo "ponte" fra fini e mezzi viene esplorato dal Rapporto. E il rapporto si china meritatamente su un lavoro che è ancora a monte dei fini e dei mezzi, cioè quello dei dati, della fotografia dell'esistente.

E qui veniamo alla seconda lacuna che questo libro viene a colmare. Nella seconda parte, curata in particolare da Daniela Del Boca, l'economia esce meritatamente dal seminario e si pone domande scomode: è bellissimo che le donne lavorino, ma quali sono le ripercussioni sul benessere dei figli? È qui che i fattori culturali ed economici si intrecciano in modo fecondo: se, appunto, la fecondità dipende dalle scelte femminili sulle priorità da dare al lavoro, dalla possibilità di una più equa ripartizione fra coniugi del carico di cure domestiche e familiari, dalla disponibilità di servizi pubblici per l'assistenza ai bambini piccoli, abbiamo una matrice di possibilità e di priorità che illuminano le scelte pubbliche sui grandi temi della crescita demografica e dell'emancipazione femminile. E di questa matrice questo lodevole Women at Work dà una conretezza analiticamente efficace e politicamente preziosa.

informazione pubblicitaria

# ANTIQUARIA

## MOSTRA MERCATO ANTIQUARI MILANESE

Antiquaria 2005. Passione per l'arte tra antico moderno e contemporaneo

Contaminazione? Sì, grazie. Il mondo dell'arte è in continua evoluzione: architetti e designer hanno contribuito a dare vita ad un nuovo orientamento estetico che combina, con sapienza e gusto epoche diverse. Un nuovo modo di concepire l'arredamento, privato e pubblico, che ha catturato anche i non addetti ai lavori. Una tendenza, che non ha lasciato indifferente Antiquaria - Mostra Mercato Antiquari che per la sua quarantatreesima edizione, organizzata da EXPOCTS in collaborazione con il Sindacato Provinciale Mercanti d'Arte Antica di Milano, ha previsto un nuovo assetto espositivo, che coniuga qualità dell'offerta e desideri del mercato.

Dal 22 al 30 ottobre nel Padiglione 9 di fieramilanocity si incontreranno 160 espositori, per la prima volta non solo di Arte Antica, ma anche di Arte Moderna, di Design e delle Avanguardie Contemporanee oltre alle Arti Decorative del XX secolo. Un contesto immaginifico che permetterà al visitatore di vivere i momenti più salienti della storia dell'arte attraverso dipinti, sculture, mobili ed oggetti di arredo che rappresentano la nostra civiltà. Per l'occasione Antiquaria - storicamente organizzata con i più prestigiosi Antiquari milanesi - ha aperto le porte ad una selezionata lista di Antiquari nazionali e a Gallerie italiane specializzate, oltre che a qualificati rappresentanti dell'arte dai primi dello scorso secolo ad oggi. Una innovativa scelta espositiva rivolta al mondo degli appassionati, ma anche ai neofiti, che potranno accostarsi al vivace mondo dell'arte sotto molteplici punti di vista.

Così gli amanti del bello, accanto a opere

straordinarie di Arte Antica come un dipinto di Gaetano Cusati, una scultura di Medardo Rosso o un pezzo da collezione Musha Ningyo, potranno trovare un De Chirico, come una poltroncina di Giò Ponti o una foto su alluminio di Patrizia Guerresi. La contaminazione diventa un "must"? Allora spazio all'arte orientale e a quella africana. Spazio al Design, sezione dove trovare sia prototipi esperimentali, che serie numerate di oggetti che hanno fatto la storia del "made in Italy" e non solo. Ma non basta: Antiquaria 2005 moltiplica l'offerta culturale e presenta anche installazioni d'autore di artisti contemporanei come Pier Luigi Meneghelli e Riccardo Dalisi, una splendida mostra fotografica di Loris Cecchini e una esposizione monografica

dedicata al celebre pittore Fausto Pirandello. Raffinato salotto per i cultori del bello, la manifestazione apre le porte alla città strizzando l'occhio al mercato e rispondendo alle esigenze di Milano, che ha una lunga tradizione alle spalle sul versante del collezionismo. "Del resto con mostre di spessore culturale come queste, - dichiara Carlo Bassi, amministratore delegato di EXPOCTS - Milano si proietta nel mondo della cultura a livello nazionale ed internazionale. Un ruolo che storicamente le appartiene e che l'organizzazione di manifestazioni rappresentative possono aiutarla a svolgere". Una vocazione, che la rinnovata edizione di Antiquaria raccoglie, diventando evento di riferimento per il mercato dell'arte in Italia.

**Un unico appuntamento con l'Antiquariato e l'Arte a Milano**

**ANTIQUARIA**  
MOSTRA MERCATO ANTIQUARI MILANESE

L'antiquariato, chiave della sua tradizione, mantiene nel cuore dell'antico la sua essenza primaria e quando incontra spazio e gallerie moderne si apre nei suoi orizzonti.

- ANTIQUARIATO
- ARTE MODERNA
- 900 ANTIQUARIATE DEL XX SECOLO
- DESIGN E AVANGUARDIE CONTEMPORANEE

**fieramilanocity**  
PADIGLIONE 9  
INGRESSO PORTA METROPOLITANA  
da lunedì a venerdì ore 17.00 - 20.00  
sabato e domenica ore 10.00 - 20.00

**EXPO**



**Sezione Arte Antica**  
A sinistra: "Natura morta all'aperto con fiori, frutta e pappagallo", olio su tela cm 175x125 di Gaetano Cusati (Napoli, XVII secolo-1720).  
A destra: "Mushe Ningyo raffigurante un guardiano del tempio", Giappone periodo Meiji seconda metà del XIX secolo h cm. 37.



**Sezione Arti Decorative del XX Secolo**  
Prototipo di tavolo da pranzo Art Nouveau intarsiato e scolpito a soggetto floreale" cm 157x124 - 1896 di Louis Majorelle. Firmato e datato sul piano "L. Majorelle. Nancy 1896". A destra: "Poltroncina mod. 646", 1950 Giò Ponti per Cassina.



**Sezione Arte Moderna**  
"Bagnanti", olio su cartone cm. 71x87 - 1948/1950 di Fausto Pirandello, presente all'esposizione con una mostra dedicata dal titolo "Fausto Pirandello: opere, olio e pastelli".



**Sezione Design e Avanguardie Contemporanee**  
"Lamù - Interiàth", foto carta lama su alluminio 110x110 NN 1/5 esemplari, 2005 di Patrizia Guerresi.