There are no translations available.

Nel 2004 ho iniziato a razionalizzare quello che percepivo istintivamente come una discrepanza, erroneamente, ma forse come la stragrande parte dei consumatori, ritenevo che il prezzo si formasse sulla base della domanda/offerta e che **lo stesso bene/servizio** a parità di luogo e tempo a seguito della concorrenza non potesse assumere prezzi "
significativamente diversi
" (per intenderci che il rapporto tra il prezzo minimo e quello massimo per lo stesso bene e servizio, nel medesimo luogo e nel medesimo tempo e nei confronti del medesimo cliente fosse inferiore a qualche punto percentuale), ma con mia grande sorpresa ho constatato che ciò era smentito da alcuni esempi sotto gli occhi di tutti.

Ciò che aveva attirato la mia attenzione era il prezzo degli SMS e la constatazione che gli SMS erano solo dei bit come lo erano le telefonate da un apparato mobile o come lo erano la navigazione in internet, così scrissi sul sito di Assoprovider il mio primo post e poichè era la prima volta che esprimevo una razionalizzazione la spiegazione risultò particolarmente articolata.

Per chiarire meglio la causa del mio disagio voglio partire da lontano escludendo l'elettronica di modo che chiunque, anche senza alcuna formazione tecnica specifica, possa seguire dei ragionamenti che voglio basare sulla logica e sulla individuazione del sentire comune.

Voglio analizzare e descrivere alcuni elementi costituenti le relazioni economiche, che sono un sotto insieme delle relazioni sociali.

Nell'ambito delle relazioni economiche vi sono elementi spesso assunti in modo quasi automatico/scontato e quindi privo di analisi critica delle conseguenze o che vengono utilizzati in sillogismi che trascurano l'intero spettro delle conseguenze assumendone tra esse solo il sotto insieme più funzionale alla dimostrazione di una tesi di parte.

Il **primo elemento** che voglio analizzare è la "cessione completa" di beni fisici, e cioè di quanto avviene nel caso un bene fisico passi dal controllo del soggetto "A" al controllo del soggetto "B" (come nel caso dell'acquisto da parte di "B" del bene posto in vendita da "A"), dalle mie scarne conoscenze di diritto (e da quello che è il sentire comune) la cessione del bene, comporta la piena disponibilità del medesimo da parte del soggetto "B" acquirente che ne può fare ciò che

vuole ...utilizzarlo come meglio crede compreso distruggerlo senza che alcuna condizione si opponibile dal soggetto "A".

Il **secondo elemento** (discendente dal primo) che voglio analizzare è il "prezzo" dove l'attenzione non è sul come esso venga determinato e/o sulla correttezza della sua entità, ma su quando esso si formi e se esistano o meno vincoli e/o se vi siano sentimenti collettivi su tale aspetto.

il **terzo elemento** è la differenza che intercorre tra la cessione di beni e quella di servizi ed in particolare voglio analizzare i servizi di trasporto che presentano la particolarità di essere una transazione economica ove gli attori in gioco non sono DUE ma TRE: (mittente, trasportatore, destinatario)

il **quarto elemento** è la contemporaneità dello scambio e quindi l'assenza di considerazioni di tipo finanziario.

Nella forma più elementare e primordiale di relazione economica che è il baratto (ovviamente in assenza di moneta) non esiste il prezzo ed ogni singolo baratto costituisce storia a se stante, i beni/servizi vengono scambiati contestualmente, ed esso costituisce un evento privato ... in pratica mancano gli elementi di comparazione tra cosa sia avvenuto nei diversi baratti.

Con la nascita della moneta le cose cambiano in quanto a parità di merce/servizio ceduto è più facile capire se le diverse cessioni sono o meno equivalenti.

Tuttavia anche in presenza della moneta comunque i contraenti continuano ad accordarsi liberamente per scambi che pur essendo perfettamente equivalenti in termini di bene/servizio ceduto possono avere valori monetari enormemente diversi.

Il prezzo si forma durante la contrattazione e (venditore ed acquirente) hanno entrambi (per opposte ragioni) l'interesse a dissimulare eventuali comportamenti discriminatori inaccettabili dalla controparte (ad esempio anche se mi stai antipatico non te lo faccio capire perché potrei pagarne economicamente le conseguenze) l'evento continua ad essere privato e non pubblico.

La conoscenza degli scambi antecedenti effettuati da Venditore e Acquirente come i rapporti di forza tra Venditore ed Acquirente costituisce parte integrante della trattativa che porta alla valorizzazione scambio da definire.

Ad un certo punto dell'evoluzione delle relazioni economiche come razionalizzazione e semplificazione/automatizzazione del processo di trattativa, ma anche come strumento per aumentare il volume degli scambi, il prezzo non nasce più dalla contrattazione di ogni singolo scambio ma viene predeterminato dal venditore e portato a **conoscenza pubblica**, ma come contropartita abbiamo che diviene più difficile dissimulare le discriminazioni indicibili di cui sopra e quindi in un
regime di concorrenza
il venditore non discrimina pubblicamente per non pagarne le conseguenze economiche.

E' da notare che una delle conseguenze dell'assenza di concorrenza è il venir meno delle conseguenze economiche quale deterrente naturale alla discriminazione.

Per il venditore diviene opportuno attuare politiche di prezzo che nascono da oggettive variazioni del prodotto.

Il prezzo esposto è un contratto di scambio implicito dove è pubblica la parte proponente, l'oggetto della proposta e la contropartita minima che si accetta.

Nulla impedirebbe di rendere pubblico un oggetto che attui le discriminazioni indicibili di cui sopra ma questo vorrebbe dire esporsi alle conseguenze economiche.

Ne consegue che:

1. vengono ritenute accettabili le discriminazioni economiche che il fornitore attua a patto che esse siano oggettive, ad esempio nel caso del trasporto (peso, volume, distanza, pericolosità contenuto, data di effettuazione trasporto, condizioni di solvibilità del committente) .

2. vengono ritenute NON ACCETTABILI le discriminazioni economiche che risultino indipendenti da criteri oggettivi del servizio e che dipendano invece da considerazioni sull'acquirente:

1. considerazioni sull'acquirente indipendenti dal prodotto/servizio come ad esempio la sua razza, il suo credo politico/religioso/sociale
2. considerazioni sull'acquirente dipendenti dal prodotto/servizio come ad esempio la capacità dell'acquirente di sviluppare reddito a partire da quel bene e servizio.

Quanto previsto al punto 2.1 è esplicitamente vietato da norme di rango costituzionale, mentre quanto previsto al punto 2.2. pur essendo nel sentire comune non è esplicitamente vietato ed è alla radice di alcune anomalie economiche.

In pratica nel commercio al pubblico il prezzo "esposto" deve essere deciso "prima" di conoscere il cliente e quindi indipendentemente dall'uso che l'utente ne farà... in altri termini se sono un fruttivendolo e vendo mele ogni mattina posso decidere a quale prezzo (e quindi con marginalità a mio piacere) oggi vendo le mele ma una volta che ho esposto il prezzo al pubblico non posso modificarlo al rialzo sulla base del cliente che me le chiederà.

Così se sono un trasportatore devo definire le tariffe del mio trasporto e le condizioni che possono variare l'importo del trasporto ma lo devo fare prima di conoscere quale sia il cliente (mittente e/o destinatario) che mi chiederà il trasporto ed a nessun trasportatore è mai venuto in mente di definire delle tariffe che ponessero come criterio di determinazione del trasporto il profitto che ne trarrà il cliente dalla merce trasportata.

Anche perchè quandanche a tutti i trasportatori venisse in mente di comportarsi in tale modo (annullamento della concorrenza) la contro misura immediatamente attuata dai potenziali clienti sarebbe quella di realizzare in proprio il servizio del trasporto, in pratica la contromisura piu potente di qualsiasi autorità di regolamentazione sta nella libertà di NASCITA di nuovi trasportatori

Ma nelle TLC sta accadendo qualcosa di strano ... e come illustrerò di seguito il trasportatore sempre più spesso e sempre più arrogantemente (ma perché la strutturazione del mercato glielo consente) vuole implicitamente od esplicitamente decidere il prezzo del trasporto non a

priori (cioè prima di conoscere l'identità del mittente/destinatario e/o l'utilità del informazione trasportata) ma sulla base dell'utilità che il trasporto riveste per il mittente e/o per il destinatario o per entrambi.

Questo è quanto chiedono a turno Vodafone Telefonica TelecomItalia etc. quando dicono ad esempio che Google dovrebbe ricompensarli ... dimenticando che il trasporto da e per Google i loro rispettivi clienti glielo hanno già pagato (e delle due l'una o hanno sbagliato le tariffe applicate ai propri utenti, e allora che provvedano a rivederle, oppure stanno "odiosamente" alzando le loro pretese solo e soltanto perché hanno scoperto che Google sviluppa un business, in parte, anche utilizzando il loro trasporto)

Ma per quale motivo tale arrogante richiesta (a differenza di quanto può accadere con il trasporto di beni fisici) non può essere disarmata dai potenziali clienti? .... semplice perché l'esercizio autonomo del trasporto di informazioni non è consentito ai cittadini.

In particolare se vi sono condizioni strutturali (leggi configurazioni normative) che impediscono la NASCITA di nuovi produttori/imprenditori (ma anche paradossalmente di nuovi consumatori/clienti) e quindi si creano le condizioni strutturale per il realizzarsi di GRUPPI CHIUSI è abbastanza ovvio che chi si trova nella condizione di GRUPPO CHIUSO prima o poi inizierà ad approffitare dei vantaggi che crea un qualsiasi gruppo chiuso sia esso di produttori e/o di consumatori.

Internet è così fastidioso per gli operatori di TLC perché non permette la piena ingerenza da parte dell'operatore di TLC negli economics del mittente e/o destinatario e/o del contenuto trasportato ed un esempio di come si comportino gli operatori di TLC quanto tale controllo sia possibile lo abbiamo con gli SMS.

Nella codifica GSM il trasporto della voce viene realizzato suddividendo la voce in intervalli di 20millisecondi e la voce in essi contenuti viene codificata con 260 bits ne discende che 1 secondo di voce nella codifica GSM necessita di 13.000 bit.

Nella codifica GSM un SMS consente 160 caratteri codificati a 7 bit e pertanto sono 1120 bit.

A questo punto possiamo calcolare quanti SMS sono contenuti **in UN secondo** di coversazione semplicemente dividento 13.000 per 1120 ottenendo
11,60
.

Se ipotizziamo che tutti gli SMS utilizzino completamente tutti i 160 caratteri disponibili abbiamo che in UN secondo di voce sono contenibili più di 11 SMS (11,60 per la precisione) ed **in UN minuto di voce**
vi sono
696 SMS
, ma se consideriamo che la lunghezza media dell'SMS inviato è di circa 40 caratteri allora possiamo dedurre che con i bit di un minuto di conversazione si possono realizzare circa
2800 SMS
.

Gli operatori mobili vendono il minuto di conversazione normalmente ad un prezzo INFERIORE al prezzo del SINGOLO SMS e quindi anche ammettendo che vendessero i minuti di conversazione alla pari (senza fare utile) avremmo che i bit degli **SMS rendono 2800 volte piu che quelli della fonia mobile!**
.

Quale settore merceologico sano, e cioè privo di barriere artificiose di ingresso, di fronte ad un simile margine operativo lordo non vedrebbe una esplosione di imprenditori?

La lettura di Odlyzko aiuta a comprendere come la formazione del prezzo quando non siamo in presenza di concorrenza segua strade volutamente oscure ed inconfessabili in particolare il saggio **The evolution of price discrimination in transportation and its implications for the Internet** confuta quanto sopra esposto, ed in particolare la tabella1 di pagina 324 dove si evidenzia come i bit abbiano prezzi diversi pur ESSENDO LA STESSA COSA.