

**IO Lavoro**

Piattaforme web:  
il personale  
vale oro  
da pag. 41



Il peso dei dipendenti delle piattaforme digitali nel rapporto realizzato dall'**Inapp**

# Web, personale a peso d'oro

Il valore aggiunto di un addetto Facebook è di 300 mila €

DI SIMONA D'ALESSIO

**D**ipendenti «preziosi» (in grado di generare «dinamismo economico») in alcune fra le piattaforme tecnologiche più conosciute del Pianeta: nel periodo fra il 2012 e il 2014, infatti, ha registrato numeri ragguardevoli il «valore aggiunto» per lavoratore per il motore di ricerca Google (che, nel tempo, ha decisamente ampliato il suo raggio d'azione sul web) e per il social network Facebook (con cifre rispettivamente pari a «208.943 e 304.971 euro per addetto nel 2014»). Invece, per quel che concerne il colosso delle vendite online

Amazon e le varie «app» attive nel comparto dell'intermediazione immobiliare, ci sono stati numeri «notevolmente inferiori» (anche perché, nel caso di Amazon, la differenza «è guidata pressoché interamente dalla sua maggiore intensità occupazionale»). È uno dei dati messi in luce dal rapporto realizzato dall'**Inapp** (l'Istituto nazionale per l'analisi delle politiche pubbliche, che ha sostituito l'**Isfol**, l'Istituto per lo sviluppo della formazione professionale dei lavoratori), dedicato all'analisi dell'andamento economico e occupazionale delle grandi aziende che sviluppano il proprio giro d'affari offrendo

collega attraverso il computer, o lo smartphone.

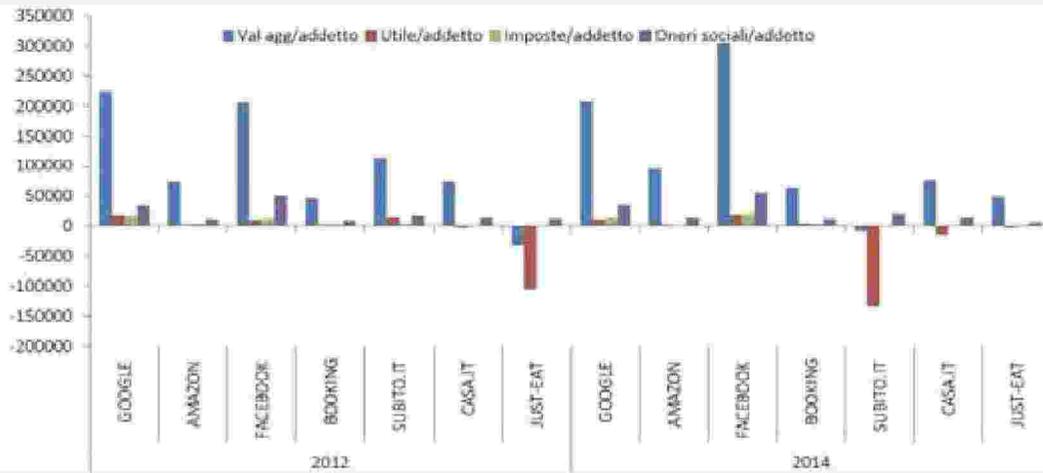
Come è possibile osservare dal grafico nella pagina, analoga situazione per le società prese in esame è possibile riscontrarla esaminando le cifre relative ai ricavi ottenuti per dipendente: valori aggiunti, così come utili per lavoratore «negativi» sono osservabili per Just-Eat (all'opera sul versante della consegna dei pasti a domicilio, ordinati via web, confezionati nei ristoranti e trasportati dai ciclo fattorini) nell'anno 2012 nonché per Subito.it («app» attiva nel campo della compravendita di beni e nell'intermediazione di immobili) nel 2014.

Il dossier dell'**Inapp**, poi, si è focalizzato pure sullo studio delle imposte e degli oneri sociali pagati dalle piattaforme digitali: in cima alla classifica, ancora una volta, Google e Facebook, mentre soglie «sensibilmente più basse» riguardano le piattaforme di intermediazione immobiliare e Just-Eat; a seguire, si legge, quelle «attive nei settori della pubblicità (Google, Facebook) e del «retail» (Amazon) si sono caratterizzate per una crescita impetuosa (nel periodo 2012-2016)», che ha abbracciato sia i ricavi, sia i salari per dipendente, nonché il valore aggiunto e, «in misura minore, degli utili». Ogni piattaforma analizzata, poi,

ha mostrato di avere «una intensità occupazionale particolarmente bassa (in particolare, modo se comparata alle dimensioni e alla dinamica dei ricavi) con punte minime come quella di Facebook»: nel 2016, infatti, «a fronte di ricavi pari a 426.355 euro per dipendente, la piattaforma che gestisce il più noto social network ha dichiarato soltanto 22 lavoratori».

Quel che affiora, a giudizio del presidente dell'**Inapp Stefano Sacchi** è «un problema di distribuzione dei guadagni delle piattaforme, che da un lato non si trasformano in occupazione e, dall'altro, non alimentano la capacità redistributiva dello stato attraverso le tasse».

**Il valore dei dipendenti**



Fonte: elaborazione Inapp su dati Aida-BVD



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.