

LA STAMPA

PARIGI PUNISCE AMAZON, MA PAGANO I LETTORI

MASSIMILIANO PANARARI

Amazon o non Amazon? Questo (postmodernissimo) neodilemma amletico si sta riproponendo dopo il decreto del governo francese che stabilisce una tariffa minima di 3 euro (come suggerito dall'Arcep, l'Autorità di regolazione per le comunicazioni elettroniche, postali e stampa) per la spedizione dei libri acquistati "da remoto". Una decisione che evidenzia, una volta di più, quanto il segno primario della nostra epoca, dominata dall'economia digitale, sia quello dell'ambivalenza. Perché esistono sia dei pro che dei contro in questa scelta di policy, che possiede anche un'evidente valenza simbolica (la Francia si trova da tempo in prima fila sul fronte delle reazioni allo strapotere di Big Tech). E, altresì, una ripercussione concreta in negativo per i consumatori, derivante dall'aggravio – praticamente sicuro – dei costi.

La mossa dell'esecutivo di Parigi è motivata dall'intenzione (nobile) di tutelare le librerie dalla concorrenza facilitata degli acquisti tramite e-commerce (da Amazon alla "tricolore" Fnac). Così, se il Paese transalpino appare affetto, non di rado, da eccessi di nazionalismo e protezionismo, la protezione delle librerie indipendenti intese quali componenti del patrimonio culturale costituisce sicuramente un aspetto positivo e importante. Un segnale di difesa di una piccola categoria imprenditoriale senza la quale il già fiaccatissimo ceto medio delle democrazie liberali si indebolisce ulteriormente. Inoltre, sebbene la Francia sia uno dei luoghi dove è stato più largamente teorizzato quello che Paul Lafargue e i situazionisti chiamavano il «diritto all'ozio», la decisione dell'Arcep si presenta anche alla stregua di una misura anti-«pigrizia» (per dirla con Dagospia) per spingere una parte del pubblico a «uscire» dallo schermo e andare a sfogliare i volumi direttamente in libreria. Per contro, però, ci sono consumatori che



per ragioni di orario lavorativo si ritrovano i negozi chiusi quando escono, e per i quali, quindi, il commercio online è uno strumento di libertà (e non soltanto di shopping). Si può poi facilmente immaginare che sarà proprio il consumatore finale a pagare il prezzo più salato, poiché l'incremento dei

costi per i canali di e-commerce verrà scaricato su di lui; una conseguenza che potrebbe generare l'ulteriore esternalità (molto) negativa di una riduzione complessiva degli acquisti dei volumi. E a "complessificare" ulteriormente la questione c'è il fatto che il «Sindacato della libreria francese» esprime, a sua volta, alcune critiche al provvedimento, e solleva la questione di una disparità di trattamento economico sui costi di spedizione rispetto alle piattaforme.

Questa decisione costituisce una risposta alla disintermediazione, che identifica una spinta sociale fortissima e forse impossibile da contrastare. E, dunque, seppur (come viene da pensare) goccia nel mare magnum dei rapporti di forza squilibrati a favore degli Over the top digitali, si tratta di una scelta effettiva e reale, e come tale di rilievo. Come deve essere, dal momento che la politica si configura soprattutto quale allocazione delle risorse rispetto agli interessi organizzati in competizione. Nondimeno, sul mercato esistono altre lobby beneficiarie di protezioni inappropriate che vanno a penalizzare i consumatori – e per le quali (si pensi all'annoso problema dei taxi) proprio dalle piattaforme arrivano delle soluzioni utili.

Le piattaforme non riflettono più il sociale, ma lo producono sotto molti punti di vista. Pertanto, decisori e opinione pubblica dovrebbero dotarsi di grande senso della misura, ed esprimere un giudizio quanto più equilibrato possibile in un'ottica di interesse generale. —