

# STOREP

*Italian Association for the History of Political Economy*  
Associazione Italiana per la Storia dell'Economia Politica

STOREPapers

ISSN 2282-0299

WP 6-2013

[title] Coase su “Durability and Monopoly” (Una questione di priorità e non solo)

[author] Italo MAGNANI

[revision] Jan 2013

[JEL codes] B00

[Keywords] Durable goods; Monopoly; Priority; Ronald Coase; Maffeo Pantaleoni.

[Abstract] This paper addresses certain issues of priority about the monopoly of durable goods. It argues that Maffeo Pantaleoni was the first scholar to address the topic in few pages of the unpublished notes of his lectures held in Naples in the academic year 1896-1897. Pantaleoni's thesis is an exhaustive and convincing one: the monopolist has the possibility and convenience to sell the whole stock of durable goods he owns by applying a policy of price discrimination. The fact that Pantaleoni's notes are unpublished and unknown contributes to explain why no paternity has been recognised to him and conversely has been attributed unanimously to Ronald Coase, who wrote on the topic some eighty years later, in 1972, in a paper published by the Journal of Law and Economics (Vol. 15, No. 1, pp. 143-149). It is worth noticing that Coase, similarly to Pantaleoni, recognises that the monopoly of durable goods sells the entire stock it owns. Nevertheless, on the other hand, he also denies that price discrimination can be pursued, and the price would rather be unique and equal to the one that perfect competition would produce. This does not seem a good reason to attribute the merit of paternity to Coase. As argued by this paper, Coase's argument suffers of important flaws and, from certain points of view, is also contradictory. Moreover, in spite of the good it contains, his argument came after many decades since Pantaleoni understood the specificity of the question, addressed it convincingly, and wrote on it.

# Coase su “Durability and Monopoly” (Una questione di priorità e non solo)

Italo Magnani<sup>1</sup>

Dipartimento di Giurisprudenza della **Università di Pavia**

**VERSIONE PROVVISORIA**

**Indice-Sommario:** 1. I brillantoni del regno di Eldorado; 2. Una questione di priorità; 3. Sintesi; 4. Monopolio di stock e prezzi multipli in Pantaleoni; 5. Monopolio di stock e prezzo di concorrenza in Coase; 6. L'esempio della terra come bene durevole non è un esempio felice; 7. Dubbi e perplessità. Sarà poi vero che il monopolio vende la stessa quantità della concorrenza allo stesso prezzo della concorrenza?; 8. Alla ricerca di un'interpretazione non contraddittoria: le aspettative; 9. Coase: in quale scenario si colloca?; 10. Quali certezze e quali prezzi unici: il prezzo di concorrenza o il prezzo di monopolio?; 11. Nel paese di Bengodi; 12. I *contractual arrangements* come espediente per proteggere il profitto di monopolio; 13. (Una postilla) La trasparenza sulla quantità, ma non sul prezzo: una particolare forma di discriminazione dei prezzi; 14. *Arrangements* e prezzo unico vs velo di ignoranza e discriminazione dei prezzi; 15. La stabilità dell'equilibrio del monopolio che fa discriminazione dei prezzi; 16. (Segue) Una spiegazione grafica; 17. Una volta che esaurito il suo compito, il mercato scompare per sempre; 18. Conclusioni: somiglianze e dissomiglianze tra Pantaleoni e Coase; 19. Opere citate.

“Pereant qui ante nos nostra dixerunt”

(Aelius Donatus)

---

<sup>1</sup> L'Autore è professore ordinario di Economia Politica nella Facoltà di Giurisprudenza dell'Università di Pavia. Indirizzo: Corso Strada Nuova, 65 - 27100 Pavia. Indirizzo di posta elettronica: [italo.magnani@unipv.it](mailto:italo.magnani@unipv.it). Desidero ringraziare Paolo Bertolotti che ha letto, commentato e migliorato il manoscritto.

“Mai i miei pensieri sono andati al di là  
dell’intento di voler edificare su di un terreno  
che fosse interamente mio”  
(Cartesio)

**Parole chiave:** Beni durevoli, Monopolio, Priorità, Ronald Coase, Maffeo Pantaleoni.

**Ronald Coase on “Durability and Monopoly” (Questions of priority and something more)  
Abstract**

This paper addresses certain issues of priority about the monopoly of durable goods. It argues that Maffeo Pantaleoni was the first scholar to address the topic in few pages of the unpublished notes of his lectures held in Naples in the academic year 1896-1897. Pantaleoni’s thesis is an exhaustive and convincing one: the monopolist has the possibility and convenience to sell the whole stock of durable goods he owns by applying a policy of price discrimination.

The fact that Pantaleoni’s notes are unpublished and unknown contributes to explain why no paternity has been recognised to him and conversely has been attributed unanimously to Ronald Coase, who wrote on the topic some eighty years later, in 1972, in a paper published by the *Journal of Law and Economics* (Vol. 15, No. 1, pp. 143-149).

It is worth noticing that Coase, similarly to Pantaleoni, recognises that the monopoly of durable goods sells the entire stock it owns. Nevertheless, on the other hand, he also denies that price discrimination can be pursued, and the price would rather be unique and equal to the one that perfect competition would produce.

This does not seem a good reason to attribute the merit of paternity to Coase. As argued by this paper, Coase’s argument suffers of important flaws and, from certain points of view, is also contradictory. Moreover, in spite of the good it contains, his argument came after many decades since Pantaleoni understood the specificity of the question, addressed it convincingly, and wrote on it.

**Keywords:** Durable goods; Monopoly; Priority; Ronald Coase; Maffeo Pantaleoni.

**Jel classification:** B00.



## **1. I brillantoni del regno di Eldorado**

Un mio collega economista di ritorno da uno dei suoi viaggi nei paesi esotici che gli piacciono tanto, questa volta reduce dal paese di Eldorado, mi racconta di avere visto il tesoro del re e di essere rimasto sbalordito davanti alla quantità enorme di pietre preziose che lo componevano. Erano tanto numerose - osserva - che, per quanto fossero una più bella e più grande dell'altra, non sarebbe stato possibile vendere tutto se non abbassando il prezzo ad un livello non diverso da zero (ed era tale l'abbondanza che forse anche così qualcuna sarebbe rimasta invenduta). A suo dire, il valore delle pietre preziose e il patrimonio da esse rappresentato era meramente virtuale. Era persuaso che mai avrebbe potuto essere realizzato e perciò riteneva che vi fosse qualche buon motivo per non cercare di vendere tutto quel ben di Dio, ma forse neanche per tenerlo congelato in cassaforte, perché delle due l'una: o si vende e allora tutto il ben di Dio non vale nulla, oppure vale molto, ma a condizione di non vendere.

## **2. Una questione di priorità**

L'episodio mi dà l'occasione di riprendere il tema del monopolio di "beni durevoli", cioè di quei beni non deteriorabili che sono disponibili in quantità fissa, vuoi perché non riproducibili, vuoi perché figli di un processo produttivo risalente al passato e fermatosi non appena la loro quantità fosse divenuta eguale a quella desiderata. Dunque, una volta che questi beni per qualunque motivo si fossero resi disponibili, il tema non riguarderà più la loro produzione (salvo che per i brevi cenni che faremo nel par. 12 e nel par. 15), ma sarà limitato al quanto convenga vendere dello stock disponibile e con quali modalità.

Me ne occuperò guardando a *Durability and Monopoly*. E' un articolo scritto quarant'anni fa da Ronald Coase e pubblicato sul suo "Journal of Law and Economics" (vol. 15, n. 1, aprile 1972, pp. 143-149) con il proposito di chiarire alcuni aspetti del comportamento di un soggetto che possieda l'intero stock del bene durevole e che perciò sia nella condizione spettante al monopolista.

In effetti, questo tema è oramai divenuto un tassello inossidabile della letteratura economica il cui merito viene fatto risalire all'articolo di Coase, che apparentemente è senza precedenti. E anche noi potremmo attribuirgli a cuor leggero una priorità, se non sapessimo che vi è un precursore nella persona di

Maffeo Pantaleoni. Non dico che quello di Coase sia un merito usurpato, affermo solo che il contributo dello studioso italiano viene prima, molto prima che Coase pubblicasse il suo articolo, ed è peccato che sia stato dimenticato come sono state comprensibilmente dimenticate le sue *Lezioni napoletane di economia politica*, pubblicate in edizione litografata, in tiratura limitata, mai ristampate, introvabili e risalenti alla antichità dei tempi antichi, essendo state professate nel corso dell'anno accademico 1896-97<sup>2</sup>. Vi si possono leggere alcune paginette che colgono con grande nitore le specificità del monopolio di beni durevoli e che anticipano il tema che ottant'anni dopo sarebbe stato presentato da Coase in modi più complessi e ambiziosi e con risultati diversi e tanto singolari da essere correntemente identificati come "the Coase conjecture"<sup>3</sup>, ma anche, e fors'anche per questo, esposti ai miei dubbi e a qualche perplessità.

Quella di Pantaleoni è dunque una vera primazia che merita di essere portata all'onore del mondo.

### **3. Sintesi**

Comincio con l'occuparmi di Pantaleoni (par. 4) di cui condivido l'idea che il monopolista venda tutti i beni durevoli che possiede perché ricorre alla discriminazione dei prezzi. Presento poi il contributo di Coase (par. 5), il quale anche prevede che il monopolista venda tutto ciò che possiede, ma non perché si valga di prezzi multipli che a suo giudizio sarebbero impraticabili, ma perché il contesto è tale da costringerlo a confrontarsi con un unico prezzo eguale a quello della concorrenza.

Nel cercare di capire i risultati di Coase, sono andato ad inciampare in un primo inconveniente. Coase prende la terra come esempio di bene durevole, quasi fosse il più idoneo a presentare la logica del suo argomentare. Ma non è un esempio felice, perché, a ben vedere, il suo prezzo dipende dalla quantità messa a coltura e non invece dalla quantità venduta come è implicito nella analisi di

---

<sup>2</sup> Il testo delle lezioni è "a cura degli studenti Edoardo Cuciniello e Giuseppe De Turro, Napoli, anno scolastico 1896-1897, edizione litografata". La questione è stata ripresentata nei medesimi termini dallo stesso Pantaleoni alcuni anni dopo, nelle *Lezioni di economia politica del Prof. Pantaleoni, deputato al Parlamento*, "raccolte stenograficamente, rivedute e corrette dal professore, anno 1901-1902, Litografia P. Casetti & C., Roma".

<sup>3</sup> "The Coase conjecture" è l'espressione che compare tra l'altro nel titolo (e nel testo!) dell'articolo di Gul, Sonnenschein e Wilson apparso sul "Journal of Economic Theory" del 1986.

Coase. Se si vuole salvare Coase occorre dunque ipotizzare che vi sia una stretta correlazione tra la quantità coltivata e la quantità venduta, accettando un'interpretazione accomodante del suo pensiero che consenta di considerare il "bene strumentale" terra in modo non dissimile dal caso generale dei "beni di consumo durevole" (par. 6).

Una volta che fossimo riusciti a superare questi inconvenienti, potremo tornare a guardare al contributo di Coase là dove afferma che l'esito di un mercato di monopolio di beni durevoli sarebbe un prezzo concorrenziale e la vendita di tutta la merce disponibile. Di nuovo trovo che queste sue conclusioni non sono convincenti (par. 7) e perciò cerco di spiegare il perché e di salvarle inventandomi una mia personalissima ipotesi interpretativa *in favor rei*. Ma anche questa mia personalissima ipotesi non è in grado di provare l'impossibilità di fare discriminazione dei prezzi e perciò non mi persuade (par. 8), la abbandono e rinuncio ad ogni ulteriore tentativo di superare le mie perplessità attorno allo schema coasiano (parr. 9-11).

Con questo non escludo che, sia pure limitatamente ad uno scenario di trasparenza, il prezzo del bene durevole sia uno solo, ma rimane da capire se debba essere proprio il prezzo della concorrenza, come vorrebbe Coase, o non possa piuttosto essere un altro, ad esempio quello più alto del monopolio, magari raggiunto spontaneamente nonostante che una frazione di merce residua possa rimanere invenduta e, come tale, possa essere di inciampo alla stabilità di un equilibrio che, per essere duraturo, avrebbe bisogno di strumenti idonei a puntellarlo (è il tema degli *arrangements* di cui ci occupiamo nel par. 12).

Vi sono dunque differenze marcate nelle possibilità e anche nelle convenienze delle rispettive condotte, quella del monopolio che ammette la discriminare dei prezzi, come è nello schema di Pantaleoni (e non solo. Cfr. par. 13) e quella del monopolio secondo Coase, il quale, al più, riesce ad applicare un prezzo unitario di monopolio quando non riuscisse a sottrarsi ad un prezzo di concorrenza (parr. 14 e 15).

Per chi, come me, non condivide la congettura di Coase secondo la quale il monopolio si comporterebbe come la concorrenza, ma cerca di salvarne l'intuizione, può essere utile andare alla ricerca di una strada diversa dalla sua, ma che sia egualmente capace di produrre i suoi stessi risultati. E' in questa

prospettiva che mi sono chiesto (parr. 15-16) se non sia piuttosto plausibile che il monopolio sia destinato a trasformarsi, esso stesso, in un mercato concorrenziale. Ma anche questo mio tentativo si è rivelato impraticabile ancor prima che inattendibile e perciò non mi è rimasto che accettare che il monopolio resti monopolio e, come tale, scelga un unico prezzo di monopolio, quando non preferisca fare discriminazione dei prezzi. Dunque, sono persuaso che non vi sia modo di salvare la tesi di Coase, penso invece che il monopolio 1) non si comporti come la concorrenza, 2) né si trasformi in concorrenza. Piuttosto occorre notare che il monopolio è destinato a scomparire una volta che avesse venduto tutto lo stock del bene durevole, senza che nulla e nessuno gli possa subentrare (par. 17).

Da ultimo (par. 18) è sembrato utile concludere con un confronto riassuntivo tra i due protagonisti di questo mio scrivere. Esso valga a ribadire le mie opinioni su Coase e sull'importanza e la superiorità che attribuisco al contributo seminale di Pantaleoni.

#### **4. Monopolio di stock e prezzi multipli in Pantaleoni**

E veniamo a Pantaleoni. Lo studioso marchigiano spiega persuasivamente che, quando i compratori fossero avvolti da un velo di ignoranza attorno all'effettiva consistenza dello stock del bene durevole, il venditore in monopolio avrebbe convenienza e possibilità di vendere una dopo l'altra ciascuna unità sino a completo esaurimento della merce, ricorrendo a prezzi che ricalchino l'andamento della "tabella mengeriana" (ossia della domanda)<sup>4</sup> e che, dunque, sarebbero sempre più bassi a mano a mano che procedono le vendite. In questo modo si arriva all'ultima unità, posta in vendita ad un prezzo non diverso da zero, o comunque al prezzo più basso tra tutti (il prezzo sarebbe maggiore di zero se l'intero stock si esaurisse prima che la domanda si azzeri, mentre sarebbe virtualmente minore di zero nel caso contrario). Sottolineo che sarà solamente l'ultima unità ad essere venduta a prezzo zero (o al prezzo minimo) e non l'intero stock, come vorrebbe Coase e come paventa il mio collega di ritorno dal reame di Eldorado.

---

<sup>4</sup> A p. 175 delle sue *Lezioni* napoletane Pantaleoni si aiuta con un esempio numerico della tabella mengeriana che non lascia dubbi attorno al suo significato di curva di domanda.



Il motivo per cui sotto un velo di ignoranza è possibile discriminare i prezzi è che i compratori sono indotti a comprare a prezzo “alto”, perché non sanno che lo stock in vendita è in quantità superiore a quanto pensano e perciò non possono sapere che, aspettando, avrebbero la fortuna di poter acquistare a prezzi “bassi”. Il motivo per cui l’operazione è conveniente è che essa produce il massimo profitto compatibile con le condizioni della domanda.

Con quel suo scrivere tanto disadorno da parer quasi parlato e tanto espressivo e colloquiale nella sua immediatezza da sembrare adatto ad una lezione stenografata e invece è caratteristica inconfondibile di tutti i suoi scritti, Pantaleoni si esprime così:

“Continuiamo ad occuparci del monopolista.

Voi avete visto [nelle pagine precedenti], per dirla in due parole, come, in caso di monopolio, il prezzo sia una funzione della quantità di merce offerta, oppure, come la quantità di merce smerciata sia una funzione del prezzo. Voi vedrete or ora che questo teorema regge pure in caso di concorrenza. Ma, allora, in che sta la posizione privilegiata che comunemente si attribuisce al monopolista? Ecco qua: il monopolista può fare due cose le quali non si possono fare quando vi ha concorrenza:

Escussione successiva dei compratori in ordine di intensità di domanda.

Tenete nuovamente presente la tabella mengeriana. Vi colpirà subito che un monopolista avrebbe interesse a portare prima sul mercato un solo cavallo [un solo brillantone nell’esempio del re di Eldorado: sono entrambi beni durevoli!], di non far sapere che ve ne sono degli altri e di venderlo al maggior offerente, cioè a  $B'$ , ad un prezzo tra 70 e 80; poi porterà sul mercato altri due cavalli e li venderà ad un prezzo tra 60 e 70 a  $B'$  e  $B''$ . Poi porterà altri tre cavalli e li venderà ad un prezzo tra 50 e 60 a  $B'$ ,  $B''$  e  $B'''$ . Così otterrà, poniamo, 75 per il primo cavallo, più 65 per due altri, più 55 per tre altri, invece di ricevere 55 per tutti e sei come sarebbe accaduto se li avesse offerti [tutti] in una volta.

Un sistema di escussione successiva sarà tentato ovunque i consumatori non conoscono le condizioni di offerta” (*ivi, Lezione XIII*, pp. 187-188).

Il seguito del brano presenta una gran varietà di esempi di pratica applicazione dei prezzi multipli, intuisce non senza ingegno che essi sono riconducibili al caso generale in cui vi siano le condizioni per differenziare il prodotto<sup>5</sup> e ribadisce un

---

<sup>5</sup> Senza volerne esagerare l’importanza, questa breve analisi è interessante anche perché si sofferma su di alcune caratteristiche proprie di forme di mercato imperfette che molti anni dopo sarebbero state valorizzate da Chamberlin nella *Theory of Monopolistic Competition* (1933). Il punto sollevato da Pantaleoni è che la vendita dell’intero stock realizzata abbassando via via il prezzo è un caso particolare del caso generale in cui il medesimo bene può avere prezzi diversi quando vi siano le condizioni per differenziare il prodotto: “Nel commercio al dettaglio ogni

punto dell'analisi che, ai nostri fini, è rilevante, ossia che questo modo di procedere è possibile soltanto nel caso di monopolio. Sarebbe, invece, spazzato via ove subentrasse la concorrenza:

“Un vantaggio ulteriore [della concorrenza] è che la escussione successiva dei compratori in ordine alla intensità della loro domanda è impossibile. Se Secundus provasse di portare un solo cavallo sul mercato per venderlo a  $B'$  a 80, si troverebbe subito Primus in piazza a offrirne pure lui, non uno, ma due e tre, e quanti altri avesse da vendere.

L'effetto complessivo della libera concorrenza è questo..., che il prezzo sul mercato è unico per tutti quanti e non sono possibili prezzi diversi e successivi per i diversi compratori” (*ivi*, p. 195).

Il brano, nella sua semplicità, non ha bisogno di molti commenti: 1) se il compratore non conosce il totale della quantità disponibile del bene durevole, il monopolista è nella condizione di fare vantaggiosamente una politica di discriminazione dei prezzi che ricalca l'andamento della curva di domanda a partire dalla prima unità e sino ad esaurimento dell'intero stock; 2) vi è una somiglianza con la concorrenza, per altro limitata al fatto che in entrambe le forme di mercato si vende la medesima quantità, ossia l'intero stock a disposizione; 3) vi è però una differenza sostanziale, perché solo nel caso di

---

bottegante può considerarsi come possessore di un monopolio molto limitato, limitato cioè alla noia cui dovrebbe sottostare il consumatore se, anziché ricorrere al bottegante più vicino, dovesse cercarsi quello che oggi o domani gli fa il prezzo migliore. Ora i botteganti usano per lo più un sistema di prezzi diversi, a seconda della agiatezza e della ignoranza della clientela. Il forestiero paga di solito di più. Ogni commerciante classifica il suo avventore in una tabella Mengeriana, appena lo vede entrare in bottega e tenta il colpo del monopolista. Nei teatri, la differenza notevole di prezzo da taluni posti e altri posti appare come una escussione successiva con il manto [*sic*] di un piccolo vantaggio più onorifico che altro.

L'impresario può aumentare le poltrone e restringere le sedie, o fare l'opposto e si regolerà secondo il giudizio che egli si fa di poter riempire o no le poltrone, più pagate delle sedie. La probabilità di riempire tutte le poltrone decresce con il ripetersi della stessa recita e si accresce se un'opera è affatto nuova. Pure sulle ferrovie, la divisione in classi, in quanto la differenza di prezzo non si spiega con una adeguata maggiore comodità, è un sistema di successiva escussione” (*ivi*, *Lezione XIII*, p. 187-190).

Per amore di precisione, dirò che il tema delle connessioni tra discriminazione dei prezzi e differenziazione del prodotto è fatto risalire a Jules Dupuit, 1844 e 1849, “the earliest, and still the highest authority on the theory of price discrimination”, secondo l'opinione di Edgeworth, 1910, p. 441 (al riguardo si veda la esauriente analisi di Ekelung, Jr., 1970). Tutto ciò non disturba la primazia di Pantaleoni che dedica solo poche righe al tema posto al centro della analisi di Dupuit, mentre il fulcro della sua analisi riguarda invece la discriminazione dei prezzi relativamente alla specificità di quei beni durevoli che non è in Dupuit e neanche nella successiva opera di Pigou, 1912, ch. XII.

monopolio è possibile praticare una politica di discriminazione dei prezzi, mentre nell'ipotesi di concorrenza no.

In definitiva, se i brillantoni del re di Eldorado (al pari dei cavalli di Pantaleoni) hanno da essere venduti tutti con la tecnica della differenziazione dei prezzi, il profitto (che è indicato dall'area sottostante la curva di domanda) sarà il più alto tra quanti possano essere ottenuti. E' un risultato davvero opposto a quello indicato da Coase e paventato dal mio collega di ritorno dal reame di Eldorado, i quali invece ritengono che il monopolio applichi il prezzo minimo (quello di concorrenza) non solo all'ultima dose, ma a tutta la merce venduta (a sua volta eguale alla quantità della merce disponibile) e perciò ottenga un profitto che sarà il più basso tra quanti possano essere ottenuti. Nel caso che l'offerta fosse sufficientemente ampia, il prezzo sarebbe addirittura eguale a zero (o persino negativo) e quindi anche il profitto non sarebbe diverso da zero!

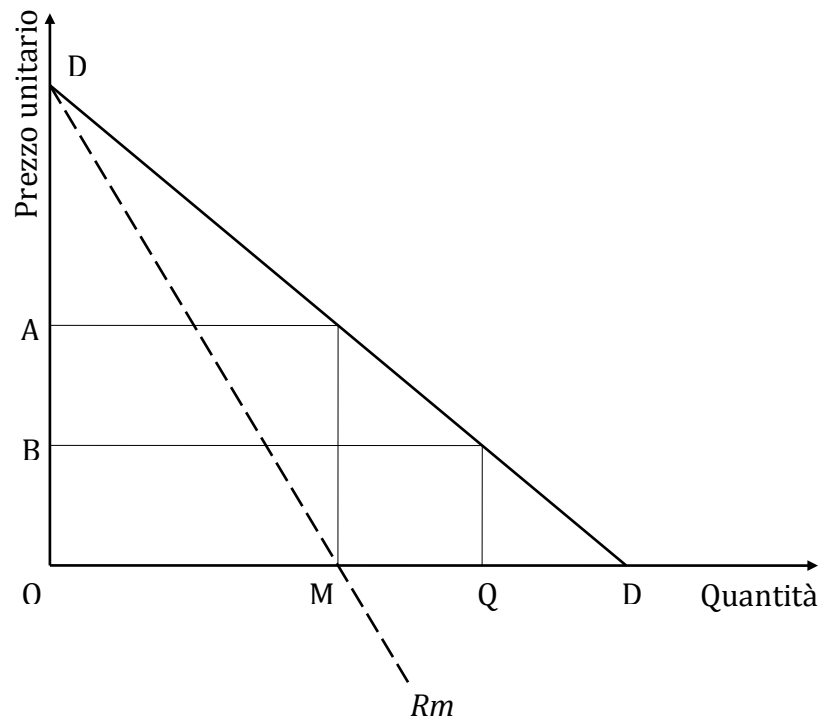
C'è dunque una bella differenza tra il monopolista di Pantaleoni che ottiene il massimo profitto e il monopolista di Coase (di cui diremo nel seguente par. 5) che invece ottiene il profitto minimo, se pure non fosse eguale a zero!

### **5. Monopolio di stock e prezzo di concorrenza in Coase**

E dunque veniamo a Coase. Al pari del brano delle *Lezioni* pantaleoniane che abbiamo trascritto nel par. 4, il suo articolo dedicato a *Durability and Monopoly* suppone, anche lui, che un solo soggetto possieda l'intero stock di un bene che sia durevole e non riproducibile (OQ, fig. 1)<sup>6</sup> e, data la domanda DD, si chiede quanto ne convenga vendere e a quale prezzo, e quali siano le differenze tra i risultati del monopolio e quelli della concorrenza (se pure vi fossero differenze).

---

<sup>6</sup> Il grafico riproduce la fig. 1 di p. 144 dell'articolo di Coase.



OQ = Stock di bene durevole disponibile  
 DD = Domanda  
 Rm = Ricavi marginali  
 OM x OA = Ricavo/Profitto di monopolio  
 OQ x OB = Ricavo/Profitto di concorrenza

Fig.1 – Monopolio e beni durevoli in Coase

La risposta è questa: 1) in caso di concorrenza la soluzione è facilmente comprensibile: il prezzo è OB, che è il livello massimo al quale si vende OQ, ossia tutto lo stock disponibile (il prezzo sarebbe zero o addirittura negativo, se lo stock fosse eguale o maggiore di OD); 2) in caso di monopolio la soluzione non sarebbe così insipida come lo sarebbe quella di un monopolio in equilibrio nel punto in cui massimizza il profitto mediante un prezzo (OA) eguale per tutte le merci vendute, cui corrisponde la quantità (OM) per la quale il ricavo marginale (Rm) è eguale al costo marginale (a sua volta eguale a zero perché, trattandosi di stock, non vi è processo produttivo, oppure, se mai vi è stato, esso appartiene al passato).

In effetti Coase ritiene che non possa essere questo un equilibrio duraturo perché, una volta venduta la quantità OM, rimane pur sempre un residuo (MQ) che promette un ulteriore profitto sol che si potesse vendere anche questo, sia

pure ad un prezzo ribassato. Insomma, conviene ridurre via via i prezzi in simpatia con l'andamento della curva di domanda e procedere con le vendite sino a quando l'ultima unità non sarà venduta ad un prezzo eguale a quello che la concorrenza assegnerebbe all'intero stock:

“He would sell part of MQ. But this is not the end of the story, since some of MQ would still remain unsold. The process would continue as long as the original landowner retained any land [durable good], that is, until OQ had been sold. And if there is no costs of disposing of the land, the whole process would take place in the twinkling of an eye” (*ivi*, p. 143).

Se questo è il ragionamento, al venditore conviene andare oltre la quantità (OM) che massimizza il profitto di monopolio (OM x OA) e proseguire sino a che non abbia esitato tutta la merce (OQ), precisamente come farebbe la concorrenza.

E' la tesi di Coase, ed è analoga a quella di Pantaleoni, sia pure solo relativamente alla parte che prevede che il monopolista venda tutto ciò che possiede. Non appartiene invece a Coase, ma solo a Pantaleoni, l'idea che questo risultato sia imputabile alla pratica dei prezzi multipli. Secondo lui i prezzi multipli sarebbero vantaggiosi, ma non praticabili.

Prima di dirci il perché, Coase si preoccupa di sgomberare il campo da alcune spiegazioni a suo parere sbagliate. E così, ad esempio, sarebbe sbagliato credere che la ragione per cui non si fa discriminazione dei prezzi stia nel fatto che essa implica un abbassamento del prezzo non solo della merce da vendersi, ma anche della merce già venduta e qualcuno finirebbe per esserne danneggiato. L'insigne studioso fa notare opportunamente che non è questo un buon motivo, perché il solo a soffrirne è il compratore, il quale infatti ha pagato un prezzo destinato a scendere, mentre il venditore non subisce alcun danno e perciò non ha alcun motivo di desistere dalla sua condotta: “it is true that this would reduce the value of the land OM [fig. 1] owned by those who had previously bought land from him [the original landowner], but the loss would fall on them, not on him” (*ivi*, p. 143).

In sintesi, Coase afferma che il monopolista non fa discriminazione dei prezzi, ma nega che il motivo stia in fantomatiche conseguenze negative che gli si ritorcerebbero contro, stante che esse sarebbero inesistenti.

Dunque, questa spiegazione sarebbe erronea. Si noti però che una qualsiasi spiegazione che si fosse rivelata erronea non è prova che anche le conclusioni

siano sbagliate, né meno che mai ci può dire quali debbano essere le conclusioni giuste, né essa è un buon argomento per negare che vi possano essere altre spiegazioni più attendibili di un esito che si abbia per vero. Una spiegazione erronea è invece un buon motivo perché la si metta da parte e si guardi altrove. Ad esempio, perché non provare a guardare alle modalità con le quali il monopolista procede nel frazionare le vendite e nel tracciare i passi intermedi di cui si compone l'intero percorso necessario per arrivare a vendere sino all'ultima unità? Ebbene, anche questa è una strada prospettata in *Durability and Monopoly* per essere, anch'essa, prontamente scartata con un perentorio no. La questione della [im]possibilità di fare discriminazione dei prezzi non avrebbe a che fare nemmeno con la sequenza con cui i diversi lotti vengono messi in vendita, né con la dimensione di ciascuno di essi, anzi "this is neither here nor there".

Ed ecco finalmente che Coase smette di sfogliare il carciofo una foglia dopo l'altra e si decide per le spicce a tirare fuori il suo coniglio dal suo cappello: quale che sia il percorso seguito dal monopolista, l'esito finale è quello per cui sia la quantità venduta che anche il prezzo debbono essere gli stessi che uscirebbero da un mercato concorrenziale. Il motivo è fin troppo semplice perché non abbia a suscitare qualche incredulità: se il monopolio vende quanto la concorrenza, il prezzo unitario non può che essere quello della concorrenza. Non vi possono essere prezzi più elevati, come ve ne sarebbero in caso di discriminazione dei prezzi, perché nessuno è disposto a comprare ad un prezzo più alto di quello che consente di vendere l'intero stock del bene durevole: "whatever the intermediate steps are assumed to be, OQ land [fig. 1] will be sold. And, given that OQ is going to be sold, the value of a unit of land is going to be OB [competitive price] and, given this, no buyer of land will pay more than OB for it" (*ivi*, p. 144).

La conclusione è che "with complete durability, the price becomes independent of the number of suppliers and is thus always equal to the competitive price" (*ivi*, p. 144). E' la tesi centrale di *Durability and Monopoly* e, come tale, è ribadita con insistenza tanto da essere posta a suggello finale dell'articolo: "In such circumstances, the competitive outcome may be achieved even if there is but a single supplier" (*ivi*, p. 149).

## **6. L'esempio della terra come bene durevole non è un esempio felice**

Coase inquadra questo suo risultato in uno schema logico in cui la quantità domandata è legata inversamente al prezzo del bene durevole<sup>7</sup>, e sin qui non ho obiezioni. Ma poi piglia la terra come esempio di bene durevole idoneo a descrivere tale curva di domanda, e qui si pongono alcuni quesiti. In particolare ci si chiede 1) se sia lecito discorrere di una curva di domanda di beni durevoli senza altre qualificazioni, dalla quale si possano dedurre implicazioni di carattere generale e se queste siano proprio quelle che ne trae Coase; 2) se dunque la logica e le implicazioni di questa curva di domanda valga anche per il bene durevole terra, oppure no.

Rimando al seguente paragrafo 7. i problemi di cui al punto 1). Quanto al punto 2), trovo che, se pure esiste una curva di domanda per il bene durevole “terra”, essa non può essere trattata nel modo con cui Coase la tratta, a meno che non si adotti una interpretazione benevolente.

Si noti che la curva di domanda di Coase può valere, al più, per i cavalli di Pantaleoni, o per i brillantoni del re di Eldorado, o, più in generale, per tutti quei beni che fossero effettivamente sottratti al mercato relativamente alla quota posseduta dal monopolista. Infatti, per questi beni vale la regola per cui, se il monopolista vende, la quantità a disposizione del pubblico aumenta e quindi il loro prezzo diminuisce.

Ma non può essere questo il caso della terra, perché, trattandosi di un “bene strumentale”, il suo prezzo dipende dal prezzo e dalla quantità di ciò che essa produce e, in definitiva, dalla quantità di terra destinata alla coltivazione. Non dipende invece dalla quantità di terra che il monopolista scegliesse di vendere!

Se tutta la terra fosse comunque coltivata quale che ne sia il proprietario, il monopolista potrà vendere tutto ciò che vuole, ma la quantità di terra coltivata (che Coase suppone tutta “of uniform quality”<sup>8</sup>) non cambierebbe, sicché neanche il suo prezzo potrebbe cambiare, ossia “the price becomes independent of the number of suppliers...”. Sono le conclusioni di Coase nelle sue stesse parole! Ma si osservi il

---

<sup>7</sup> “We can trace out the demand schedule for American land. Suppose that this demand schedule is DD” (*ivi*, p. 143, fig. 1). Si noti che solamente se esistesse questa curva di domanda, Coase potrebbe parlare di un monopolio che può scegliere una coppia prezzo/quantità venduta tra le infinite possibili (potrà essere la coppia propria della concorrenza, come a lui piace, ma potrà anche essere quella del monopolio, con o senza quegli accorgimenti di cui dirò nei parr. 12 e 13).

<sup>8</sup> Il fatto che sia coltivata solo la terra della medesima qualità non significa che la rendita debba essere eguale a zero. Significa invece che, quando ci si muovesse nel discreto e non nel continuo, la rendita sarebbe eguale dappertutto e maggiore di zero quando il prodotto avesse un prezzo sufficiente alla coltivazione della terra di prima qualità, ma non abbastanza alto da giustificare la coltivazione della terra di seconda qualità.

paradosso: nel caso che la quantità di terra coltivata fosse sempre eguale alla quantità di terra disponibile, esse sono vere (addirittura in via assiomatica) proprio perché il prezzo della terra non dipende dalla quantità messa in vendita, ossia perché non esiste quella curva di domanda che invece Coase immagina sia necessaria perché in equilibrio si realizzi proprio questo risultato!

Va da sé che Coase sarebbe salvo se fosse possibile estendere anche alla terra quella curva di domanda della fig. 1 che, come si è appena visto, sembrerebbe calzante con i beni durevoli che non fossero la terra. Perciò è utile cercare una ciambella di salvataggio. Ad esempio, potremmo ipotizzare che sia soggetta a coltivazione solamente la terra posseduta dai compratori, mentre quella in mano al monopolista, per qualunque ragione, rimanga incolta. Se così fosse, la quantità di terra coltivata aumenterebbe a mano che il monopolista procede nelle vendite e perciò anche il suo prodotto aumenterebbe, si ridurrebbe il relativo prezzo e così vi sarebbe una pressione al ribasso anche del prezzo unitario della terra<sup>9</sup>.

Ecco dunque che, in questo modo, si recupera una curva di domanda di terra non dissimile da quella di cui si vale Coase per discorrere del problema posto al centro del suo articolo, ossia quanto si finisca per vendere e a quale prezzo.

Non pretendo che quella vista sopra sia l'interpretazione autentica della curva di domanda che Coase assegna alla terra. Direi però che mi sembra l'unico modo per giustapporre il prezzo della terra alla quantità venduta e, perciò, chi volesse salvare Coase troverà che questa è una eccellente ragione per assegnare a Coase ciò che non è di Coase<sup>10</sup>.

Nondimeno, per non chiudere la porta in faccia a Coase e poi perché conosco le dovute cautele con le quali ho cercato di superare il dilemma tra una curva di domanda che non esiste e una curva di domanda che esiste solo entro ipotesi che

---

<sup>9</sup> Non vale osservare che il prezzo della terra non è legato al suo rendimento effettivo, ma dipende dal rendimento generato dallo "highest and best use". Ai nostri fini l'argomento è esorcizzabile. Infatti, esso aiuta a spiegare perché, data la quantità di terra disponibile, il suo prezzo è eguale dappertutto indipendentemente dall'uso che ne fa chi la possiede, ma non inficia minimamente le ragioni per cui anche per la terra può esistere una relazione inversa tra il suo prezzo e la quantità disponibile secondo quanto descritto da una normale curva di domanda. Si è già spiegato che, se aumenta la quantità di terra messa a coltura, aumenta anche la produzione. Questa subirà una riduzione del prezzo e, per questa via, vi sarà anche una riduzione di quel prezzo della terra che continuerà a dipendere dal suo "highest and best use" e non dall'uso che se ne facesse effettivamente nel concreto.

<sup>10</sup> Come si ricorderà, Coase non si spinge nel dettaglio di ipotesi restrittive e non va ad esaminare i limiti entro cui le sue congetture possono trovare un qualche sostegno e dunque sarebbe arbitrario sostituirsi a lui per ritagliare con ogni necessaria precisione ciò che in Coase non è che una generica domanda di terra.



Coase non considera e, infine, perché in *Durability and Monopoly* mi è parso di intravedere proprio il caso del monopolista che, essendo per ipotesi incapace di coltivare la terra in suo possesso, la lascia incolta<sup>11</sup>, tutto ciò considerato faccio finta che la mia sia effettivamente l'interpretazione autentica della curva di domanda che Coase assegna alla terra. Il suo significato sarà non dissimile da quello della domanda dei brillantoni del re di Eldorado, dei cavalli di Pantaleoni e, più in generale, di tutti quei beni durevoli che converremo di chiamare “di godimento finale”, per i quali il possesso da parte del monopolista può essere inteso come un effettivo razionamento della quantità disponibile sul mercato e per i quali dunque è lecito parlare di una domanda di terra giustapposta alla quantità venduta.

E allora, una volta che ci fossimo persuasi che il torto di Coase è veniale e non va oltre l'aver preso un nome sbagliato per alludere a quei beni durevoli per i quali è corretto applicare la fig. 1, potremo metterci dietro le spalle l'intera questione e fare un passo innanzi per cercare di capire se le conclusioni che Coase fa discendere dalla fig. 1 siano affidabili.

Ce ne occuperemo nei seguenti paragrafi 7 e 8.

### **7. Dubbi e perplessità. Sarà poi vero che il monopolio vende la stessa quantità della concorrenza allo stesso prezzo della concorrenza?**

Come si ricorderà, con la curva di domanda descritta dalla fig. 1 Coase arriva alla conclusione secondo cui il prezzo dei beni durevoli “becomes independent of the number of suppliers, and is... always equal to the competitive price”. Si ricorderà anche che è lo stesso risultato che vale assiomaticamente per il caso in cui il prezzo della terra non dipende dalla quantità venduta, ma solamente dalla quantità coltivata.

---

<sup>11</sup> Coase ricorre all'ipotesi del monopolista incapace di coltivare lui stesso la terra per spiegare perché si presenti sul mercato come venditore. Anch'io ricorro ad un'ipotesi quasi eguale a quella di Coase (ma più generale: il monopolista, *per qualunque ragione*, rinuncia a coltivare la propria terra), ma me ne valgo per un altro scopo, e cioè per spiegare i limiti entro cui si possa parlare di una relazione tra il prezzo della terra e la quantità venduta.

Come si può vedere, l'ipotesi di Coase e la mia sono tanto simili che anche in Coase sono implicite le implicazioni che ho tratto dalla mia ipotesi. In questo senso sembra di poter affermare che l'analisi di Coase si riferisce ad uno scenario in cui è lecito parlare di curva di domanda in termini di prezzo della terra e quantità venduta dal monopolista.

Caso mai, il torto di Coase sta nel fatto che non è interessato alle deduzioni che avrebbe potuto trarre dalla sua ipotesi e non sembra consapevole dell'importanza che esse assumono per superare le difficoltà logiche che si incontrano nella costruzione di una relazione tra il prezzo e la quantità domandata del bene durevole terra. Insomma, Coase sembra essere stato abbastanza fortunato da averle superate senza che neppure si sia reso conto della loro esistenza. La sua è dunque una occasione sciupata.

Questa coincidenza di risultati alimenta il sospetto che Coase sia incorso in qualche fraintendimento. Sembra quasi che abbia trasferito indebitamente al caso della curva di domanda della fig. 1 le medesime conclusioni che invece valgono (in via assiomatica) per il caso in cui non vi fosse alcuna relazione tra prezzo e quantità venduta. Ben inteso, non vi sarebbe motivo di sospettare se in entrambi i casi il risultato fosse effettivamente il medesimo. Ma il guaio è che risultato di cui si discorre sembra accettabile solo in un caso, mentre non sembra affatto condivisibile proprio nel caso di cui si occupa Coase e riconducibile alla fig. 1, quello cioè che prevede che il prezzo della terra sia correlato alla quantità venduta e non alla sola quantità coltivata.

Dunque, quali che siano le ragioni (o i fraintendimenti) che avessero indotto Coase a immaginare che il monopolio si comporta come la concorrenza e per fugare ogni dubbio attorno all'oggetto della nostra indagine, preme sottolineare che d'ora innanzi ci atterremo soltanto allo schema di riferimento previsto dalla fig. 1. In questo scenario, il proposito è appunto quello di revocare in dubbio la "Coase conjecture".

Non è il caso di farne un dramma, ma non possiamo contentarci di sapere che la congettura di Coase ha il sapore del paradosso per poterla assolvere da ogni possibile menda. Dopotutto, occorre riconoscere che è più facile imbattersi in un paradosso sbagliato che non in una congettura giusta, stante che è più facile inventare paradossi sbagliati che congetture giuste. E poi bisognerà pur tornare a ricordare la voce dissenziente di Pantaleoni. Con questo non voglio aggrapparmi all'argomento dell'"ipse dixit" che tanto piaceva ai seguaci di Aristotele quanto numerosi sono stati i danni che questo modo di rasserenare sé e gli altri ha inferto alla scienza; più semplicemente voglio tornare a richiamare l'attenzione sul brano delle *Lezioni di economia politica* che ho trascritto nel par. 4, dove Pantaleoni spiega persuasivamente che il risultato ottenuto dal monopolio, lungi dall'essere eguale al risultato della concorrenza voluto da Coase, è destinato ad essere distrutto da essa.

Vi è di che riflettere. Mi chiedo se davvero Coase abbia ragione o se, invece, non sia inciampato in qualche *non sequitur*, come sarebbe lecito sospettare. Di fatti, egli spiega che il monopolista otterrebbe il massimo profitto se facesse discriminazione dei prezzi. Ma poi afferma che non si può procedere in questo modo, perché sarebbe come chiedere ai compratori di acquistare le unità "inframarginali" a prezzi superiori al prezzo che sarebbero disposti a pagare per l'ultima unità. I compratori non comprerebbero nulla, il che è lo stesso che dire che nessun monopolista sarebbe

capace di vendere alcunché: “the demand schedule facing the original landowner [the monopolist] would be infinitely elastic at the competitive price, and this even though he was the sole supplier” (*ivi*, p. 144).

A seguire il ragionamento, è ovvio che la discriminazione dei prezzi non sarebbe possibile qualora la domanda fosse “infinitely elastic at the competitive price”, ma è anche vero che non sarebbe neppure necessaria per vendere tutta la merce, stante che, con un prezzo dato, i ricavi/profitto continuerebbero ad aumentare di pari passo con le vendite.

Ma la questione non è questa. Essa riguarda, piuttosto, le ragioni che impedirebbero al monopolista di confrontarsi con la curva di domanda del mercato privandolo della possibilità di essere lui a controllare il prezzo. Infatti, non mi è chiaro se Coase abbia voluto dirci che la quantità venduta rimane eguale al totale di quella disponibile, tal che ne uscirebbe un unico prezzo concorrenziale, ma allora bisogna pur spiegare per quale ragione il monopolista sceglie di vendere tutto senza dover ricorrere alla discriminazione dei prezzi; oppure se, al contrario, abbia voluto dirci che il prezzo è eguale a quello della concorrenza e che, in conseguenza, il monopolista vende tutto, ma allora bisognerà pur spiegare in che modo si formi il prezzo. Certo è che, a leggere *Durability and Monopoly*, si ha l'impressione che Coase finisca per dirci due cose che non stanno insieme, ossia: da un lato, il monopolista che ricorresse ai prezzi multipli venderebbe tutto; dall'altro lato, il monopolista che vendesse tutto non potrebbe adottare prezzi multipli.

### **8. Alla ricerca di un'interpretazione non contraddittoria: le aspettative**

Occorre essere generosi con le opinioni altrui, ed è bene cercare di cavar fuori il buono che fosse nascosto dietro a questo *absurdum*, in modo da superare quel “credo quia absurdum” che, sebbene mi riesca di intuirne un significato recondito più profondo che assurdo, con buona pace di Tertulliano non è appropriato al nostro caso. In mancanza di meglio, provo a inventarmi una mia personale interpretazione con il proposito di sforzarmi di aderire alla tesi di Coase che già conosciamo.

Si vedrà dopo se il mio tentativo avrà dato buoni frutti. Per intanto dirò che esso fa leva sul modo di operare delle reciproche aspettative. L'idea è che i compratori si aspettino che il monopolista intenda vendere tutto lo stock a sua disposizione,

essendo convinti che anche costui sappia che proprio questo è l'esito di una vendita a prezzi multipli mirante alla massimizzazione del profitto. D'altro canto, si potrà ben supporre che, in coerenza con queste aspettative, gli stessi compratori eviterebbero di acquistare sino a che non si fosse arrivati all'ultima dose offerta in vendita, perché sanno che questo è il modo di spuntare il prezzo a loro più favorevole, quello cioè che la concorrenza estenderebbe all'intero stock. In questa situazione in cui tutti sanno che oggi si paga un prezzo alto per ciò che domani si pagherebbe ad un prezzo basso, nessuno sarebbe disposto a comperare oggi, il che significa che il venditore non potrebbe fare affidamento sulla sua curva di domanda (DD, fig. 1), si vedrebbe disattese le aspettative che lui stesso avesse riposto in una politica di discriminazione dei prezzi e anzi dovrebbe piuttosto persuadersi che sono le aspettative dei compratori, e non le sue, a dettar legge, ad impedirgli di essere lui a controllare il prezzo e a costringerlo a vendere l'intero stock nel rispetto di un vincolo assai più stringente, come lo è il prezzo di concorrenza (OB)<sup>12</sup>.

Quella del venditore si presenta dunque come una scelta di consapevole convenienza maturata entro uno scenario impostogli dagli acquirenti, diverso e peggiore di quello da lui stesso atteso e voluto.

Come si vede, questa mia ipotesi di spiegazione e questo mio tentativo di capire e condividere le conclusioni di Coase fanno leva sulle aspettative dei compratori. Sono queste che impongono un prezzo eguale a quello della concorrenza ed è quest'ultimo che, a sua volta, induce il venditore monopolista a vendere tutto lo stock a sua disposizione.

Questa spiegazione avrebbe il pregio di far salva la congettura dell'illustre studioso<sup>13</sup>. Essa però ha il difetto di considerare una fetta soltanto della storia. Ad esempio, le aspettative cui ci siamo appellati sopra riguardano una sola delle parti in causa, mentre è lecito immaginare che, oltre a non essere un'esclusiva dei compratori, esse siano di molte specie diverse e non tutte calzanti con la tesi

---

<sup>12</sup> Non sembri superfluo ricordare che la condizione perché i ricavi/profitti aumentino con le vendite è che la domanda abbia una elasticità maggiore di uno.

<sup>13</sup> Si osservi però che toccherebbe al prezzo determinare la quantità venduta, come è logico che sia, e non viceversa, come invece sembrerebbe voler dire Coase nel brano che converrà tornare a leggere: "...given that OQ [fig. 1] is going to be sold, the value of a unit of land is going to be OB" (*ivi*, p. 144).

di Coase, tanto più che sono tanto numerose quanto lo sono gli innumerevoli fattori che le modellano. Tra questi vi è il grado di trasparenza del mercato, a sua volta compreso tra le due situazioni estreme in cui prevale un velo di ignoranza e, rispettivamente, uno scenario di perfetta conoscenza.

Stando così le cose, diventa difficile accettare aprioristicamente che il monopolio coasiano produca risultati dotati di una valenza del tutto generale, anzi è verisimile che si comporti in modi diversi a seconda che prevalga l'uno o l'altro caso. Me ne occuperò nelle righe che seguono.

### **9. Coase: in quale scenario si colloca?**

E così dobbiamo persuaderci che vi possano essere opinioni differenti e (quasi) tutte egualmente legittime. Per rimanere agli studiosi di cui si occupa questo scritto, da una parte sta Pantaleoni, che considera possibile la discriminazione dei prezzi e la ritiene il modo idoneo a vendere l'intero stock del bene durevole. Sul lato opposto sta Coase che invece non la ritiene possibile e, per giunta, la considera non necessaria ai fini della vendita di tutto lo stock. Quello che mette conto notare non è tanto la diversità delle opinioni, ma piuttosto il fatto che, da un lato, Pantaleoni circoscrive la sua tesi al caso in cui vi sia un velo di ignoranza e perciò ammette implicitamente la possibilità di altri scenari per altri risultati, mentre, dall'altro lato, Coase non pare ammettere altro che la sua sola opinione, che deve pure avere una valenza del tutto generale per chi, come lui, dimentica l'importanza del grado di trasparenza dello scenario entro cui si colloca.

Se proprio vogliamo essere accondiscendenti e salvare capra e cavoli, possiamo accettare provvisoriamente che anche Coase intuisca l'importanza della "questione trasparenza". Ci basterebbe fingere che anche la sua analisi abbia una valenza niente affatto generale, ma sia limitata entro gli stretti confini dell'unico scenario compatibile con i suoi risultati, e cioè appunto entro lo scenario della perfetta trasparenza. Ma questo vorrebbe dire che Coase ha preferito dimenticare il velo di ignoranza pantaleoniano o per non essere costretto ad ammettere risultati contrari ai suoi, oppure, peggio che mai, per non dover riconoscere che i suoi risultati possono valere al più per il caso della perfetta trasparenza che non è generalizzabile (né sembra realistico).

## 10. Quali certezze e quali prezzi unici: il prezzo di concorrenza o il prezzo di monopolio?

La mia critica a Coase è dunque quella di avere attribuito una valenza di carattere generale ad un risultato limitato al solo caso di perfetta trasparenza. Per il resto, anch'io penso che, quando i compratori operassero in condizioni di perfetta trasparenza, la discriminazione dei prezzi dovrebbe cedere il passo ad un unico prezzo, in ossequio alla regola per cui a beni eguali debbono corrispondere prezzi eguali. Ma con questo non abbiamo ancora elementi sufficienti per decidere se il prezzo unico debba essere proprio quello della concorrenza e non un altro, ad esempio quello più alto conquistato dal monopolio.

A questo proposito, la mia impressione è che non si possa aderire a cuor leggero alla idea coasiana di un prezzo schiacciato al livello della concorrenza e forse vi può essere un qualche *fumus boni iuris* anche in favore del monopolio che applica il prezzo di monopolio. Si noti, infatti, che i compratori, per poter imporre al monopolio un prezzo di concorrenza, debbono disporre di un bagaglio di conoscenze troppo ampio perché possa essere realistico<sup>14</sup>.

Eppure, bisogna che siano i compratori a sapere tutto perché possano essere loro a condurre il gioco, a imporre le loro volontà e le loro aspettative e, in definitiva, a dettare un prezzo sufficiente a vendere l'intero stock, secondo quanto ho cercato di spiegare nelle righe precedenti. E poi occorrerebbe accettare un'ulteriore ipotesi anche più ardita, ossia che, a fronte di compratori onniscienti, vi sia un venditore che, pur dotato del potere che spetta al monopolio, sia condannato ad essere soggetto passivo nelle loro mani e alla loro mercé e così poco consapevole da non accorgersi neppure che non gli conviene vendere tutto al prezzo di concorrenza.

Non è pensabile che i compratori conoscano le intenzioni del venditore meglio di quanto le conosca lo stesso venditore. Dopo tutto è vero che “nel mondo reale

---

<sup>14</sup> Ad esempio, i compratori dovrebbero sapere quale sia la consistenza dell'intero stock, o l'andamento della curva di domanda con tutti i prezzi e con tutte le quantità di cui essa si compone da zero in avanti, e ancora dovrebbero sapere quali siano le intenzioni del venditore e le sue reazioni alla condotta che i compratori seguirebbero in conseguenza delle attese da loro stessi riposte nella condotta dello stesso venditore.

non è chi *vende* ma chi *acquista* che si fa assistere da un consulente”<sup>15</sup>. Capisco che neppure il venditore onniscente troverebbe facile farsi valere e assumere un ruolo attivo nell’imporre un prezzo più elevato di quello di concorrenza, né gli basterebbe conoscere e saper valutare il rischio di non trovare nessuno disposto a comprare ad un prezzo più alto di quello concorrenziale per poter strappare un prezzo più alto di quello... concorrenziale! E’ vero che non gli basterebbe sapere tutto questo, ma almeno potremo immaginare che il venditore sappia tutto di sé e dei suoi clienti, e sappia anche che nessuno di costoro potrebbe attendersi che sia proprio lui a volersi comportare contro il suo stesso interesse. Stando così le cose, i compratori si vedrebbero indebolita l’aspettativa di potersi confrontare con un venditore arrendevole perché ignorante e, a sua volta, quest’ultimo si accorgerebbe di avere margini più ampi di quelli concessi da un vincolo così stringente e soffocante come sarebbe appunto quello di una domanda “infinitely elastic at the competitive price”.

Insomma, non vedo alcun motivo perché i compratori debbano dubitare delle intenzioni del monopolista, del suo proposito di fissare un prezzo in conseguenza e della sua capacità di realizzarlo effettivamente. E allora, per il fatto stesso di sapere che i compratori sono persuasi di dover pagare un prezzo non diverso da quello preteso dal venditore in monopolio, costui avrebbe tutto lo spazio per tornare a fare il mestiere del monopolista che vende al prezzo unitario di monopolio una parte soltanto dello stock a sua disposizione e trova il modo di devitalizzare il residuo invenduto, se pure fosse rimasto un residuo invenduto (cfr. par. 12).

All’atto pratico, le reciproche aspettative di cui ho detto si nutrono della constatazione secondo cui il venditore, pur di vendere, si contenterebbe del prezzo della concorrenza, mentre i compratori, pur di comprare, accetterebbero il prezzo del monopolio, sicché è difficile persuadersi che il prezzo dei beni durevoli sia condannato a rimanere inchiodato ad uno dei due estremi, il pavimento, meno che mai se questo avesse valore zero (come pure sarebbe possibile e come cercava di spiegarmi il collega a proposito della troppa abbondanza dei brillantoni posseduti dal re di Eldorado).

---

<sup>15</sup> La frase virgolettata è nel libro di Tremonti, *Uscita di sicurezza*, 2012, p. 234, corsivi nell’originale.

Come possiamo credere che il monopolista sarebbe pronto a vendere ogni cosa a prezzo zero? E' pensabile che costui abbia potuto accumulare tutto il suo gruzzoletto pagandolo una cifra eguale a zero? e lo abbia fatto solo per il gusto di poter rivendere il tutto allo stesso prezzo zero? E' mai possibile che un monopolista non saprebbe fare nulla di meglio, per quanto ammassata possa essere la forza di chi, come lui, rimane pur sempre esclusivo *dominus* dell'intero mercato? Siamo sicuri che le modalità con cui l'intero stock del bene durevole è venuto accumulandosi nelle mani del monopolista non abbiano ad influenzare la successiva condotta di venditore? O magari dobbiamo credere che costui non abbia avuto bisogno di accumulare un bel nulla, essendogli piovuto tutto addosso come fosse la manna del cielo? Siamo forse finiti nel paese di Bengodi?

### **11. Nel paese di Bengodi**

Al mio collega economista di ritorno da uno dei suoi viaggi nei paesi esotici che gli piacciono tanto chiederò di non frapporte tempo in mezzo, di spicciarsi, di profittare della prima occasione e di intraprendere un altro bel viaggetto per riandare lontano lontano, questa volta nel Paese di Bengodi, e farvi un sopralluogo per verificare *in loco* se, accanto alle salsicce con cui si legano le viti, accanto alla montagna di formaggio parmigiano grattugiato su cui rotolano "maccheroni e raviuoli" [*sic*], accanto al "fiumicel di vernaccia della migliore che mai si bevve, senza avervi entro gocciola d'acqua", se accanto a tutto questo ben di Dio non vi siano nella contrada di Bengodi monopolisti che usino vendere la loro mercanzia a prezzo zero.

Sarebbe una vera cuccagna, ma ci spero poco. Ahimè, non so se usi ancora oggi, ma una volta anche in quella antica veneranda contrada vigevano "les lois naturelles de l'économie politique" che prevedono la regola friedmaniana del "nessun pasto gratis"<sup>16</sup>. Magari il pasto costava poco, anzi pochissimo, ma proprio proprio gratis non era. E viene in mente l'aneddoto di Pareto che chiede a Schmoller "se conosca una trattoria dove non si paghi" e si sente rispondere "no, no, niente no, ma dove si paga poco sì"<sup>17</sup>. E' vero che si era al congresso statistico di Berna e Berna non era il paese di Bengodi, ma anche laggiù in quel

---

<sup>16</sup> Alludo al titolo della versione italiana del notissimo *pamphlet* di Milton Friedman: *Nessun pasto è gratis*, F.lli Fabbri Editori, Milano, 1978.

<sup>17</sup> L'aneddoto è riferito da Pantaleoni, 1924, p. 346, nota 1.



mitico paese le oche - giusto per attenermi all'esempio del Novellatore - avevano il loro bravo prezzo, piccolo quanto si voglia, ma proprio regalate non erano. Valga la testimonianza della novella di *Calandrino e l'elitropia*, dove si narra che "avevasi un'oca a denaio e un papero giunta"<sup>18</sup>, quasi a volerci spiegare che con un sol misero "denaio" avevasi molto, ma che, senza nulla di nulla, non avevasi nulla. Sarà perché le oche non erano beni durevoli? O perché, da brave oche, non avevano capito nulla della bella aria che tirava in questa loro contrada? O invece avevano capito benissimo quale brutta aria tirava per loro e si difendevano come potevano? Sarebbe spiacevole scoprire che nel paese di Bengodi non vi erano abbastanza oche per tutti. O non sarà che questi pennuti praticassero *ante litteram* il modello del monopolio coasiano che accetta di sopportare il costo dell'immobilizzo di una quota sottratta alla vendita pur di non sacrificare il prezzo e il profitto di monopolio conseguito dal loro padrone sulle oche messe in vendita?

E' appunto Coase che raccomanda al venditore-monopolista di impegnarsi pubblicamente a sterilizzare una quota di quanto posseduto con lo scopo di rimediare ad una situazione che, diversamente, gli imporrebbe lo stesso misero risultato prodotto dalla concorrenza.

E' questo il tema dei *contractual arrangements*. Ce ne occuperemo nei paragrafi 12 e 13.

## **12. I *contractual arrangements* come espediente per proteggere il profitto di monopolio**

Come si ricorderà (par. 9-11), una volta accantonata (provvisoriamente) l'ipotesi della discriminazione dei prezzi, abbiamo ritenuto che, di fronte alla residua alternativa tra il prezzo di concorrenza e il prezzo di monopolio, il venditore si sarebbe orientato a favore di quest'ultimo, magari accettando di vendere una parte soltanto dell'intero stock a sua disposizione.

Anche Coase riconosce la convenienza di tale condotta, ma ritiene che essa abbia bisogno di un sostegno da parte del venditore, consistente in una pubblica

---

<sup>18</sup> Il riferimento è al *Decamerone* nel brano stampato alle pp. 715-716 della edizione Tuminelli del 1951.

promessa di congelare per sempre la quantità che al prezzo di monopolio fosse rimasta invenduta:

“How could the landowner avoid this result [competitive equilibrium]? He could do this and obtain the price OA [fig. 1] from the sale of OM land [monopolistic equilibrium] by making *special contractual arrangements with the purchasers*, by which, as a condition of sale, he agreed to hold unsold in perpetuity the quantity of land MQ” (Ivi, p. 145).

Qui di seguito cercherò di spiegare che questi *special contractual arrangements* non meritano di essere sopravvalutati. E' da notare innanzitutto che essi trovano una spiegazione logica un po' traballante. Infatti, come ci è parso di capire, il monopolista finirebbe per essere prigioniero di un prezzo di concorrenza quando ritenesse vano ogni tentativo di discriminazione dei prezzi per timore che i compratori si rifiutino di accettarlo (cfr. par. 10). L'ipotesi è dunque quella di un monopolista abbastanza ignorante da non essere capace di sfuggire ad un prezzo di concorrenza, ma, al contempo, abbastanza ben informato da saper scegliere strumenti, appunto gli *arrangements*, idonei a rimediare alle conseguenze di una condotta che è attribuibile alla sua stessa disinformazione. Inoltre, il problema cui gli *arrangements* sono chiamati a rimediare non esiste o, al più, esiste solamente in ambiti limitati o in forme tali che non si prestano ad essere contrastate da misure disegnate con tanta rigida precisione. O almeno questa è la mia impressione:

1. gli *arrangements* non sarebbero necessari ove il monopolista avesse la possibilità di vendere tutto ad un prezzo unitario non inferiore a quello di monopolio, ossia quando la curva di domanda avesse una elasticità maggiore di uno lungo tutto l'intervallo rilevante. In questo caso sarebbe vero che il monopolio produce i medesimi risultati della concorrenza; ma, se mi è consentito utilizzare un briciolo di quella civetteria senza la quale non mi sentirei di fare il sofista, mi si lasci aggiungere per un eccesso di scrupolo e per amore di logica e di precisione che, nel caso in esame, è la concorrenza che si trova a fissare quantità e prezzi di... monopolio! Sarà pure un bizantinismo ,

ma non mi piace l'opinione contraria di Coase di un monopolio che si trova a stabilire prezzi di... concorrenza!

2. la quota che, al prezzo di monopolio, risultasse invenduta potrebbe essere solo apparente e non sempre sarebbe di pregiudizio per un equilibrio stabile. Si pensi ad un bene che viene sottratto alla vendita per il solo fatto che "yields utility" a chi lo possiede. Dietro all'apparente invenduto si nasconde non altro che una vendita fatta dal monopolista a sé stesso. Sarà una vendita virtuale quanto si voglia, ma è pur sempre una vendita destinata ad assorbire l'intero stock<sup>19</sup>. In una situazione di perfetta trasparenza, la porzione del bene durevole rimasta nella mani del monopolista non può alimentare l'aspettativa che il prezzo concorrenziale di una ipotetica vendita futura abbia a minacciare il prezzo di monopolio di oggi, dato che non vi possono essere vendite future, né aspettative di vendite future<sup>20</sup>;
3. in situazione come questa in cui non vi è motivo perché i compratori informati abbiano a maturare aspettative di vendite future, il monopolista non avrebbe alcun bisogno di promettere misure di sostegno del prezzo di monopolio. Anzi, trovandosi nella veste di compratore, sia pure virtuale, il monopolista ha interesse ad un prezzo basso e non alto;

---

<sup>19</sup>Anche questa è un'ipotesi plausibile.

Coase (come anche, prima di lui, Pantaleoni) immagina che il monopolista sia venditore e non compratore, ma l'ipotesi è esageratamente restrittiva e anche incompleta perché è legittimo il sospetto che la condotta del monopolista dipenda, tra l'altro, dal modo con cui è entrato in possesso dell'intero stock. Del resto, il fatto che il monopolista non abbia nulla di che accrescere uno stock già interamente in suo possesso non è una buona ragione per ritenere che debba essere per forza venditore e non compratore.

Per conferire un maggior grado di generalità alla teoria del comportamento del monopolista sarebbe utile attribuirgli una qualche funzione di utilità avente una forma abbastanza generale da poterne ricavare un costo opportunità del vendere. Questo potrebbe benissimo essere maggiore di zero, diversamente da quanto è implicito nell'ipotesi coasiana di una "ownership of land" che "yields no utility" (è forse superfluo sottolineare che il costo opportunità del vendere non è affatto identificabile con il costo di produzione di cui tratta Coase, *ivi*, ad es. nella figura 2 di p. 146).

<sup>20</sup> A margine, converrà osservare altresì che il mercato in cui si compravende oggi il bene durevole non è quello stesso in cui si compravende domani lo stesso bene e le relazioni tra i due prezzi sui due mercati potrebbero non essere di uno a uno, come invece sarebbe necessario perché si possa condividere la "Coase conjecture".

4. dunque, per capire se gli *arrangements* siano una scelta utile a sostenere il prezzo di monopolio, non basta constatare che una frazione del bene durevole è rimasta nelle mani del venditore, ma occorre che i compratori ne conoscano le ragioni e cioè, in definitiva, i gusti del loro interlocutore. Insomma, vi deve essere una situazione di trasparenza così capace di illuminare le minuziosità degli anfratti della psicologia degli esseri umani da consentire al venditore di sapere tutto, persino quale sia il grado di informazione di cui dispongono i compratori attorno alle sue stesse intenzioni. E' facile capire che trattasi di informazioni troppo improbabili perché il venditore le possa porre a fondamento di strumenti di carattere operativo;
5. quale che sia l'ammontare del residuo invenduto dichiarato negli *agreements*, esso potrebbe risultare diverso da quello atteso e tale da ingenerare reazioni destinate a produrre effetti opposti alle intenzioni dello stesso monopolista;
6. gli *arrangements* impegnano il solo venditore che li sottoscrive e perciò lo espongono alla concorrenza potenziale di chi volesse subentrare con una quota eguale a quella che il monopolista avesse sottratto alla vendita (va da sé che l'argomento vale per i soli beni riproducibili).

Riassumo e concludo. Poiché gli *arrangements* sono preposti a regolare il destino della parte dello stock sottratto al mercato con lo scopo di sostenere il prezzo della quota messa in vendita, essi non sarebbero necessari ove il prezzo di monopolio non producesse invenduto. Ad esempio, 1) quando l'elasticità della curva di domanda fosse sempre eguale o maggiore di uno (ovvero il ricavo marginale fosse non negativo); 2) quando la quota invenduta sia una manifestazione di una vendita virtuale che il monopolista fa a sé stesso e non invece l'espressione di un residuo stock conservato in vista di una vendita futura; 3) quando i beni durevoli fossero soggetti ad un processo di produzione, giacché a nessuno conviene produrre più di quanto possa e voglia vendere<sup>21</sup>; 4) infine,

---

<sup>21</sup> Anche Coase lo fa capire quando scrive: "if the competitive output is produced originally, nothing will be produced in later periods" (*ivi*, p. 146). Condivido l'idea che la produzione si

quando il monopolista fa discriminazione dei prezzi, perché, come già sappiamo, non ha interesse a razionare le vendite e perciò non può avere interesse a cercare strumenti che lo aiutino a razionare le vendite.

In tutti questi casi la questione non si pone. Il venditore che non ha intenzione di razionare le vendite non ha bisogno di offrire alla controparte la garanzia che le vendite saranno razionate.

### **13. (Una postilla) La trasparenza sulla quantità, ma non sul prezzo: una particolare forma di discriminazione dei prezzi**

Rimane da ribadire quanto già abbiamo accennato sopra, e cioè che gli *arrangements* sono uno strumento di cui si vale il monopolista perfettamente informato per rimediare alle conseguenze del suo essere disinformato.

Lascio ad altri giudicare quale possa essere la robustezza logica di questo pseudo-sofisma e mi limito ad osservare che, analogamente al compratore, anche il caso del venditore perfettamente informato non è verisimile. Nondimeno cercherò di spingermi sin che posso sulla strada della trasparenza e perciò immagino che tutte le parti in causa conoscano perfettamente almeno l'ammontare di tutto lo stock in essere; non sappiano invece quale sia il livello del prezzo che ripulisce l'intero mercato.

In questa situazione, il venditore che, per qualunque ragione, si proponesse di vendere l'intero stock al prezzo di concorrenza (proprio come vorrebbe Coase!) sa che, se sbaglia nel fissare un prezzo troppo alto, può rimediare abbassandolo per le unità che fossero risultate invendute sino a completo esaurimento di tutta la merce. Egli sa

---

fermerebbe una volta per tutte quando l'ammontare dello stock fosse divenuto eguale a quello che il produttore ha programmato (credo sia questo il principale motivo che spiega le ricorrenti crisi dei mercati dei beni durevoli). Non penso, invece, che la quantità scelta dal produttore debba essere proprio quella che sarebbe venduta a prezzo di concorrenza in un mercato di concorrenza.

Non avrebbe senso produrre di più e poi mettere in campo apposite intese con lo scopo di vendere di meno. Del resto, Coase considera il caso dei beni riproducibili valendosi degli stessi argomenti da lui già prospettati per i beni non riproducibili ("It may be thought that this argument does not apply if the permanently durable good is produced by a monopolist supplier rather than being part of nature. But this is not so", *ivi*, p. 145). In questo modo si espone alle medesime critiche che abbiamo già sollevato nei parr. 8-10 a proposito dei beni non riproducibili (e forse a qualcheduna in più: si consideri che è più facile e meno costoso limitare la produzione di un bene riproducibile, anziché astenersi dal vendere una quota di un bene irriproducibile che fosse disponibile in eccesso).

altresì che, se scegliesse un prezzo troppo basso, potrebbe vendere per impossibile anche più di quello che possiede, ma non vi sarebbe modo di rimediare, come invece sarebbe utile fare.

Ebbene, questa asimmetria per cui si può rimediare all'errore di avere fissato prezzi troppo alti mentre non c'è rimedio ai prezzi troppo bassi finisce per incoraggiare la formazione di prezzi più alti di quelli che consentirebbero di vendere tutto subito e vi sarebbe una quota rimasta inesitata. Essendo destinata a rivelarsi solamente dopo che fosse stata conclusa la vendita precedente, e perciò inattesa, anche questa quota potrà essere venduta, sia pure scontando il prezzo, senza che questa operazione abbia ad interferire con la modalità con cui si è conclusa la tornata precedente.

In questo modo si genera una particolare forma di discriminazione dei prezzi.

Essa opera in ambito diverso e più ampio rispetto a quello previsto da Pantaleoni (cfr. par. 4), dato che il velo di ignoranza che avvolge il compratore non basta ad abbracciare la dimensione dello intero stock in essere. Si noti inoltre che essa ha la caratteristica di essere non intenzionale. Infatti, non si tratta di un'esplicita scelta del monopolista, ma piuttosto deve essere intesa come un modo di rimediare all'involontario errore del venditore che, nel dubbio, ha fissato un prezzo più alto di quello voluto e dovuto. E' curioso che questa discriminazione dei prezzi sia il risultato di una condotta cautelativa di un monopolista il cui obbiettivo fosse quello di vendere tutto al prezzo di concorrenza! E' l'esatto contrario del monopolio di Coase, che invece vorrebbe discriminare i prezzi, ma si trova a dover subire il prezzo di concorrenza! I due casi sono davvero agli antipodi l'uno dell'altro.

In conclusione, le modalità attraverso cui si può arrivare alla discriminazione dei prezzi possono essere le più varie e vi è dunque qualche buon motivo di pensare che questa pratica abbia la forza di imporsi e di mantenersi ben salda, a dispetto dei tentativi altrui di farci credere il contrario (se ne parlerà più ampiamente nei parr. 15 e 16).

#### **14. *Arrangements* e prezzo unico vs velo di ignoranza e discriminazione dei prezzi**

Torno ad occuparmi di *arrangements*. Lo scopo è quello di confrontare i suoi risultati con quelli associati alla discriminazione dei prezzi.

Il fatto che gli *arrangements* siano un po' troppo velleitari e poco plausibili non vieta che se ne abbia a parlare. E così può essere utile continuare il nostro racconto con l'aggiunta di una breve nota che forse starebbe meglio a piè di pagina, se pure potesse star bene da una qualsiasi parte. Me ne servirò per confrontare l'equilibrio del monopolio definito in termini di un prezzo unico protetto dalle informazioni rese pubbliche e garantite dagli *arrangements* di Coase e l'equilibrio del monopolio definito in termini di prezzi multipli e protetto da quel velo di ignoranza di cui si giova il monopolista di Pantaleoni. Potrà sembrare curioso, ma occorre riconoscere che questi due contesti, pur così lontani gli uni dagli altri come possono esserlo le certezze degli uni e l'ignoranza degli altri, svolgono entrambi la medesima funzione di far sapere ai compratori (o almeno, il che è lo stesso, di indurli a credere) che la quantità disponibile per la vendita è inferiore alla quantità effettiva.

Sia pure in modi diversi e con diversi risultati, entrambi hanno il comune obiettivo di sostenere il profitto. Con la trasparenza garantita dagli *arrangements* si guarda al profitto associato alla coppia prezzo/quantità che identifica l'equilibrio del monopolio tradizionale (nella fig. 1 il profitto è  $OM \times OA$ ). Invece, con il velo di ignoranza si guarda al profitto associato alla discriminazione dei prezzi (indicato dall'area sottesa alla curva di domanda).

Se il monopolista potesse scegliere, scarterebbe gli *arrangements* e opterebbe per la discriminazione dei prezzi perché avrebbe profitti più alti e poi perché non avrebbe bisogno di venire a patti con nessuno e, infine, perché non gli servirebbe quel bagaglio di conoscenze che invece si rende necessario per calcolare l'esatto prezzo di monopolio, ossia il vero oggetto degli *arrangements* (lo si è visto nel par. 13). Di fatti, il venditore che fa discriminazione dei prezzi si trova nella felice situazione di chi acquisisce informazioni generate dai suoi stessi comportamenti e poi non ha bisogno di conoscere tutto, anzi non gli serve sapere neanche quale sia, ad esempio, l'espedito più idoneo a stabilire la quantità che fosse opportuno vendere (stante che conviene vendere tutto), né come sia fatta la curva di domanda, né quali sarebbero i diversi prezzi associati alle diverse quantità.

In sintesi, il monopolista accorto si darà da fare per avvolgere in un velo di nebbia uno scenario che fosse caratterizzato da trasparenza, essendo questa la condizione per poter fare discriminazione dei prezzi e trarne il massimo profitto compatibile con le condizioni della domanda. Non vorrà invece fare l'opposto, e cioè non cercherà di rendere trasparente uno scenario che fosse coperto da un velo di ignoranza, perché

rinuncerebbe alla discriminazione dei prezzi e ai suoi benefici. Per lui non è ammessa la recriminazione di molti poeti, tra i quali Francesco Petrarca: “e veggio ‘l meglio et al peggior m’appiglio” (*Canzoniere*, CCLXIV, v. 136).

### **15. La stabilità dell’equilibrio del monopolio che fa discriminazione dei prezzi**

Nel paragrafo 10 ho accantonato provvisoriamente il caso del monopolio che fa discriminazione dei prezzi e così ho potuto dedicarmi a discutere quale dei due prezzi sia il più probabile, se quello del monopolio o quello della concorrenza.

Ora è tempo di tornare nuovamente indietro, per capire se la discriminazione dei prezzi sia espressione di un equilibrio duraturo messo al riparo da qualsiasi minaccia, oppure se invece non sia un fatto temporaneo, magari destinato a sgretolarsi per lasciare il posto ad un’altra forma di equilibrio, ad esempio quello della concorrenza.

Già ci siamo espressi contro gli argomenti che Coase utilizza per spiegare perché il monopolio produca gli stessi risultati della concorrenza. Mi chiedo se questo fatto non mi impedisca di salvare, se non l’argomentazione di Coase, almeno i suoi risultati. Vedremo dopo se questo mio tentativo avrà dato buoni frutti, o se invece non si sia risolto in un fiasco. Per ora e con questo proposito in mente mi chiedo se abbia senso immaginare che i modi di operare di questa particolare fisionomia del mercato contengano in sé i germi di un suo disfacimento e di una trasformazione del monopolio che fa discriminazione dei prezzi in tanti piccoli venditori che operano in reciproca concorrenza. Se così fosse, l’esito finale sarebbe un prezzo unico al quale si vende l’intero stock disponibile proprio come vorrebbe Coase. E così, almeno le sue conclusioni sarebbero salve.

So bene che vi è una bella differenza tra il monopolio che coasianamente si comporta come la concorrenza e il monopolio che, secondo questa mia provvisoria supposizione, si trasforma, esso stesso, in concorrenza. Ma se potessimo interpretare l’idea di Coase come un modo sbrigativo di alludere al caso di un monopolio destinato a trasformarsi in concorrenza, perlomeno potremmo dire che



1. sono salvi i suoi risultati, sebbene rimangano le nostre riserve sul suo modo di spiegarli;
2. la mia ipotesi sembra assai ben calzante con la posizione dello stesso Coase, specialmente là dove insiste nel sostenere la convenienza di fare discriminazione dei prezzi e, al tempo stesso, nel proclamare l'impossibilità di realizzarla;
3. il punto di partenza di questo mio immaginario percorso è quello di un monopolio che fa discriminazione dei prezzi e dunque, in questo senso, si può dire che la mia congettura armonizza con la tesi di Pantaleoni, mentre il punto di arrivo è quello del mercato della concorrenza e, in questo senso, essa armonizza con i risultati di Coase.

Saremmo dunque riusciti a mettere d'accordo le posizioni dell'uno e dell'altro e, per quanto possano sembrare in contrasto, avremmo trovato che esse sono perfettamente compatibili tra di loro, come possono esserlo due situazioni che paiono diverse solo perché fotografate in due distinti momenti di un medesimo percorso logico-temporale.

Naturalmente, questi risultati valgono entro i limiti in cui si possa prendere per buona l'ipotesi già ricordata secondo la quale la discriminazione dei prezzi conterrebbe in sé i germi della sua dissoluzione e della trasformazione del mercato dal monopolio alla concorrenza, e cadono con essa. E in effetti essi cadono: il monopolio discriminatore non si trasforma in concorrenza.

In primo luogo, si consideri che il venditore-monopolista è il solo che possiede il bene durevole e perciò è l'unico che possa venderlo. Nessun altro può farlo, stante che null'altro possiede alcunché, e perciò non si possono attivare processi concorrenziali: il monopolio rimane monopolio (l'argomento vale sia per i beni non riproducibili, sia anche per i beni soggetti ad un processo di produzione)<sup>22</sup>.

In secondo luogo, poiché il monopolista vende a numerosi soggetti, si potrebbe sospettare che questi, a loro volta, si trasformino in venditori e diano luogo ad un

---

<sup>22</sup> Il monopolista che discrimina i prezzi non va oltre il punto in cui il costo marginale eguaglia il prezzo dell'ultima unità venduta. Nessuno penserebbe di andare oltre, né il monopolista né i suoi potenziali rivali, perché incapperebbe comunque in un costo aggiuntivo maggiore del prezzo e l'operazione si chiuderebbe in perdita.

mercato di concorrenza, dal momento che, in ipotesi, i rivenditori sono tanti e il bene di cui sono venuti in possesso è durevole. Ebbene no, non è così, anzi è proprio la discriminazione dei prezzi messa in campo dall'originario venditore-monopolista a non lasciare scampo a operazioni siffatte:

1. una volta che avesse venduto tutto ciò che possiede il monopolio scompare (lo si vedrà nel par. 17), ma, diversamente da quanto si potrebbe credere, questo fenomeno non spalanca le porte a nuovi venditori in competizione tra di loro. Anzi, nessuno di costoro, operando in concorrenza, potrebbe evitare di vendere a prezzo di concorrenza ciò che ha acquistato in precedenza dall'unico venditore al più alto prezzo di monopolio: perderebbe;
2. i nuovi potenziali [ri]venditori perderebbero anche quando le vendite del vecchio monopolista fossero ancora *in itinere*, e nonostante che i prezzi che potrebbero spuntare siano più alti di quello finale schiacciato al livello della concorrenza. Si noti infatti che, potendo rivendere solo in un momento successivo ciò che hanno acquistato in un momento precedente, il prezzo ottenuto dai rivenditori sarebbe inevitabilmente più basso dell'originario prezzo cui avessero acquistato, e ciò perché siamo in regime di discriminazione dei prezzi;
3. il *retrade* sarebbe conveniente solamente quando, per impossibile, l'originario venditore, anziché ridurre il prezzo a mano a mano che procedono le vendite, lo aumentasse. Questa ipotesi va scartata come assurda;
4. in conclusione, il monopolista originario ha mai da temere la concorrenza di chicchessia. Diversamente da quanto a prima vista si potrebbe pensare, la discriminazione dei prezzi protegge sé stessa.

#### **16. (Segue) Una spiegazione grafica**

Per meglio precisare i temi affrontati nel paragrafo precedente, può essere utile guardare alla figura 2, che descrive una particolare forma di discriminazione dei prezzi e ne chiarisce il suo *modus operandi*<sup>23</sup>. L'idea è che le vendite (e i relativi

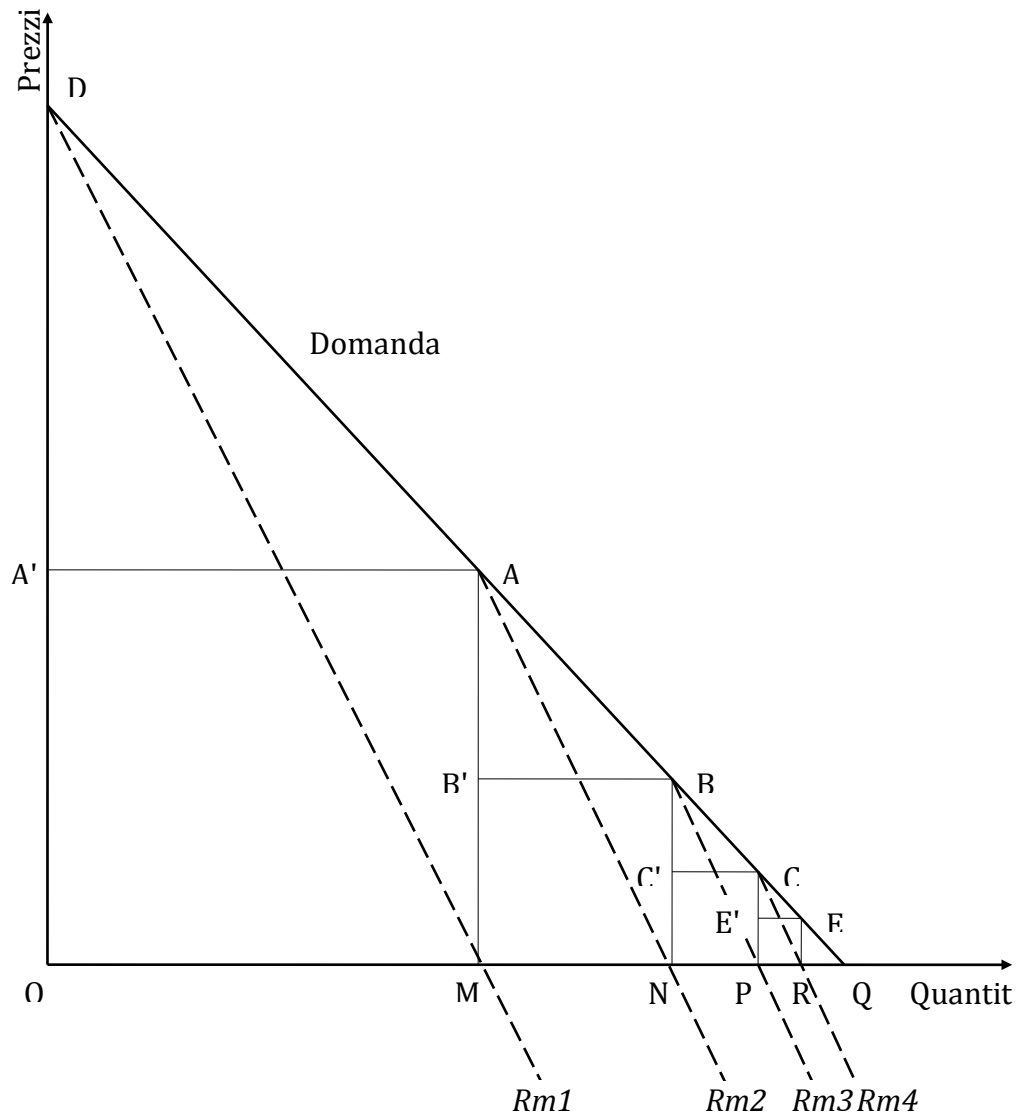
---

<sup>23</sup> La fig. 2 propone un schema unitario che ambisce a descrivere la forma della discriminazione dei prezzi di cui parla Coase, con il proposito di migliorare la sua analisi sul piano della coerenza

prezzi) si succedano una frazione dopo l'altra sino ad esaurimento dell'intero stock, quasi che fossero ascrivibili a tanti distinti monopoli posti in sequenza per essere al servizio di altrettante domande. Queste, a loro volta, saranno le frazioni della domanda complessiva relative alla sola quantità di merce che fosse rimasta inesitata nelle tornate di vendita svoltesi nelle fasi precedenti.

---

logica e della eleganza formale e di eliminare qualche stonatura. A questo proposito, faccio notare che, nello sviluppare le sue congetture e le sue critiche, Coase ha in mente un monopolio che sceglie una coppia quantità/prezzo secondo quanto previsto dalla teoria standard, mentre sul residuo invenduto procede in modo diverso, ossia vende una unità dopo l'altra ricorrendo a sconti di prezzo non dissimili da quelli che Pantaleoni prevede sin dalla prima unità. Vi è dunque una sorta di non bella commistione tra due diversi modi di condotta del monopolio che la fig. 2 consente di superare.



OQ = Stock di bene durevole disponibile  
*Rm1, Rm2, Rm3, Rm4, etc.* = Ricavi marginali relativi alle porzioni di domanda DQ, AQ, BQ, CQ, etc.  
 AM, BN, CP, ER, etc. = Prezzi relativi alla vendita delle quantità OM, MN, NP, PR, etc.  
 $OM \times OA'$  = Ricavo/Profitto del monopolio che non fa discriminazione dei prezzi  
 Area sottesa alla curva spezzata A'AB'BC'CE'E etc. = Ricavo/Profitto del monopolio che fa discriminazione dei prezzi

Fig.2- Monopolio e discriminazione dei prezzi

Cerco di spiegarmi meglio. Si consideri che la quantità di bene durevole complessivamente disponibile sia OQ, che il costo di produzione sia zero (trattandosi di un bene in ipotesi ereditato dal passato) e che la domanda sia DQ con i relativi ricavi marginali *Rm1*. In questa situazione, il monopolista vende solamente una frazione del totale (la quantità OM) ad un prezzo (MA) che massimizza il profitto

(eguale al ricavo e pari all'area OMAA'). Una volta che fosse stata venduta la quantità OM, vi sarà una nuova curva di domanda, AQ, relativa alla quantità residua MQ (essa è idealmente inserita in un sistema di assi cartesiani avente per origine il punto M). I relativi ricavi marginali saranno  $Rm_2$ , tal che sarà venduta la quantità MN<sup>24</sup> con un prezzo pari a NB e un profitto aggiuntivo indicato dall'area MNBB'.

Di nuovo, avremo una terza curva di domanda (BQ) che consiste nella porzione della domanda complessiva (DQ) relativa alla quantità (NQ) rimasta invenduta nelle due tornate precedenti. Anche questa ulteriore curva di domanda, con la sua curva dei ricavi marginali  $Rm_3$ , è costruita nello stesso modo che si è detto sopra, sicché sarà venduta l'ulteriore quantità NP al prezzo PC, con un profitto aggiuntivo pari a NPCC'. Il processo è destinato a continuare con prezzi e quantità che si rincorrono e convergono con passi sempre più fitti e sempre più piccoli, sino a che lo stock del bene durevole non sarà interamente venduto<sup>25</sup> e il prezzo dell'ultima dose non sarà ridotto a zero. Insomma, prezzi e quantità si rincorrono secondo l'andamento della curva spezzata A'AB'BC'CE'E *etc., etc.*, sino a che non si sia giunti al punto di arrivo Q (naturalmente ci si fermerebbe prima, se la quantità del bene durevole fosse inferiore ad OQ).

La fig. 2 descrive una sola tra le possibili modalità di discriminazione dei prezzi. Si noti però che, ai fini del problema in esame, le sue implicazioni hanno valenza del tutto generale: il monopolista si trova sempre nella condizione di dover vendere ciascuna dose successiva ad un prezzo più basso del prezzo cui ha venduto le dosi precedenti e tanto basta perché, lungo tutto l'arco della curva di domanda DQ, i vecchi compratori non possano rivendere se non ad un prezzo più basso ciò che hanno comperato ad un prezzo più alto<sup>26</sup>.

---

<sup>24</sup> MN è la porzione della quantità MQ per la quale il ricavo marginale relativo alla domanda AQ è eguale al costo marginale, a sua volta eguale a zero.

<sup>25</sup> Coase sembra intuire questo fenomeno quando, discutendo della [im]possibilità di fare discriminazione dei prezzi, parla di un bene durevole "sold in separate transactions involving blocks of land, *probably of diminishing size*" (*ivi*, p. 144, corsivo mio).

<sup>26</sup> Chi acquista la quantità OM al prezzo MA e volesse rivenderla deve fare i conti con il monopolista che, nella seconda tornata di vendite, abbasserebbe il prezzo al livello NB: il rivenditore dovrebbe accettare nulla più di questo prezzo e perderebbe. Per colmo di sventura, non riuscirebbe a rivendere se non una sola parte di ciò che avesse acquistato. La parte invenduta dovrebbe vedersela con quella che il monopolista offrirebbe ad un prezzo ancora più basso! Un autentico disastro!

Se i vecchi compratori, trasformati in venditori, si mettessero in concorrenza gli uni con gli altri e con ciò che fosse rimasto della quota posseduta dal vecchio monopolista, perderebbero e a nessuno piace perdere, come del resto è previsto dalla teoria del comportamento del consumatore, la quale non accetta che lo stesso soggetto sia compratore quando il prezzo è “alto” e venditore quando il prezzo è “basso”.

Per riassumere, abbiamo negato che il monopolio si comporti come la concorrenza e allora abbiamo cercato di capire se, perlomeno, questa forma di mercato non abbia a trasformarsi essa stessa in concorrenza. Ma anche questa ipotesi non ha trovato alcuna conferma. Ciononostante, nel dubbio è parso utile prospettarla anche perché è servita a chiarire che 1) non si può giustificare il risultato reclamato da Coase neppure come conseguenza di un monopolio che si mutasse in concorrenza, perché il monopolio non può trasformarsi in concorrenza ; 2) la discriminazione dei prezzi non è minacciata da nulla e da nessuno, perché impedisce di fare quelle operazioni di *retrade* che sole potrebbero aprire il mercato di monopolio alla concorrenza di nuovi [ri]venditori.

### **17. Una volta esaurito il suo compito, il mercato scompare per sempre**

In una economia perfettamente statica nella quale i gusti e le necessità delle persone non cambiano mai, la discriminazione di prezzi fa sì che il monopolista, nel vendere il bene durevole in suo possesso, lo tolga definitivamente dal mercato senza che nessuno possa subentrargli (cfr. parr. 15 e 16). E così, una volta che avesse venduto l'intero stock, la sua funzione di assegnare la merce ai diversi compratori risulterà compiuta e poi tutto scompare. *In primis* scompare il venditore monopolista, dato che non ha più nulla da vendere. Ma scompaiono anche i suoi antichi clienti, i quali non possono fare altro che tenersi tutto ciò che hanno acquistato e goderselo, né vorranno rivendere alcunché perché perderebbero. Anche tutti i beni durevoli, per quanto durevoli possano essere, scompaiono per sempre nel momento stesso in cui sono venduti e, una volta collocati presso i compratori, vi rimangono definitivamente non potendo tornare ad alimentare un mercato che pure scompare. Infine, i prezzi ai quali è avvenuta la transazione spariscono, o almeno diventano ininfluenti, essendo preposti a scambi oramai definitivamente avvenuti e non più rinnovabili. Al più essi avrebbero la funzione dell'asticella che occorre scavalcare da parte di chi fosse pentito di avere

acquistato e volesse rivendere, se per impossibile vi fosse chi avesse sbagliato a comperare e volesse rivendere (cfr. parr. 15 e 16)<sup>27</sup>.

In sintesi, già sapevamo che il monopolio che fa discriminazione dei prezzi non è minacciato da nessuno. Possiamo ora aggiungere che esso semplicemente si liquefa a mano a mano che le sue vendite procedono.

Tanto basti per respingere come sbagliate le idee alle quali si dedica Jeremy I. Bulow, tutte ispirate alla preoccupazione che “durable-goods monopolists face special problems because *the sale of their products creates a secondhand market not controlled by the monopolist*”<sup>28</sup>. L'affermazione per cui si formerebbe un “secondhand market” è sbagliata quando il venditore operasse in regime di discriminazione dei prezzi, ossia quando ci si trovasse proprio nel caso di prezzi “alti” che, come tali, potrebbero sembrare all'apparenza i più favorevoli ad attivare operazioni di *retrade* (e si farebbe un errore, essendo i prezzi “alti” quelli cui i potenziali rivenditori acquistano e non quelli cui rivendono!). Aggiungo che non vi sarebbe spazio per il *secondhand market* neppure quando il prezzo fosse uno solo, perché non vi sarebbe alcuna differenza tra il prezzo di acquisto e il prezzo di vendita e a nessuno, credo, converrebbe rivendere ciò che avesse comperato se non potesse lucrare una differenza di prezzo a proprio favore (cfr. par. 9). Al più potrebbe affermarsi se solo vi fosse una discriminazione dei prezzi alla rovescia, secondo un'ipotesi che abbiamo prospettato al termine del par. 15 (punto 3.), sia pure solo per poterla respingere come assurda.

## **18. Conclusioni: somiglianze e dissomiglianze tra Pantaleoni e Coase**

Riassumo e concludo. Lo scenario considerato da entrambi gli studiosi che abbiamo rivisitato in queste pagine prevede un mercato in cui l'offerta del bene durevole è opera di un solo venditore, mentre la domanda si compone di una pluralità di compratori.

---

<sup>27</sup> I prezzi del passato possono al più essere fonte di perdite a carico di chi rivende ciò che avesse acquistato presso il monopolista originario, ma, essendo riferiti al passato, non possono impedire che si compiano scelte di questo tipo per il futuro. Converrà anzi precisare che le vere ragioni per cui nessuno rivende non sono dovute al fatto che si perde, ma piuttosto sono radicate nella funzione di utilità dei soggetti in questione che raccomanda di acquistare a prezzi alti, e perciò non può avere una forma tale da indurre a vendere a prezzi bassi. In questo senso va inteso anche quanto si è detto nei parr. 15 e 16.

<sup>28</sup> Cfr. Bulow, 1982, p. 314, corsivo mio.

Secondo Pantaleoni, questo monopolio vende tutto lo stock in suo possesso quando il velo di ignoranza che avvolge i compratori lo mettesse nella condizione di fare discriminazione dei prezzi.

Anche il monopolio teorizzato da Coase vende tutto ciò che possiede, ma per la ragione opposta, ossia perché è fronteggiato da un unico prezzo, quello espresso da un mercato di concorrenza.

Coase ha il torto di attribuire alle sue congetture carattere di generalità, mentre il prevalere di un prezzo unico è proprio di uno scenario di perfetta trasparenza. Entro questo scenario, non è garantito che si affermi proprio del prezzo di concorrenza, come piace a Coase, e non invece quello di monopolio, come invece è possibile che sia.

Infine, riconoscere che possa esistere uno scenario di trasparenza non significa che questo debba essere l'unico scenario possibile. Nulla vieta che prevalga un velo di ignoranza di Pantaleoni che offrirebbe al monopolista le condizioni ideali per poter fare discriminazione dei prezzi e per vendere tutto ciò che possiede e poi scomparire senza che nulla e nessuno possa fargli concorrenza né possa subentrargli.

Sottolineo che questo tragitto ci impedisce di tener buona la cosiddetta "Coase conjecture", né se la intendiamo come la pretesa che il monopolio si comporti come la concorrenza e neanche se, con essa, vogliamo alludere ad un (impossibile) processo di trasformazione del mercato alimentato da impossibili fenomeni di *retrade*.

Nell'ambito del comune tema del monopolio di beni durevoli, abbiamo registrato somiglianze e dissomiglianze tra Pantaleoni e Coase. E sembra di poter dire che le somiglianze con il contributo di Pantaleoni riguardano la parte immune da vizi della analisi di Coase e che, a sua volta, l'analisi di Pantaleoni è esente dai difetti di un contributo, quello di Coase, che non ha saputo uscire dai molti dubbi che ho cercato di mostrare in questo mio scritto.

Vero è, invece, che le antiche pagine delle *Lezioni di economia politica del Professore Maffeo Pantaleoni* professate a Napoli nell'anno accademico 1896-1897 hanno il pregio non minore di avere posto, probabilmente per la prima volta, il problema del monopolio dei beni durevoli e di averne indicato la corretta



e originale soluzione in modo impeccabile nella sua semplicità e nella sua logica stringente.

Mi si accuserà di sciovinismo e di provincialismo, ma non nascondo che mi fa piacere fare onore al merito, soprattutto quando, come in questo caso, non serve importare dall'estero cose che, nelle loro componenti più interessanti e convincenti, sono italianissime.

## **19. Opere citate**

BOCCACCIO Giovanni, 1951, *Decamerone*, Tuminelli, Roma.

BULOW Jeremy I., 1982, *Durable Goods-Monopolists*, in "Journal of Political Economy", vol. XC, n. 2, aprile 1982, pp. 314-332.

CARTESIO Renato, 1993, *Discorso sul metodo*, traduzione e note di Marcella Renzoni, Oscar Mondadori, Milano.

CHAMBERLIN Edward H., 1933, *The Theory of Monopolistic Competition: A Reorientation of the Theory of Value*, Harvard University Press, Cambridge, Mass. Trad. it. sulla 7a ed. del 1960: *Teoria della concorrenza monopolistica*, La Nuova Italia, Firenze, 1961.

COASE Ronald Harry, 1972, *Durability and Monopoly*, in "Journal of Law and Economics", vol. XV, n. 1, aprile 1972, pp. 143-149.

DUPUIT Jules, 1844, *De la mesure de l'utilité des travaux publics*, in "Annales des ponts et chaussées", serie seconda, vol. VIII, pp. 332-375. Trad. ingl. sotto il titolo: *On the Measurement of the Utility of Public Works*, in "International Economic Papers", n. 2, McMillan and Co., London and New York, 1952, pp. 83-110.

DUPUIT Jules, 1849, *De l'influence des péages sur l'utilité des voies de communication*, in "Annales des ponts et chaussées", serie seconda, 1° semestre, vol. XXV, n. 207. Trad. ingl. della quarta parte (*Des péages*) sotto il titolo: *On Tolls and Transport Charges*, in "International Economic Papers", n. 11, McMillan, London and New York, 1962, pp. 7-31.

DUPUIT Jules, 1933, *De l'utilité et de sa mesure. Ecrits choisis et republiés par Mario De Bernardi*, Edizioni de "La riforma sociale", Torino (con *Prefazione* di Luigi Einaudi).

EDGHEWORTH Francis Ysidro, 1910, *Applications of Probabilities to Economics*, in "The Economic Journal", vol. XX, September 1910, n. 79, pp. 441-465, ristampato

in *Papers Relating to Political Economy*, Burt Franklin, New York, N.Y., 1925, vol II, pp.387-428.

EKELUND Robert B., Jr., 1970, *Price Discrimination and Product Differentiation in Economic Theory: An Early Analysis*, in "The Quarterly Journal of Economics", vol. LXXXIV, n. 2, may, pp. 268-278.

FRIEDMAN Milton, 1978, *Nessun pasto è gratis*, F.lli Fabbri Editori, Milano. Originale inglese sotto il titolo: *An Economist's Protest*, Glenn Ridge, London, 1972.

GUL Faruk, SENNENSCHHEIN Hugo and WILSON Robert, 1986, *Foundations of Dynamic Monopoly and the Coase Conjecture*, in "Journal of Economic Theory", vol. XXXIX, pp. 155-190.

PANTALEONI Maffeo, 1896-1897, *Lezioni di economia politica del professore Maffeo Pantaleoni*, pubblicate a cura degli studenti Edoardo Cuciniello e Giuseppe De Turro, Napoli, anno scolastico 1896-1897, edizione litografata.

PANTALEONI Maffeo, 1901-1902, *Lezioni di economia politica del Prof. Pantaleoni, deputato al Parlamento*, raccolte stenograficamente, rivedute e corrette dal professore, anno 1901-1902, Litografia P. Casetti & C., Roma.

PANTALEONI Maffeo, 1924, *In occasione della morte di Vilfredo Pareto-Riflessioni*, in "Giornale degli economisti", serie quarta, anno XXXIX, vol. LXIV, gennaio-febbraio, pp. 1-19. Ristampato in Pantaleoni M., 1938, pp. 327-358 (cui si riferisce la citazione).

PANTALEONI Maffeo, 1938, *Studi di finanza e di statistica*, raccolti a cura dell'Istituto di Politica economica e finanziaria della Regia università di Roma, Zanichelli, Bologna.

PETRARCA Francesco, *Canzoniere*, edizione di riferimento: *Canzoniere, trionfi, rime varie*, a cura di Carlo Musetta e Daniele Ponchiroli, Giulio Einaudi Editore, Torino, 1958.

PIGOU Arthur Cecil, 1912, *Wealth and Welfare*, McMillan and Co., London.

TREMONTI Giulio, 2012, *Uscita di sicurezza*, Rizzoli, Milano.

### **Sommario**

L'articolo è dedicato ad alcune questioni di priorità a proposito del monopolio di beni durevoli. Vi si afferma che è stato per primo Maffeo Pantaleoni ad avere affrontato il tema in alcune paginette di una dispensa inedita che raccoglie le sue lezioni tenute a Napoli nel corso dell'anno

accademico 1896-1897. La sua tesi, esauriente e convincente, è che il monopolista ha la possibilità e la convenienza a vendere l'intero stock del bene durevole in suo possesso ricorrendo alla politica di discriminazione dei prezzi.

Il fatto che lo scritto di Pantaleoni sia inedito e dimenticato contribuisce a spiegare perché non gli sia stata riconosciuta alcuna paternità e perché essa sia invece attribuita unanimemente a Ronald Coase, nonostante che ne scrivesse ottant'anni dopo in un articolo apparso nell'aprile del 1972 sul "Journal of Law and Economics" (vol. 15, n. 1, pp. 143-149).

Si noti che Coase, al pari di Pantaleoni, riconosce che il monopolio di beni durevoli vende tutto lo stock in suo possesso, e tuttavia se ne discosta perché nega che vi possa essere discriminazione dei prezzi, anzi il prezzo sarebbe unico ed eguale a quello che produrrebbe la concorrenza.

Non sembra essere questo un buon motivo per attribuire a Coase il merito di una paternità, quando si consideri che, come si è cercato di documentare in questo articolo, la sua tesi è difettosa e, per alcuni versi, contraddittoria e, per quel tanto di buono che essa contiene, è venuta dopo che sono trascorsi molti decenni da quando Pantaleoni aveva capito la specificità del problema, se ne era occupato persuasivamente e lo aveva messo per iscritto.