

Session 13: New forms of work, consumption and development in the *Platform Economy*

The transformations that have occurred in the aftermath of the economic crisis, together with the diffusion of technological innovations and new cultural sensibilities, have determined the emergence of a new production paradigm, inspired by the organizational model of the "platform": companies that use platforms and apps, crowdsource ratings and reputational data, and use digital technology to organize exchanges (Schor 2017).

Examples of such organizations, born around software development and the "open source movement", can now be found in finance, with crowdfunding and social lending; in education, with new platforms of social learning; within mobility, with car-sharing and car-pooling services; within work, with the diffusion of co-working, maker spaces and fab labs, together with online platforms of "on demand" work; in public administration, with new models of governance of the 'commons'; in the new supply chains of rural entrepreneurship and hospitality, based on house exchange and couch-surfing.

Considering all these examples, the platform is not just the "material" interface or the "digital infrastructure" of these companies, but it is the logic itself that underpins a new way of producing, redefining working spaces, skills, and job rewarding systems.

Of course, the rise of this new production system presents several critical aspects that represent new heuristic challenges for all the interested scholars.

This session will gather both theoretical and empirical contributions – even from different disciplinary perspectives– that deal with the analysis of the platform economy (in its various forms, from sharing to gig-economy) applying different methodological approaches (from comparative macro analysis to single case studies).

The proposed session is focused on four main areas of research:

- *the transformation of work*: the platform economy challenges the boundaries between work and leisure time, paid and unpaid services, professionalism and amateurism, the role of formal credentials and forms of professional evaluation based on reputation algorithms. This calls into question the very idea of work and worker and it suggests the rethinking of traditional models and organizational arrangements enacting new conflicts and questions about new forms of representation of interests;
- *the local development*: some spaces where these new forms of work are developed (fab labs, maker spaces, living labs, social incubators, etc.) can be considered as local collective goods that generate external economies, both tangible and intangible. These new collective goods are in part different from the traditional ones that have been explored in the literature on local development, and are mostly associated with the action of public institutions (authority) or interest organizations (association).
- *the social construction of innovation*: knowledge sharing and peer-to-peer forms of collaboration are transforming the dynamics of invention and innovation. In the last decades,

systems of innovation at national, regional and sectoral level have been deeply influenced by a process of pluralization and decentralization of knowledge that make them more open and collaborative than in the past (open innovation);

- *prosumerism*: in the new paradigm, consumers become more than customers but business partners, because they own useful "idle capacities" material and immaterial, to be activated and invested within the company. They share assets and skills, produce contents or are responsible of entire phase of production so their role can go through the whole value chain (co-creation, co-creation, co-learning, co-production). However, this transformation could take ambivalent outcomes: it could support and embody alternative production chain renewing its distribution of value; or it could just represent a business strategy to take the control of the voice and resistance of consumers discharging over them production costs and market failures.

Organizers: Davide Arcidiacono (Università Cattolica Sacro Cuore, davideluca.arcidiacono@unicatt.it), Cecilia Manzo (Università degli studi di Firenze, cecilia.manzo@unifi.it), Ivana Pais (Università Cattolica Sacro Cuore, ivana.pais@unicatt.it) and Francesco Ramella (Università degli Studi di Torino, francesco.ramella@unito.it).

Please ask info to Cecilia Manzo: cecilia.manzo@unifi.it

Sessione 13: Nuove forme di lavoro, consumo e sviluppo nella *Platform Economy*

Le trasformazioni che si sono verificate dopo la crisi economica, insieme alla diffusione di innovazioni tecnologiche e nuove sensibilità culturali, hanno determinato l'emergere di un nuovo paradigma di produzione ispirato al modello organizzativo della "piattaforma": le imprese che sfruttano piattaforme e app, rating e reputazione, tecnologie digitali per organizzare scambi di mercato (Schor 2017).

Esempi di tali organizzazioni, nate intorno allo sviluppo di software e al "movimento open source", possono ora essere trovati nella finanza, con il crowdfunding e il social lending; nell'istruzione, con nuove piattaforme di apprendimento; nell'ambito della mobilità, con i servizi come il car-sharing o il car-pooling; nell'ambito del lavoro, con la diffusione di co-working, maker space e fab lab, insieme a piattaforme online di lavoro "on demand"; nella pubblica amministrazione, con nuovi modelli di governance sui 'commons'; nelle nuove catene di fornitura dell'imprenditoria o dell'ospitalità, come lo scambio di case e il couch-surfing.

In tutti questi esempi, la piattaforma non è solo un'interfaccia "materiale" o l'"infrastruttura digitale" di queste società, ma è la logica stessa su cui si fonda il suo modo di produrre, ridefinendo gli spazi di lavoro, competenze e sistemi di ricompensa.

Naturalmente, l'ascesa di questo nuovo modello produttivo presenta diversi aspetti critici che rappresentano nuove sfide di ricerca.

Questa sessione si propone di raccogliere sia contributi teorici che empirici che - anche da diverse prospettive disciplinari - riguardino l'analisi dell'economia delle piattaforme (dalla sharing alla gig

economy) ed utilizzino approcci metodologici diversificati (dall'analisi macro di tipo comparativo, fino a singoli case study).

In particolare il focus della sessione si concentra intorno a quattro aree principali di ricerca:

- *trasformazione del lavoro*: la platform economy sfida i confini tra lavoro e tempo libero, tra servizi a pagamento e non retribuiti, tra professionalità e amatorialità, tra credenziali formali e nuove forme di valutazione della professionalità e della competenza basate su algoritmi reputazionali. Questo mette in discussione l'idea stessa del lavoro e del lavoratore come lo conosciamo oggi, suggerendo un ripensamento complessivo di definizioni, modelli e disposizioni organizzative, nonché nuove forme di rappresentanza degli interessi;
- *sviluppo locale*: alcuni degli spazi in cui queste nuove forme di lavoro vengono sviluppate (fab labs, maker spaces, living labs, incubatori sociali, etc.) possono essere considerati dei veri e propri beni collettivi locali che generano economie esterne, sia tangibili che immateriali. Questi nuovi beni collettivi sono in parte diversi da quelli tradizionali che sono stati esplorati nella letteratura sullo sviluppo locale e sono per lo più associati all'azione di istituzioni pubbliche (autorità) o di organizzazioni d'interessi (associazioni).
- *costruzione sociale dell'innovazione*: la condivisione delle conoscenze e le forme di collaborazione peer-to-peer stanno trasformando la dinamica dell'invenzione e dell'innovazione. Negli ultimi decenni, i sistemi di innovazione a livello nazionale, regionale e settoriale sono stati profondamente influenzati da un processo di frammentazione e decentramento delle conoscenze che li rendono più aperti e collaborativi rispetto al passato (si parla infatti di *open innovation*);
- *ruolo produttivo dei consumatori*: nel nuovo paradigma produttivo il produttore diventa sempre più un abilitatore di fasi di produzione distribuite in cui i consumatori diventano più che clienti. Sono dei veri e propri partner commerciali, in quanto dispongono di utili "idle capacities", materiali e immateriali, da attivare e investire nell'impresa. I consumatori non condividono solo i propri asset ma anche le loro conoscenze, producono contenuti e a volte sono persino responsabili di intere fasi di produzione. Il loro ruolo attraversa l'intero ciclo produttivo (co-creazione, co-creazione, co-apprendimento, co-produzione) e può avere risultati ambivalenti: può promuovere un nuovo modo di fare affari e innovare la catena del valore, o rappresentare piuttosto solo una nuova strategia con cui l'impresa tenta di "cooptare la voce" e la resistenza dei consumatori scaricando su di loro i costi e i fallimenti del mercato.

Coordinatori: Davide Arcidiacono (Università Cattolica Sacro Cuore, davideluca.arcidiacono@unicatt.it), Cecilia Manzo (Università degli studi di Firenze, cecilia.manzo@unifi.it), Ivana Pais (Università Cattolica Sacro Cuore, ivana.pais@unicatt.it) and Francesco Ramella (Università degli Studi di Torino, francesco.ramella@unito.it).

Per informazioni scrivere a Cecilia Manzo: cecilia.manzo@unifi.it