



**LaBoUR & Law Issues**  
Rights | Identity | Rules | Equality

**Il ranking reputazionale dei lavoratori su  
piattaforma: discriminazioni di genere  
e feedback degli utenti**

**ELISA PARODI**  
University of Torino, Italy

**vol. 10, no. 2, 2024**

ISSN: 2421-2695



## Il ranking reputazionale dei lavoratori su piattaforma: discriminazione di genere e feedback degli utenti

**ELISA PARODI**

University of Torino, Italy

PhD candidate in “Law, Person and Market”

[elisa.parodi@unito.it](mailto:elisa.parodi@unito.it)

---

### ABSTRACT

---

Una caratteristica distintiva del lavoro *on-demand* tramite piattaforma è la facilità con cui è possibile esternalizzare la valutazione della qualità del servizio ai clienti. Per stabilire *standard* minimi di qualità del servizio, le piattaforme aggregano i *feedback* degli utenti e formano un *ranking* reputazionale dei lavoratori, il quale, spesso combinato con altri criteri, ha un impatto diretto sulle loro opportunità e condizioni di lavoro. L'articolo indaga se e quando l'impiego di tali *ranking* possa costituire una discriminazione ai sensi del diritto antidiscriminatorio dell'Unione Europea.

In primo luogo, si sostiene che l'impiego di sistemi di *ranking* reputazionale non possa rientrare nell'eccezione del “requisito occupazionale genuino e determinante”. Sebbene l'analogia spesso riscontrata tra la sentenza *Bouignoni* della Corte di Giustizia e i sistemi di *ranking* non sia del tutto lineare, si può comunque sostenere che l'eccezione non si applicherebbe ai meccanismi di *ranking* reputazionale.

Facendo poi riferimento alla possibilità che l'esito indirettamente discriminatorio di un *ranking* reputazionale sia oggettivamente giustificato, si sostiene che, nonostante la misurazione delle prestazioni dei lavoratori possa essere considerata un fine legittimo, non si devono presumere né

l'appropriatezza né la proporzionalità della misura impiegata per il conseguimento di tale fine, e che tali requisiti sarebbero difficilmente soddisfatti.

Per concludere, l'articolo evidenzia come la questione della discriminatorietà dei *ranking* reputazionali esemplifichi un più ampio interrogativo del dibattito circa la c.d. *algorithmic accountability*, ovvero se gli algoritmi possano essere ritenuti responsabili di perpetuare pregiudizi sociali esistenti – anche estraneamente pervasivi, come il sessismo – e conclude criticando la narrazione spesso scelta per inquadrare tale problema.

**Keywords:** platform work; reputational ranking; algorithmic discrimination; gender bias; anti-discrimination law

<https://doi.org/10.6092/issn.2421-2695/20890>

---

## **Il ranking reputazionale dei lavoratori su piattaforma: discriminazioni di genere e feedback degli utenti**

Una caratteristica che contraddistingue il lavoro su piattaforma *on-demand* è la facilità con cui la valutazione della qualità del servizio viene esternalizzata ai clienti. Per stabilire *standard* minimi di qualità del servizio, le piattaforme aggregano i *feedback* degli utenti e formano un punteggio reputazionale per i lavoratori, il quale, spesso combinato con altri criteri, influisce direttamente sulle loro opportunità e condizioni lavorative. L'articolo analizza se e quando questo tipo di pratica costituisce una discriminazione ai sensi del diritto antidiscriminatorio euro-unitario. In un futuro prossimo, tuttavia, potrebbe valere la pena anche indagare se i sistemi di *feedback* rientrino nel divieto di c.d. *social scoring* previsto dal Regolamento sull'Intelligenza Artificiale dell'UE (Reg. 2024/1689), ove all'art. 5, lett. c) si vieta la valutazione o classificazione delle persone basata sul loro comportamento sociale o su caratteristiche personali conosciute, inferite o previste, che porti a un trattamento sfavorevole o sproporzionato rispetto al loro comportamento sociale o alla sua gravità.

In particolare, l'articolo indaga se l'impiego di sistemi di *ranking* reputazionale possa integrare un'eccezione al divieto di discriminazione, qualora una piattaforma affermi che mantenere un determinato punteggio – che rifletta un certo grado di apprezzamento da parte dei clienti – costituisca un “requisito occupazionale essenziale e determinante” (art. 14 (2), Dir. 2006/54; art. 4 (1) Dir. 2000/43; art. 4 (1) of Dir. 2000/78). L'analogia più volte tracciata, da diversi/e autori/autrici, tra i sistemi di *ranking* reputazionale e il caso *Bonignoni* della Corte di Giustizia dell'UE è ritenuta, da chi scrive, debole, in quanto quest'ultimo riguardava una richiesta isolata e apertamente discriminatoria – un cliente pretendeva che una lavoratrice non indossasse in sua presenza il velo islamico – concernente una caratteristica pacificamente irrilevante rispetto alla professionalità della lavoratrice, il che è difficilmente paragonabile alle valutazioni degli utenti – richieste dalla piattaforma stessa – sulla qualità del servizio.

Tuttavia, è comunque possibile argomentare che l'eccezione in parola non si applicherebbe ai meccanismi di *ranking* reputazionale. Infatti, avere un punteggio reputazionale specifico non rappresenta un requisito dettato dalla natura dell'attività lavorativa, poiché i servizi forniti oggi tramite *app* erano – in passato – e sono – tutt'ora – offerti anche al di fuori dell'economia delle piattaforme, senza essere oggetto di una tale forma di costante e automatizzata valutazione da parte dei clienti. Inoltre, se il requisito fosse davvero “necessario” dovrebbe essere accertato per ogni lavoratore/lavoratrice sin dall'inizio, prima che qualsiasi prestazione abbia luogo. Né si

può affermare che il *contesto* del lavoro tramite piattaforma imponga oggettivamente tale requisito, poiché fornire il servizio *tramite app* è una scelta organizzativa del datore di lavoro.

L'articolo considera poi se l'uso di un sistema di *ranking* reputazionale possa configurare una discriminazione indiretta, se intesa come una pratica apparentemente neutra che comporta uno svantaggio per un gruppo protetto specifico, non giustificata oggettivamente (art. 2 (1) (b), Dir. 2006/54; art. 2 (2) (b), Dir. 2000/43; art. 2 (2) (b) (i), Dir. 2000/78). L'articolo, in particolare, si concentra sulla possibilità che l'uso di un sistema di *ranking* reputazionale possa essere giustificato oggettivamente e sostiene che, sebbene la misurazione delle prestazioni dei lavoratori possa essere considerata un obiettivo legittimo, difficilmente i mezzi utilizzati per conseguirlo sarebbero ritenuti appropriati e necessari.

Innanzitutto, a fronte del fenomeno del *feedback loop* algoritmico, è errato presumere che le valutazioni dei clienti possano essere un valido indicatore della qualità del servizio. Anzi, in tale contesto potrebbe verificarsi che l'accuratezza predittiva e la c.d. *fairness* algoritmica siano inversamente proporzionali: quanto più il risultato algoritmico sarà rappresentativo dell'apprezzamento *sessista* (o *razzista*, etc.) dei clienti rispetto a un servizio, tanto più forte sarà l'impatto negativo del sistema su alcuni gruppi.

Inoltre, per le piattaforme che utilizzano algoritmi di *machine learning* – dal momento che perdono in parte il controllo sulle correlazioni individuate – sarebbe tutt'altro che semplice dimostrare l'idoneità del criterio delle recensioni dei clienti ai fini della valutazione delle prestazioni complessive dei lavoratori, ovvero dimostrare che le prime siano sufficientemente conformi ad altre più oggettive metriche legate alla qualità del servizio.

Infine, i sistemi di *ranking* reputazionale discriminatori rischiano di non superare il test di proporzionalità, sia che l'uguaglianza venga intesa come uno strumento per garantire la partecipazione al mercato del lavoro, sia che venga considerata come un diritto fondamentale da bilanciare con altri diritti fondamentali concorrenti. Ciò vale a maggior ragione quando la discriminazione indiretta è basata sul genere o sulla razza, dal momento che in questi casi la Corte di Giustizia tende ad applicare il test in modo molto rigoroso.

Per concludere, l'articolo evidenzia come la questione della discriminatorietà dei *ranking* reputazionali esemplifichi un più ampio interrogativo del dibattito circa la c.d. *algorithmic accountability*, ovvero se e in che misura gli algoritmi possano essere ritenuti responsabili di perpetuare pregiudizi sociali esistenti, anche estraneamente pervasivi, come il sessismo. La formulazione in tali termini della domanda va problematizzata perché complice della limitatezza delle soluzioni immaginabili. I modelli algoritmici non sono solo una manifestazione delle disuguaglianze; non si limitano a riprodurle o a rafforzarle, ma le *mediano*, cioè ne mutano la forma e al contempo le invisibilizzano, contribuendo così alla loro naturalizzazione. Le disuguaglianze vengono costantemente

riprodotte attraverso processi che tendono a naturalizzare il loro modo di produzione, con l'effetto di legittimarle: un buon punto di partenza sarebbe allora pensare ai sistemi di *ranking* reputazionale che mediano i pregiudizi sessisti o razzisti dei clienti – e ai sistemi algoritmici più in generale – come a una delle nuove manifestazioni di questo incessante fenomeno.