

# INDICE

*pag.*

## *Capitolo Primo*

### LA STRUTTURA DEL MERCATO TRA TRADIZIONE ED EVOLUZIONE

1.1.	Il concetto di mercato e la sua complessità	1
1.2.	La dimensione “spaziale” del mercato	4
1.3.	Le attività sul mercato: una prima definizione di relazione di scambio	6
1.3.1.	La fisionomia della circolazione dei beni fra commercio amministrato e “traffici di mercato”	9
1.4.	Gli attori del mercato: la figura del mercante fra <i>ius mercatorum</i> e centralità nella “filiera produttiva-distributiva”	13
1.4.1.	Il tramonto del mercante plurifunzionale ed i requisiti di accesso alla professione	17
1.5.	Dall’individuo all’impresa: affermazione e sviluppo del processo produttivo	19
1.6.	I “nuovi mercanti”: le piattaforme e l’offerta di beni e servizi	24

## *Capitolo Secondo*

### I MERCANTI DIGITALI: DEFINIZIONE, STRUTTURA E CARATTERISTICHE DELLE PIATTAFORME

2.1.	La complessa definizione di piattaforma e le sue implicazioni	27
2.2.	La struttura della piattaforma fra elementi comuni e varianti	35
2.3.	Le principali tipologie di piattaforme	36
2.4.	La piattaforma-impresa e il difficile inquadramento della sua attività	41
2.5.	Stesse regole per soggetti diversi o stessa attività stesse regole?	43
2.6.	Dall’organizzazione dell’impresa all’organizzazione dei servizi: la frattura “impresa”-prodotto e la catena di valore digitale	48
2.7.	Il sistema di raccolta delle informazioni in rete tra osservazione, profilazione e predizione	50

	<i>pag.</i>
2.7.1. La raccolta delle informazioni fra cessione volontaria ed obbligata da parte dell'utente	56
2.7.2. Il valore creato dagli acquirenti per i nuovi mercanti: la digitalizzazione del passaparola	57
2.7.3. La costruzione della fiducia digitale	62
2.8. Tempo e frequenza delle transazioni: il complesso rapporto tra scambio repentino e consapevolezza dell'utente	68
2.9. Trilateralità e tecnicità dell'accordo nell'era delle piattaforme	71
2.10. La conclusione dell'accordo tra accettazione informata e capacità di negoziazione dell'utente	76

### *Capitolo Terzo*

#### LA PIATTAFORMA ECOSISTEMA FRA NUOVE DINAMICHE DI CONCORRENZA E TUTELA DEGLI UTENTI

3.1. Il concetto di piattaforma ecosistema	79
3.2. La fisionomia di una piattaforma ecosistema	83
3.2.1. Gli elementi che rendono possibile l'affermazione di una piattaforma ecosistema	87
3.2.2. La rilevanza dell'accesso ai dati	88
3.2.3. Possesso dei dati e possibile riconoscimento di un diritto di accesso per gli operatori non proprietari	90
3.3. La costruzione di una piattaforma ecosistema di tipo contrattuale	95
3.3.1. I meccanismi per favorire l'ingresso degli operatori nel <i>marketplace</i>	97
3.3.2. Le relazioni contrattuali e la loro incidenza sulle dinamiche di concorrenza fra gli operatori	98
3.4. La costruzione di una piattaforma ecosistema di tipo acquisitivo	103
3.5. Piattaforme ecosistema e trasformazione della catena del valore in processo di cattura del valore	108
3.6. Il doppio binario della concorrenza: concorrenza tra operatori e concorrenza fra piattaforme	112
3.6.1. Le relazioni e le dinamiche di concorrenza fra piattaforme ecosistema	118
3.7. Dal mercato aperto al mercato chiuso: evoluzione ed effetti sulla capacità di scelta degli utenti	120
3.7.1. Algoritmi e scelta del consumatore: una scelta non scelta?	123
3.7.2. La rilevanza dell'autonomia negoziale privata per il corretto funzionamento del mercato	126

*pag.*

*Capitolo Quarto*

LA SFIDA DELLA REGOLAZIONE DELLE PIATTAFORME  
TRA REGOLAZIONE PRIVATA E PUBBLICA

4.1. Il ruolo della piattaforma ecosistema nei nuovi equilibri fra regolazione pubblica e privata del mercato	131
4.2. Dalla regolazione privata dei dati alla regolazione pubblica: modalità di utilizzo e condivisione	138
4.3. Piattaforme ecosistema acquisitive e sfruttamento degli elementi strutturali: verso un controllo delle acquisizioni “intensive”	143
4.4. Piattaforme ecosistema contrattuali e sfruttamento della disparità delle parti: verso una disciplina del “potere di intermediazione”	147
 <i>Bibliografia</i>	 153