

COMMISSIONI RIUNITE

IX (Trasporti, poste e telecomunicazioni) e X (Attività produttive, commercio e turismo)

S O M M A R I O

ATTI DELL'UNIONE EUROPEA:

Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni – Strategia per il mercato unico digitale in Europa. COM(2015)192 final (<i>Esame e rinvio</i>)	18
ALLEGATO 1 (<i>Relazione depositata dalla Relatrice per la IX Commissione, deputata Vincenza Bruno Bossio</i>)	20
ALLEGATO 2 (<i>Relazione depositata dal Relatore per la X Commissione, deputato Lorenzo Basso</i>)	24

ATTI DELL'UNIONE EUROPEA

Mercoledì 2 dicembre 2015. — Presidenza del presidente della IX Commissione Michele Pompeo META.

La seduta comincia alle 14.10.

Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni – Strategia per il mercato unico digitale in Europa. COM(2015)192 final.

(Esame e rinvio).

Le Commissioni iniziano l'esame del provvedimento in oggetto.

Michele Pompeo META, *presidente*, propone, se non vi sono obiezioni, che la pubblicità dei lavori sia assicurata anche mediante impianti audiovisivi a circuito chiuso.

(Così rimane stabilito).

Michele Pompeo META, *presidente*, avverte che l'incarico di relatore è stato affidato all'onorevole Bruno Bossio, in luogo dell'onorevole Coppola, precedentemente designato.

Vincenza BRUNO BOSSIO (PD), *relatrice per la IX Commissione*, fa presente che il provvedimento in esame ha la finalità di promuovere un mercato unico digitale, in cui sia garantita la libera circolazione delle merci, delle persone, dei servizi e dei capitali e in cui non ci siano ostacoli all'accesso e all'esercizio delle attività *online* in condizioni di concorrenza leale e sicurezza. Sottolinea che la strategia per il mercato unico digitale poggerà su tre pilastri e su 16 azioni chiave. In particolare il primo pilastro consiste nel migliorare l'accesso *online* ai beni e servizi in tutta Europa per i consumatori e le imprese, ricoprendosi in tale pilastro. Al suo interno la Commissione prevede di delineare un quadro in cui sia agevolato il commercio elettronico, sul quale l'Italia registra fortissimi ritardi, sia alta la protezione dei consumatori, vengano impediti

i geoblocchi economici ingiustificati, sia migliorato l'accesso ai contenuti digitali. Il secondo pilastro consiste nel creare un contesto favorevole affinché le reti e i servizi digitali possano svilupparsi, con azioni volte alla regolamentazione nel settore delle comunicazioni e dei media audiovisivi, la definizione del ruolo delle piattaforme *online* e l'aumento della sicurezza nei servizi digitali e nella gestione dei dati personali. Il terzo pilastro consiste nel massimizzare il potenziale di crescita dell'economia digitale europea, attraverso un miglioramento nel flusso dei dati, un miglioramento dell'interoperabilità e della standardizzazione degli stessi nei settori chiave e la creazione di una società elettronica inclusiva. Ritiene opportuno, oltre all'esame dell'atto e all'attuazione di eventuali provvedimenti europei che dovessero scaturire, che le Commissioni facciano una riflessione autonoma volta a rendere operativo il mercato unico digitale.

Deposita quindi una relazione che analizza nel dettaglio contenuti della Comunicazione della Commissione europea, con particolare riguardo ai profili di competenza della IX Commissione (*vedi allegato 1*).

Lorenzo BASSO (PD), *relatore per la X Commissione*, nel condividere interamente le considerazioni svolte dalla collega Bruno Bossio, deposita una relazione in cui sono esaminati dettagliatamente i profili della Comunicazione della Commissione europea di competenza della X Commissione (*vedi allegato 2*). Segnala altresì l'opportunità, in considerazione della complessità e della rilevanza dell'atto in esame, di procedere ad un ciclo di audizioni che permetta alle Commissioni di effettuare i necessari approfondimenti.

Paolo COPPOLA (PD) condivide l'opportunità che le Commissioni svolgano un ciclo di audizioni sul tema oggetto della comunicazione, che a suo avviso rappre-

senta una grande opportunità di crescita ma nella quale sono insiti anche una molteplicità di rischi. A tal fine reputa opportuno che vengano auditi anche soggetti che non sono direttamente coinvolti nel processo di creazione del mercato digitale ma che, dall'affermarsi di tale mercato, potrebbero avere vantaggi o svantaggi in conseguenza del loro grado di sviluppo informatico. A tale riguardo fa presente che la percentuale di piccole e medie imprese che vende *online* in Italia è rimasta stabile nel corso degli ultimi anni, attestandosi su una percentuale del 5 per cento, mentre è di molto cresciuta la percentuale di coloro che acquistano prodotti *online* che rappresenta circa il 20 per cento del totale. Osserva quindi che questo dato, congiuntamente alla forte volontà dell'Europa di promuovere il mercato digitale, aumenterà la probabilità che consumatori italiani si rivolgano ad imprese estere per acquistare prodotti *online*. Ritiene pertanto opportuno che le Commissioni procedano all'audizione anche dei rappresentanti delle piccole e medie imprese, visto che è pressante la richiesta di prodotti italiani ma il sistema industriale non sembra al momento pronto ad accettare questa sfida.

Michele Pompeo META, *presidente*, d'intesa con il presidente Epifani, rinvia alle determinazioni di un Ufficio di presidenza congiunto la decisione in merito alle audizioni sollecitate, invitando a tal fine i relatori e tutti i commissari interessati a segnalare i soggetti che ritengono opportuno ascoltare. Considera il tema in esame estremamente interessante e giudica questa un'occasione di approfondimento importante per rimettere il Paese al passo con i tempi.

Nessun altro chiedendo di intervenire, rinvia quindi il seguito dell'esame ad altra seduta.

La seduta termina alle 14.20.

ALLEGATO 1

Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni – Strategia per il mercato unico digitale in Europa. COM(2015)192 final.

RELAZIONE DEPOSITATA DALLA RELATRICE PER LA IX COMMISSIONE, DEPUTATA VINCENZA BRUNO BOSSIO

Le Commissioni riunite Trasporti e Attività produttive avviano oggi l'esame della comunicazione della Commissione europea n. 192 del 2015, recante la Strategia per il Mercato unico digitale.

La comunicazione si inserisce nell'ambito della Strategia Europa 2020, che ha introdotto l'Agenda digitale europea come una delle iniziative faro, con l'obiettivo di sviluppare un mercato unico del digitale basato su connessioni Internet superveloci e su applicazioni interoperabili. In particolare, l'Agenda digitale si propone di garantire a tutti entro il 2020 l'accesso a Internet a velocità pari o superiori ai 30 Mbps e ad almeno il 50 per cento delle famiglie un accesso a velocità superiori ai 100 Mbps, tramite reti di nuova generazione.

La comunicazione in esame rispetto alla precedente relativa all'Agenda digitale, in linea altre recenti iniziative adottate dalla Commissione europea si caratterizza per un approccio molto più ampio, fornendo un quadro organico di azioni e di interventi sinergici che spaziano dal commercio elettronico alle infrastrutture di banda larga, alla digitalizzazione dell'economia e dei servizi. Questo approccio costituisce il primo elemento positivo della comunicazione che impegna in primo luogo le istituzioni europee: vengono infatti preannunciate una serie di iniziative su specifici aspetti che sono tuttavia inquadrati in una logica coerente. Anche gli Stati membri possono trarre da documenti come quello in esame molti

stimoli ad affrontare un tema, quello della evoluzione in senso digitale dell'economia e della organizzazione sociale, che a giudizio di larga parte dell'analisi economica segna una vera rivoluzione. Ciò vale in particolare per i Paesi membri, come l'Italia, che registrano i più vistosi ritardi in materia per l'assenza di una strategia organica e complessiva.

La strategia si prefigge in primo luogo di abbattere le barriere e la frammentazione esistenti nell'UE, al fine di sfruttare appieno le potenzialità che il mercato unico digitale è in grado di offrire. Secondo le stime della Commissione europea, il mercato unico digitale potrebbe comportare un aumento del PIL dell'UE di circa 415 miliardi di euro, creando nuove opportunità per *start-up* ma anche per le imprese già operanti sul mercato.

L'Italia risulta, infatti, ancora in notevole difficoltà rispetto a molti altri Stati membri sotto diversi aspetti dell'Agenda digitale europea. La Commissione europea monitora ogni anno lo stato di attuazione dell'Agenda digitale e i dati dell'ultimo rapporto evidenziano una situazione di certo non positiva per il nostro Paese. Per quanto riguarda la connettività l'Italia risulta avere la seconda peggiore copertura dell'Unione, con solo il 36 per cento delle famiglie con una connessione veloce ad Internet. L'Italia deve fare progressi anche sul piano dello sviluppo delle abilità digitali degli utenti e del rafforzamento della

fiducia nel commercio elettronico, fattori che trattengono lo sviluppo dell'economia digitale.

Per un adeguato ed efficiente funzionamento del mercato digitale, ad avviso della Commissione, deve essere assicurato l'accesso, a prezzi ragionevoli, ad una infrastruttura di banda larga, fissa e *wireless*, ad elevate prestazioni. Per stimolare gli investimenti nelle reti di telecomunicazione, l'esistenza di una concorrenza effettiva è un fattore fondamentale.

Altro tema fondamentale riguarda la gestione dello spettro radio, ossia il sistema di assegnazione delle frequenze. La gestione delle frequenze avviene a livello nazionale e la vendita dei diritti d'uso dello spettro radio determina ingenti entrate per gli Stati membri. Tuttavia, la gestione a livello nazionale, in mancanza di armonizzazione, comporta differenze tra i vari Stati, erigendo barriere all'ingresso sul mercato ed ostacolando la concorrenza. Lo spettro radio costituisce un presupposto fondamentale per la diffusione dei servizi a banda larga. In proposito, la Commissione annuncia la presentazione di una proposta relativa alla gestione dello spettro radio con un approccio improntato al mercato unico. In particolare, la Commissione presenterà proposte sulla liberazione coordinata della banda dei 700 MHz, particolarmente adatta ai servizi di banda larga nelle zone rurali.

La Commissione annuncia, inoltre, che saranno adottate proposte volte al superamento della frammentazione normativa, a garantire la parità di trattamento per gli operatori del mercato e l'uniforme applicazione delle regole, e ad incentivare gli investimenti nelle reti a banda larga ad alta velocità.

Infine, la Commissione intende consolidare il quadro regolamentare istituzionale e potenziare gli organi in cui sono rappresentate le autorità nazionali degli Stati membri, come l'Organismo dei regolatori europei delle comunicazioni elettroniche e il gruppo Politica dello spettro radio.

Su tutti questi aspetti, l'esame della comunicazione offre una preziosa occa-

sione per acquisire un quadro aggiornato degli orientamenti del Governo sulle iniziative che intende adottare per superare il *gap* che ci divide dagli altri Stati europei più sviluppati.

Per quanto riguarda, in particolare, la disponibilità di reti di banda ultraveloce l'Italia registra un consistente ritardo rispetto ai principali Paesi europei sia a livello quantitativo che qualitativo. Infatti solo il 3,6 per cento delle linee ha una velocità pari o superiore a 30 Mbps, a fronte di una media pari al 20 per cento di Germania, Francia e Regno Unito.

In merito al rafforzamento e all'ammodernamento della rete infrastrutturale, si segnala che la Commissione europea ha ammesso che il conseguimento degli obiettivi ambiziosi dell'Agenda digitale europea non può prescindere da un intervento a carico della finanza pubblica, precisando i termini per la concessione di eventuali aiuti di Stato per la realizzazione degli investimenti necessari. In particolare, la Commissione europea ha sottolineato che i finanziamenti pubblici e gli aiuti di Stato svolgeranno un ruolo importante soprattutto nelle aree geografiche in cui gli operatori di mercato difficilmente faranno investimenti (le cosiddette aree bianche).

La strategia definita dal Governo prevede il ricorso a diverse misure di incentivazione sia sul versante dell'offerta che sul versante della domanda (contributi in conto capitale, crediti di imposta, garanzie dello Stato su mutui o obbligazioni, intervento pubblico diretto, partenariato pubblico-privato). È evidente che l'efficacia degli incentivi sarà tanto maggiore quanto più essi opereranno in termini coordinati e coerenti sia sul versante della domanda che su quello dell'offerta.

Considerato che nella previsione dei diversi operatori la realizzazione di una rete interamente in fibra ottica comporterebbe, in Italia, oneri non inferiori a 12 miliardi di euro, ammontare che gli stessi operatori ammettono di non poter sostenere autonomamente, appare opportuno acquisire un quadro aggiornato da parte del Governo sulle strategie concrete che intende adottare per realizzare gli obiettivi

previsti dall'Agenda digitale italiana. Al riguardo, si evidenzia, infatti, che gli stanziamenti già disposti con la delibera del CIPE n. 65 del 2015 si riferiscono essenzialmente alle aree del Mezzogiorno, lasciando indeterminate le caratteristiche, le finalità e la misura degli eventuali incentivi per quanto concerne le cosiddette aree grigie e nere, in cui la domanda (effettiva e potenziale) degli utenti può essere più consistente. Sino ad ora gli operatori del mercato hanno adottato una strategia ispirata a notevole cautela, in attesa di conoscere dettagliatamente la natura e la misura degli incentivi governativi. Gli investimenti realizzati hanno privilegiato la rete mobile, assecondando gli orientamenti dei consumatori e, conseguentemente, rinunciando a realizzare una politica volta ad orientare e sostenere al domanda verso servizi più avanzati, ovvero attraverso la realizzazione di reti FTTC (*Fiber to the cabinet or Fiber to the curb*), con collegamento in una cabina esterna molto vicina alla sede dell'utente o al successivo armadio distributore, tipicamente entro 300 metri.

Né si può trascurare l'incidenza della più ridotta capacità di intervento e di investimento *dell'ex incumbent* nazionale, Telecom Italia, rispetto ai maggiori concorrenti europei; ciò ha indotto anche altri soggetti, pur non operanti nel settore, a cominciare da Enel, a candidarsi per la realizzazione di una rete capillare e ultraveloce, cogliendo l'occasione del cambio dei contatori.

In ogni caso, è da evitare un ulteriore rinvio nella definizione di scelte decisive per il futuro del Paese, quali sono appunto quelle che riguardano la realizzazione di una rete ultraveloce che dovrebbe realizzarsi in primo luogo attraverso una rete in fibra ottica.

Un aspetto fondamentale per la diffusione della banda larga è rappresentato dalla gestione e dalla liberazione dello spettro radio. L'Italia in passato ha già provveduto entro il 2013, scadenza fissata dalla Commissione, a liberare la banda degli 800 Mhz per sistemi terrestri di comunicazione elettronica e ad assegnare

le relative licenze d'uso. La questione è più complessa quando si tratta della liberazione della banda dei 700 Mhz, che in Italia ad oggi è completamente utilizzata per la televisione digitale terrestre, a differenza di altri Paesi, come Francia e Germania, che hanno invece già avviato le azioni per l'assegnazione delle frequenze disponibili in banda 700 Mhz. Stando alla situazione attuale, l'Italia rischia di mancare la scadenza del 2020 per il cosiddetto *refarming* dei 700 Mhz, soprattutto in considerazione del fatto che i diritti d'uso assegnati ai canali nazionali scadranno nel 2032.

Anche su questo appare necessario acquisire elementi informativi dal Governo in merito alle iniziative e alle misure che intende porre in essere per rispettare la scadenza del 2020 fissata a livello europeo ai fini del *refarming* dei 700 MHz dalla televisione alla banda larga mobile.

La strategia fa poi riferimento ai servizi di media audiovisivi, sottolineandone la rapida evoluzione tecnologica, che ha determinato il cambiamento delle abitudini di visione dei consumatori. La materia è già regolata dalla direttiva sui servizi di media audiovisivi, che contempla sia la radiodiffusione televisiva tradizionale sia i servizi di media audiovisivi a richiesta, imponendo una serie di norme minime. In tale ambito, la Commissione annuncia che riesaminerà la predetta direttiva concentrandosi sull'eventuale estensione dell'ambito di applicazione della stessa a nuovi operatori e servizi attualmente esclusi in quanto non considerati servizi di media audiovisivi. La Commissione presenterà, inoltre, misure ai fini della promozione delle opere europee, nonché misure a tutela dei minori e di disciplina della pubblicità.

La Commissione sottolinea la centralità assunta nella vita sociale ed economica dalle piattaforme *online* (motori di ricerca, social media, piattaforme di commercio elettronico etc.). Le piattaforme generano, accumulano e controllano un volume enorme di dati sui clienti che le frequentano e li trasformano in informazioni utili. Si tratta di piattaforme che, mettendo

direttamente in contatto le persone, promuovono il pieno sfruttamento delle risorse attraverso l'affitto, la condivisione, lo scambio e la vendita di beni, competenze, tempo, denaro e spazio. Tuttavia, le potenzialità in quest'ambito sono frenate da una frammentazione dei mercati. Le piattaforme si sono dimostrate, inoltre, fonte di innovazione nell'economia digitale e sono alla base dello sviluppo dell'economia collaborativa digitale, che offre notevoli occasioni di crescita e di occupazione, ma pone al contempo una necessità di regolamentazione.

In particolare, preoccupa la Commissione il potere sempre maggiore che alcune piattaforme esercitano sul mercato, che le rende in grado di controllare l'accesso ai mercati *online*. Gli elementi più critici riguardano il modo in cui vengono utilizzate le informazioni acquisite, il forte potere contrattuale rispetto ai clienti, che può riflettersi nelle clausole contrattuali, tecniche anticoncorrenziali di promozione dei servizi e politiche di prezzo non trasparenti.

In considerazione del forte potere di mercato assunto da alcune piattaforme e dell'uso che ne fanno, la Commissione ritiene utile un'analisi approfondita che esuli dall'applicazione della norme sulla concorrenza in casi specifici.

Entro il 2015, la Commissione procederà dunque ad una valutazione globale del ruolo delle piattaforme, affrontando in particolare i temi della trasparenza nei risultati delle ricerche (*link* ipertestuali a pagamento, inserzioni pubblicitarie), dell'uso delle informazioni raccolte dalla

piattaforme e delle limitazioni della facoltà di lasciare una piattaforma in favore di un'altra.

Su questi temi ricordo brevemente i lavori della Commissione Trasporti sulla proposta di legge C. 2520 Quintarelli, le cui disposizioni mirano proprio ad evitare alcuni dei motivi di preoccupazione indicati nella comunicazione della Commissione.

Contestualmente alla valutazione delle piattaforme online la Commissione valgherà anche la necessità di presentare nuove misure per contrastare i contenuti illeciti su Internet.

In merito, la direttiva sul commercio elettronico afferma il principio che i prestatori intermediari di servizi via Internet non sono responsabili dei contenuti che trasmettono, conservano o ospitano purché mantengano un comportamento di rigorosa passività. Gli intermediari sono però tenuti a rimuovere i contenuti illeciti, sia nel caso in cui siano inerenti ad attività illegali, quali terrorismo o pedopornografia, sia in caso di violazione del diritto d'autore.

In considerazione del fatto che l'attuale processo di rimozione può rivelarsi lungo e complicato, come rilevato dal 52,7 per cento dei portatori di interesse, la Commissione valuterà la necessità di presentare nuove misure per contrastare i contenuti illeciti su Internet, attraverso la previsione di procedure di rimozione più rigorose, prestando attenzione, nello stesso tempo, a non ledere i fondamentali diritti alla libertà di espressione e di informazione.

ALLEGATO 2

Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni – Strategia per il mercato unico digitale in Europa. COM(2015)192 final.

**RELAZIONE DEPOSITATA DAL RELATORE PER LA X
COMMISSIONE, DEPUTATO LORENZO BASSO**

Per quanto concerne più specificamente i profili che investono la competenza della X Commissione, va in primo luogo segnalato che la Strategia delineata dalla Commissione si prefigge di abbattere le barriere e la frammentazione esistenti nell'UE, al fine di sfruttare appieno le potenzialità che il mercato unico digitale è in grado di offrire.

Secondo le stime della Commissione europea, infatti, il mercato unico digitale potrebbe comportare un aumento del PIL dell'UE di circa 415 miliardi di euro, creando opportunità per start-up e imprese già operanti sul mercato.

Certo, non si deve trascurare l'impatto che una rapida evoluzione nel senso auspicato dal documento della Commissione europea può avere sull'occupazione e sulle prospettive future di talune attività economiche e commerciali; i casi dei servizi per il turismo e, per quanto riguarda i Paesi più avanzati, del commercio elettronico sono al riguardo eloquenti. In questi comparti si è infatti registrata una rilevante perdita di occupazione e la chiusura di molte attività; d'altra parte, è innegabile che ogni avanzamento tecnologico non ordinario ha provocato inevitabili conseguenze sugli assetti produttivi e sul mercato del lavoro. D'altra parte, l'esperienza dimostra che i progressi tecnologici possono contribuire in misura decisiva a migliorare la produttività ed assicurare la crescita economica complessiva. In ogni caso, sembra necessario che la Commissione europea corredi i suoi documenti di una

valutazione accurata sull'impatto in termini occupazione e di prospettive di miglioramento del capitale umano.

Il rischio che si profila, per i Paesi come l'Italia che si collocano in una posizione arretrata, è di venire progressivamente marginalizzati e di perdere indispensabili occasioni di crescita.

Il mercato unico digitale è incentrato in particolare sull'eliminazione delle barriere nazionali alle transazioni online e si basa sul concetto di mercato comune, volto ad abbattere le barriere commerciali tra gli Stati membri, successivamente evolutosi nel concetto di mercato interno, ossia uno spazio senza frontiere interne, nel quale è assicurata la libera circolazione delle merci, delle persone, dei servizi e dei capitali.

Il mercato unico digitale è un obiettivo fondamentale dell'UE in virtù delle sue grandi potenzialità. La sua piena realizzazione, infatti, comporterebbe un migliore accesso all'informazione e consentirebbe di conseguire una notevole riduzione dei costi di transazione, determinerebbe una dematerializzazione dei consumi, riducendone anche l'impatto ambientale. Esso sarebbe, inoltre, idoneo ad introdurre modelli di business e di amministrazione più efficienti: secondo i dati forniti dalla Commissione europea, ad esempio, l'adozione del *cloud computing* potrebbe permettere all'80 per cento delle organizzazioni di conseguire riduzioni di costi tra il 10 per cento e il 20 per cento.

Un maggiore ricorso al commercio elettronico transfrontaliero, inoltre, attraverso una più agevole comparazione delle offerte, genererebbe effetti favorevoli per i consumatori, in termini di accesso a prodotti in continua evoluzione, di riduzione dei prezzi, di varietà della scelta e di migliore qualità dei beni e dei servizi. D'altra parte, lo sviluppo dell'*e-government* semplificherebbe i rapporti dei cittadini e delle imprese con la pubblica amministrazione attraverso lo snellimento dei procedimenti, offrendo anche nuove opportunità sul piano dell'occupazione e delle attività di impresa.

Dai dati del monitoraggio annuale effettuato dalla Commissione europea sullo stato di attuazione dell'Agenda digitale emerge che l'Italia si colloca al venticinquesimo posto tra i ventotto Stati membri dal punto di vista di diversi parametri. Le imprese italiane sono ancora largamente non digitali e fanno scarso ricorso all'e-commerce (solo il 5,1 per cento delle piccole e medie imprese vende *online*, ed il fatturato dell'e-commerce per le imprese italiane è pari a solo il 4,9 per cento del fatturato totale).

La strategia ha dimensione pluriennale e poggia su tre pilastri:

1) migliorare l'accesso *online* ai beni e servizi in tutta l'Unione per i consumatori e le imprese, eliminando le barriere frontaliere;

2) creare un contesto favorevole in cui le reti e i servizi digitali possano svilupparsi, caratterizzato da infrastrutture e servizi ad alta velocità protetti e affidabili, in cui siano garantite la concorrenza leale e la parità di condizioni;

3) massimizzare il potenziale di crescita dell'economia digitale europea, attraverso investimenti in infrastrutture e tecnologie.

Per il conseguimento degli obiettivi del primo pilastro, la Commissione ritiene necessaria un'azione immediata per abbattere le barriere che bloccano l'attività *online* transfrontaliera, tra cui le diffe-

renze normative tra gli Stati membri in materia di contratti e di diritto d'autore, nonché la diversa incidenza dell'onere dell'IVA. Nell'ambito del primo pilastro vengono individuati i seguenti settori di intervento.

La strategia intende tracciare un quadro per il commercio elettronico, impedendo che i consumatori e le imprese subiscano discriminazioni in base alla cittadinanza, alla residenza o all'ubicazione geografica.

Alcuni aspetti del diritto dei consumatori e del diritto dei contratti sono già armonizzati per le vendite *online*, come le informazioni al consumatore prima che sottoscriva il contratto e il diritto di recesso dall'acquisto in caso di ripensamento. Ad altre fattispecie, invece, come in caso di difformità del bene rispetto al contratto di vendita, si applicano solo le norme che prevedono una disciplina armonizzata *de minimis*, mentre è lasciata agli Stati membri la facoltà di adottare norme più rigorose. Vi sono poi ipotesi per le quali non esistono norme UE specifiche, come in caso di contenuti digitali (ad esempio, libri elettronici) difformi o difettosi.

Ai fini dello sviluppo del commercio elettronico transfrontaliero, la Commissione presenterà una proposta legislativa per un'ulteriore armonizzazione dei principali diritti e obblighi delle parti del contratto di vendita (rimedi in caso di inadempimento, periodi di garanzia giuridica). Al contempo, nell'ottica di garantire il rispetto della normativa, la Commissione presenterà una proposta di revisione del regolamento sulla cooperazione per la tutela dei consumatori, nella quale saranno sviluppate e precisate le competenze delle autorità di esecuzione. Infine, nel 2016, la Commissione proporrà la costituzione di una piattaforma unionale di risoluzione delle controversie *online*.

Per i beni materiali ordinati *online* all'interno dell'UE le imprese incontrano ancora ostacoli legati alla necessità di conformarsi ai diversi regimi IVA degli Stati membri in cui operano. La Commissione stima che le imprese che vendono

oltre frontiera sostengono costi di adeguamento ai diversi regimi pari ad almeno 5000 euro per ciascuno degli Stati membri in cui opera. Inoltre, le stesse si trovano di fronte a considerevoli distorsioni del mercato dovute alla possibilità delle imprese extra UE di offrire merci in esenzione da IVA, il che determina un costo annuo per le imprese in termini di fatturato fino a 4,5 miliardi di euro.

Per alleviare gli oneri dei diversi regimi dell'IVA che gravano sul commercio elettronico transfrontaliero, la Commissione nel 2016 elaborerà proposte legislative volte ad estendere alle vendite *online* di beni materiali le nuove regole in vigore dal 1° gennaio 2015 per tutti i servizi elettronici di telecomunicazione e di radiodiffusione, per i quali l'IVA è riscossa nel luogo in cui ha sede il cliente e non in quello in cui è ubicato il prestatore. Conseguentemente, il gettito dell'IVA confluirà nelle casse dello Stato membro del consumatore.

La Commissione proporrà, inoltre, l'estensione ai beni materiali del sistema elettronico di registrazione a pagamento, varato di recente per i servizi elettronici, sempre al fine di ridurre i costi e alleviare gli oneri amministrativi a carico delle imprese. Infine, saranno previste misure semplificative a favore di *start-up* che operano nel commercio elettronico e la soppressione dell'esenzione dall'IVA per le importazioni di piccole dimensioni provenienti da paesi terzi.

Per quanto riguarda il terzo pilastro della strategia, esso si propone di ottimizzare il valore aggiunto dell'economia digitale. Nel prossimo decennio la maggior parte dell'attività economica si svolgerà in ambiente digitale e, affinché le imprese dell'UE possano mantenere la loro competitività, sarà necessaria la digitalizzazione di tutti i settori. Il nodo cruciale sarà rappresentato dall'integrazione della tecnologia digitale nelle imprese tradizionali (esclusi i produttori di tecnologie dell'informazione e della comunicazione). La digitalizzazione, inoltre, secondo la strategia, offre grandi possibilità anche ai comparti del trasporto (sistemi di trasporto intelligenti) e dell'energia (reti in-

telligenti, contatori intelligenti) e può rendere più inclusiva la società, rendendo accessibili ai cittadini tutti i benefici dei servizi digitali, in particolare nei rapporti con la pubblica amministrazione. Nell'ambito del terzo pilastro vengono individuati i seguenti settori di intervento.

La strategia si propone di eliminare tutta una serie di ostacoli tecnici e normativi per consentire all'economia dei dati di liberare tutte le sue potenzialità. I megadati, le nuvole informatiche, l'Internet delle cose sono considerati elementi catalizzatori di crescita economica, di innovazione e di digitalizzazione. Secondo i dati forniti dalla Commissione il settore dei megadati cresce del 40 per cento l'anno, il settuplo della velocità con cui cresce il mercato delle tecnologie dell'informazione.

Sono considerati ostacoli da rimuovere le restrizioni relative all'ubicazione dei dati nei territori dei singoli Stati membri, l'attuazione diversificata delle norme sul diritto d'autore, la mancanza di sistemi aperti di interoperabilità e portabilità dei dati fra diversi servizi.

A tal fine, nel 2016 la Commissione proporrà un'iniziativa per il libero flusso dei dati, nella quale affronterà il problema delle limitazioni della libera circolazione dei dati all'interno della UE e tratterà anche i temi della proprietà, della interoperabilità e utilizzabilità dei dati.

La Commissione ritiene, altresì, necessario un quadro negoziale tra titolari dei diritti ed esecutori dei brevetti essenziali per lo standard (in caso di procedimenti di standardizzazione che coinvolgano tecnologie tutelate da brevetto), per assicurare condizioni eque nella concessione delle licenze.

Infine, la Commissione evidenzia il ruolo svolto dagli appalti pubblici nella promozione degli standard e ritiene necessario il superamento della frammentazione esistente, che si potrebbe conseguire facendo confluire i cataloghi nazionali delle norme nel settore delle tecnologie dell'informazione e delle specifiche di interoperabilità, compilati dagli Stati membri, in cataloghi europei.

Per quanto concerne, in particolare, la pubblica amministrazione in rete, nel 2016 sarà avviato un progetto pilota per imprese e cittadini sul principio di «una tantum», in base al quale la pubblica amministrazione utilizzerà le informazioni sui cittadini e sulle imprese già in suo possesso evitando di chiederle nuovamente. Secondo le stime della Commissione, l'applicazione diffusa del principio potrebbe comportare un risparmio netto di 5 miliardi di euro annui entro il 2017.

La Commissione valuterà, inoltre, la possibilità di un archivio *online* protetto di documenti su scala UE informaticamente sicuro.

Per quanto concerne gli appalti pubblici, che rappresentano circa il 19 per cento del PIL dell'UE, la Commissione opererà per l'accelerazione della transizione degli Stati membri verso procedure d'appalto totalmente elettroniche. La Commissione adotterà, altresì, misure volte all'interconnessione dei registri delle imprese, che, in combinazione con il principio di «una tantum», dovrebbe garantire a ciascuna impresa di espandere la propria attività transfrontaliera *online*.

Infine, sono annunciate azioni mirate all'ampliamento e all'integrazione di portali, reti e servizi europei (per esempio, La tua Europa, gli sportelli prodotti, gli sportelli prodotti edili) per convogliarli in uno «sportello digitale unico», che consenta un facile accesso alle informazioni da parte di cittadini e imprese.

Le predette iniziative confluiranno in un nuovo piano d'azione per l'e-Government 2016-2020.

La Commissione si propone di accrescere la fiducia dei consumatori nei confronti del mercato digitale e di migliorare i livelli di cybersicurezza. Le minacce informatiche e il numero sempre crescente di reati, quali intercettazione dei dati, frode sui pagamenti *online*, usurpazione di identità, furti di segreti commerciali, determinano, infatti, ingenti perdite economiche e minano la fiducia dei cittadini nelle attività *online*.

In tale ambito, l'adozione della direttiva sulla sicurezza delle reti e dell'informazione, ancora in fase di esame presso le istituzioni europee, dovrebbe dare un importante contributo. La Commissione ritiene, inoltre, fondamentale, in un settore in continua innovazione, lo sviluppo di risorse industriali e tecnologiche per aumentare l'offerta di soluzioni più sicure.

Per quanto riguarda i dati personali e la difesa della vita privata, è tuttora in fase di esame la proposta di regolamento generale sulla protezione dei dati, finalizzata a rafforzare la tutela delle persone fisiche riguardo al trattamento dei dati personali e, conseguentemente, ad aumentare la fiducia verso i servizi digitali.

La Commissione annuncia, inoltre, che nel primo semestre 2016 avvierà un partenariato pubblico-privato sulla *cybersicurezza* nel settore delle tecnologie e sicurezza delle reti.