

4 aprile 2023

Seminario MATIS

La misurazione statistica delle piattaforme digitali e il censimento delle imprese ISTAT

GIULIO PERANI – LEOPOLDO NASCIA

Istat | DIPS | Servizio per l'analisi dei dati e la ricerca economica, sociale e ambientale

We'd Better Watch Out

MANUFACTURING MATTERS

The Myth of the Post-Industrial Economy.
By Stephen S. Cohen and John Zysman.
Tables and Charts. 297 pp. New York:
A Council on Foreign Relations Book/
Basic Books. \$19.95.

By Robert M. Solow

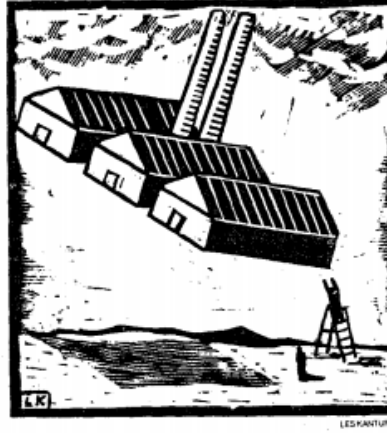
THERE is a lot of loose talk about the "deindustrialization" of the United States economy. We are losing our manufacturing industry to foreigners and becoming a "service economy" (if you like the idea) or a "nation of hamburger stands and insurance companies" (if you don't like the idea). Stephen S. Cohen and John Zysman begin their book, "Manufacturing Matters: The Myth of the Post-Industrial Economy," by insisting, quite correctly, that no such thing can happen. The orders of magnitude are such that the United States could not hope to pay for its manufacturing imports by selling services abroad. We need too many goods, and there are not enough services. One way or another we will continue to be producers of goods, including manufactures, and probably net exporters of goods in order to pay interest on the debts we have incurred during the consumption binge of the 1980's.

That doesn't make things all right. We could of course balance our trade — and we will — by depreciation of our currency and reductions in our real wages. There is no trick to that. Every country that is so poor and so unpromising that no one will lend to it balances its trade, precisely by being so poor that it cannot afford to import more than it can pay for by exporting. And what it exports are the products of cheap labor. If American manufacturing is to win back a competitive edge against Japan, South Korea and West Germany, it will have to find a way to sell goods here, there and in third markets while paying high wages and earning a good return on investment. That can only happen if we catch up with, and at least sometimes surpass, our rivals in productivity, quality and design.

The authors also make the probably valid point that, even if it were otherwise possible, the notion of a "post-industrial" economy fails against the proposition that modern, high-productivity business services are really inseparable from the production of the goods they service. The free-floating service sector will soon lose touch and the new producer will soon acquire know-how.

This part of the argument is convincingly done. When Mr. Cohen and Mr. Zysman come to explain what

Robert M. Solow is a professor of economics at the Massachusetts Institute of Technology.



Went Wrong with the United States manufacturing industry they have some interesting and reasonable things to say, but they also begin to flail around a bit. They tell war stories, they go in for heavy breathing (Revolutions and Transformations come thick and fast), they profess confidence about things no one can possibly know and they fall into vagueness. Here is a representative example: "Those firms that understand, invent and implement the new possibilities of the emerging telecommunications technology will gain advantage. Critically, corporate strategies at home and abroad will use the possibilities of the new technology to capture competitive advantage. We cannot, of course, demonstrate how technologies that are only now emerging will alter strategies in ways yet to be imagined." A passage like that is not wrong; but it only appears to be saying something.

Here is a different sort of example. After 100 pages the authors announce "six hypotheses that will be used as premises from here on in. . . . First, technological developments can provoke rapid market shifts. Second, technologies are shaped by the needs and arrangements that exist in the nations from which they emerge. Third, some critical technologies can affect the competitive position of a whole range of industries; and if one nation uses these technologies to gain a lead in a vital product, it can forge an important trade advantage for itself. These are *strategic transformative industries*." The other three "hypotheses" are similar. With all respect, these are truisms, not hypotheses.

In a way, I do not blame Mr. Cohen and Mr. Zysman, directors of the Berkeley Roundtable on the Inter-

national Economy at the University of California, for falling into bad habits. They want to appear to be generalizing about a subject on which there are too few (or what is almost the same thing, too many) defensible generalizations. It is just a pity that they cannot be content with the odd insight, the occasional plausible and discussable hypothesis. They do, in fact, produce some of those. They are interesting, for example, on the need for flexibility and adaptability in modern manufacturing required to give a rich, knowledgeable and finicky market what it wants when it wants it, quite the opposite of the mass-production philosophy that made America great. There are other good moments. The trouble is that they do not know, any more than I do, exactly what let Japan and West Germany overtake United States industry. They should be content to tell a few good stories and give the reader furiously to think.

I do fault them for one cop-out. One of their central beliefs is that there has been a Revolution in manufacturing, its name is Programmable Automation, and that American industry has failed to capitalize on it. That may even be so. But then they go on, "We do not need to show that the new technologies produce a break with past patterns of productivity growth. . . . [That] would depend not just on the possibilities the technologies represent, but rather on how effectively they are used." What this means is that they, like everyone else, are somewhat embarrassed by the fact that what everyone feels to have been a technological revolution, a drastic change in our productive lives, has been accompanied everywhere including Japan by a slowing-down of productivity growth, not by a step up. You can see

You can see the computer age everywhere but in the productivity statistics. [1987]

public policy ought to be directed positively toward encouraging and assisting the achievement of industrial competitiveness. They suspect, probably rightly, that the United States Government has allowed itself to be flimflammed by the Japanese for years on the matter of nontariff barriers, and ought to play a little hardball. All that sounds right to me. But there is nothing here to offer a Presidential candidate by way of something concrete to do. It would be an interesting memo, and it might yet get written. □



GDP Doesn't Work In A Digital Economy

By Irving Wladawsky-Berger

Nov 3, 2017

Forbes

GDP Cannot Explain The Digital Economy

Andrew Sheehy
Jun 6, 2016



Defining and Measuring the Digital Economy

Working Paper

Kevin Barefoot, Dave Curtis, William Jolliff, Jessica R. Nicholson, Robert Omohundro
3/15/2018



OECD Statistics Working Papers
2016/07

Measuring GDP in a Digitalised Economy

Nadim Ahmad, Paul Schreyer

Digital Spillover

Measuring the true impact of the digital economy



accenturestrategy

Digital Density Index

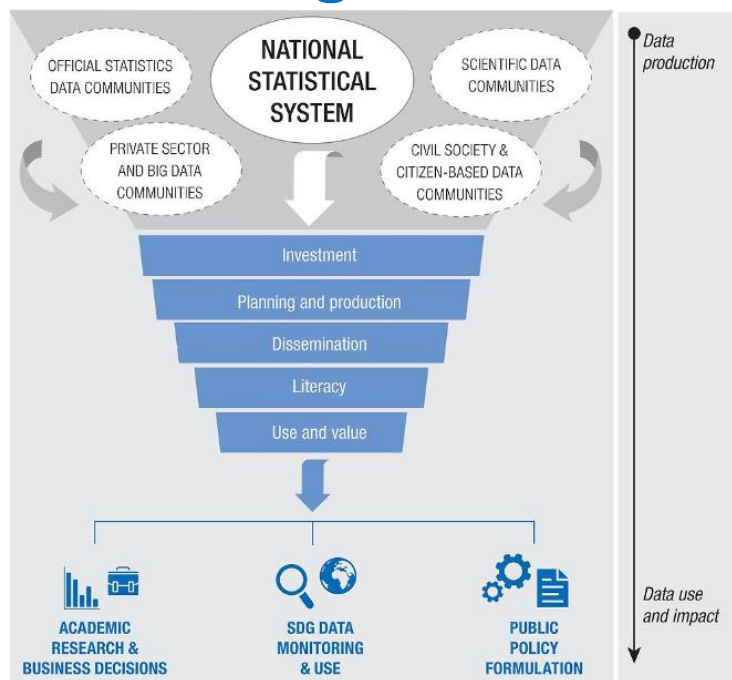
Digital Density Index

Guiding digital transformation



La statistica ufficiale ha un problema con la digitalizzazione

- **Struttura gerarchizzata degli indicatori economici**



- **Indicatori di tipo finanziario**
- **Classificazioni**
- **Processi di acquisizione dei dati**
- **Processi di validazione / tempistica**

Il sistema degli indicatori sulla digitalizzazione

SNA mainstream

- CONTRIBUTO DEL SETTORE ICT AL PIL
- STIMA DEGLI INVESTIMENTI IN ICT ASSETS

Heterodox views

- FONTI NON ORTODOSSE
- INDICATORI NON MONETARI

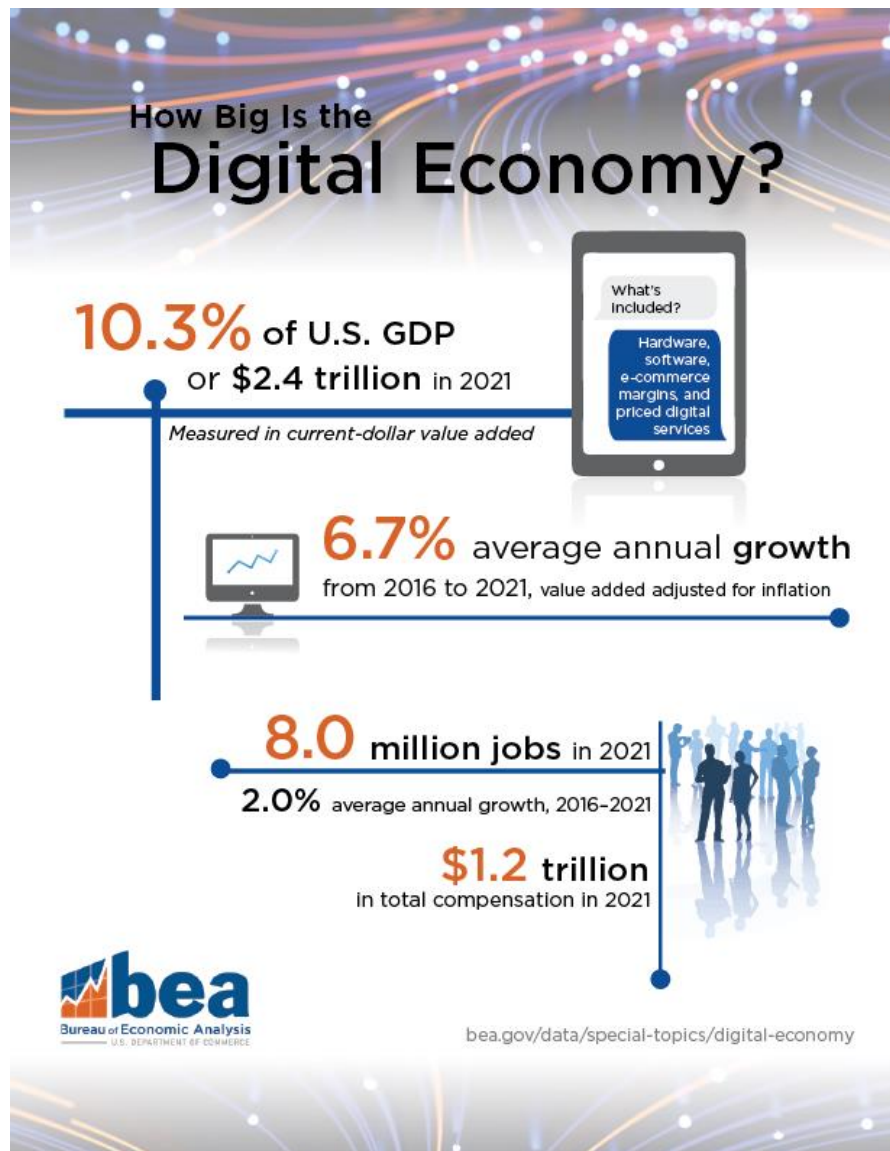
ICT statistics
(updating)

- INFRASTRUTTURE ICT
- TRANSAZIONI E-COMMERCE
- CONTENUTI DIGITALI (MEDIA + BIG DATA)

GDP in a digitalised economy

- TRANSAZIONI PEER-TO-PEER
- CO-PRODUCTION
- BENI ICT DUREVOLI COME INVESTIMENTO
- SERVIZI E BENI GRATUITI + PUBBLICITA' + DATI
- CROWD-BASED E OPEN SOURCE

Quanto pesa il digitale sul PIL?

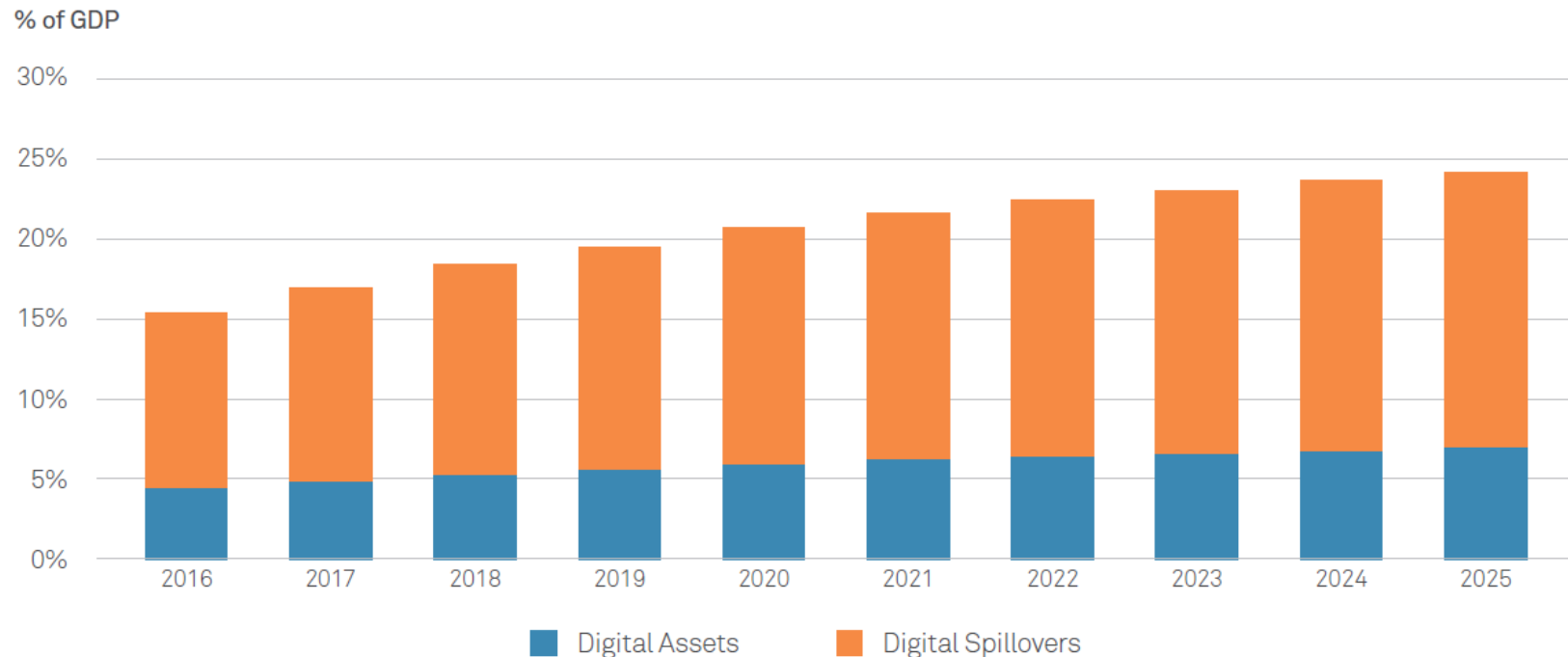


- L'infografica BEA mostra i dati ufficiali del PIL statunitense 2021
- Il peso dell'economia digitale è misurato secondo le metodologie statistiche dei conti nazionali, includendo:
 - **Spesa per hardware**
 - **Spesa per software**
 - **Profitti da e-commerce**
 - **Spesa per servizi digitali**
- **Gli effetti non monetari non sono considerati.**

Quanto vale l'economia digitale non misurata?

Huawei e Oxford Economics (2017)

Proiezioni di crescita della quota di attività digitale sul PIL globale al 2025 (con scenario di forte crescita digitale)



- **Ad esempio, nel 2017, Huawei e Oxford Economics hanno cercato di stimare i «digital spillovers» non considerati nel GDP.**
- **Si stima che potrebbero valere il doppio delle attività attualmente incluse nel calcolo del PIL.**

Statistica economica ed economia digitale: cosa manca?

- **Processi interni ai soggetti economici**

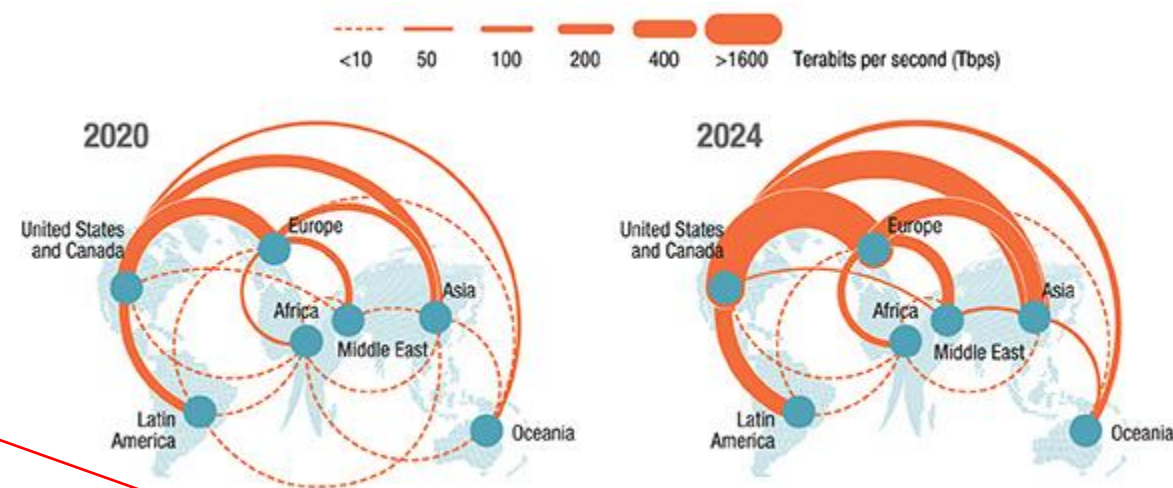
- Comunicazione
- Interazione
- Dematerializzazione
- **Modelli di business data-driven**

- **Processi orizzontali**

- Trasparenza nei processi competitivi
- Innovazione aperta
- Customerizzazione, customer integration, **customer empowerment**
- **Intermediazione**

- **Processi verticali**

- Servitization
- Everything as a service
- Integrazione dei processi produttivi e distributivi



**Digital
platforms**

Cosa è una **piattaforma**? (de Reuver et al. 2018)

Piattaforme
interne



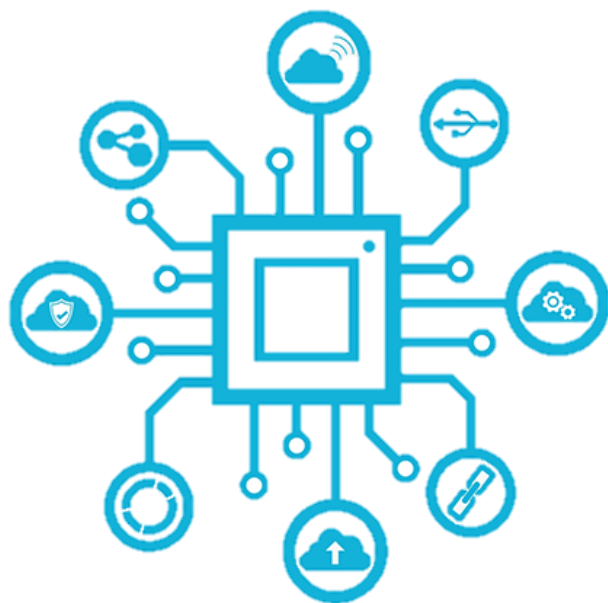
Piattaforme che
aggregano catene
del valore



Piattaforme a livello
di settore



Cosa è una piattaforma digitale?



Innovazione



Integrazione

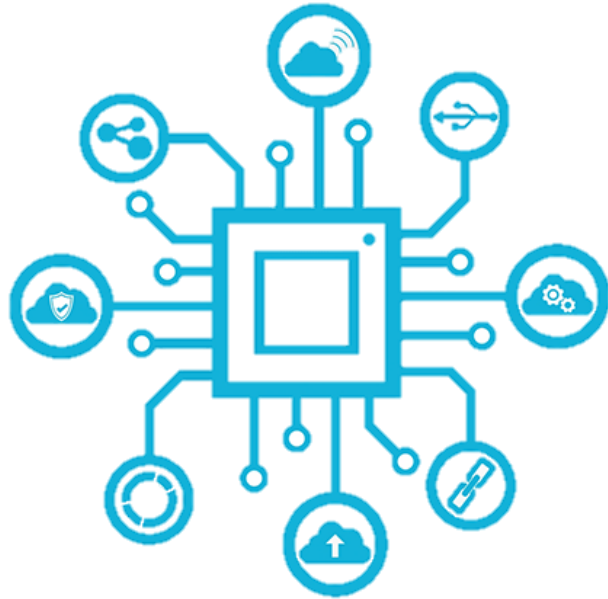


Transazioni



Investimento

Cosa è una piattaforma digitale?

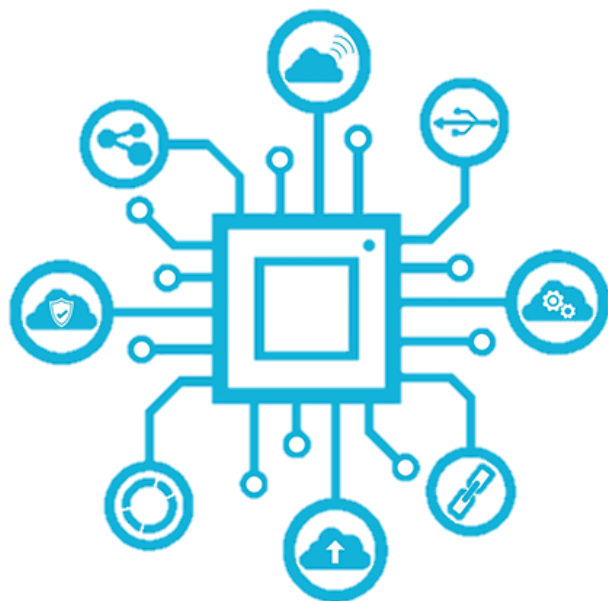


Innovazione



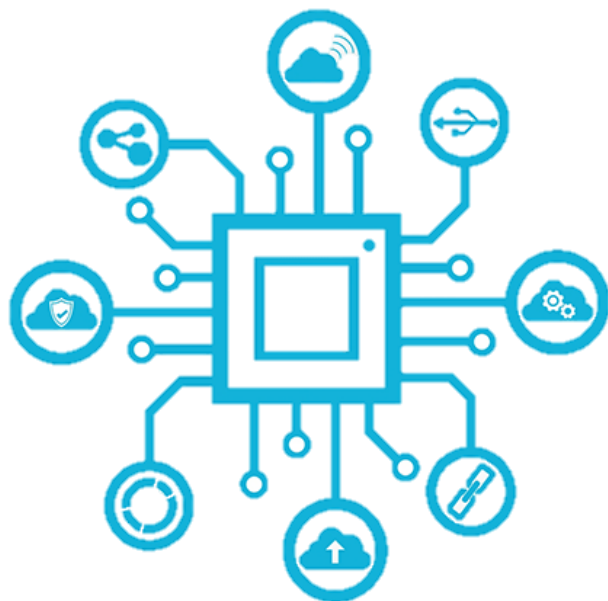
ORACLE®

Cosa è una piattaforma digitale?

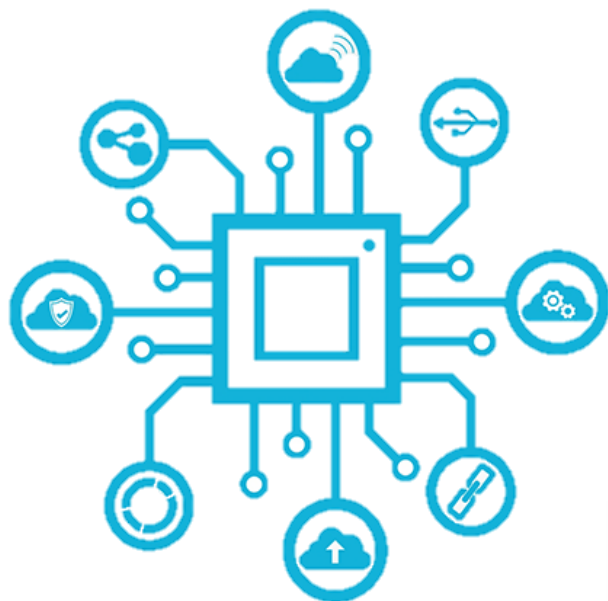


Investimento

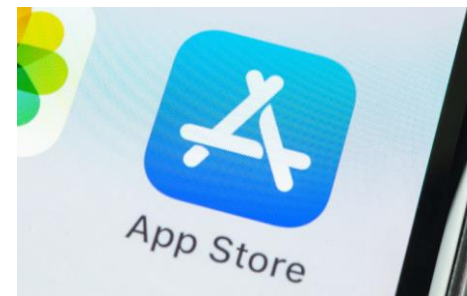
Cosa è una piattaforma digitale?



Cosa è una piattaforma digitale?



Apple



Integrazione

Piattaforma tecnologica +
piattaforma commerciale

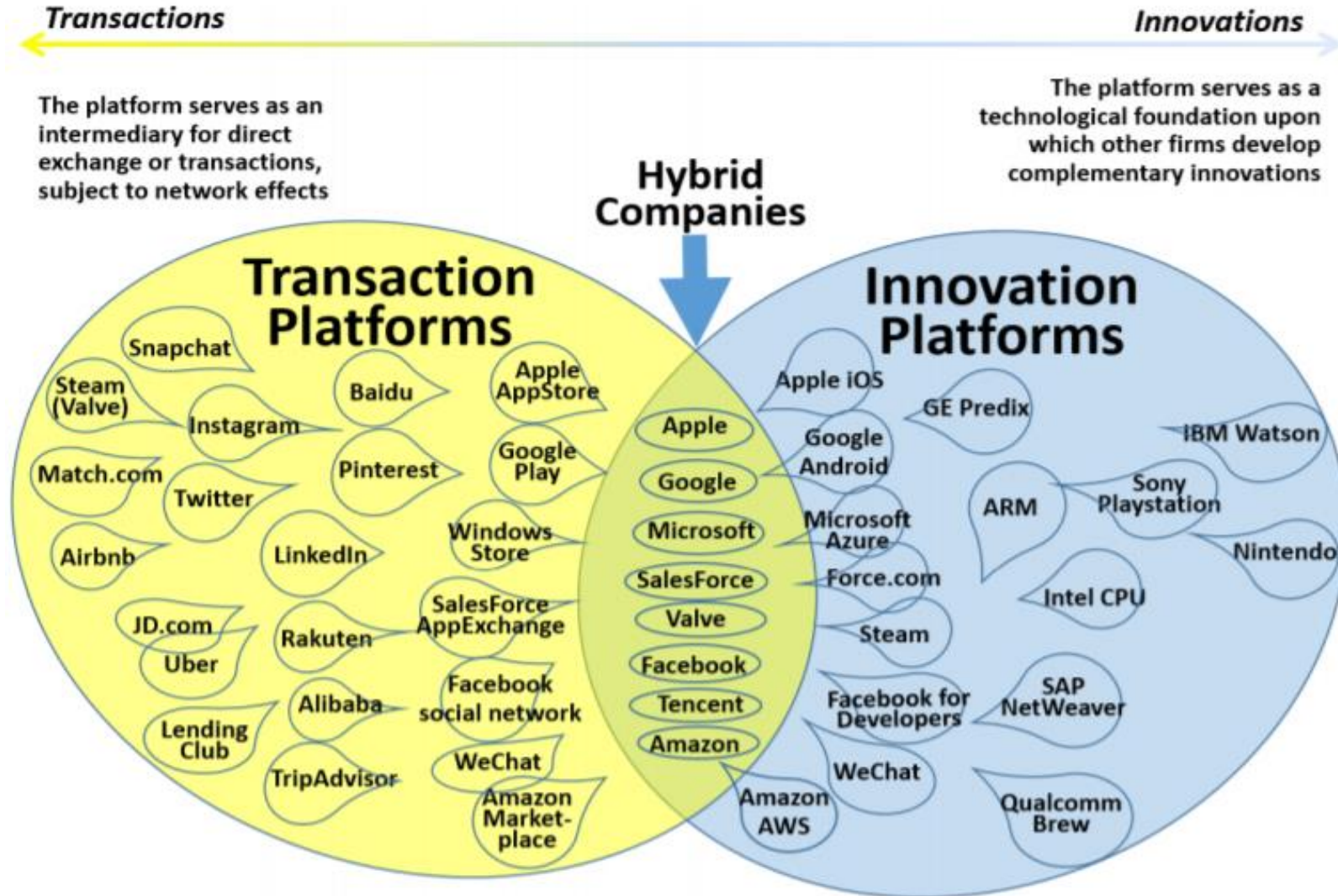


Alphabet

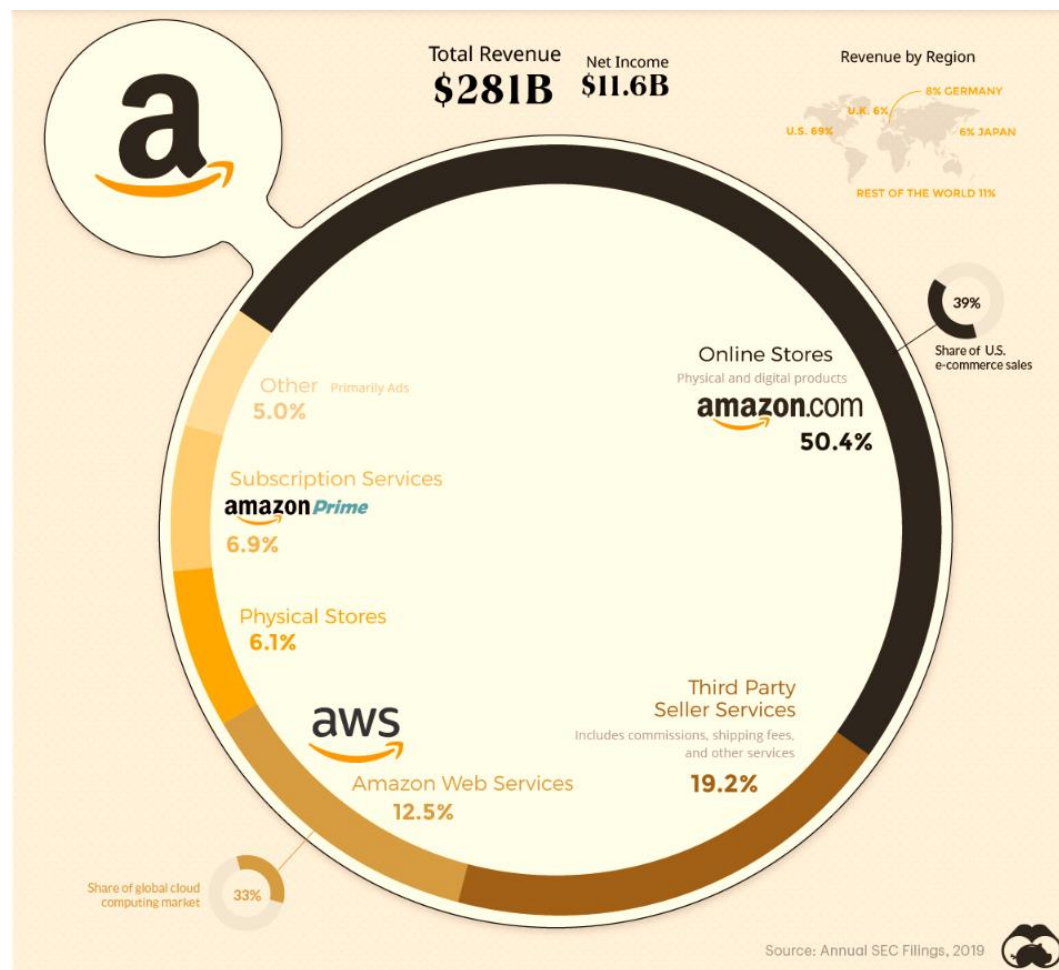
Cosa è una piattaforma digitale? (Evans & Gawer, 2016)

TIPOLOGIA	DESCRIZIONE	ESEMPI
Piattaforme di transazione	Tecnologie, prodotti o servizi che operano come collegamenti (o intermediari) al fine di facilitare gli scambi o le transazioni tra utilizzatori, clienti o fornitori.	Uber, AirBnB, Ebay.
Piattaforme di innovazione	Tecnologie, prodotti o servizi che rendono possibile a un gruppo di imprese – potenzialmente identificabili come partner di un ecosistema innovativo ^a – di sviluppare tecnologie, prodotti o servizi complementari tra loro.	Microsoft, Linux, Oracle.
Piattaforme di integrazione	Tecnologie, prodotti o servizi che integrano una funzione di transazione e una di innovazione.	Apple, Alphabet, Amazon, Facebook.
Piattaforme di investimento	Imprese con una strategia di portafoglio basata sull'investimento in piattaforme digitali (operando come holding companies, investitori in capitale di rischio o in entrambe le funzioni).	Softbank, Naspers, Priceline.

Cosa è una piattaforma digitale?



Amazon: un modello di ibridazione



Amazon offre un esempio perfetto di piattaforma digitale ibrida. Con riferimento a dati pre-Covid, si vede che sue entrate provenivano solo per circa il 50% da attività transattive.

Le altre attività di Amazon riguardano la fornitura di servizi e lo sviluppo di soluzioni tecnologiche per clienti terzi (soprattutto business).

Caratteristiche chiave delle piattaforme

CARATTERISTICHE DELLE PIATTAFORME COME MODELLO DI BUSINESS

Presenza di **mercati double-side**, o **multi-side**, laddove un'impresa sia in grado di presidiare una funzione di intermediazione tra produttori e utilizzatori.

Struttura basata su **network o ecosistemi** che coinvolgono una molteplicità di partner nelle strategie aziendali.

Esternalità positive che generano un fenomeno di attrazione di ulteriori partner in un processo di costante espansione dell'ecosistema.

CARATTERISTICHE SPECIFICHE DELLE PIATTAFORME DIGITALI

Presenza di un "**codice-base**" espandibile tramite moduli aggiuntivi sotto forma di applicazioni o algoritmi.

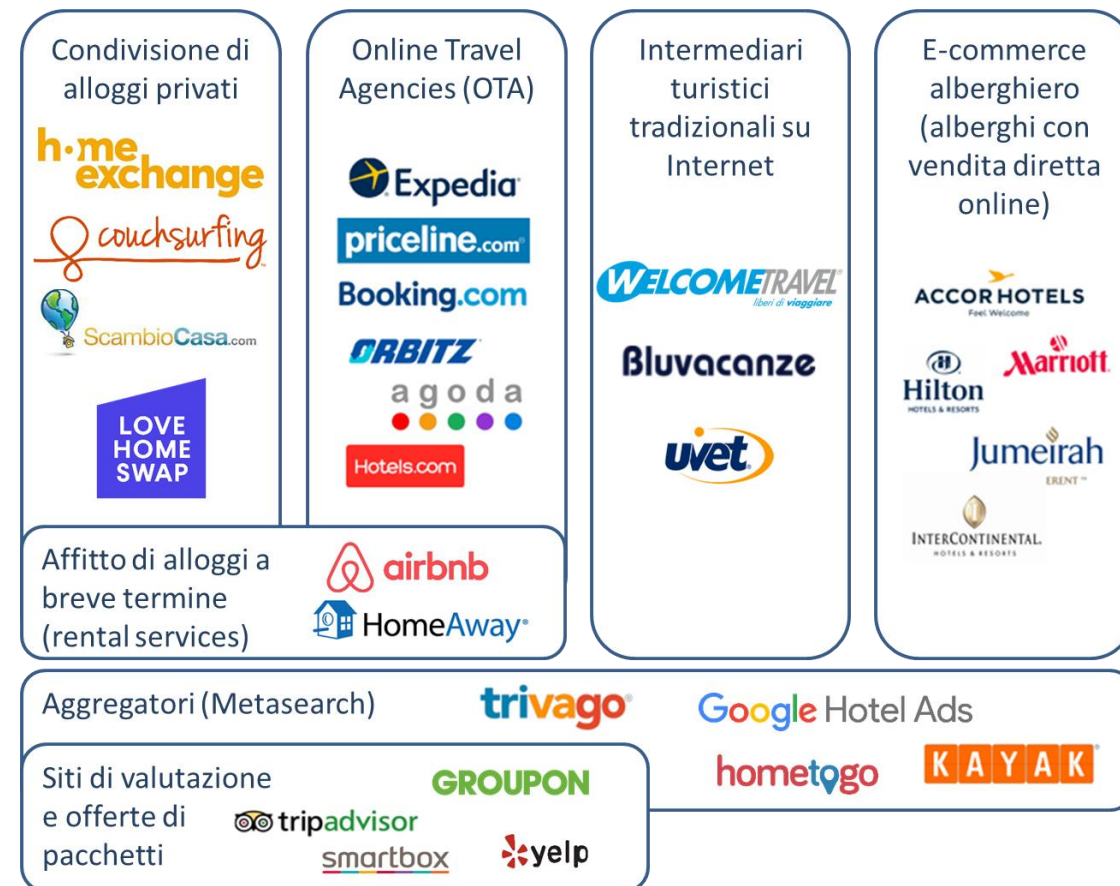
Controllo della piattaforma, in modi e gradi diversi, su transazioni e interazioni tra i partecipanti del suo ecosistema, nonché sulle attività degli stessi.

Non solo piattaforme

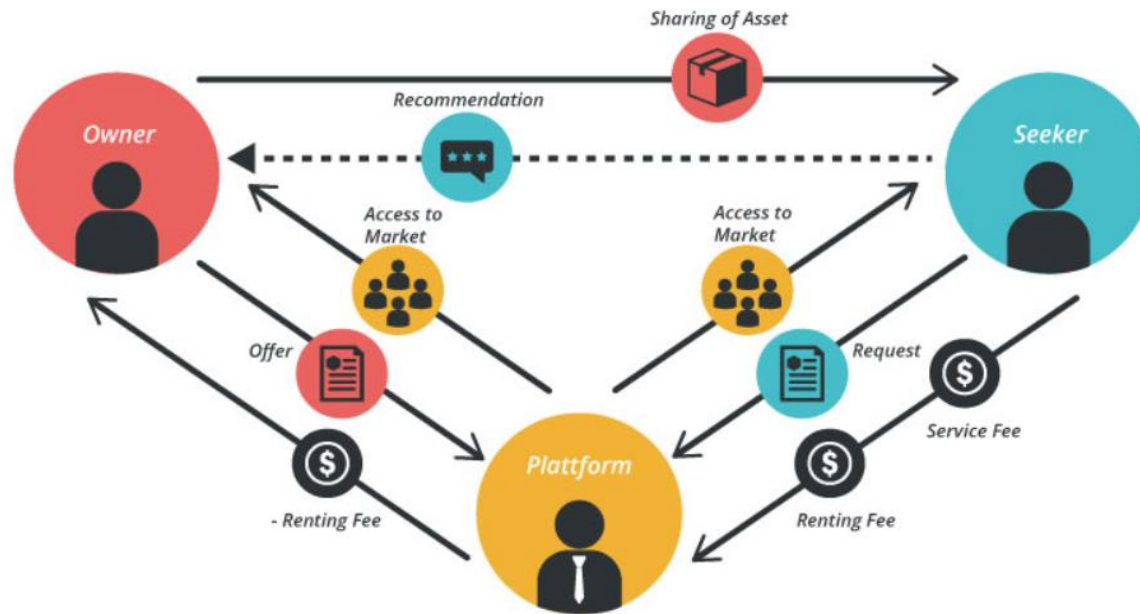
Tipologie di intermediari operanti in Internet:

- (a) fornitori di accesso ad Internet e relativi servizi (ISP);
- (b) fornitori di servizi di elaborazione dati e di hosting (ad esempio, le società che registrano i domini Internet);
- (c) i motori di ricerca e i relativi portali;
- (d) gli intermediari di commercio elettronico;
- (e) i sistemi di pagamento online;
- (f) i social network e le piattaforme per la distribuzione di contenuti via Internet.

(OECD, 2010).



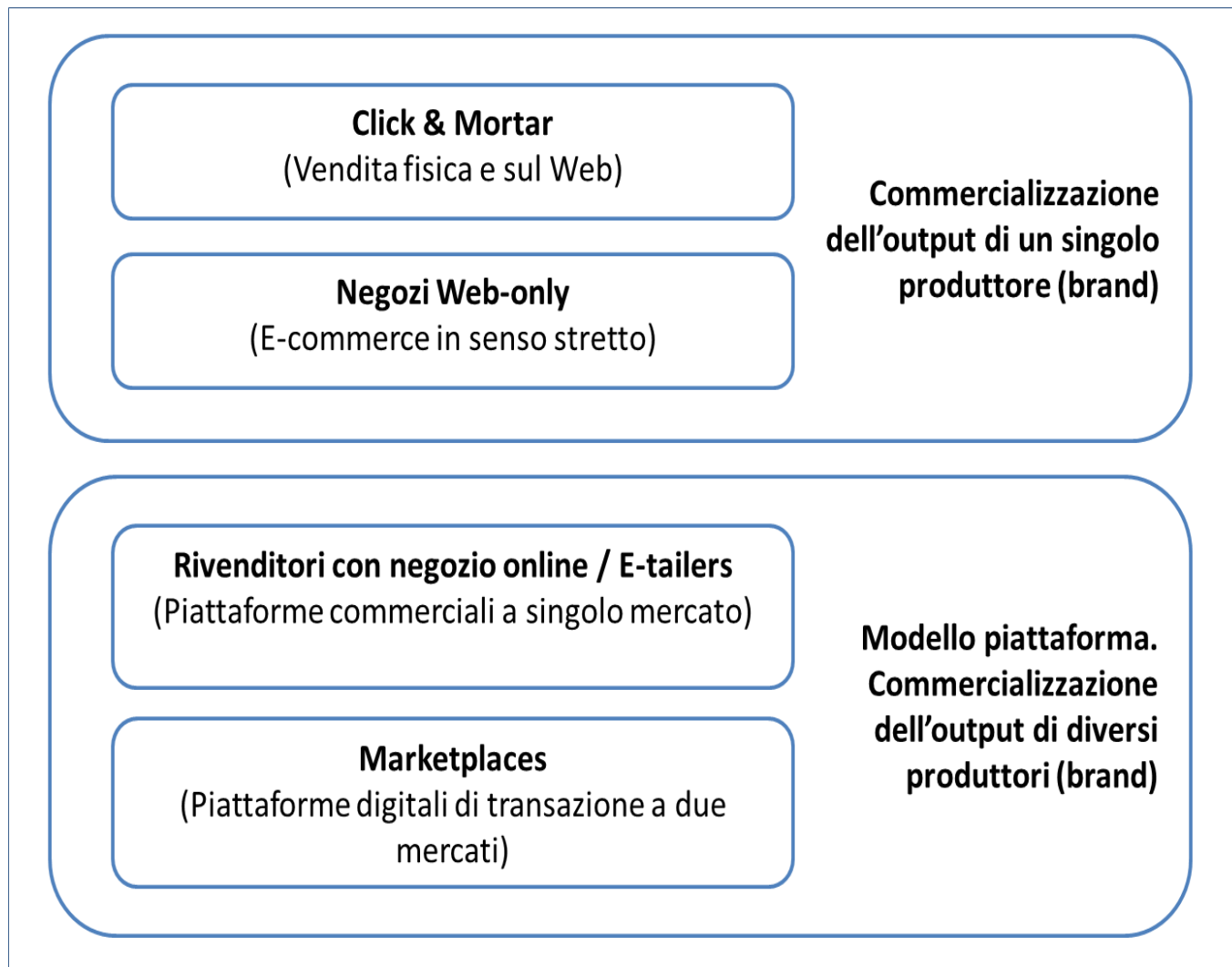
Le piattaforme di transazione



Le piattaforme di transazione sono caratterizzate, anche quando operano in mercati diversi, da alcune caratteristiche specifiche che le rendono un ideale caso di studio a fini di misurazione statistica.

Le piattaforme di transazione sono operatori economici operanti, anche con ruoli diversi, nell'ambito del fenomeno del commercio elettronico (e-commerce).

Le piattaforme di transazione e l'e-commerce



Con riferimento al commercio al dettaglio di beni e servizi, le piattaforme di transazione svolgono un ruolo peculiare in parallelo ad altre tipologie di operatori economici.

In altri settori, come il food delivery, le piattaforme non si affiancano agli operatori tradizionali ma offrono agli stessi dei servizi aggiuntivi.

Le piattaforme di transazione e l'e-commerce

	Azienda	Settore	Rilevanza	Visitatori	Tempo medio rimbalzo	Freq.
1	Amazon	Marketplace	1.000	61.799.586	12:08	47,0%
2	eBay	Marketplace	308	18.538.866	13:47	45,0%
3	Subito	Marketplace	307	18.510.134	15:14	40,0%
4	Booking.com	Turismo	213	12.607.817	11:53	40,0%
5	Samsung	Elettronica	140	8.088.505	09:18	64,0%
6	Leroy Merlin	Casa e Arredamento	117	6.662.774	08:44	52,0%
7	TicketOne	Tempo Libero	115	6.566.931	09:08	49,0%
8	Ikea	Casa e Arredamento	105	5.885.725	10:56	41,0%
9	Trenitalia	Turismo	99	7.189.871	09:12	80,0%
10	UniEuro	Elettronica	98	5.446.139	11:19	58,0%
11	Decathlon	Sport	92	5.043.884	09:25	44,0%
12	Mediaworld	Elettronica	87	5.407.030	09:50	70,0%
13	Zalando	Moda	85	4.603.853	12:18	45,0%
14	Ibs.it	Editoria	80	4.377.634	11:37	63,0%
15	Ryanair	Turismo	72	3.836.794	02:56	40,0%

Casaleggio e associati pubblica mensilmente un ranking dei siti di e-commerce in Italia (dati di marzo 2023).

A parte Amazon (operatore ibrido), si individuano tre piattaforme di transazione mentre gli altri operatori sono negozi web o e-tailer.

Come classificare le piattaforme di transazione?

TIPOLOGIA	DESCRIZIONE	ESEMPI
Piattaforme di condivisione gratuite (non profit)	Intermediano lo scambio gratuito di informazioni, software o altri servizi. Non vi è un costo per gli utenti. Le piattaforme si finanziano con donazioni occasionali o trasferimenti di finanziatori istituzionali.	Wikipedia, GitHub
Piattaforme di condivisione gratuite (for profit)	Intermediano lo scambio gratuito di contenuti, beni e servizi. Non vi è un costo per gli utenti (tranne che per servizi aggiuntivi). Le piattaforme si finanziano con entrate pubblicitarie ed organizzazione di eventi.	Couchsurfing, Youtube, Olio, TimeRepublik
Piattaforme di condivisione con quota di iscrizione (for profit)	Intermediano lo scambio gratuito di beni e servizi. Gli utenti pagano una quota periodica. Le piattaforme si possono finanziare anche con altre fonti (es. pubblicità).	HomeExchange
Piattaforme di transazione con percentuale sui rimborsi (for profit)	Intermediano lo scambio con rimborso delle spese di beni e servizi. Gli utenti pagano (quasi esclusivamente) una quota percentuale del rimborso. Le piattaforme si possono finanziare anche con altre fonti (es. pubblicità).	BlaBlaCar, TooGoodToGo, ComeHome
Piattaforme di transazione con vendita di servizi aggiuntivi (for profit)	Intermediano lo scambio a pagamento di beni e servizi. Gli utenti pagano solo servizi aggiuntivi (es. assicurazione). Le piattaforme si possono finanziare anche con altre fonti (es. pubblicità).	Vinted, Subito, Kijiji
Piattaforme di transazione con percentuale sulle transazioni (for profit) . Solo fornitori.	Intermediano lo scambio a pagamento di beni e servizi. I fornitori pagano una quota percentuale sulle transazioni.	Fiverr, Upwork, Freelancer, TaskRabbit, Amazon Marketplace, Ebay, Uber, PayPal, Gnammo, Booking,
Piattaforme di transazione con percentuale sulle transazioni (for profit) . Fornitori e clienti.	Intermediano lo scambio a pagamento di beni e servizi. Fornitori e clienti pagano una quota percentuale sulle transazioni.	Glovo, Deliveroo, AirBnB, HomeAway, Gardensharing



Come classificare le piattaforme di transazione?

TIPOLOGIA	COSTI PER IL CLIENTE/ UTILIZZATORE	CHI PAGA (E COME) IL COSTO DELLE TRANSAZIONI		
		FORNITORI	CLIENTI	ALTRI SOGGETTI
Piattaforme di condivisione gratuite (non profit)	Nessuno	No	No	Finanziamenti pubblici, donazioni.
Piattaforme di condivisione gratuite (for profit)	Compensazione in natura tra fornitore e utilizzatore	No	No, in alcuni casi, il servizio base è gratuito con possibilità di pagamento per servizi aggiuntivi	Pubblicità, organizzazione di eventi.
Piattaforme di condivisione con quota di iscrizione (for profit)	Compensazione in natura tra fornitore e utilizzatore	Abbonamento	Abbonamento	Pubblicità, ecc.
Piattaforme di transazione con percentuale sui rimborsi (for profit)	Rimborso al fornitore delle spese sostenute	No	Abbonamento o percentuale del rimborso	Pubblicità, ecc.
Piattaforme di transazione con vendita di servizi aggiuntivi (for profit)	Pagamento al fornitore per i beni/servizi ricevuti	No	Acquisto di servizi aggiuntivi obbligatori	Pubblicità, ecc.
Piattaforme di transazione con percentuale sulle transazioni (for profit) . Solo fornitori.	Pagamento al fornitore per i beni/servizi ricevuti	Percentuale sulle vendite	No	No
Piattaforme di transazione con percentuale sulle transazioni (for profit) . Fornitori e clienti.	Pagamento al fornitore per i beni/servizi ricevuti	Percentuale sulle vendite	Percentuale sugli acquisti	No



Come classificare le piattaforme di transazione?

I tre criteri chiavi per una classificazione a fini statistici:

- 1. Se la piattaforma digitale di transazione ha come obiettivo solo la massimizzazione dell'utilità del servizio per i clienti o prevede anche di realizzare un profitto dalla sua attività.**
- 2. Se i beni o servizi oggetto di transazione sono trasferiti o forniti a titolo gratuito, a pagamento con prezzi di mercato o a pagamento con il solo rimborso dei costi sostenuti dai fornitori per il loro acquisto o la loro realizzazione.**
- 3. Come vengono coperti i costi di intermediazione della piattaforma e da chi (indipendentemente dalla natura for profit o non profit della piattaforma stessa).**

Il ruolo del non-profit (sharing economy)



Frenken et al. (2015): “consumers granting each other temporary access to under-utilized physical assets (“idle capacity”), possibly for money”.

Tre possibili criteri di identificazione:

- 1. la relazione tra consumatori, C2C;**
- 2. l’accesso temporaneo a un particolare bene;**
- 3. la disponibilità di un tale bene da condividere.**

Non sono inclusi:

- la vendita di beni tra privati (second-hand economy: Ebay, Etsy, Taobao, ecc.);
- l’acquisto di servizi da privati (on-demand economy: MechanicalTurk ma anche Uber.);
- l’utilizzo di beni di un’impresa, (product-service economy: es. compagnie di noleggio auto).

Come definire (a fini statistici) una **piattaforma digitale di transazione**?

Economia delle piattaforme

La statistica sull'economia delle piattaforme comprende la misurazione - in volume, valore ed effetti economici e sociali - delle transazioni economiche condotte su Internet da operatori digitali individuabili come piattaforme di transazione con imprese o famiglie residenti nel territorio nazionale, nonché delle caratteristiche e dei comportamenti di tali soggetti residenti.

Piattaforma digitale di transazione

Per piattaforma digitale di transazione, ai fini di misurazione statistica dell'economia delle piattaforme, si intende un operatore economico operante su Internet – in modo prevalente, anche se non esclusivo – che svolge attività di intermediazione per lo scambio di beni o servizi tra soggetti diversi, indipendenti dalla piattaforma, di cui almeno uno sia residente nel territorio nazionale.

Come definire (a fini statistici) una piattaforma digitale di transazione?

I criteri chiave di definizione:

- a) Struttura e modello di business di tipo piattaforma (P).**
- b) Natura di operatore economico (for profit).**
- c) Attività prevalentemente digitale, ovvero svolta su Internet (D).**
- d) Finalità principale l'intermediazione di transazioni (T) tra due parti distinte: fornitori e clienti.**

Denominiamo provvisoriamente questa definizione «PDT»

Altre definizioni di piattaforma digitale di transazione

OECD (2019):

An online platform is a digital service that facilitates interactions between two or more distinct but interdependent sets of users (whether firms or individuals) who interact through the service via the Internet.

Differenze con PDT:

- 1) sono considerate anche le piattaforme non profit che poco si prestano alla misurazione statistica della loro attività per la mancanza di metriche adeguate a valutare il volume di servizi erogati senza pagamento di corrispettivi monetari.
- 2) la piattaforma è definita in termini di servizio e non di soggetto.
- 3) Concetto di interdipendenza.

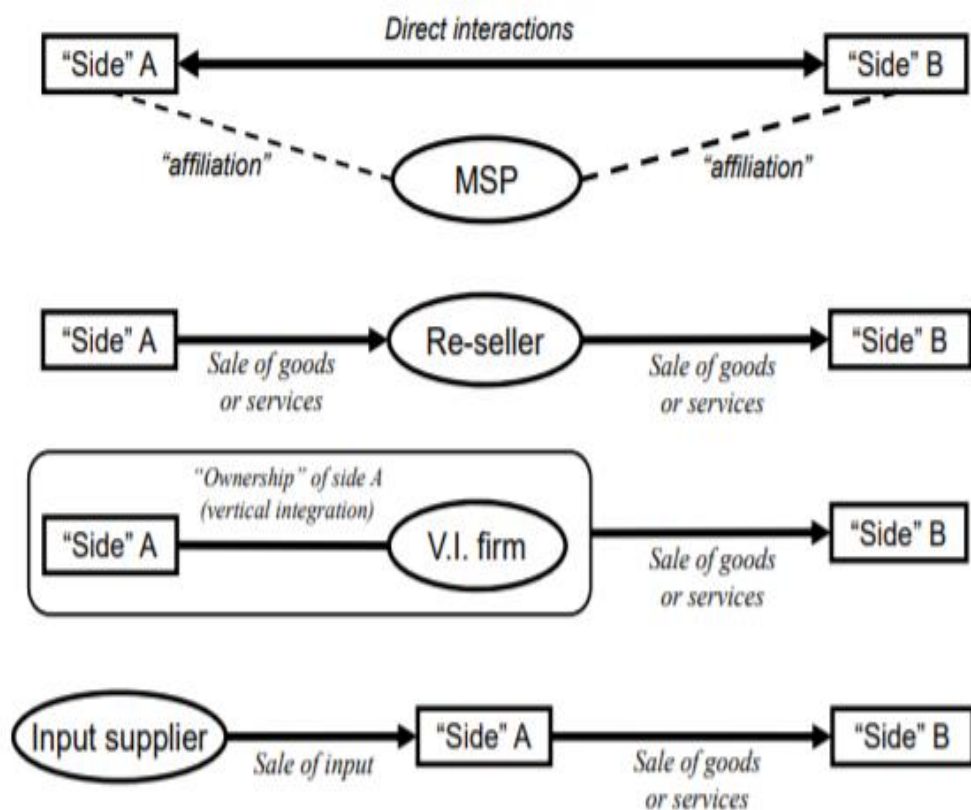
Il concetto di interdipendenza commerciale

Hagiu & Wright (2015).

Solo il primo caso è quello di una piattaforma digitale di transazione con interazione diretta tra i due mercati di riferimento.

Di seguito, abbiamo:

- 1) Un re-seller (o e-tailer).**
- 2) Un esempio di integrazione verticale.**
- 3) Catena del valore.**



Altre definizioni di **piattaforma digitale di transazione**

Digital business platform (DBP) Rangaswamy et al. (2020)

- **Le connessioni tra due utilizzatori (es. venditore/cliente) sono gestite digitalmente.**
- **La piattaforma assicura la possibilità di una connessione diretta – per transazioni o comunicazioni – tra gli utilizzatori.**
- **Gli utilizzatori della piattaforma sono soggetti indipendenti che mantengono, tra l'altro, i diritti di proprietà sui beni o asset condivisi.**

In evidenza:

«Terzietà delle piattaforme» (Amazon, Uber, ecc.)

Altre definizioni di piattaforma digitale di transazione

Commissione europea - Osservatorio europeo sulla Online Platform Economy (European Commission, 2021).

[T]he notion of the online platform economy should be understood to cover all economic activity arising out of actual or intended commercial transactions in the internal market and facilitated directly or indirectly by online platforms, in particular online intermediation services and online search engines.

Differenza con PDT:

Estensione delle attività di interesse – studio e misurazione – oltre le piattaforme digitali di intermediazione, sino a ricomprendere i motori di ricerca che dovrebbero essere classificati come piattaforme di innovazione e fornitori di servizi online.

Altre definizioni di piattaforma digitale di transazione

Eurostat (2019): l'economia collaborativa

The digital collaborative economy refers to business models where digital platforms intermediate transactions in an open multi-sided digital market by matching a large number of suppliers with a large number of consumers.

The digital platforms provide a user-driven trust mechanism and they receive a service fee, charged directly or indirectly, for the intermediation.

The business model may feature an additional layer of intermediaries (between the platform and the supplier of the asset/service) providing support services.

Altre definizioni di **piattaforma digitale di transazione**

Eurostat (2019):

a) Normal usage. The suppliers of the goods/services offered are private individuals (household sector) that normally use those goods/services for own consumption.

b) Work relationship.

- The supplier's access to clients or work is through an intermediary using the Internet, and

- the relationship of the supplier vis-à-vis the intermediating platforms, intermediary support services, and the consumer is transactional as the suppliers bear the economic risk in the event of absence from the activity as regards (a) job-dependent social protection; (b) access to paid annual leave; (c) access to paid sick-leave.

The relationship may provide the supplier with their primary income or a secondary source of income. The type of relationship may be broken down into independent workers, dependent contractors, short-term employees, casual and intermittent employees.

Altre definizioni di piattaforma digitale di transazione

Eurostat (2019):

Differenze con PDT:

Secondo Eurostat, la misurazione statistica dovrebbe riguardare solo le piattaforme (oppure le transazioni) dove un privato fornisce un servizio o mette un bene a disposizione di un altro privato dietro remunerazione.

Esempi di questo tipo sono piuttosto rari:

- affitto della propria abitazione (o di parti di essa) ma sono esclusi gli scambi gratuiti (scambio di case, couchsurfing, ecc.), e le transazioni effettuate su **AirBnB** (o su piattaforme simili) da imprese;
- offerte di “passaggi” (es. **BlaBlaCar**) non sono ricomprese se il servizio non è remunerato;
- il noleggio di mezzi di trasporto tra privati via piattaforme digitali (es. auto o natanti) esiste in pochi casi;
- i servizi di car sharing o bike sharing sono esclusi in quanto imprese piattaforma ma non piattaforme di transazione;
- **Uber** o simili piattaforme sono incluse solo nei casi in cui i driver siano privati e proprietari della loro auto.

Altre definizioni di **piattaforma digitale di transazione**

Eurostat (2019):

Altri casi esclusi da Eurostat:

- 1) Asset-based services (AirBnB and Uber but also Booking.com and Expedia) with no change of ownership of the asset;**
- 2) Labour platforms (Amazon Mechanical Turk and Task rabbit);**
- 3) Platforms intermediating temporary swaps of assets;**
- 4) Financial sharing economy platforms (Crowdfunding, charitable giving etc.);**
- 5) n.e.c. - other types of transactions.**

Sintesi delle definizioni proposte

	OCSE (OECD, 2019a)	Osservatorio CE (EC, 2021b)	Rangaswamy et al. (2020)	Eurostat (2019)	Definizione PDT
Marketplaces	✓	✓			✓
Piattaforme di transazione C2C	✓	✓	✓	✓	✓
Piattaforme di transazione B2C	✓	✓	✓	✓	✓
Piattaforme di transazione non-profit	✓				
Piattaforme tecnologiche	✓	✓			

Alcune tendenze evolutive

- 1) **Territorialità.** Le piattaforme possono essere legate a uno specifico territorio ma spesso sfruttano al massimo le opportunità offerte dalla globalizzazione, soprattutto con riferimento alla gestione della logistica, alla fiscalità e alla gestione finanziaria.
- 2) **Ibridazione.** Il fenomeno del multi-homing (multicanalità) nell'e-commerce si sta trasformando in omnicanalità. Ciò implica che le imprese che vendono online si trasformano spesso in e-tailer e, talvolta, in marketplace. Al contrario, i marketplace possono estendere le attività e-tailer o di branding.
- 3) **Evoluzione.** La composizione dei settori dell'economia delle piattaforme (e i modelli di business) sono in continua evoluzione e operatori leader possono modificare (o cessare) la loro attività improvvisamente per fattori esogeni (o essere fagocitati da un concorrente).

Platform economics in nutshell



Digital
White Sharks



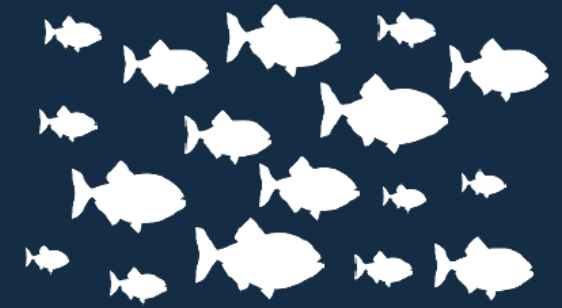
- At the top of the food chain -



Digital
Swordfish



- Big, fast, rarely get eaten -



Digital
Piranhas



- Small but aggressive for prey -



<https://www.istat.it/it/archivio/282337>