

Valutazione delle piattaforme digitali

La valutazione delle piattaforme digitali

di Roberto Moro Visconti

La piattaforma digitale è un'infrastruttura *hardware* o *software* che fornisce servizi e strumenti tecnologici, programmi e applicazioni, per la distribuzione, il management e la creazione di contenuti e servizi digitali gratuiti o a pagamento. Le piattaforme digitali sono alla base di modelli di *business* innovativi di società altamente profittevoli (come Google o Facebook), grazie alla (presunta) gratuità dei servizi offerti, controbilanciata da ricavi pubblicitari. Anche lo *smart working* e l'*e-commerce* ruotano intorno all'intermediazione di piattaforme digitali. Le metriche di valutazione assumono rilevanza per i gestori e gli utenti delle piattaforme, che partecipano, talora inconsapevolmente, ad un innovativo processo di co-creazione del valore.

1. Definizione e caratteristiche

La piattaforma digitale consiste in un'infrastruttura informatica (*hardware* tipicamente associato ad uno o più *software*) che fornisce servizi e strumenti tecnologici, programmi e applicazioni, per la distribuzione, il *management* e la creazione di contenuti e servizi digitali gratuiti o a pagamento, anche attraverso l'integrazione di più media (*integrated digital platform*) (1). La piattaforma può essere *open source* ovvero commerciale e può essere strutturata, rispettivamente per un pubblico accesso o per un target circoscritto, previa registrazione. Essa può prevedere servizi informativi, interattivi, di *file sharing*, *downloading* e *uploading*, *streaming* nonché di comunicazione e condivisione di materiale multimediale (2). L'utilizzo delle piattaforme digitali *online* è di primaria importanza per servizi di intermediazione (3) e applicazioni sempre più diffuse come l'*e-commerce* e i servizi di pagamento, i motori di ricerca su *Internet*, la

sharing economy, la *gig economy*, l'*e-learning*, le *pay-tv* e i servizi di *Video on Demand*, etc.

I *business* digitali ricomprendono transazioni che sono digitalmente mediate (spesso tramite *m-app*) (4) o che coinvolgono prodotti o servizi che vengono utilizzati digitalmente (5) da utenti complementari che condividono un *network* (6).

Le piattaforme digitali sono costituite da un articolato complesso di *software*, *hardware*, operazioni di interscambio di informazioni (*big data*) o transazioni e *networks* (7). All'interno delle piattaforme digitali assumono precipua rilevanza i *software*, che ne presidiano e gestiscono le funzionalità. Le piattaforme *software* sono il luogo tecnologico dove convergono gli sviluppatori di applicazioni e gli utenti finali (8). Le piattaforme digitali sono alla base di modelli di *business* innovativi di società altamente profittevoli (come Google o Facebook), grazie alla (presunta) gratuità dei servizi offerti, tipicamente controbilanciata da ricavi pubblicitari. Le metriche di

(1) P. Spagnoletti - A. Resca - G. Lee, *A design theory for digital platforms supporting online communities: a multiple case study*, in *Journal of Information Technology*, 2015, 30, 4, 364-380.

(2) Cfr. http://www.treccani.it/enciclopedia/piattaforma-digitale_%28Lessico-del-XXI-Secolo%29/.

(3) Con pronuncia del 20 dicembre 2017, la Corte UE dichiarava, in prima battuta, la qualificazione di Uber quale "servizio di intermediazione", ossia di un servizio che si basa essenzialmente sul mettere in contatto, per via elettronica, un conducente non professionista di veicolo con un cliente che, attraverso la prenotazione, intenda effettuare uno spostamento in area urbana. Si veda <https://www.iusinitinere.it/uber-le-sfide-giuridiche-della-sharing-economy-21621>.

(4) M. Kenney - J. Zysman, *The Rise of the Platform Economy*, in *Issues in Science and Technology*, 2016, 32, 3.

(5) P. Weill - S.L. Woerner, *Optimizing Your Digital Business Model*, in *MIT Sloan Management Review*, March 2013.

(6) J.C. Rochet - J. Tirole, *Platform Competition in Two-Sided Markets*, in *Journal of the European Economic Association*, 2003, 1, 4, 990-1029.

(7) M. de Reuven - C. Sørensen - R.C. Basole, *The digital platform: a research agenda*, in *Journal of Information Technology*, 2018, 33, 124-135.

(8) A. Tiwana, *Platform Ecosystems: Aligning Architecture, Governance, and Strategy*, Morgan Kaufmann, 2014.