



**Indagine conoscitiva sui lavoratori che svolgono attività di
creazione di contenuti digitali**

Audizione dell'Istituto Nazionale di Statistica

Dott. Gian Paolo Oneto

**Direttore della Direzione centrale per gli studi e la valorizzazione
tematica nell'area delle statistiche economiche**

XI Commissione (Lavoro pubblico e privato)

Camera dei deputati

Roma, 14 luglio 2021

Indice

1. Introduzione	5
2. La misurazione statistica dell'economia delle piattaforme	6
3. La sperimentazione dell'Istat nella Rilevazione sulle forze di lavoro	9
4. Aspetti di classificazione: attività economiche e professioni	14

1. Introduzione

In questa audizione verranno introdotti, in primo luogo, alcuni elementi conoscitivi utili a definire il tema della misurazione statistica delle piattaforme digitali e del lavoro da esse mediato. Alcune indicazioni erano state già fornite dall'Istat in una audizione tenuta presso codesta Commissione nell'ottobre del 2019¹; come ricordato in quella sede, sulla natura eterogenea del lavoro generato o mediato dalle piattaforme è in corso, a livello internazionale, un dibattito di natura teorica, economica e giuridica, che non consente ancora di identificare compiutamente tutte le forme concrete di attività da misurare mediante indagini e processi statistici – tra cui quelle oggetto dell'indagine conoscitiva oggi in discussione. In questo campo, la misurazione statistica è al suo stadio iniziale e le definizioni e gli strumenti sono ancora in fase di consolidamento.

L'Istat ha intrapreso negli ultimi anni diverse iniziative volte ad avviare in modo sistematico il processo di misurazione delle piattaforme digitali e del lavoro da esse mediato. In particolare, ci sembra rilevante richiamarne – in questa sede – due.

L'Istituto sta lavorando alla definizione di un quadro definitivo coerente con lo sviluppo di un sistema integrato di statistiche a livello europeo. L'idea è passare da un approccio che pone al centro della rilevazione statistica l'attività di collaborazione tra soggetti privati (ad es. scambio di servizi) o di condivisione (sharing) di beni (apparecchi domestici, mezzi di trasporto ma anche abitazioni) sulla base principalmente del suo impatto sociale, ad uno basato sulla misurazione – anche in termini di effetti occupazionali – dell'“economia delle piattaforme”, al di là dei suoi caratteri “collaborativi”².

L'Istat ha condotto un esercizio sperimentale di valutazione della consistenza numerica del lavoro mediato dalle piattaforme digitali, tramite l'inserimento di specifici quesiti nel modulo ad hoc 2019 della Rilevazione sulle forze di lavoro. Si tratta di una prima – e certamente non esaustiva – ricognizione, che ha permesso di valutare i principali problemi di misurazione di un fenomeno ancora poco noto, statisticamente raro ed eterogeneo. Il lavoro dell'Istat in questo campo beneficerà anche delle riflessioni (e delle attività previste) che Eurostat sta conducendo nell'ambito della misurazione del *digital platforms employment*, con il contributo degli Istituti Nazionali di Statistica dei Paesi Membri e di diverse istituzioni

¹ Nell'ambito della discussione sulle risoluzioni 7-00106 Costanzo, 7-00224 Invidia e 7-00236 Serracchiani, inerenti la regolazione del rapporto di lavoro tramite piattaforma (gig working).

Si veda <https://www.istat.it/it/files/2019/10/Istat-Audizione-gig-workers.pdf>.

² A cui fa riferimento anche il concetto adottato da Eurostat di “collaborative economy”. L'Istat sta lavorando ad un ebook sul tema dell'economia delle piattaforme che approfondirà, tra gli altri, gli argomenti affrontati in questo documento.

internazionali. L'Istituto ha inoltre riproposto – con alcuni miglioramenti – i quesiti ora citati nella Rilevazione sulle forze di lavoro 2021.

Infine, nell'ambito della revisione della classificazione delle attività economiche Ateco³ attualmente in corso, l'Istat sta partecipando al dibattito internazionale sulla rappresentazione statistica delle attività di intermediazione svolte dalle piattaforme digitali; nell'ultima sezione di questo documento, verranno in particolare richiamate le proposte di classificazione delle attività di creazione di contenuti digitali, oggetto dell'indagine conoscitiva.

2. La misurazione statistica dell'economia delle piattaforme

L'analisi delle piattaforme digitali⁴ deve considerare due punti di vista complementari: quello economico e quello tecnologico.

Dal punto di vista economico, le piattaforme sono essenzialmente dei modelli in cui si articola il mercato, creando valore mediante esternalità positive per tutti i soggetti coinvolti. Dal punto di vista tecnologico, le piattaforme sono architetture che garantiscono elevati livelli di efficienza nelle relazioni tra i soggetti coinvolti e incentivano i processi innovativi mediante il trasferimento, implicito o esplicito, di conoscenze. Ovviamente, la pervasiva diffusione del Web, con la progressiva digitalizzazione di innumerevoli processi economici e sociali, ha consentito alle piattaforme digitali di operare in ambiti (e mercati) sempre più ampi e diversificati.

Le piattaforme digitali, pur essendo estremamente eterogenee, hanno almeno tre caratteristiche comuni ben identificabili:

- ✓ Presenza di un “codice-base” espandibile tramite moduli aggiuntivi sotto forma di applicazioni o algoritmi
- ✓ Esistenza di un network (ecosistema) di soggetti che interagiscono con la piattaforma al fine di generare ricadute positive che creino valore, anche se in misura differenziata tra i diversi soggetti, per il sistema nel suo complesso
- ✓ Flessibilità e scalabilità, in ragione della loro natura digitale, che sono allo stesso tempo condizioni della loro sopravvivenza ed elementi chiave della loro crescita.

A titolo esemplificativo, la tavola 1 allegata a questo documento propone una classificazione delle diverse tipologie di piattaforme digitali sulla base del loro modello di business prevalente.

³ Sulla classificazione Ateco si veda: <https://www.istat.it/it/archivio/17888>. Si veda anche la nota 12.

⁴ Per una trattazione si vedano: Gawer, A. (2014), Bridging Differing Perspectives on Technological Platforms: Toward an Integrative Framework, *Research Policy* 43(7): 1239–1249; Evans, P. e A. Gawer (2016), *The Rise of the Platform Enterprise: A Global Survey*, Center for Global Enterprise research paper.

Le forme di organizzazione delle piattaforme digitali sono in grado di attivare prestazioni lavorative. Ovviamente, i casi in cui tali prestazioni lavorative sono in grado di generare un reddito di qualunque entità sono molto circoscritti, e ancora meno sono quelli in cui il reddito generato possa configurare la prestazione di un'attività lavorativa primaria da parte del percettore. In sintesi, le tipologie da A a D nella tabella 1 non prefigurano la possibilità di percepire redditi dall'interazione con le relative piattaforme, se non minimi od occasionali. Gli utilizzatori si attendono di ottenere da tali piattaforme prevalentemente vantaggi materiali in termini di servizi gratuiti o quasi o di risparmi sull'acquisto di beni.

Di maggiore interesse, con riferimento al lavoro generato, direttamente o indirettamente, dalle piattaforme, sono le tipologie E, F e G (tavola 1). Possono essere evidenziate tre fattispecie:

- ✓ Le piattaforme sono puri intermediari tra prestatore d'opera (tecnico o professionista) e cliente. Il prestatore d'opera paga una quota fissa per essere presente sul sito Web della piattaforma o per accedere alle richieste di preventivo dei potenziali clienti. Se la trattativa va a buon fine, il contenuto della prestazione e il relativo pagamento sono concordati autonomamente tra prestatore d'opera e cliente (tipologia E).
- ✓ Le piattaforme sono parte attiva nella transazione tra cliente e prestatore d'opera e, nella maggior parte dei casi, il cliente paga la prestazione direttamente alla piattaforma che si occupa del pagamento del prestatore d'opera dopo aver trattenuto una percentuale per remunerare la propria attività di intermediazione, la quale viene definita in relazione all'attività complessiva del prestatore d'opera (tipologia F).
- ✓ Le piattaforme sono parte attiva nella transazione tra cliente e prestatore d'opera e il cliente paga la prestazione direttamente alla piattaforma che si occupa del pagamento del prestatore d'opera, dopo aver trattenuto una quota per remunerare la propria attività di intermediazione. Tale percentuale è però proporzionale al valore della singola transazione e può essere interpretata come un onere (o costo) condiviso tra cliente e prestatore d'opera (tipologia G). In tal caso l'intermediazione viene pagata sia dai fornitori sia dai clienti.

Un aspetto significativo è che le piattaforme digitali in questione sono organizzate per intermediare quasi ogni prestazione di servizio: tecnica o professionale, erogata in presenza o per via digitale (via Web). Ciò dipende ovviamente dal tipo di servizio richiesto e dalla tipologia del prestatore d'opera come descritto nella tavola 2 dell'allegato.

Escludendo gli eventuali dipendenti delle imprese che gestiscono le piattaforme digitali o gli altri operatori Web e concentrando l'attenzione sulla fornitura di servizi sul Web da parte di soggetti terzi, si possono osservare alcune caratteristiche generali.

- a. Le piattaforme digitali che gestiscono transazioni intermediano un elevato numero di servizi reali: tecnici, professionali, generici, artistici. Si tratta del semplice acquisto sul Web di servizi precedentemente acquistati tramite contatto personale o intermediazione tradizionale (agenzie, ecc.).
- b. Dalle piattaforme digitali è anche possibile acquistare molti servizi che possono essere erogati via Web. Anche in questo caso, qualunque servizio sia suscettibile di essere fornito a distanza può anche essere acquistato a distanza via Web e anche in questo caso le piattaforme di transazione giocano un ruolo preminente seppur non esclusivo, considerando che i singoli soggetti possono offrire i loro servizi sul Web indipendentemente dalle piattaforme di transazione (es. ospedali che offrono servizi di telemedicina).
- c. Nella fornitura di servizi via Web è rilevante individuare il livello di creatività insito nella prestazione (come illustrato in tavola 2). Questo rappresenta spesso il valore aggiunto della prestazione stessa e riguarda sia specifiche attività (es. Web designer), sia la prestazione online di servizi tradizionali (es. traduzione letteraria). Il tema è rilevante perché si tratta di prestazioni il cui valore deve essere contrattato per ogni singolo caso e che rendono l'intervento di una piattaforma digitale di intermediazione particolarmente penalizzante, soprattutto per il prestatore d'opera, se prevede una commissione significativa che incide sul costo della prestazione e sul reddito da essa generato.

Restringendo il campo alla fornitura di contenuti digitali, due elementi appaiono rilevanti:

- 1. La creazione di contenuti digitali non è necessariamente intermediata da piattaforme digitali, nel senso descritto sopra. Si tratta nella maggior parte dei casi, di prestazioni finalizzate al consumo da parte di una molteplicità di soggetti indifferenziati, piuttosto che di un singolo cliente. Ciò rende difficile l'intervento di una piattaforma digitale di intermediazione e apre ampie opportunità di business per le società del settore delle comunicazioni e dei media che operano, anche, sul Web e per i più diffusi social media.
- 2. Le relazioni tra produttori, distributori e fruitori di contenuti digitali sono determinate dal grado di creatività espresso nelle diverse performance e, soprattutto, dal volume (misurato in numero di contatti e valore) della domanda. Un'opera complessa come un audio o video professionale che richiede il contributo creativo di un team di operatori, sarà preferibilmente venduta sul Web come qualsiasi altro prodotto/servizio. In questo caso, si suppone esista un contratto tra artista e società di distribuzione. Prestazioni basate su performance meno strutturate (anche se non meno professionali) possono essere proposte al pubblico gratuitamente e riescono a generare un reddito per l'artista soltanto nella misura in cui attraggano l'interesse e

l'attenzione di un elevato numero di fruitori. Un elevato numero di contatti Web attrae, infatti, investimenti pubblicitari che possono remunerare il lavoro dell'artista. La forza contrattuale dell'artista rispetto ad una piattaforma che distribuisce contenuti (quindi, non più piattaforme di transazione) o ad un social media (Youtube, Twitch, Instagram, ecc.) è legata alla numerosità del suo pubblico, meglio ancora se fidelizzato (follower).

All'interno di un insieme di modelli e forme organizzative dunque particolarmente ampio ed eterogeneo, la questione centrale dal punto di vista della misurazione statistica è quella dell'individuazione di una adeguata unità di osservazione.

In generale, l'ambito più facilmente misurabile è quello della domanda di servizi e contenuti digitali che implica o l'acquisizione di dati sul traffico Web di un numero di soggetti individuati come intermediari digitali o distributori di contenuti, oppure la conduzione di rilevazioni dirette su famiglie e imprese per verificare il grado di utilizzo di tali servizi Web. Dal punto di vista dell'offerta, la statistica trova un limite nella mancanza di registri – pubblici o privati – che possano essere utilizzati per individuare coloro che, a diverso titolo – e spesso in modo non esclusivo – offrono servizi via Web o pubblicano e vendono contenuti Web. Al momento, è possibile individuare le imprese operanti sul Web e gli sviluppi, descritti di seguito, nell'ambito della Rilevazione sulle forze di lavoro possono colmare la lacuna esistente con riferimento ai singoli prestatori d'opera o performer. Nei casi di intermediazione da parte di piattaforme digitali è possibile considerare come unità di osservazione statistica la singola transazione (o, persino, il singolo contatto). Ciò richiede preliminarmente un rafforzamento dell'infrastruttura metodologica della statistica ufficiale che possa consentire di acquisire sistematicamente e con continuità dati sulle attività Web, e in primo luogo un Registro degli operatori Web, incluse le piattaforme digitali di transazione.

3. La sperimentazione dell'Istat nella Rilevazione sulle forze di lavoro

Negli ultimi anni il lavoro mediato dalle piattaforme digitali ha acceso un intenso dibattito sulla consistenza numerica del fenomeno nonché sulle implicazioni economiche, sociali e normative per i lavoratori che vi sono coinvolti. Nonostante le esigenze conoscitive e le prime raccomandazioni sugli approcci da seguire per la misurazione del lavoro su piattaforma siano state concettualizzate già da qualche anno⁵, le statistiche disponibili sul numero di lavoratori nelle piattaforme, le loro

⁵ Si rimanda, per riferimenti al dibattito internazionale, a: Bureau of Labor Statistics (2018), Electronically mediated work: new questions in the Contingent Worker Supplement, Monthly Labor Review, September 2018 (www.bls.gov/opub/mlr/2018/article/electronically-mediated-work-new-questions-in-the-contingent-worker-supplement.htm); OECD (2016), New Forms of Work in the Digital Economy, OECD Digital Economy Papers, No. 260, OECD Publishing, Paris (<https://doi.org/10.1787/5jlwnklt820x-en>); OECD (2019), Measuring platform mediated workers, OECD Digital Economy Papers, No. 282, OECD Publishing, Paris (<https://doi.org/10.1787/170a14d9-en>).

caratteristiche socio-demografiche, le tipologie di rapporto che essi intrattengono con esse, sono eterogenee e difficilmente comparabili, per questioni legate sia alla metodologia, sia al riferimento temporale e geografico.

Nelle indagini campionarie sulla popolazione, tra le difficoltà preliminari e più spesso messe in luce dagli studi, vi è quella di spiegare agli intervistati cosa si intende per lavoro mediato da una piattaforma digitale. Inoltre, sono evidenziate le criticità relative agli aspetti definitivi e di delimitazione del campo di indagine, ovvero delle tipologie di piattaforma digitale considerate.

Un aspetto rilevante riguarda il periodo di riferimento di acquisizione delle informazioni. Nella rilevazione sulle Forze di Lavoro, regolamentata a livello europeo, la condizione di occupato è, come noto, ricondotta all'aver svolto almeno un'ora di lavoro nella settimana di riferimento⁶. Questa finestra temporale molto stretta tende a ridurre la probabilità di includere le attività lavorative caratterizzate da sporadicità e discontinuità. La maggior parte degli studi sul lavoro tramite piattaforme, e anche il recente orientamento di Eurostat – come vedremo – propone per questo di estendere il periodo di riferimento, considerando l'ultimo mese o, più spesso, gli ultimi 12 mesi. Le statistiche tradizionali sull'occupazione e le statistiche campionarie in generale, del resto, sottostimano i lavori rari, svolti per poche ore e per periodi ridotti, e anche le indagini con i campioni più robusti – come quello della Rilevazione sulle forze di lavoro – presentano inevitabili limiti nel cogliere correttamente il fenomeno, con inferenze statistiche fragili e ampi margini di errore.

D'altronde non c'è neppure la possibilità di definire a priori alcune categorie di riferimento o una classificazione di mansioni o tipologie di impiego che permetta di individuare questi lavoratori, tanto nelle indagini campionarie standard quanto nelle basi dati amministrative. Non si tratta infatti quasi mai di nuovi lavori, ma di una nuova forma organizzativa che caratterizza il loro svolgimento. Le stesse forme contrattuali non sono di aiuto potendo, per i lavoratori delle piattaforme, essere di diversa natura, e variare dai contratti di dipendenza ai vari profili di lavoratore autonomo⁷. In questo caso ciò che distingue in primis il lavoro tramite la piattaforma non è tanto una specifica condizione o status, bensì la peculiarità dell'interazione e della tecnologia che la governa.

Al momento anche i dati amministrativi presentano alcuni limiti, come la difficoltà a individuare le singole piattaforme digitali e quindi derivare liste di partenza esaustive. In alcuni casi, all'estero, l'azione delle norme fiscali consente l'utilizzo di basi di dati specifiche per le piattaforme. In Francia, dal 2019, le piattaforme online sono obbligate a segnalare alle autorità fiscali il reddito lordo annuale dei propri

⁶ Resolution concerning statistics of work, employment and labour underutilization, adottata nell'ottobre 2013 nell'ambito della 19ª Conferenza internazionale degli statistici del lavoro.

⁷ Inoltre sono concluse o in corso cause legali che ne vanno modificando i termini delle relazioni contrattuali, oltre a contratti nazionali stipulati da sindacati minori con associazioni di categoria che rappresentano alcune piattaforme.

lavoratori e l'obbligo fiscale scatta quando i lavoratori della piattaforma superano la soglia reddituale di 3 mila euro l'anno e le 20 transazioni/operazioni annuali attraverso la piattaforma; in Belgio, a partire dal 2016, è previsto un regime fiscale favorevole per i redditi derivati da una piattaforma riconosciuta (aliquota fiscale ridotta ed esenzione d'imposta fino a un certo importo).

Il modulo ad hoc della Rilevazione sulle forze di lavoro 2019

Un primo tentativo di misurazione di alcune forme di lavoro mediate dalle piattaforme digitali in Italia è stato condotto dall'Istat nel modulo ad hoc del questionario 2019 della Rilevazione sulle forze di lavoro.⁸ Nello specifico, sono state inserite domande di tipo sperimentale – rivolte ai soli dipendenti a termine, ai collaboratori, ai liberi professionisti, ai lavoratori in proprio senza dipendenti e ai soci di cooperativa non dipendenti⁹ – sull'utilizzo di una piattaforma digitale (come Deliveroo, Foodora, Upwork) per ottenere appuntamenti o incarichi di lavoro.¹⁰ In termini definitivi, una piattaforma digitale è stata definita come un'infrastruttura digitale che abilita l'interazione tra due o più gruppi di attori e che funziona quindi come strumento di coordinamento e integrazione organizzativa.

L'obiettivo principale della sperimentazione è stato verificare l'efficacia dei quesiti proposti e quantificare il fenomeno nell'ambito dei domini consueti della rilevazione, ovvero mantenendo la definizione standard di occupato – quindi con riferimento all'ora di lavoro nella settimana – sia per l'attività principale che per quella secondaria. A questo scopo, sono state inserite tre domande riferite all'attività principale, in coda al modulo, e altre due nella sezione relativa all'attività lavorativa secondaria.

L'indagine ha messo in luce le difficoltà di comprensione del contesto non solo da parte degli intervistati ma anche degli intervistatori e la necessità di un lungo e complesso lavoro di controllo e correzione dei dati.¹¹

⁸ Il modulo ad hoc 2019 era dedicato ai temi dell'organizzazione del lavoro.

⁹ La prima esperienza di inserimento di domande sui lavoratori tramite piattaforme digitali nell'ambito della Rilevazione sulle forze di lavoro è stata realizzata nel 2017 dall'Istituto di statistica francese, l'INSEE, nell'ambito del modulo ad hoc dedicato al lavoro autonomo. Nello stesso anno, anche Statistics Finland ha inserito alcune domande sul lavoro tramite piattaforme digitali. Nel 2019, anche la Svizzera ha inserito nel modulo ad hoc alcune domande sul lavoro tramite piattaforma digitale.

¹⁰ Non sono state quindi rilevate figure come quelle dei creatori di contenuti digitali che lavorano tramite piattaforme web come Youtube, Twitch, etc.

¹¹ Il set di domande inizialmente immaginato era più numeroso, tuttavia in sede di test e rilascio della versione definitiva del questionario hanno prevalso considerazioni di cautela e la necessità di non appesantire ulteriormente il già complesso questionario, nel timore che scelte differenti potessero ripercuotersi con effetti negativi sulla qualità dei dati della rilevazione. Nei primi due trimestri della rilevazione la percentuale di correzioni delle risposte alla domanda se il lavoratore ottiene il lavoro tramite una piattaforma digitale, corretta sulla base della validazione del nome della piattaforma, è stata di poco meno del 45%. Grazie agli interventi formativi successivi e alle segnalazioni di errore indirizzate agli intervistatori, le percentuali di correzione si sono leggermente ridotte, attestandosi comunque in media nel corso dell'anno al 37,5%.

Sulla base delle informazioni raccolte, la cui lettura deve tenere conto della tipologia dei quesiti, delle categorie a cui sono stati rivolti e delle difficoltà sopra richiamate, si riportano di seguito i risultati principali.

Nel 2019, hanno dichiarato di lavorare come attività principale per una piattaforma digitale oltre 29 mila individui: si tratta dello 0,2% dei lavoratori a tempo determinato, lo 0,7% dei collaboratori e la stessa percentuale dei lavoratori autonomi – liberi professionisti e lavoratori in proprio – senza dipendenti. Data l'esiguità del campione non è possibile operare stime sull'attività secondaria.

Rispetto al totale degli occupati, si tratta più spesso di lavoratori maschi (62,0% rispetto al 57,7% di tutti gli occupati), giovani tra i 16 e i 34 anni di età (rispettivamente 35,9% e 22,1%) e con titolo di istruzione elevato (54,6% con il diploma e 29,7% con la laurea rispetto al 46,2% e 23,4%). Svolgono più spesso professioni qualificate (47,8% rispetto al 35,3% del totale degli occupati); meno spesso appartengono alle professioni impiegatizie (rispettivamente 1,1% e 11,4%) e operaie (15,2% e 22,4%). Infine, sono ovviamente concentrati nel settore dei Servizi (90,4% contro il 70,2%).

I lavoratori per le piattaforme sono mediamente più soddisfatti della propria attività rispetto al totale degli occupati, tranne che per la dimensione della stabilità lavorativa e, seppure lievemente, per le relazioni sul luogo di lavoro. Possono contare su un'ampia libertà di scelta degli orari e hanno margini ampi di autonomia nello svolgimento del lavoro; di contro sono molto esposti a modifiche nell'organizzazione del lavoro (circa il 50% di essi deve modificarlo almeno una volta a settimana, rispetto a circa il 25% del totale degli occupati) e vengono molto più frequentemente contattati nel tempo libero (oltre il 55% rispetto a poco più del 16%).

Per quanto riguarda le modalità di assegnazione del lavoro, il 33,2% decide quando lavorare comunicando la disponibilità, il 31,8% viene contattato al bisogno dal datore/cliente di lavoro, il 14,3% deve rispettare turni fissi, il 13,5% decide quando lavorare scegliendo tra diverse opzioni, il 7,2% in altro modo.

La sezione dedicata ai digital gig worker nella Rilevazione sulle forze di lavoro 2021

Nella Rilevazione sulle forze di lavoro 2021, che recepisce le indicazioni del Regolamento (UE) 2019/1700 del Parlamento europeo e del Consiglio, è stata inclusa una breve sezione dedicata ai *digital gig worker* che beneficia di un'importante novità della rilevazione: nella nuova edizione è inclusa una domanda che chiede se nelle quattro settimane che precedono quella di riferimento l'intervistato abbia "svolto lavori occasionali o lavoretti guadagnando qualcosa, ad esempio come baby-sitter, cameriere, ripetizioni, consegne, etc.". Pertanto il bacino di rispondenti alla nuova sezione contemplerà sia gli occupati tradizionali, con uno o più lavori, sia questi "nuovi" lavoratori occasionali nelle quattro settimane precedenti l'intervista. Rispetto all'edizione 2019, i quesiti sono stati, inoltre, estesi anche ai dipendenti a tempo indeterminato.

I lavori della Task force sul digital platforms employment di Eurostat

Il tema del lavoro mediato da una piattaforma digitale ha suscitato un forte interesse anche in ambito Eurostat ed è considerato una priorità dalla stessa Commissione Europea. Questa, su indicazione del LAMAS (*Labour market statistics working group* di Eurostat), ha sostenuto la costituzione di una task force, a cui partecipano, oltre agli istituti di statistica dei paesi membri, anche i rappresentanti di DG Empl, del centro di ricerca europeo JRC, dell'Ocse e dell'ILO.

Nel 2018 Eurostat ha creato una Task Force sul *digital platforms employment* (TF) con l'obiettivo di analizzare il fenomeno dei gig worker e sviluppare un set di informazioni sui lavoratori tramite piattaforme digitali da includere e testare in un modulo aggiuntivo inserito nel questionario della Rilevazione sulle forze di lavoro nel 2022. Nonostante si tratti di uno studio pilota, le caratteristiche dell'indagine standardizzata a livello di paesi Ue dovrebbe consentire di disporre di primi dati solidi su questa categoria di lavoratori.

La TF ha sviluppato gli elementi tecnici e metodologici utili anche per una definizione operativa di occupazione mediata dalle piattaforme digitali. Se il concetto di piattaforma è definito in accordo con quanto sviluppato dall'Ocse, i lavoratori della piattaforma digitale comprendono le persone che hanno lavorato, traendone un guadagno economico, svolgendo compiti o attività organizzati attraverso una piattaforma digitale o un'applicazione telefonica per almeno un'ora, in almeno una settimana durante un periodo di riferimento di 12 mesi (che terminano con la settimana di riferimento tradizionale della Rilevazione).

Anche in questo caso la piattaforma è individuata in accordo con la definizione generale sviluppata dall'Ocse, ovvero "una piattaforma online è un servizio digitale che facilita le interazioni tra due o più insiemi distinti ma interdipendenti di utenti (sia imprese che individui) che interagiscono attraverso il servizio via internet".

Le definizioni risultano quindi abbastanza ampie da includere tutti i tipi di attività considerati, comprese le attività legate all'utilizzo di piattaforme digitali o applicazioni per la creazione di contenuti come video o testi – e piattaforme come ad esempio YouTube o Instagram.

Il lavoro organizzato mediante una piattaforma è definito come un tipo di organizzazione del lavoro che coinvolge tre agenti separati che interagiscono direttamente tra loro:

- ✓ il fornitore, cioè il dipendente della piattaforma digitale
- ✓ il cliente, che può essere un individuo o una persona giuridica
- ✓ la piattaforma, che è un servizio digitale online che facilita le interazioni tra due o più insiemi distinti ma interdipendenti di utenti (sia imprese che persone fisiche) attraverso il servizio via internet.

Per rilevare l'occupazione, l'attenzione si focalizza sul fornitore, ovvero colui che fornisce lavoro; pertanto sono considerati lavoratori tramite piattaforma digitale le persone di età compresa tra i 15 e i 64 anni che hanno lavorato a pagamento o a scopo di lucro in compiti o attività organizzati attraverso una piattaforma digitale o un'applicazione telefonica, per almeno un'ora in almeno una settimana durante il periodo di riferimento. Al fine di identificare i lavoratori della piattaforma digitale, il periodo di riferimento copre i 12 mesi che terminano con la settimana di riferimento.

Nel corso dei lavori della TF il questionario è stato sottoposto a una profonda revisione, e la versione finale è stata presentata e sottoposta al LAMAS l'11 maggio 2021; la versione definitiva è ancora in corso di finalizzazione. Come per i moduli tradizionali, conterrà 11 variabili.

4. Aspetti di classificazione: attività economiche e professioni

La rappresentazione delle piattaforme digitali attraverso la classificazione statistica delle attività economiche Ateco è attualmente oggetto di discussione a livello internazionale nell'ambito del processo di revisione delle classificazioni Isic e Nace.¹² L'Istat sta attualmente lavorando, in collaborazione con Eurostat e gli altri Paesi europei, all'esplicita collocazione delle attività non previste nelle attuali versioni delle classificazioni, soprattutto quelle mediate dalle tecnologie digitali.¹³ Il dibattito sulle attività di intermediazione svolte tramite piattaforme è parte di una discussione più ampia incentrata sulla mancanza di voci specificatamente dedicate alle attività di intermediazione nei servizi, fatta eccezione per alcuni settori come quello finanziario. Da un punto di vista classificatorio, tale gap è stato colmato fino ad ora con le linee guida definite a livello internazionale secondo cui, l'attività di intermediazione, quando non espressamente prevista, deve essere classificata con i codici riferiti all'attività economica nel cui contesto viene svolta. Tuttavia, molte unità economiche identificabili come piattaforme digitali tendono ad auto-classificarsi all'interno delle divisioni 62 e 63, dove sono collocate le attività dei servizi connessi alle tecnologie dell'informatica, alla gestione di database e di portali web.

¹² La classificazione delle attività economiche Ateco, utilizzata da Istat per finalità statistiche, rappresenta la versione nazionale della classificazione europea Nace con la quale, in virtù dell'esistenza di vincoli di struttura, condivide i primi quattro livelli fino alle classi (prime 4 cifre del codice Ateco); la classificazione Nace deriva a sua volta dalla classificazione Isic elaborata dalla Divisione Statistica delle Nazioni Unite. La classificazione Ateco attualmente in vigore presenta una struttura gerarchica in cui le varie attività economiche sono raggruppate, dal generale al particolare, in sezioni (identificate da una lettera), divisioni (prime due cifre del codice Ateco), gruppi (prime tre cifre), classi (prime quattro cifre), categorie (prime cinque cifre) e sottocategorie (codice completo) (<https://www.istat.it/it/archivio/17888>).

¹³ Si segnala che alcune decisioni già prese non possono ancora essere considerate come definitive poiché la discussione è tuttora in corso ed è soggetta ai vincoli di dipendenza della Nace rispetto a quella di livello superiore, la Isic.

La carenza di un chiaro riferimento alle piattaforme web ha comportato lo studio di possibili soluzioni – Istat è stato tra i primi ad avanzare proposte in sede europea – che sono ora al vaglio dei gruppi tecnici che si occupano di revisionare le classificazioni. L'obiettivo è individuare una collocazione esplicita dell'attività svolta dalle unità economiche che gestiscono le piattaforme digitali facilitando l'incontro tra la domanda e l'offerta senza acquisire mai la proprietà dei prodotti e servizi offerti.

Gli approcci si orientano verso due direzioni: da un lato, ci si interroga sull'eventualità di tenere separate le attività di intermediazione svolte tramite piattaforme digitali dalle attività di intermediazione che utilizzano canali tradizionali (scelta che non sembra però godere dell'approvazione della maggioranza dei Paesi); dall'altro, si valuta una soluzione che permetta di rappresentare il fenomeno nel rispetto dell'impianto metodologico del sistema di classificazioni economiche attualmente utilizzato.

Tra le opzioni al vaglio, si annoverano le seguenti:

1. Creazione di una nuova divisione esclusivamente dedicata alle attività di intermediazione nei servizi.
2. Predisposizione di nuovi gruppi o classi all'interno delle divisioni già esistenti.
3. Nessun cambiamento strutturale alla classificazione, ma arricchimento delle note esplicative.

La proposta 1 permetterebbe di raggruppare in un'unica divisione tutte le attività di intermediazione, articolando la nuova struttura per tipologia di bene/servizio intermediato tramite la piattaforma e collocando all'interno di un eventuale codice residuale attività meno comuni o difficilmente prevedibili al momento; l'opzione 2 garantirebbe il mantenimento della segmentazione settoriale, secondo la quale è attualmente strutturata la classificazione (ad esempio, trasporto e magazzinaggio, attività dei servizi di alloggio e di ristorazione, etc.). L'opzione 3, pur non permettendo un'esplicita rilevazione del fenomeno, avrebbe il vantaggio di non gravare in modo rilevante sulla produzione statistica.

Le tipologie di piattaforme individuate ed analizzate fino ad ora sono molteplici. Utilizzando un approccio basato su casi studio, si stanno approfondendo questioni legate a servizi offerti, responsabilità, fonti di reddito, organizzazione delle attività e tipologia di clienti serviti, al fine di individuare differenti livelli di similarità tra i modelli di business tali da giustificare l'introduzione di nuove voci nella classificazione e delineare linee guida per gli utilizzatori della stessa.

In questo contesto, le piattaforme di streaming sono oggetto di specifiche analisi; sono state individuate, in particolare, due differenti attività economiche: la prima è lo streaming inteso come mezzo di distribuzione di contenuti autoprodotti; la seconda afferisce allo streaming come servizio fornito da soggetti terzi. Al momento,

in sede europea, non si è ritenuto necessario procedere con la creazione di una nuova classe per le attività di streaming che, se inteso come distribuzione per coloro che ne producono i contenuti, deve essere trattato al pari delle altre attività già incluse nella sezione J “Servizi di informazione e comunicazione”. Relativamente alla classificazione dei servizi di streaming forniti da parti terze non è stato invece ancora trovato un accordo e si rendono necessari ulteriori approfondimenti.

Anche la collocazione dell’attività di creazione di contenuti digitali è stata discussa più volte in ambito europeo e i Paesi Membri concordano sulla necessità che le nuove attività svolte dagli imprenditori digitali siano chiaramente descritte nelle note esplicative. Molto probabilmente, la proposta che Eurostat porterà all’attenzione del gruppo di lavoro impegnato nella revisione della classificazione Isic è quella di integrare l’attività svolta dai cosiddetti *vlogger* nell’attuale classe Nace 59.11 “Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi” e quella dei *blogger* nella classe 58.19 “Altre attività editoriali”.

La classificazione delle professioni (Cp2011) attualmente in uso

All’interno della classificazione delle professioni attualmente in uso (Cp2011) non esistono unità professionali riconducibili direttamente alla tipologia di attività lavorativa identificata nell’indagine. La Cp2011, che recepisce le indicazioni internazionali della Isco-08, risente di un mancato adeguamento alle trasformazioni più recenti del mercato del lavoro e alle nuove figure professionali, in particolare sul fronte dell’ICT o delle *digital platform*. La revisione della Classificazione internazionale, cui seguirà quella nazionale, avverrà solo nel 2028.

Per colmare questo gap, l’Istat ha recentemente istituito una commissione con il compito di aggiornare parzialmente l’attuale classificazione, agendo principalmente sulle unità professionali (cinque digit della classificazione stessa) e sugli esempi di professioni afferenti alle singole voci.

Attualmente, le unità professionali alle quali potrebbero essere ricondotte le attività di creazione di contenuti digitali risultano essere: Specialisti delle relazioni pubbliche, dell’immagine e professioni assimilate (codice 2.5.1.6.0); Tecnici del marketing (3.3.3.5.0); Tecnici della pubblicità e pubbliche relazioni (3.3.3.6.1).

Allegato

Tavola 1. Tipologie di piattaforme digitali in relazione al modello di business

TIPOLOGIA	DESCRIZIONE	ESEMPI
A. 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
B. 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, Olio, TimeRepublik
C. 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
D. 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
E. 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, ProntoPro, Dottori.it
F. 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
G. 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

Tavola 2. Tipologie di servizi erogati da piattaforme digitali (di transazione e non) e social media

TIPOLOGIE DI SERVIZI	PRESTAZIONI DI SERVIZI REALI	PRESTAZIONI DI SERVIZI VIA WEB		
		Grado di creatività		
		Elevato	Medio	Limitato
SERVIZI DI NATURA TECNICA	Servizi tecnici in presenza	Creazione di contenuti a scopo educativo o divulgativo. Ideazione e sviluppo di applicativi, anche Web.	Programmazione informatica. Ricerca e condivisione di contenuti Web. Elaborazione di contenuti audio/video. Traduzioni letterarie. Ecc.	Consulenze tecniche (inclusi servizi informatici e di ottimizzazione Web). Supporto alla gestione di pratiche o di processi amministrativi. Manutenzione informatica. Traduzioni tecniche e commerciali. Call center. ecc.
SERVIZI FORNITI DA ASSOCIATI AD ORDINI PROFESSIONALI	Servizi professionali in presenza	Design tecnico o artistico.	Progettazione architettonica o strutturale. Servizi di informazione via Web.	Telemedicina. Analisi ed elaborazione dati (incluse analisi previsionali, es. meteo).
ALTRI SERVIZI	Servizi di trasporto (Uber, Freenow, ecc.)			
	Servizi alle persone e alle famiglie			
	Locazione di beni o proprietà immobiliari			
	Vendita di beni			
ATTIVITÀ CREATIVE ED ARTISTICHE	Performance in presenza	Creazione di contenuti per diffusione a pagamento (qualunque piattaforma o social media).	Creazione di contenuti sui social media per una fruizione gratuita da parte degli utenti. Aggregazione e ri-elaborazione di contenuti disponibili sul Web.	Performance digitali (es. top scoring o tutorial di videogiochi).