
La protesta dei tassisti

Autore: Giovanni Arletti

Fonte: Città Nuova

L'opinione di un imprenditore in merito all'agitazione che ha bloccato il traffico nelle principali città italiane per contestare la concorrenza, definita scorretta, e i modelli di business della piattaforma Uber

I nuovi modelli di Business. Negli anni Novanta uscì un libro di Christensen *The Innovator's Dilemma*. Si poneva due domande: «Perché è così difficile per un'azienda mantenere il successo?» e «l'innovazione di successo non può davvero essere prevista, così come suggeriscono i dati?». Si rispose da solo con una teoria, per oltre vent'anni tutti gli strateghi aziendali dissero di ispirarsi a lui, il suo terreno di coltura era Silicon Valley, fino all'esempio mito del modello, Uber. Questi, in cinque anni raggiunse una capitalizzazione *monstre*: 68 miliardi \$, più di Gm e Fca insieme! Una sintesi di questo mondo magico: «Inventare il nuovo distruggendo il vecchio». Dopo l'uscita dei risultati di Uber . Ecco i conti della serva (modalità ancora insuperata per valutare un'azienda): da settembre 2014 a settembre 2015 ha fatturato 1,4 miliardi \$ ne ha persi 2, cioè ogni 100 \$ incassati ne perde 143. Nel primo semestre del 2016, pur avendo tagliato massicciamente il compenso dei *driver*, è riuscita a perdere 1,2 miliardi (2,5-3 su base annua?). Secondo Hubert Horan, massimo esperto di trasporti pubblici, gli utenti di Uber con questi prezzi pagano solo il 43% dei costi. L'analisi, il loro è il vecchio giochino del dumping (prezzi-sociale) per distruggere i concorrenti fino a diventare monopolisti. La novità è l'aggirare le leggi con modalità illegali però legalizzate (lobbying) in corso d'opera, nel dribblare le tasse, nel confezionare geniali confetti comunicazionali. Finalmente la prestigiosa *Mit Sloan Review* demolisce definitivamente la teoria di Christensen: «Le sue affermazioni sono corrette solo nel 9% dei casi», la celebre storica Jill Lepore di Harvard «la teoria fa acqua da tutte le parti», persino *Economist*, un tempo affascinato dal nuovo, è duro: «Falso che siano aziende competitive visto che puntano al monopolio»; poi il colpo del K.O. «non investono, peggio, accumulano riserve in paradisi fiscali». Diciamolo: questa teoria della *disruptive innovation* non solo ha gabbato studiosi di organizzazione aziendale e di modelli di business, beffato i media, turlupinato investitori, ma ha distrutto il tessuto sociale (welfare, regole, sindacati) del mondo del lavoro, al solo scopo di raccattare miserabili scampoli di business. Per dare lavoretti a poveracci, ha creato altrove disoccupati, favorendo le grandi aziende che hanno così potuto avvalersi di lavoratori disperati, abbassando il costo del lavoro. Alla fine: «Questa ideologia, questi modelli, questi comportamenti manageriali, hanno fatto vincere Donald Trump».