



---

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

# QUALE EUROPA VOGLIAMO, PER QUALE EUROPA LAVORIAMO



## 2 | IL FUTURO DIGITALE DELL'EUROPA

Il fenomeno della trasformazione digitale ha generato un processo di ridefinizione di scenari, rapporti, regole e contesti con impatti trasversali su tutti i settori produttivi, economici e sociali. Sarà cruciale che l'Europa, in continuità con quanto già fatto in questi anni, si faccia promotrice di iniziative che permettano ad imprese e cittadini di sfruttare appieno le opportunità che derivano da questo cambiamento epocale. Confcommercio propone una serie di misure che permetterebbero, se correttamente implementate, di sfruttare appieno la transizione **digitale come fonte o oggetto di business e come strumento di trasformazione dell'economia e della società.**

- › **Una nuova Lisbona per le piattaforme europee** - Nel contesto della trasformazione digitale, il ruolo degli *Over The Top* (OTT) e delle grandi piattaforme globali è ormai egemonico. Un ruolo che vede protagonisti quasi esclusivamente attori statunitensi ed asiatici. In questo contesto, è di fondamentale importanza lo sviluppo di una politica europea che - nel perseguimento del difficile obiettivo di colmare il gap che ci separa dal resto del mondo - ponga gli Stati europei nelle condizioni di competere da protagonisti e non da comprimari nello scenario dell'economia delle piattaforme. Lo **sviluppo e l'affermazione di piattaforme realizzate da operatori europei** è di fondamentale importanza e definirne ruoli, vincoli all'azione e modalità di comportamento, così che supportino la società favorendo davvero gli interessi dei cittadini europei, è un obiettivo politico non emendabile.

- › **La ricerca come strumento di competitività** - Per supportare il processo di crescita verso la definizione di un nuovo ecosistema europeo che, tramite il digitale, favorisca cittadini ed imprese, **serve lo sviluppo di una strategia che, ancora più che in passato, faccia della ricerca uno strumento di competitività aperto anche alle imprese più piccole.** Favorire connessioni tra il mondo universitario e della ricerca e quello dell'impresa, consentendo lo sviluppo di percorsi di collaborazione, è azione necessaria per la costruzione di un ecosistema che, tramite politiche attive ed incentivi, metta nelle condizioni non soltanto il comparto industriale, ma anche quello dei servizi di essere attore attivo nello sviluppo. Serve un supporto alla ricerca che produca la ridefinizione dei modelli di *business* sulla base delle evoluzioni della società e delle opportunità offerte dal digitale. Solo in tal modo il *Digital Single Market* rappresenterà un obiettivo raggiunto per tutti e non, invece, un ostacolo per alcuni che, sfavoriti dalle dimensioni e condizioni del mercato locale, finiscano con il vivere le retroazioni negative della trasformazione digitale, senza poterne cogliere le opportunità. Occorre accompagnare gli operatori della distribuzione commerciale e dei servizi, attraverso un processo integrato di formazione e trasferimento tecnologico, verso il miglior utilizzo dei diversi canali di vendita materiali e digitali, anche rivisitando gli obiettivi e gli strumenti operativi dello *Small business act*.
  
- › **Pervasività ed ubiquità dell'accesso** - Perché sia possibile cogliere i vantaggi della trasformazione digitale è necessario che la rete diventi realmente accessibile in maniera diffusa e **vanno, quindi, promosse tutte le azioni che supportino e facilitino lo sviluppo delle reti a banda larga**, con riferimento sia alle infrastrutture cablate che ai sistemi *wireless*. Lo sviluppo del 5G (ed in particolare dell'*Internet of Things*, IoT) rappresenta una grande opportunità per la creazione di un nuovo ecosistema di servizi. Ma questo ecosistema può produrre effettivamente vantaggi per tutti se si abbattano le barriere all'accesso esistenti (non ultime quelle normative), promuovendo lo sviluppo di ecosistemi in cui sia presente una pluralità di attori di tutte le dimensioni e che non siano terreno di coltura per oligopoli tecnologici d'oltreoceano, che non favorirebbero lo sviluppo organico di un sistema europeo dei servizi.

- › **Per la trasparenza degli algoritmi** - Le tecnologie odierne e le piattaforme che su di esse si basano conferiscono ad alcuni attori un grande potere e generano enormi concentrazioni di dati e di conoscenza. Occorre riflettere su come tali attori gestiscano i dati dei quali sono in possesso, **imponendo agli *Over The Top* trasparenza sugli algoritmi** che implementano, garantendo così da una parte parità di trattamento a tutti gli attori in campo, dall'altra visibilità sulle "regole" che sempre più pesantemente definiscono le dinamiche di crescita del mercato nel suo complesso e di sviluppo delle singole aziende. Particolare attenzione va data a quanto avvenuto nel settore del turismo, dove si registrano forme di intermediazione concentrate in pochi soggetti, che hanno consentito l'affermarsi di offerte turistiche elusive delle discipline amministrative e fiscali e delle norme poste a tutela del consumatore.

## 5 | ECONOMIA SOSTENIBILE E CIRCOLARE

L'Europa può fare dell'economia circolare una leva decisiva per il miglioramento della competitività e per lo sviluppo della sua *green economy*. Occorre che tutti gli Stati membri recepiscano rapidamente, senza rinvii e in modo efficace e uniforme, il nuovo pacchetto di direttive sui rifiuti e l'economia circolare, perseguendo il pieno raggiungimento dei nuovi *target* europei. Confcommercio indica alcuni settori dove sarà, inoltre, importante un **maggiore sforzo e coordinamento a livello europeo**.

- › **Riciclabilità dei prodotti** - Va migliorata la riciclabilità dei prodotti e sviluppato maggiormente il mercato delle materie prime seconde e dei beni riciclati, completando la normativa sulla cessazione della qualifica di rifiuto (*End of Waste*). Gli smaltimenti, tramite incenerimento o discarica, dovranno diventare residuali e limitati solo agli scarti non riciclabili dei processi di selezione e di riciclo. Per perseguire questi obiettivi è necessario rafforzare la responsabilità estesa delle aziende di produzione di beni e manufatti, con modalità articolate per le differenti filiere e definire oneri a loro carico – quando dovuti per la gestione dei rifiuti che ne derivano – proporzionali alla riutilizzabilità e alla riciclabilità. Occorre individuare e applicare tariffe puntuali, premiali per le raccolte differenziate e proporzionate alla quantità di rifiuti conferiti.
- › **Promuovere la qualità ecologica quale fattore decisivo per il successo e la competitività delle imprese** - Il requisito dell'elevata qualità ecologica dei prodotti e dei processi produttivi è ormai ineludibile per competere tanto sul mercato interno quanto su quelli esteri. Per questo è necessario togliere dalla zona d'ombra e assegnare prioritaria attenzione, nelle politiche pubbliche, alle imprese che producono beni e servizi di elevata qualità ecologica. Allo stesso tempo, occorre supportare i settori produttivi più tradizionali nell'adozione di processi industriali sempre più puliti, nell'abbattimento delle emissioni di gas serra e nell'uso efficiente delle risorse.

- › **Piattaforme digitali per lo sviluppo della *green economy*** – Sarà cruciale prestare particolare attenzione alle piccole e medie imprese, per supportare la promozione di sistemi di *governance* partecipativa orientati alla qualità ecologica, per la gestione dei cicli di produzione e di consumo secondo i criteri di un'economia circolare, per l'implementazione di piattaforme digitali in grado di promuovere e sostenere la diffusione di buone pratiche e l'eco-innovazione.
- › **Garantire approvvigionamenti economici e sostenibili** - Occorre prestare attenzione affinché le politiche energetiche e ambientali si coniughino con il rilancio del sistema economico e consentano di ottenere benefici maggiori dei costi indotti per le imprese e le famiglie europee. La liberalizzazione dei mercati energetici, sul piano degli effetti in termini di economicità degli approvvigionamenti per le imprese europee, e in particolar modo per le PMI, mal si è coniugata, sino ad oggi, con la sfida lanciata a livello europeo in merito alla fissazione di obiettivi ambientali vincolanti. Tale processo si è tradotto in aumenti consistenti dei prezzi lordi dell'energia elettrica a seguito del trasferimento nelle fatture del costo dei meccanismi incentivanti varati su scala europea per la produzione di energia da fonte rinnovabile. Appare essenziale che l'Europa riduca lo svantaggio competitivo derivante dal differenziale dei prezzi e costi dell'energia rispetto alle altre aree economiche del mondo. La strada da proseguire è quella di consentire agli Stati, in deroga agli impegni vincolanti del rispetto di precisi parametri di indebitamento, di poter varare ingenti investimenti pubblici in tema di *green economy* e, in particolar modo, nel campo delle tecnologie per l'efficienza energetica (*green deal – golden rule*).
- › **Apertura di nuovi canali di approvvigionamento di energia a basso costo** - Sul piano della sicurezza degli approvvigionamenti e in riferimento al tema della fornitura di gas, la permanente crisi tra Ucraina e Russia mette in luce la vulnerabilità del sistema energetico europeo, il cui tasso di dipendenza da fonti fossili resta predominante. Rafforzare la capacità dell'UE di rispondere all'unisono, potenziando il sistema delle scorte e gli interventi di mutuo soccorso in favore di imprese e famiglie europee, è quindi una priorità di tutti gli Stati per l'apertura di nuovi canali di approvvigionamento di energia a basso costo.

## 6 STRATEGIA INTEGRATA PER L'ACCESSIBILITÀ

L'Europa ha realizzato uno spazio economico **aperto ed integrato** ed è il più grande esportatore al mondo di beni e servizi e anche il maggiore importatore con circa 80 Paesi partner. Testimonia così, con la sua stessa esistenza, il valore strategico dei commerci e delle relazioni internazionali. Sulle **reti logistiche e di trasporto si consolidano le relazioni commerciali**. Collegamenti rapidi e poco costosi migliorano la competitività delle imprese e la flessibilità del mercato del lavoro e creano nuove opportunità culturali, formative e lavorative per i cittadini.

D'altra parte, uno dei **principi fondanti dell'Ue è la libertà di circolazione** di persone, merci e servizi all'interno dei confini unionali. **Le reti e i collegamenti sono le arterie del Mercato Interno, la linfa vitale della competitività** e il loro malfunzionamento si riflette in opportunità perse nel creare nuovi mercati e, conseguentemente, in una minore crescita dell'occupazione.

E', pertanto, necessaria una **strategia integrata europea in favore dell'accessibilità e dei collegamenti**, che dovrebbe essere prioritaria, tanto nella dimensione esterna della competitività internazionale, quanto in quella interna della coesione tra le diverse regioni dell'UE. Accessibilità e libera circolazione sono, infatti, obiettivi distintivi dell'UE in entrambe le dimensioni non ancora pienamente attuati. Dunque, Confcommercio propone alcuni obiettivi che ritiene strategici.

- › **Rafforzare l'impegno dell'UE in favore della realizzazione delle reti di trasporto TEN-T**, potenziandone la dimensione euro-mediterranea a cominciare dal completamento del Corridoio Mediterraneo e della Torino-Lione.

- › **Introdurre un preventivo vaglio degli effetti su accessibilità**, competitività e coesione dei territori determinati dalle diverse politiche settoriali promosse dall'UE e dai singoli Stati, in particolare in tema di trasporti, energia, ambiente e sicurezza. Un esempio negativo sono, da questo punto di vista, i contingentamenti dei transiti dei veicoli merci attraverso i valichi alpini, che rischiano di penalizzare la competitività di importanti territori del Paese e dell'UE.
- › **Sviluppare una visione realmente continentale rispetto ad ambiziosi programmi di intervento nel settore varati da altri Stati, quali la cinese “Nuova via della seta”**, affinché, attraverso un adeguato presidio, non vengano compromessi il comune disegno europeo e la legittima sovranità degli Stati e dell'UE su un tema di così grande valenza strategica.
- › **Realizzare concretamente lo Spazio unico europeo dei trasporti**, contrastando ogni forma di concorrenza sleale e *dumping* sociale nell'autotrasporto, in linea con le indicazioni della **Road Alliance**, recepite in prima lettura dal Parlamento Europeo.
- › **Perseguire la sostenibilità dei trasporti dal punto di vista ambientale, economico e sociale**, ricercando le soluzioni più efficaci, efficienti e sostenibili attraverso il rinnovo del parco circolante secondo il principio della neutralità tecnologica e incentivi all'intermodalità via mare e ferro.