



# INAPP POLICY BRIEF

## L'ECONOMIA DELLE PIATTAFORME DIGITALI

### Prime evidenze dall'indagine inapp sul turismo, la ristorazione e i trasporti

*Le imprese dei settori del turismo, della ristorazione e dei trasporti terrestri che utilizzano in Italia le piattaforme digitali per la vendita dei loro prodotti e servizi sono il 19,4% (58.092) delle 298.991 imprese operanti nel periodo osservato. Nel settore del turismo si registra la maggiore diffusione nell'utilizzo delle piattaforme digitali con una percentuale di imprese utilizzatrici del 42,1%, pari a 38.615 imprese su 91.792 imprese operanti nel settore.*

*Il fatturato intermediato dalle piattaforme digitali rappresenta quasi un quinto dei ricavi nella ristorazione e nei trasporti, e intorno alla metà del giro d'affari nel settore del turismo, nel biennio 2020-2021. Le commissioni richieste ammontano mediamente al 16,5% del fatturato intermediato dalle piattaforme digitali nel 2020, e al 16,7% nel 2021. I contratti stipulati dalle imprese utilizzatrici con le piattaforme prevedono nel 46,8% dei casi clausole di dipendenza dell'impresa dalla piattaforma per l'incasso dei pagamenti, mentre nel 46,1% dei casi consentono l'incasso diretto dalla clientela.*

*I dati sono stati raccolti dalla nuova indagine Inapp Digital Platform Survey (Inapp DPS 2022) condotta nel corso del 2022 dall'Inapp e coprono tutte le imprese, anche quelle con meno di 3 addetti e le ditte individuali (oltre il 47% delle imprese, in quei settori), non coperte dalle altre Indagini Istat.*

INAPP\*

#### Introduzione

La diffusione delle nuove tecnologie digitali rende sempre meno rilevanti le distanze geografiche e il fattore tempo. Il cambiamento è radicale e coinvolge le filiere produttive, l'organizzazione aziendale, i processi produttivi e i modelli di lavoro. La digitalizzazione ha un

\* A cura di Marco Centra, Massimiliano Deidda, Francesca della Ratta.

impatto su occupazione, dinamiche salariali e condizioni di lavoro. Il cambiamento sta influenzando le economie globali e mette alla prova i sistemi di protezione sociale in tutte le democrazie avanzate. Lo shock pandemico ha accelerato il cambiamento e la trasformazione strutturale già in atto dell'economia e del lavoro. Il dibattito sull'impatto che le trasformazioni tecnologiche stanno avendo e potranno avere sull'economia e sul lavoro coinvolge il livello tecnico e quello politico. A livello tecnico è oggetto di analisi e approfondimento principalmente l'impatto della digitalizzazione riconducibile, in particolare, a:

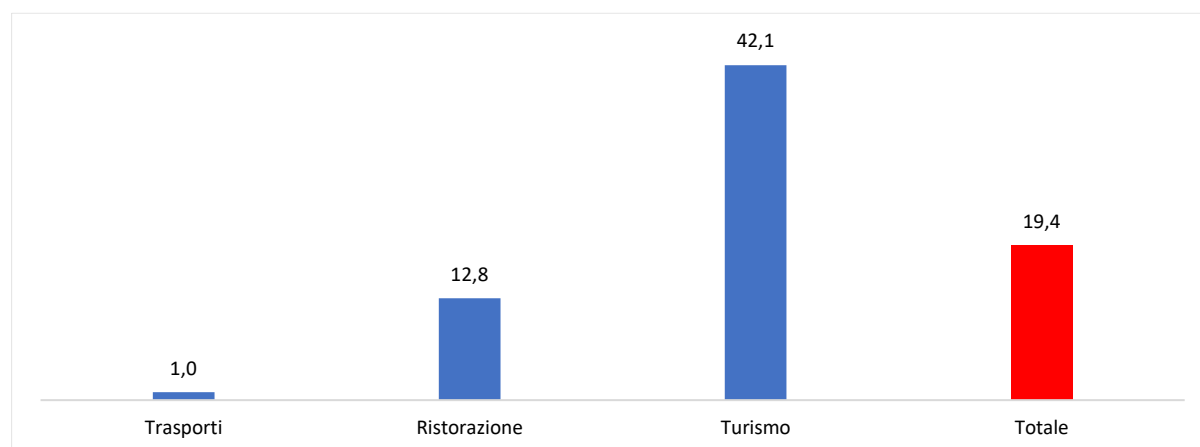
- l'effetto dell'automazione e della digitalizzazione dei processi produttivi su produttività, qualità e dinamiche occupazionali, contenuti e organizzazione del lavoro;
- la diffusione delle piattaforme digitali e il relativo impatto del lavoro 'a richiesta', in termini sia di dinamica occupazionale e salariale, sia di condizioni di lavoro.

L'indagine Digital Platform Survey (Inapp DPS 2022) ha lo scopo di studiare l'impatto su quote di mercato e organizzazione del lavoro dell'utilizzo delle piattaforme digitali per la vendita di prodotti e servizi. Approfondisce quel segmento dell'"economia delle piattaforme" in cui si svolgono i due terzi delle attività ricondotte alle piattaforme location-based. In particolare, di quelle destinate alla intermediazione di beni e servizi nei tre settori della ristorazione, del turismo e dei trasporti terrestri di passeggeri e merci, dove, secondo la letteratura, si riscontra la maggiore diffusione delle piattaforme digitali e si concentrano il maggior numero dei lavoratori interessati.

### Le imprese che usano le piattaforme

Le imprese dei settori del turismo, della ristorazione e dei trasporti terrestri che utilizzano in Italia le piattaforme digitali per la vendita dei loro prodotti e servizi sono il 19,4% (58.092) delle 298.991 imprese operanti nel periodo osservato.

**Figura 1. Imprese che utilizzano le piattaforme per la vendita di prodotti e servizi (%)**



Fonte: Inapp DPS 2022

Tra i settori considerati, è il turismo quello in cui si registra la maggiore penetrazione delle piattaforme digitali, con il 42,1% (38.615 imprese), con punte molto elevate tra gli affittacamere o bed and breakfast e gli alberghi (in cui l'incidenza del ricorso alle piattaforme arriva, rispettivamente, al 76,9 e 74,6%).

**Tabella 1. Imprese che utilizzano le piattaforme digitali per codice Ateco (%)**

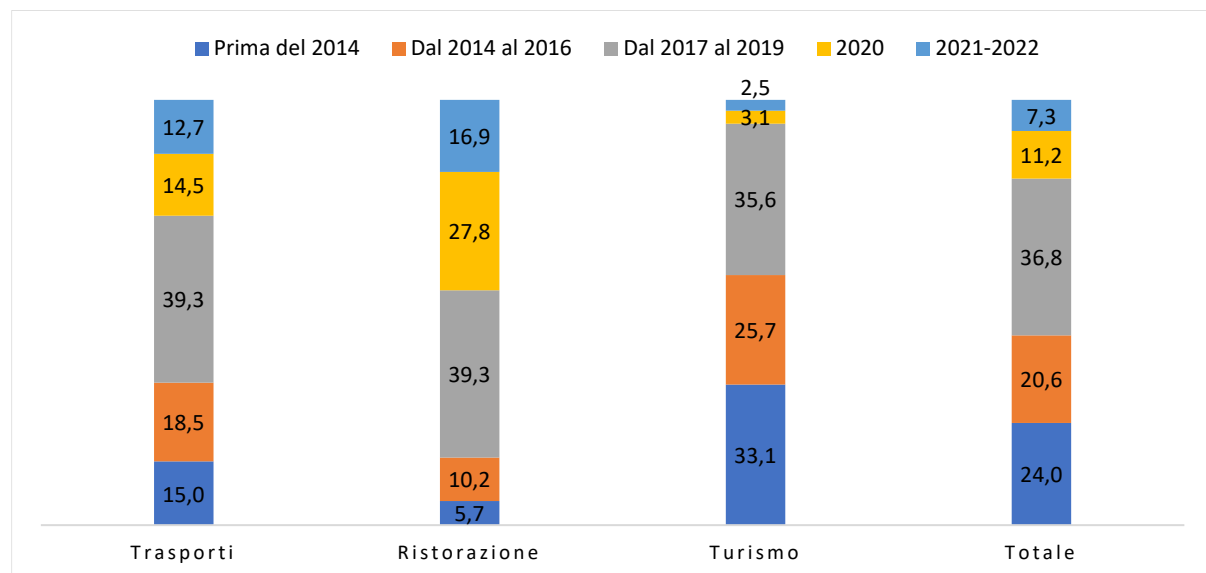
	Sì	No	Totale
49390 Attività di trasporti terrestri di passeggeri Nca	4,0	96,0	100,0
49410 Trasporto di merci su strada	0,8	99,2	100,0
55100 Alberghi	74,6	25,4	100,0
55201 Villaggi turistici	49,9	50,1	100,0
55205 Affittacamere per brevi soggiorni, case e appartamenti per vacanze, bed and breakfast, residence	76,9	23,1	100,0
56101 Attività di ristorazione con somministrazione	12,9	87,1	100,0
56102 Attività di ristorazione senza somministrazione	14,7	85,3	100,0
56103 Gelaterie e pasticcerie	7,5	92,5	100,0
77110 Noleggio di autovetture e autoveicoli leggeri	3,4	96,6	100,0
79110 Attività delle agenzie di viaggio	15,6	84,4	100,0
79120 Attività dei tour operator	13,7	86,3	100,0
79902 Attività delle guide e degli accompagnatori turistici	12,1	87,9	100,0
81210 Pulizia generale-non specializzata-di edifici	0,8	99,2	100,0
<b>Totale</b>	<b>19,4</b>	<b>80,6</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Inapp DPS 2022

Nel settore della ristorazione la diffusione del ricorso alle piattaforme è più omogenea: il comparto più numeroso in valore assoluto è quello rappresentato dagli oltre 13 mila esercenti (il 12,9%) che effettuano attività di ristorazione con somministrazione. Il ricorso alle piattaforme digitali è invece minimo nel settore dei trasporti, in cui la diffusione più ampia (4%) si registra nelle attività di trasporti terrestri di passeggeri nca (noleggio con conducente).

Il 24% delle imprese considerate nei tre settori ha stipulato un contratto con una piattaforma prima del 2014 ma, in massima parte, la diffusione dell'utilizzo delle piattaforme digitali tra le imprese dei tre settori risale al periodo 2014-2019 (57,4%).

**Figura 2. Anno di attivazione del primo contratto con una piattaforma digitale per settore di attività (%)**



Fonte: Inapp DPS 2022

Nel solo biennio 2020-2022, tuttavia, sono ben il 18,5% le imprese che hanno stipulato un contratto per la vendita dei propri prodotti e servizi con le piattaforme. Nella ristorazione, il 44,7% delle imprese ha iniziato ad utilizzare le piattaforme digitali per soddisfare la richiesta di

asporto durante la pandemia (27,8% delle attivazioni nel 2020). Il ricorso alle piattaforme può rendere necessario realizzare investimenti specifici, in dotazioni informatiche, software specialistici, servizi di *channel management*, o in pubblicità: una circostanza dichiarata dal 25,9% delle imprese (quota che arriva al 30,2% tra le imprese del turismo).

### Il rapporto con le piattaforme digitali

Nel biennio 2020-21 il fatturato intermediato dalle piattaforme digitali rappresenta quasi un quinto dei ricavi nella ristorazione e nei trasporti e intorno alla metà del giro d'affari nel settore del turismo. Le commissioni richieste dalle piattaforme digitali per l'intermediazione ammontano mediamente al 16,5% del fatturato intermediato dalle piattaforme digitali nel 2020, e al 16,7% nel 2021, con un costo mediamente più elevato nella ristorazione.

**Tabella 2. Fatturato intermediato e costo dell'intermediazione per settore economico (%)**

	% media fatturato intermediato		% media di commissione per intermediazione piattaforme digitali	
	2020	2021	2020	2021
Trasporti	19,4	19,3	8,2	8,1
Ristorazione	19,9	18,0	18,1	18,2
Turismo	48,5	50,1	15,9	16,1
<b>Totale</b>	<b>41,6</b>	<b>42,0</b>	<b>16,5</b>	<b>16,7</b>

Fonte: Inapp DPS 2022

L'indagine mira anche ad approfondire il livello di dipendenza tecnologica e finanziaria delle imprese italiane dalle piattaforme digitali e il possibile impatto su alcune caratteristiche dell'organizzazione aziendale (quota e volume di fatturato, personale occupato e monte ore lavorato).

Nei tre settori analizzati l'andamento economico delle imprese ha risentito in maniera differenziata degli effetti delle misure di contenimento della pandemia. Nel 2021 il fatturato è tornato a condizioni di 'normalità' in tutti e tre i settori con un fatturato stabile o in crescita nella maggioranza delle imprese, senza differenze di rilievo tra imprese utilizzatrici e non.

**Tabella 3. Andamento fatturato per imprese che utilizzano e non le piattaforme digitali (anni 2020-2021)**

	Riduzione	Stabile/in crescita	Totale
Imprese utilizzatrici	20,2%	79,8%	100,0%
Imprese non utilizzatrici	22,2%	77,8%	100,0%
<b>Totale</b>	<b>20,4%</b>	<b>79,6%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Inapp DPS 2022

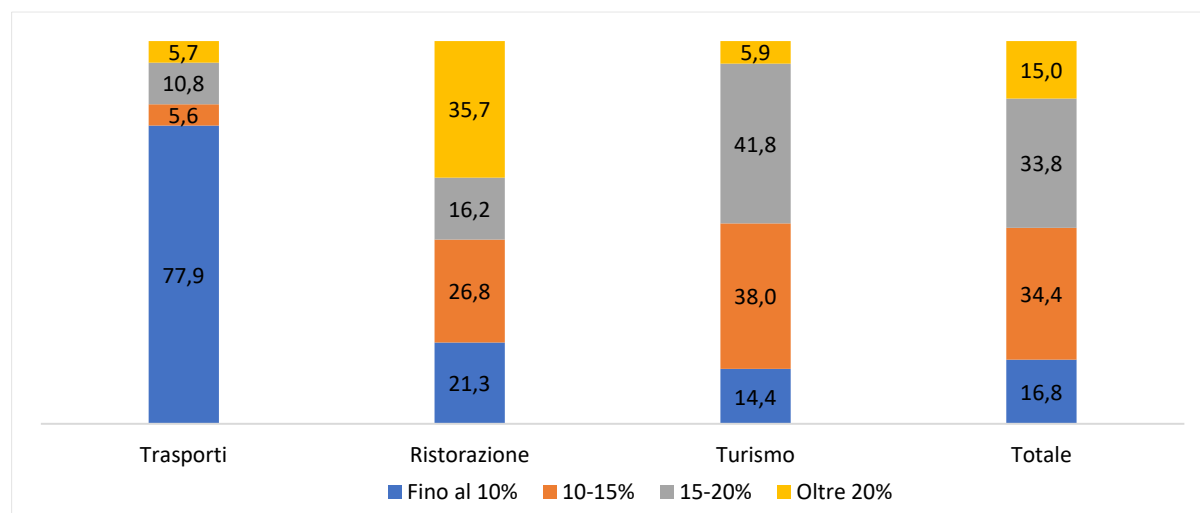
Tra le imprese che utilizzano le piattaforme digitali la maggior parte (88%) dichiara di pagare alle piattaforme una commissione espressa in percentuale del fatturato intermediato, mentre per le altre la commissione riconosciuta alle piattaforme è fissa (flat).

Con riferimento al 2021, tra le imprese che pagano commissioni in percentuale del fatturato intermediato:

- il 16,8% dichiara di pagare una commissione fino al 10% del fatturato intermediato;
- il 34,4% dichiara di pagare una commissione tra il 10 e il 15%;
- il 33,8% dichiara di pagare una commissione tra il 15 % e il 20%;
- il 15% dichiara di pagare una commissione superiore al 20% del fatturato intermediato dalle piattaforme digitali.

Nella ristorazione la percentuale di imprese che paga commissioni superiori al 20% rappresenta il 35,7%, mentre nei trasporti si rilevano le commissioni più basse (figura 3).

**Figura 3. Imprese per percentuale di commissione applicata, nei tre settori (anno 2021, %)**



Fonte: Inapp, DPS 2022 (N=51.211)

I contratti stipulati dalle imprese utilizzatrici con le piattaforme prevedono nel 46,8% dei casi clausole di dipendenza dell'impresa dalla piattaforma per l'incasso dei pagamenti, mentre nel 46,1% dei casi consentono l'incasso diretto dalla clientela. Tra le imprese della ristorazione, la percentuale di quelle che canalizzano gli incassi attraverso le piattaforme digitali è il 68,2% del totale.

**Tabella 4. Imprese che utilizzano le piattaforme digitali per modalità di incasso (v.a. e %)<sup>1</sup>**

	Trasporti		Ristorazione		Turismo		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Pagamento tramite piattaforma	152	26,3%	12.892	68,2%	14.163	36,7%	27.206	46,8%
Incasso diretto	391	67,3%	4.800	25,4%	21.570	55,9%	26.760	46,1%
Altro	37	6,4%	1.206	6,4%	2.882	7,5%	4.126	7,1%
<b>Totale</b>	<b>580</b>	<b>100,0%</b>	<b>18.898</b>	<b>100,0%</b>	<b>38.615</b>	<b>100,0%</b>	<b>58.092</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Inapp DPS 2022

Il ritardo nei tempi di incasso rappresenta un costo e un fattore di rischio finanziario intrinseco nel caso di pagamenti canalizzati tramite piattaforma. Le clausole di dilazione dei trasferimenti degli

<sup>1</sup> Nel settore dei trasporti, il numero dei casi rilevati nell'indagine risulta esiguo (e la stima non significativa). I totali possono differire dalla somma dei parziali per effetto di arrotondamenti.

incassi dalla piattaforma all'impresa sono presenti complessivamente quasi nell'81% dei casi in cui è previsto il pagamento tramite piattaforma, nei tre settori. Il 43,7% impone infatti un certo numero di giorni di ritardo per il trasferimento dei crediti dalla piattaforma digitale all'impresa e il 37,1% prevede incassi a scadenza fissa, cioè con dilazione di tutti i pagamenti (tranne quelli relativi agli incassi dello stesso giorno del pagamento).

Le condizioni meno vantaggiose risultano applicate più frequentemente nel settore della ristorazione in cui nel 92,4% dei casi gli incassi sono differiti nel tempo. Nel settore dei trasporti, la numerosità dei casi rilevati dall'indagine risulta minima (e il risultato della stima non significativa).

Secondo quanto dichiarato dalle imprese, le condizioni contrattuali derivano nel 70,3% dei casi dall'imposizione di clausole unilaterali. Il potere di mercato delle piattaforme risulta particolarmente sbilanciato a sfavore degli operatori turistici e dei ristoratori che dichiarano, rispettivamente nel 73,6% e 64,5% dei casi, che le clausole "sono state stabilite unilateralmente dalla piattaforma".

Inoltre, l'eventuale modifica delle condizioni contrattuali, in più di un quarto dei casi, è frutto di richieste unilaterali provenienti dalle piattaforme digitali: con una percentuale più elevata nel settore del turismo (32,5%). Nella ristorazione il 20,2% degli operatori dichiara di aver ricevuto una richiesta di variazione unilaterale delle clausole contrattuali sottoscritte in precedenza. Una quota rilevante di imprenditori (34,9%) preferisce, tuttavia, non rispondere a questa domanda. Il quadro offerto da queste variabili assunte come indicatori di rischio di 'dipendenza' delle imprese dalle piattaforme si completa osservando i dati relativi alla rilevazione di sistemi di 'rating commerciale', i quali comportano potenziali rischi reputazionali derivanti dal rapporto commerciale instaurato con le piattaforme digitali. Il 36,4% delle imprese dichiara infatti di aver ricevuto 'valutazioni negative relative ai prodotti/servizi offerti', complessivamente, almeno una volta. Particolarmente elevato il numero complessivo dei non-rispondenti (29,9%): quasi un terzo.

**Tabella 5. Imprese esposte a valutazioni negative su prodotti e servizi, per settore economico (v.a. e %)<sup>2</sup>**

	Trasporti		Ristorazione		Turismo		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Una volta sola	20	3,5%	1.334	7,1%	3.090	8,0%	4.444	7,7%
Più di una volta	48	8,3%	4.903	25,9%	11.757	30,4%	16.708	28,8%
Mai	380	65,5%	6.382	33,8%	12.788	33,1%	19.550	33,7%
Non risponde	132	22,7%	6.279	33,2%	10.980	28,4%	17.390	29,9%
<b>Totale</b>	<b>580</b>	<b>100,0%</b>	<b>18.898</b>	<b>100,0%</b>	<b>38.615</b>	<b>100,0%</b>	<b>58.092</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Inapp DPS 2022

Al 23% delle imprese che utilizzano le piattaforme digitali è "capitato di perdere clienti a causa di disservizi da imputare esclusivamente a una delle piattaforme con cui lavora": spesso, qualche volta o raramente.

<sup>2</sup> I totali possono differire dalla somma dei parziali per effetto di arrotondamenti.

**Tabella 6. Imprese cui è capitato di perdere clienti per disservizi imputabili a piattaforme, per settore economico (v.a. e %)<sup>3</sup>**

	Trasporti		Ristorazione		Turismo		Totale	
	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%	v.a.	%
Spesso	12	2,1%	538	2,8%	450	1,2%	1.000	1,7%
Qualche volta	40	6,9%	3.008	15,9%	2.441	6,3%	5.489	9,5%
Molto raramente	28	4,8%	2.570	13,6%	4.341	11,2%	6.939	11,9%
Disservizi non imputabili alla piattaforma	55	9,5%	993	5,2%	3.276	8,5%	4.321	7,4%
Nessun disservizio	295	50,8%	6.151	32,5%	19.405	50,3%	25.851	44,5%
Non risponde	150	25,9%	5.641	29,9%	8.702	22,5%	14.492	25,0%
<b>Totale</b>	<b>580</b>	<b>100,0%</b>	<b>18.898</b>	<b>100,0%</b>	<b>38.615</b>	<b>100,0%</b>	<b>58.092</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Inapp DPS 2022

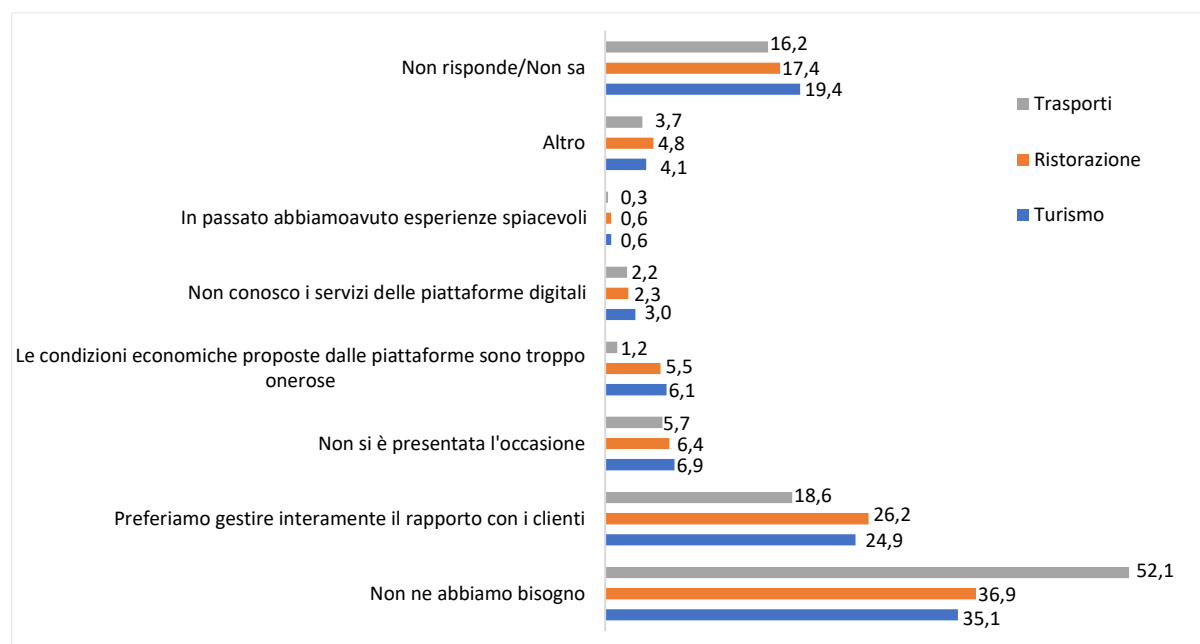
La facoltà di accedere ad informazioni dettagliate sulla propria clientela è consentita alla maggior parte delle imprese. Al 34,3% delle imprese viene infatti garantito l'accesso ai dati dei propri clienti da tutte le piattaforme utilizzate (con quote superiori alla media nei trasporti e nel turismo e inferiori alla media nella ristorazione), al 14% delle imprese l'accesso ai dati dei clienti viene garantito solo da alcune piattaforme (anche in questo caso soprattutto nel turismo e nei trasporti), mentre circa il 18,4% delle imprese (il 24,6% nella ristorazione) dichiara di non poter accedere alle informazioni e oltre un terzo preferisce non rispondere. Il rischio di perdita di informazione sulla clientela, che può derivare dal ricorso alle piattaforme come partner commerciali per la vendita di prodotti e servizi, risulta quindi complessivamente abbastanza contenuto. Tuttavia, quasi un quinto delle imprese dichiara di non poter accedere alle informazioni sulla clientela e oltre un terzo preferisce non rispondere.

Le piattaforme digitali offrono anche servizi di consulenza di mercato. La percentuale di imprese che hanno accesso a tale tipologia di servizi è più elevata nel turismo (38%), ma è in uso anche tra i ristoratori (16,6%). Nel settore dei trasporti, il numero dei casi rilevati nell'indagine risulta esiguo (e la stima non significativa).

Infine, può essere utile dar conto delle motivazioni indicate dalle imprese che non si avvalgono delle piattaforme digitali in relazione al mancato ricorso alle stesse: la risposta più frequente, soprattutto tra le imprese del settore dei trasporti, è: 'non ne abbiamo bisogno'; seguita da 'preferiamo gestire internamente il rapporto con i clienti' (figura 4). Il costo eccessivo del servizio è menzionato dal 6,1% delle imprese del turismo e dal 5,5% da quelle della ristorazione, mentre è del tutto residuale nelle imprese dei trasporti (tra cui, come evidenziato, i costi sono più bassi).

<sup>3</sup> I totali possono differire dalla somma dei parziali per effetto di arrotondamenti.

**Figura 4. Motivazione per la scelta di non utilizzare le piattaforme digitali, per settore economico (%)**



Fonte: Inapp DPS 2022

## Conclusioni

L'indagine getta una luce sulle opportunità che l'economia delle piattaforme digitali offre alle imprese in termini di ampliamento e diversificazione delle quote di mercato, riorganizzazione della produzione, della pubblicità e marketing. Mette in guardia però sui fattori di rischio che possono derivare da una dipendenza tecnologica e finanziaria dell'impresa dalla piattaforma, come canale di vendita, e dallo squilibrio di potere nel mercato. Evidenzia alcuni indicatori degli assetti di potere e come alcune caratteristiche concernenti l'uso delle tecnologie digitali, la conoscenza e la sua organizzazione, e distribuzione nel mercato, siano fattori in grado di condizionare (insieme ad eterogeneità organizzativa), la dinamica del prodotto, la quota di mercato e il potenziale impatto sulla forza lavoro occupata (confrontando anche dinamiche pre e post crisi pandemica). Considerazioni altrettanto utili al *policymaker* di quelle che hanno portato la Commissione europea a proporre una 'direttiva europea<sup>4</sup> relativa al miglioramento delle condizioni di lavoro nel lavoro mediante piattaforme digitali e che potrebbero portare ad una migliore tutela della concorrenza tra le imprese e tra queste e le piattaforme digitali'.

Ne conseguono due ordini di considerazioni finali in termini di *policy advice*.

La prima è che l'indagine Inapp DPS 2022 può fornire una stima attendibile e statisticamente significativa della quota di mercato intermediata dalle piattaforme digitali in Italia e del relativo costo di intermediazione. Questo può supportare una stima dell'imponibile di questo segmento dell'economia su cui raffrontare il gettito fiscale atteso dalle piattaforme digitali in quei settori, con quello effettivo dei soggetti giuridici che rientrano nel perimetro del sistema tributario italiano.

<sup>4</sup> Proposta di direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa al miglioramento delle condizioni di lavoro nel lavoro mediante piattaforme digitali COM/2021/762 final <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX%3A52021PC0762>.



La seconda deriva dal dato strutturale sul personale occupato nei tre settori in un biennio segnato dalla pandemia, che conferma la valenza della scelta del legislatore europeo di spostare l'attenzione sui lavoratori delle piattaforme digitali, piuttosto che su quelli delle imprese utilizzatrici, perché è lì che, se applicata la direttiva europea, almeno in parte si dovrebbe registrare un più ampio fenomeno di emersione dal lavoro irregolare. L'efficienza dei controlli aumenterebbe certamente se concentrati su un numero ristretto di *labour platform* piuttosto che sulle 300 mila imprese, in gran parte micro, nei tre settori oggetto dell'indagine Inapp.

---

Alcuni diritti riservati (2023) (INAPP)

Quest'opera è rilasciata sotto i termini della licenza Creative Commons.  
Attribuzione - Non Commerciale - Condividi allo stesso modo 4.0 - Italia License.

ISSN 2533-3003



I *Policy Brief* dell'INAPP offrono spunti di riflessione tratti dai temi di ricerca e di analisi realizzati dall'Istituto, a supporto delle politiche pubbliche.

La collana INAPP *Policy Brief* è a cura di Claudio Bensi.

Per info: [stampa@inapp.org](mailto:stampa@inapp.org) - [www.inapp.org](http://www.inapp.org)

