

Ricordate MySpace? | Il capitalismo crea i monopoli con la stessa facilità con cui li distrugge




di Rainer Zitelmann

Dopo aver dominato il mercato dei cellulari nel mondo dal 1998 al 2011, Nokia è stata surclassata in pochi anni da Apple e Samsung. Xerox è passata in pochi decenni dal cento per cento al due per cento del mercato delle fotocopiatrici. Questa è la legge del mercato per i monopoli non pubblici



Unsplash

In un sondaggio internazionale sulla percezione del capitalismo tra le persone,  cui ho fatto affidamento [per scrivere il libro *Elogio del capitalismo*](#), una delle

critiche principali è stata che il capitalismo conduce a monopoli. E questo è vero. Il capitalismo può portare alla creazione di monopoli. Ma è anche vero che niente distrugge, in modo più efficace, i monopoli, del capitalismo stesso. Anche se i monopoli sembrano inscalfibili quando sono all'apice del loro potere, in realtà sono tutt'altro che eterni. Oggigiorno, tante persone sono convinte che giganti come Amazon e Google siano così dominanti che possano essere sfidati solo da energiche politiche antitrust. Tuttavia, la storia ci insegna che i monopoli sono meno duraturi di quel che si pensi.

Il social network Myspace è stato fondato nel 2003 ed ha ottenuto in pochissimo tempo milioni di utenti. Myspace, dal giugno 2006, è stato il sito internet più visitato negli Stati Uniti, persino più di Google. Nel 2007, sul quotidiano *The Guardian* ci si è chiesti: «Myspace perderà mai il suo monopolio?». All'inizio del 2008 Myspace godeva del 74,4 per cento delle quote di mercato dei social network, ed entro dicembre dello stesso anno ebbe 75,9 milioni di visitatori solo negli Stati Uniti. Nonostante ciò, Facebook ha superato Myspace negli Stati Uniti sei mesi dopo, e le sue quote di mercato sono crollate al trenta per cento alla fine del 2009. Oggi Myspace è in pratica irrilevante.

Nel novembre del 2008, la rivista *Forbes* ha riportato una storia di notevole interesse su Nokia, produttrice di apparecchiature per telecomunicazioni. Il titolo dell'articolo era: «Un miliardo di clienti, c'è qualcuno che può emulare il Re del Cellulare?». Dopo aver dominato il mercato dei cellulari nel mondo dal 1998 al 2011, Nokia è stata superata da Samsung nel primo trimestre del 2012, quando la società sudcoreana ha raggiunto il 25,4 per cento del mercato. Nokia possedeva ancora un 22,5 per cento del mercato e Apple aveva il 9,5 per cento. Ciò nonostante, la quota di Nokia era scesa di più di un terzo dal 2008. Curiosamente, nonostante Nokia abbia sviluppato il primo smartphone negli anni '90, ha compreso solo quando era troppo tardi, quanto fossero importanti le applicazioni per gli utenti dei cellulari.

Nel 2013, Microsoft ha comprato la divisione dei cellulari di Nokia che a quei tempi aveva solo una quota di mercato del tre per cento. Un altro esempio è Xerox, che ha inventato la prima stampante nel 1960 e ha dominato il mercato negli anni Settanta con una quota di mercato pari a quasi il cento per cento. Quando qualcuno vuole cercare qualcosa su internet, si usa l'espressione «Lo googlo», a quei tempi, invece, chi voleva stampare qualcosa usava il verbo «xeroxare».



Nel 1973, Xerox è stata accusata di violare delle leggi antitrust e ne sono seguite delle lunghe battaglie legali. Ma a quei tempi, più che mai, il problema è stato risolto dal mercato perché aziende come IBM, Eastman-Kodak, Canon, Minolta, Ricoh e altre hanno offerto delle stampanti più piccole e meno costose. Questi concorrenti hanno inventato dei macchinari che usavano un toner liquido a bassa manutenzione e che erano costruiti con dei pezzi economici e standard. Venivano venduti attraverso cartolerie ordinarie, piuttosto che attraverso dei costosi network muniti di licenza. Tutto a un tratto, i giapponesi vendevano stampanti a un prezzo che era più basso del costo di produzione dei macchinari di Xerox, mentre Xerox voleva continuare ad accrescere il suo profitto come aveva sempre fatto. Oggigiorno, Xerox ha il due per cento del mercato globale di fotocopiatrici.

Nel 1976 Kodak deteneva il novanta per cento del mercato delle pellicole per film statunitense e l'ottantacinque per cento del mercato statunitense delle macchine fotografiche. Kodak ha sottovalutato il passaggio alle fotocamere digitali prima che il mercato cambiasse ancora, per poi essere dominato dalle telecamere degli smartphone con elevate caratteristiche tecniche. Infatti, nel 2012 la società ha presentato istanza di fallimento e ha tentato la sorte con altri modelli imprenditoriali.

Concorrenza e monopolio non sono degli opposti assoluti, ma rappresentano una contraddizione dialettica: la competizione crea il monopolio perché prevale il prodotto migliore. Monopoli con profitti alti attraggono nuovi concorrenti, che distruggono gradualmente il monopolio, ma a un certo punto possono diventare essi stessi temporaneamente un monopolio, per poi essere nuovamente sopravanzati dai loro concorrenti. Solo con i monopoli pubblici questo processo non avviene perché il governo impedisce la competizione.

I monopoli non-pubblici scompaiono prima o poi, perché i monopolisti, crescendo, diventando troppo grandi e inefficienti, sono soggetti a pressioni competitive minime e il loro *modus operandi* si conforma sempre più a quello di un'impresa pubblica.

