COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 13.3.2001
COM(2001) 136 definitivo

COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO, AL PARLAMENTO EUROPEO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE E AL COMITATO DELLE REGIONI

AIUTARE LE PMI A CONVERTIRSI AI SISTEMI DIGITALI

IT

COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO, AL PARLAMENTO EUROPEO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE E AL COMITATO DELLE REGIONI

AIUTARE LE PMI A CONVERTIRSI AI SISTEMI DIGITALI

SOMMARIO

1. INTRODUZIONE 4

2. LE INIZIATIVE GODIGITAL 4

3. COMMERCIO ELETTRONICO PER LE PMI: NOTEVOLI OPPORTUNITÀ MA ANCHE SFIDE DA AFFRONTARE 5

4. GODIGITAL: PRIORITÀ, AZIONI E CALENDARIO 8

Linea d'azione 1: Ambiente favorevole al commercio elettronico e all'imprenditorialità 8

Azione 1: Valutazione comparata delle strategie nazionali e regionali a sostegno del commercio elettronico 9

Azione 2: Misura dell'adozione delle TIC e del commercio elettronico 10

Azione 3: Migliorare l'accesso all'informazione e raccogliere il feedback a fini di sviluppo delle politiche nel settore della legislazione sul commercio elettronico 10

Azione 4: Interoperabilità del commercio elettronico 12

Linea d'azione 2: Adozione del commercio elettronico 12

Azione 5: Promuovere la sensibilizzazione sulla conversione ai sistemi digitali 13

Azione 6: Adozione del commercio elettronico 13

Azione 7: Fornitura di un meccanismo di garanzia sui prestiti per le PMI 14

Azione 8: Promuovere un uso migliore dei fondi strutturali 14

Linea d'azione 3: Personale qualificato nel settore delle TIC 15

Azione 9: Sostenere iniziative trainate dall'industria relative a nuovi curricula ..... in materia di TIC 15

Azione 10: Creare un gruppo di sorveglianza delle competenze nel settore delle TIC ..... in collaborazione con gli Stati membri 16

Azione 11: Varare un programma di formazione per le PMI 17

5. FASI SUCCESSIVE 18

1. INTRODUZIONE

Il Piano d'azione *e*Europe 2002 è stato approvato dagli Stati membri dell'UE in occasione del Consiglio europeo di Feira del giugno 2000. Il terzo obiettivo del Piano d'azione "Promuovere l'utilizzo di Internet" comprende un'azione intesa a incoraggiare le PMI a convertirsi ai sistemi digitali. Il piano[1] sottolinea l'importanza fondamentale delle piccole e medie imprese (PMI) ai fini degli sforzi intesi all'attuazione dell'iniziativa *e*Europe e stabilisce obiettivi specifici per prepararle al relativo avvento. L'obiettivo è:

"incoraggiare le PMI a convertirsi ai sistemi digitali attraverso azioni di coordinamento per lo scambio delle conoscenze sulle migliori pratiche, sui livelli di preparazione al commercio elettronico e sulle analisi comparative. I 'Centri di riferimento' potrebbero aiutare le PMI a introdurre il commercio elettronico nelle loro strategie aziendali".

In risposta al Piano d'azione *e*Europe 2002, la Commissione intraprenderà iniziative GoDigital specifiche intese a:

– identificare gli ostacoli principali incontrati dalle PMI nell'intraprendere il commercio elettronico,

– proporre azioni specifiche volte ad aiutare le PMI a convertirsi ai sistemi digitali, in particolare in base alle politiche e iniziative esistenti,

– garantire la coerenza tra le varie politiche e iniziative volte a sostenere le PMI a convertirsi ai sistemi digitali, a livello europeo, nazionale, regionale e locale,

– apprendere dall'esperienza pratica ed effettuare una valutazione comparata (*benchmarking*) delle varie strategie volte a favorire la conversione delle PMI ai sistemi digitali.

L'obiettivo della presente comunicazione è identificare le esigenze specifiche delle PMI per cogliere appieno i benefici del commercio elettronico, nonché presentare iniziative GoDigital specifiche che la Commissione attuerà nel 2001. Ulteriori azioni verranno intraprese nel 2002 e oltre. Le iniziative GoDigital possono contribuire alla creazione di condizioni migliori per l'ingresso delle PMI nell'era digitale, ma non possono sostituire né l'imprenditorialità né l'impresa, cui spetta comunque la decisione finale.

2. LE INIZIATIVE GODIGITAL

Lo scopo complessivo delle iniziative GoDigital è riunire e adattare, ove opportuno, attività di sostegno intese ad aiutare le PMI ad utilizzare le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC) nel modo più efficiente possibile. A tale scopo, il presente piano di attuazione delle iniziative GoDigital si fonderà sui programmi comunitari esistenti riguardanti le esigenze specifiche delle PMI. Tra tali programmi figurano il Programma pluriennale della DG Impresa, il Programma di lavoro annuale relativo alle tecnologie della società

[1] http://europa.eu.int/comm/information_society/eeurope/actionplan/index_en.htm.

dell'informazione (TSI) della DG Società dell'informazione[2] e i fondi strutturali. Il piano di attuazione sarà inoltre legato ai programmi ed iniziative nazionali e regionali aventi finalità simili. L'attuazione sarà flessibile e decentralizzata, perseguirà obiettivi comuni e rispecchierà l'esigenza di una cooperazione più stretta tra i vari strumenti di sostegno alle PMI a livello europeo. L'obiettivo è garantire che le PMI beneficino appieno dei programmi ed iniziative di sostegno esistenti a livello nazionale ed europeo.

Le priorità delle iniziative GoDigital sono:

– *promuovere un ambiente e condizioni quadro favorevoli al commercio elettronico e all'imprenditorialità,*

– *favorire l'adozione del commercio elettronico,* mettendo quanto più possibile a disposizione i risultati delle attività di ricerca e sviluppo tecnologico (RST) e consentendo alle PMI di beneficiarne in ogni settore, e

– *contribuire ad offrire competenze in materia di tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC),* attenuando le carenze di personale qualificato tra le PMI, ed esplorando e sviluppando nuove competenze professionali per la nuova economia.

Per favorire l'iniziativa GoDigital, la Commissione richiederà il pieno sostegno e la partecipazione attiva degli Stati membri, delle autorità regionali e della comunità imprenditoriale. Una partecipazione attiva sarà garantita tramite la conferenza di avvio di aprile, gruppi di lavoro con gli Stati membri e la partecipazione delle regioni e della comunità imprenditoriale ai programmi della Commissione. Viene garantito che gran parte del beneficio delle PMI europee comporterà la valorizzazione delle sinergie tra il piano di attuazione GoDigital e le iniziative esistenti del settore pubblico e privato a livello nazionale, regionale e locale. L'iniziativa GoDigital sarà concepita come un piano in evoluzione, che coprirà i prossimi due anni. Tuttavia, si prevede che molte attività proseguiranno anche oltre il 2002. Nel 2001, la Commissione farà il punto della situazione rispetto a varie misure GoDigital e di valutazione comparata, tra cui l'adozione del commercio elettronico e delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni tra i vari Stati membri e nei settori commerciali.

Nei prossimi anni, l'iniziativa GoDigital si estenderà a tutte le PMI interessate all'economia digitale. Ai fini della facilità d'uso e della fertilizzazione incrociata, la Commissione ha istituito un apposito sito web[3] che illustra tutte le idee GoDigital sotto un logo comune. Il sito, ospitato dalla Commissione, offre un collegamento virtuale tra tutti i protagonisti GoDigital e costituisce un forum per la condivisione delle migliori pratiche in materia di commercio elettronico in Europa.

3. COMMERCIO ELETTRONICO PER LE PMI: NOTEVOLI OPPORTUNITÀ MA ANCHE SFIDE DA AFFRONTARE

Attualmente vi sono in Europa oltre 19 milioni di PMI. Nella maggior parte degli Stati membri, esse rappresentano il 99% delle imprese. Le PMI generano una quota notevole del

---

[2] Oggetto del Programma quadro di ricerca della Comunità europea.

[3] http://europa.eu.int/ISPO/ecommerce/godigital e il meccanismo di *feedback* via e-mail infso-godigital@cec.eu.int.

PIL e rappresentano una fonte rilevante di occupazione, nonché un vero e proprio vivaio in termini di imprenditorialità e nuove idee commerciali. Inoltre, le PMI beneficeranno in modo particolare della riduzione delle barriere di accesso ai mercati conseguente al commercio elettronico. Il commercio elettronico viene spesso considerato la porta di ingresso delle PMI al commercio e ai mercati globali.

Pertanto, la riuscita dell'iniziativa *e*Europe dipende, in maniera decisiva, dal pieno coinvolgimento delle PMI in questo processo. L'Europa diverrà un centro di commercio elettronico solo se le PMI europee si impegneranno pienamente ad usare Internet in quanto strumento commerciale d'avanguardia.

Poiché le PMI dispongono di un'organizzazione interna più flessibile rispetto alle grandi aziende, esse sono spesso in grado di adattarsi, con maggiore rapidità ed efficienza, alle variazioni delle condizioni di mercato. Tuttavia, sebbene i dati relativi all'utilizzo di Internet differiscano da uno Stato membro e da un settore all'altro, vi è generalmente una correlazione diretta tra la dimensione di un'impresa e il suo uso di Internet a fini commerciali, cioè tanto più piccola è l'azienda e meno essa utilizza le TIC. Ne consegue che alla maggior parte delle PMI nell'economia europea non corrisponde l'uso di strumenti di commercio elettronico (rif. tabella 1). Tuttavia, occorre notare che le PMI rappresentano la maggior parte del capitale di avviamento nel campo del commercio elettronico.

In Europa, in media, solo il 42% delle PMI ha accesso a Internet. In alcuni Stati membri, la percentuale è persino inferiore rispetto al tasso di penetrazione di Internet a livello domestico. Solo il 20% delle PMI usa Internet per le transazioni commerciali. La maggior parte dei soggetti connessi utilizza Internet solo a fini di informazione. Anche negli Stati membri più progrediti, solo una minoranza è in grado di gestire le transazioni per via elettronica (ad esempio, acquisti, vendite, aste elettroniche, pagamenti elettronici). Alla luce della crescita esplosiva del commercio elettronico a livello mondiale, specialmente negli Stati Uniti, questi dati sono un'indicazione allarmante del fatto che le PMI europee non ricorrono ancora completamente a Internet. L'OCSE stima che il valore delle transazioni Internet raddoppia ogni 12-18 mesi[4]. Pertanto, le PMI europee rischiano di perdere opportunità economiche importanti.

Tabella 1: Uso di Internet in base alla dimensione dell'azienda, Europa 1999

	Numero di dipendenti				
	1	1-9	10-49	50-249	Totale
Con accesso diretto ad Internet	33 %	49 %	67 %	86 %	42 %
Diffusione delle informazioni sui prodotti via Internet	14 %	27 %	42 %	59 %	21 %
Distribuzione dei prodotti via Internet	6 %	7 %	9 %	13 %	7 %
Ricevimento degli ordini	8 %	10 %	15 %	20 %	10 %
Conferma degli ordini	6 %	9 %	12 %	16 %	8 %
Pagamenti via Internet	4 %	5 %	8 %	9 %	4 %
Ricevimento dei pagamenti via Internet	3 %	3 %	4 %	7 %	3 %
Cooperazione all'offerta congiunta di prodotti o servizi	9 %	13 %	19 %	29 %	12 %

Fonte: ENSR Enterprise Survey 1999 (Indagine sulle imprese) usata dall'Osservatorio europeo per le PMI, sesta relazione, Commissione europea, 2000.

[4] OCSE, Economic Working Papers 252, 2000.

Per aiutare le PMI tradizionali a convertirsi ai sistemi digitali, è necessario rimuovere una serie di "ostacoli" rilevati e ben documentati[5], tra cui:

– ***Clima elettronico attuale.*** La volatilità delle imprese "dot.com" sta suscitando una serie di preoccupazioni e dibattiti. I tassi di frizione delle aziende "dot.com" di commercio elettronico sono di gran lunga più elevati di quelli delle PMI nei settori più tradizionali. Per le PMI ciò può rappresentare un ulteriore disincentivo. Il fallimento economico rappresenta un elemento intrinseco della vita aziendale, in particolare in un ambiente in rapida evoluzione come Internet. La severa legislazione fallimentare di molti Stati membri agisce da disincentivo all'assunzione dei rischi. Ma a fronte dei fallimenti vi sono anche notevoli esempi di successo. Ciò che importa realmente è l'esistenza di uno spirito imprenditoriale.

– ***Normativa.*** Sebbene l'attuale contesto normativo sembri contemplare in modo soddisfacente il commercio elettronico a livello nazionale, possono sorgere problemi quando le PMI partecipano al commercio elettronico oltre frontiera. Mentre gli sforzi intesi ad armonizzare la legislazione europea dovrebbero tradursi in un quadro chiaro e prevedibile in Europa, è necessario sviluppare ulteriormente il consenso globale su temi di rilievo come la tutela dei consumatori. A differenza delle grandi aziende, dotate di gruppi propri di legali e consulenti, le PMI tendono ad evitare i rischi legali legati alla partecipazione al commercio transfrontaliero. Informazioni legali di base, immediatamente disponibili, e in particolare la consulenza legale seminormalizzata sono pertanto decisamente importanti per le PMI che, più di altre imprese, richiedono semplicità e prevedibilità. Allo stesso modo, l'accesso a basso costo a meccanismi di risoluzione delle controversie alternativi è ampiamente considerato un prerequisito fondamentale per intraprendere il commercio elettronico a livello transfrontaliero.

– ***Competenze professionali.*** Un altro grande ostacolo è dato dalla carenza di personale idoneo a livello tecnico e dirigenziale, dotato di esperienza sufficiente in materia di TIC. Le PMI dipendono, in maniera determinante, dalla competenza professionale. Attualmente si stima che vi sarebbe in Europa una carenza di 1,9 milioni di specialisti in materia di TIC e commercio elettronico, che potrebbero diventare oltre 3,8 milioni nel 2003[6]. Alcuni Stati membri hanno intrapreso iniziative intese ad attrarre esperti di TIC da paesi terzi. Attingere a competenze esterne è costoso e nel mercato così competitivo degli specialisti di TIC di oggi, le grandi aziende e il capitale di avviamento TIC, peraltro in rapida crescita, presentano un chiaro vantaggio rispetto alle PMI tradizionali.

– ***Tecnologie e norme tecniche***. Le PMI, più di ogni altro utente commerciale, sono molto interessate a soluzioni TIC normalizzate e completamente compatibili, che rimangano relativamente stabili nel tempo. Attualmente, la complessità e la mancanza di solidità di molte soluzioni TIC scoraggiano gran parte delle PMI. Laddove il software o i sistemi si dimostrino incompatibili con quelli dei clienti e fornitori, vi è il rischio elevato che gli investimenti in TIC vadano perduti. Le PMI operano con molti clienti diversi. Tuttavia, esse devono spesso attenersi alle norme tecnologiche e commerciali dettate dai maggiori clienti e quindi corrono il rischio di

---

5 V. ad esempio l'indagine sulle imprese (*ENSR Enterprise Survey*) 1999 utilizzata dall'Osservatorio europeo per le PMI, sesta relazione, Commissione europea, 2000.

6 Relazione EITO 2001.

rimanere vincolate ad una determinata tecnologia utilizzata da uno solo dei suoi partner e non dagli altri.

– ***Costo*.** I costi necessari per introdurre il commercio elettrico comprendono la pianificazione preliminare, l'acquisto degli strumenti hardware e/o software (installazione, formazione e conseguente riorganizzazione), la manutenzione costante, i costi di assistenza e i canoni di telecomunicazione. Negli ultimi anni, il costo dell'investimento iniziale è diminuito. Tuttavia, l'acquisto delle apparecchiature TIC adeguate è solo una parte dell'equazione. I costi di manutenzione e assistenza restano critici per molte PMI. L'incertezza relativa all'efficacia dell'investimento iniziale e l'aumento dei costi dei servizi di manutenzione può ridurre la loro propensione ad effettuare gli investimenti necessari. Inoltre, le PMI devono essere disposte ad esternalizzare i servizi TIC, e acquisire competenze professionali e avvalersi di consulenti per potersi preparare ai cambiamenti organizzativi richiesti dal commercio elettronico.

Questo elenco di ostacoli potenziali richiede, chiaramente, una risposta politica coerente. Le politiche nazionali ed europee in molti settori mirano a garantire un ambiente commerciale più favorevole e più prevedibile. E' questa una delle precondizioni chiave che consentiranno alle PMI di rimanere competitive, sfruttare con successo i vantaggi di Internet e cogliere tutti i benefici del commercio elettronico. Le iniziative GoDigital affrontano direttamente questi problemi attraverso azioni specifiche. Per i responsabili politici, la sfida principale rimane quella di abbattere gli ostacoli all'accesso al mercato e incentivare l'imprenditorialità.

4. GODIGITAL: PRIORITÀ, AZIONI E CALENDARIO

Il presente piano descrive una prima serie di azioni da intraprendere a sostegno dell'iniziativa *e*Europe a favore delle PMI. Tali azioni saranno attuate nel 2001 - 2002, in base al programma pluriennale per le PMI e al programma TSI. Nel 2001, l'obiettivo principale sarà promuovere ulteriormente l'adozione del commercio elettronico, segnatamente attraverso gli Eurosportelli, e la valutazione comparata delle politiche nazionali a sostegno delle TIC e del commercio elettronico. Il primo passo per aiutare le PMI a convertirsi ai sistemi digitali è apprendere dall'esperienza reciproca. Nel corso del 2001, saranno predisposte ulteriori iniziative al fine di far fronte, in modo più specifico, alle esigenze delle PMI nella loro transizione verso la nuova economia.

LINEA D'AZIONE 1: AMBIENTE FAVOREVOLE AL COMMERCIO ELETTRONICO E ALL'IMPRENDITORIALITÀ

Nella comunicazione della Commissione *"Sfide per la politica delle imprese nell'economia fondata sulla conoscenza"*[7], la mancanza di imprenditorialità è stata identificata come una sfida importante per l'Europa rispetto ai suoi partner commerciali. Tradizionalmente, molte società non sono state propense ad assumersi rischi e potrebbero dare una priorità maggiore alla riduzione dei costi a breve termine piuttosto che allo sviluppo di prodotti e modelli

[7] COM(2000) 256 def. del 26.4.2000.

commerciali nuovi. Di conseguenza, la maggior parte delle conquiste tecnologiche correlate a Internet e delle innovazioni commerciali è stata sostenuta altrove.

Attualmente, il commercio elettronico sta offrendo nuove opportunità a favore dell'imprenditorialità. Mentre, nelle prime fasi dell'uso di Internet a livello commerciale, l'obiettivo principale era investire in infrastrutture TIC, oggi la sfida consiste nell'usare Internet come nuovo strumento commerciale. Tuttavia, ciò non implica il fatto che sia sufficiente il dispiegamento di un'infrastruttura a banda larga. E' necessario intraprendere altre iniziative per incoraggiare l'ulteriore sviluppo dell'infrastruttura a banda larga e il commercio mobile.

Il commercio elettronico, sia tra imprese e consumatori (*"business-to-consumer" - B2C*) sia tra imprese (*"business-to-business" - B2B*), sta modificando radicalmente i modi in cui sono organizzati le società e i mercati. Per promuovere e sostenere tali cambiamenti strutturali, la maggior parte degli Stati membri ha varato iniziative nazionali ambiziose intese ad incentivare l'imprenditorialità in generale, nonché l'uso delle TIC e del commercio elettronico in particolare. Per massimizzare l'impatto dei progetti di ricerca sul mercato e, per quanto possibile, garantire un terreno di gioco uniforme agli attori economici, indipendentemente dalla dimensione, la Commissione continuerà a sostenere sforzi più ampi intesi alla formazione del consenso, a livello settoriale e attraverso le organizzazioni europee di normalizzazione (*European Standards Organisations*).

Le iniziative GoDigital devono contribuire alla creazione di sinergie tra le varie strategie nazionali. La valutazione comparata GoDigital e il coordinamento delle politiche a livello europeo possono aggiungere valore vero, consentendo agli Stati membri di apprendere dall'esperienza e dalle iniziative reciproche man mano che il mercato interno del commercio elettronico prenderà forma e l'Europa farà il suo ingresso nella nuova economica globale. A tale scopo, nel 2001 - 2002 saranno intraprese le seguenti azioni:

AZIONE 1: VALUTAZIONE COMPARATA DELLE STRATEGIE NAZIONALI E REGIONALI A SOSTEGNO DEL COMMERCIO ELETTRONICO

Obiettivo: descrivere e comparare le politiche nazionali e regionali, nonché gli strumenti elaborati per promuovere il commercio elettronico presso le PMI. Ciò consentirà agli Stati membri e alle regioni di valutare le proprie politiche e identificare le migliori pratiche in base all'esperienza nazionale. Contribuirà inoltre ad identificazione il modo in cui i fondi europei e altre iniziative dell'UE possono integrare le strategie regionali e nazionali.

Attuazione: la valutazione comparata delle strategie di TIC e commercio elettronico a livello nazionale e regionale sarà effettuata in stretta collaborazione con gli Stati membri, nell'ambito del programma BEST 2001[8]. Negli ultimi anni, sono state varate molte iniziative intese a promuovere le TIC e il commercio elettronico, sia a livello nazionale che a livello europeo. Sebbene siano già disponibili informazioni a riguardo, spesso il modo preciso in cui esse operano e il relativo impatto non sono stati valutati con sufficiente accuratezza. E' inoltre necessario comprendere meglio i vari approcci e individuare qual è l'ambiente in cui esse operano al meglio.

---

[8] BEST è una procedura per lo sviluppo progressivo della politica delle imprese, che mira all'identificazione e allo scambio di buone pratiche tra gli Stati membri, e tra questi ultimi e la Commissione.

Responsabilità: Commissione europea e Stati membri.

Calendario: nel 2001, la prima fase sarà dedicata alla raccolta di informazioni e alla definizione di parametri di riferimento. La seconda, che inizierà nel 2002, prevede la valutazione delle informazioni con gli Stati membri e la determinazione delle migliori pratiche sulla base dei parametri di riferimento prescelti.

AZIONE 2: MISURA DELL'ADOZIONE DELLE TIC E DEL COMMERCIO ELETTRONICO

Obiettivo: elaborare un quadro comparativo (*scoreboard*) GoDigital completo per misurare l'adozione delle TIC e del commercio elettronico da parte delle PMI negli Stati membri dell'UE e nei settori commerciali.

Attuazione: la DG Impresa elaborerà e pubblicherà regolarmente un quadro comparativo GoDigital, in base ad una metodologia comune. Ciò avverrà unitamente alla valutazione comparata delle strategie nazionali a sostegno del commercio elettronico e con il supporto dei progetti di ricerca nell'ambito del Programma TSI[9]. Tutto ciò costituirà la base per dibattiti regolari con gli Stati membri. Relazioni settoriali e intersettoriali periodiche analizzeranno le modifiche strutturali e le tendenze di mercato in vari settori, in seguito alla transizione verso la "nuova" economia. Una serie di workshop esaminerà e convaliderà i risultati empirici e identificherà le risposte politiche appropriate.

Inoltre, la Commissione potrà fornire sostegno finanziario ai workshop/conferenze organizzati dalle federazioni commerciali, dalle camere di commercio e dalla rete di sostegno alle imprese, come gli Eurosportelli (*Euro Info Centres - EIC*) e i Centri relay per l'innovazione (*Innovation Relay Centres - IRC*) nell'ambito dell'iniziativa GoDigital. I destinatari principali saranno i responsabili politici. Entrambe le azioni (il quadro comparativo statistico e l'organizzazione di workshop) saranno attuate nell'ambito del programma di lavoro del programma pluriennale 2001.

Responsabilità: Commissione europea e Stati membri, associazioni industriali, camere di commercio, EIC, IRC e altri.

Calendario: a partire dal 2001, unitamente al programma pluriennale 2001 - 2005. L'analisi settoriale verrà effettuata nel corso del programma pluriennale.

AZIONE 3: MIGLIORARE L'ACCESSO ALL'INFORMAZIONE E RACCOGLIERE IL FEEDBACK A FINI DI SVILUPPO DELLE POLITICHE NEL SETTORE DELLA LEGISLAZIONE SUL COMMERCIO ELETTRONICO

Obiettivo: fornire alle PMI informazioni pertinenti e di facile uso, nonché consulenza sui temi giuridici e normativi di commercio elettronico, analizzare i problemi pratici incontrati dalle imprese che operano nel mercato interno e tenerne conto nei futuri sviluppi politici.

---

[9] Nell'ambito del programma TSI è stato pubblicato nel 2000 un invito a presentare proposte su strumenti, metodi, indicatori e applicazioni statistici per la società dell'informazione. I progetti risultanti da tale invito cominceranno all'inizio del 2001. Nel 2001 è inoltre previsto un invito a presentare proposte relativo a "l'analisi socioeconomica e gli indicatori relativi alla società dell'informazione".

Attuazione:

– Informazioni migliorate: la Comunità europea si è già occupata delle incertezze giuridiche correlate alle transazioni di commercio elettronico transfrontaliere. Tuttavia, l'evidente mancanza di consapevolezza tra le PMI circa la legislazione relativa alla giurisdizione e alla legge applicabile alle transazioni di commercio elettronico transfrontaliere rappresenta un ostacolo per le PMI propense a convertirsi ai sistemi digitali. Ciò richiede il rafforzamento della diffusione delle informazioni e una maggiore sensibilizzazione. Negli ultimi anni, la Comunità europea ha adottato una serie di atti giuridici intesi a consentire ai consumatori e alle imprese di beneficiare meglio del commercio elettronico transfrontaliero, ad esempio la direttiva (1995/46/CE) del Parlamento europeo e del Consiglio sulla protezione delle persone con riguardo al trattamento dei dati personali e la libera circolazione di tali dati, la direttiva (1997/7/CE) del Parlamento europeo e del Consiglio sulla protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza e la direttiva (1999/93/CE) relativa a un quadro comunitario per le firme elettroniche. Inoltre, la piena attuazione della direttiva sul commercio elettronico (2000/31/CE) contribuirà sicuramente alla creazione di un ambiente commerciale più favorevole e prevedibile per il commercio elettronico in Europa.

  Infine, il regolamento CE N. 44/2001 relativo alla giurisdizione, il riconoscimento e l'esecuzione delle decisioni in materia civile e commerciale mira a stabilire disposizioni intese ad unificare le norme sul conflitto giurisdizionale in materia civile e commerciale, nonché a semplificare le formalità per il riconoscimento e l'esecuzione rapidi e semplici delle decisioni emanate dagli Stati membri, riguardanti *inter alia* il commercio elettronico nel mercato interno.

  Nell'ambito dell'iniziativa della Commissione europea "Dialogo con le imprese", è stato creato un sito web Internet (http://europa.eu.int/business) che fornisce informazioni pratiche alle imprese su una vasta gamma di argomenti in 11 lingue. Questo sito web verrà ulteriormente sviluppato al fine di coprire gli aspetti giuridici del commercio elettronico. Il sito web "Dialogo con le imprese" fornisce inoltre collegamenti con la rete degli Eurosportelli (*Euro Info Centres - EIC*), che ha già sviluppato competenze in questo settore. Al fine di contribuire all'attuazione dell'iniziativa GoDigital, ci si propone di istituire su questo sito web una nuova sezione dedicata al commercio elettronico.

– *Feedback*: le richieste formulate dalle PMI e i problemi da esse incontrati nello svolgimento delle loro attività all'interno dell'UE devono essere tenuti costantemente in considerazione a fini di sviluppo delle politiche. Il commercio elettronico, pertanto, farà parte della nuova iniziativa "Elaborazione interattiva degli interventi" che mira a raccogliere, via Internet, reazioni spontanee dal mercato usando le reti esistenti (come la rete EIC) al fine di migliorare la capacità della Commissione di valutare l'impatto delle sue politiche (o la relativa assenza) in questo campo; valutare proposte per azioni nuove, rispondere rapidamente e in modo finalizzato ai problemi o temi che emergono, ed essere responsabile delle proprie azioni.

Responsabilità: Commissione europea con il coinvolgimento della rete EIC.

Calendario: entro il 2001, completamento della nuova sezione sul commercio elettronico per il sito web "Dialogo con le imprese"; entro la metà del 2001 potrebbe iniziare un progetto TSI di sostegno sul portale giuridico.

AZIONE 4: INTEROPERABILITÀ DEL COMMERCIO ELETTRONICO

Obiettivo: promuovere soluzioni di commercio elettronico interoperabili, attraverso la normalizzazione e la formazione del consenso a livello europeo.

Attuazione: le organizzazioni europee di normalizzazione sono state invitate a offrire piattaforme per la formazione del consenso industriale a livello settoriale, con la partecipazione diretta dell'industria. Esse dovranno contribuire a migliorare la comprensione delle esigenze future in termini di norme tecniche e commerciali relative ai mercati elettronici emergenti, in particolare nel settore degli scambi tra imprese (B2B). La Commissione organizzerà a Bruxelles un workshop con i responsabili dei mercati elettronici, i forum industriali, le organizzazioni europee di normalizzazione e le PMI. Si continuerà a fornire sostegno all'attuazione del piano di azione evolutivo di normalizzazione (*Rolling Standardisation Action Plan*) delle organizzazioni CEN, CENELC e ETSI.

Responsabilità: Commissione europea, e in collaborazione con i forum industriali e le organizzazioni europee di normalizzazione.

Calendario: entro aprile/maggio 2001, workshop sulle norme relative ai mercati elettronici; entro il mese di giugno 2001, pubblicazione di un tema di sovvenzione relativo alle iniziative di formazione del consenso a sostegno dell'iniziativa GoDigital; entro il mese di giugno 2001, sovvenzioni al CEN, CENELEC e ETSI per le attività di normalizzazione.

LINEA D'AZIONE 2: ADOZIONE DEL COMMERCIO ELETTRONICO

La conversione al commercio elettronico rimane un passo difficile per molte PMI. Essa comporta notevoli investimenti, competenze tecniche e dirigenziali critiche, nonché rischi. La comprensione di queste sfide richiede di focalizzare il dibattito su esigenze settoriali e locali specifiche. Le iniziative intese a promuovere l'adozione devono essere finalizzate a settori e tipi di PMI specifici. Non vi è più una mancanza generale di sensibilizzazione sul commercio elettronico. Ma, quando si tratta di convertirsi davvero ai sistemi digitali, permangono gli ostacoli. La Commissione organizzerà una campagna GoDigital, non solo per informare le PMI sulle possibilità di finanziamento esistenti, ma anche per migliorare la comprensione dei problemi reali che le PMI devono affrontare, in particolare nelle zone e nei settori più svantaggiati.

Le misure di adozione oggetto del programma TSI mirano a trasferire all'industria e ad altre organizzazioni conoscenze d'avanguardia, nonché metodologie consolidate ma dispiegate in maniera insufficiente al fine di accrescere l'efficienza, migliorare la qualità e aumentare il risparmio. Infine, verranno intraprese iniziative intese ad agevolare l'accesso delle PMI ai prestiti per gli investimenti in TIC e dotare loro di migliori servizi di sostegno aziendale. Tali azioni di adozione dovranno essere ulteriormente raffinate e dovranno tenere conto dei risultati degli studi di valutazione comparata, nonché delle consultazioni con le PMI nel corso del 2001.

Nel 2001, verranno intraprese in questo settore le seguenti azioni:

AZIONE 5: PROMUOVERE LA SENSIBILIZZAZIONE SULLA CONVERSIONE AI SISTEMI DIGITALI

Obiettivo: fornire alle PMI informazioni sufficienti sulle esigenze e gli strumenti per un uso più ampio delle TIC e del commercio elettrico, sulla base di iniziative regionali e commerciali.

Attuazione: la Commissione organizzerà una serie di eventi GoDigital nell'Unione europea, riunendo le PMI, i fornitori di TIC e gli attori del mercato elettronico. Tali eventi mireranno a migliorare la comprensione da parte delle PMI degli strumenti e le applicazioni di commercio elettronico disponibili. Inoltre, l'obiettivo è incoraggiare le PMI a partecipare pienamente ai mercati elettronici emergenti. Tali eventi di sensibilizzazione saranno organizzati dai centri di riferimento per il commercio elettronico e altre piattaforme a livello regionale e nazionale nell'ambito dell'iniziativa GoDigital, con eventuali contributi finanziari da parte della Commissione.

Successivamente, le associazioni industriali, le camere di commercio e le reti di sostegno alle imprese (segnatamente, gli Eurosportelli, i Centri relay per l'innovazione, ecc.) saranno invitati a diffondere informazioni pratiche sulle strategie di successo in materia di commercio elettronico, in base alla documentazione esistente e alle attività pilota. Le reti di sostegno alle imprese svolgono un ruolo importante nella sensibilizzazione delle PMI, grazie alla loro capacità di agire in collaborazione con le iniziative nazionali e locali e alla loro vicinanza alle PMI. Tutte le attività previste riguarderanno le esigenze specifiche delle PMI di partecipazione e competizione nella nuova economia (tipi di apparecchiature TIC, qualità dei servizi e prodotti, ecc.). La Commissione sosterrà, attraverso temi di sovvenzione, una serie di workshop miranti a fornire assistenza pratica per migliorare la capacità delle PMI di partecipare in modo efficace ai mercati elettronici.

Responsabilità: Commissione europea con il sostegno delle camere di commercio, le associazioni industriali e le reti di sostegno alle imprese (EIC, IRC, ecc.).

Calendario: la Commissione inviterà le associazioni europee, le camere di commercio e le reti di sostegno alle imprese, nonché altre istituzioni in grado di fungere da moltiplicatori ad un primo incontro nel mese di maggio 2001. La pubblicazione di un tema di sovvenzione relativo al sostegno finanziario agli eventi regionali e settoriali a supporto dell'iniziativa GoDigital avverrà dopo l'adeguamento del programma pluriennale 2001 - 2005. Entro la fine del 2001, è in programma un vertice GoDigial per condividere risultati ed esperienze.

AZIONE 6: ADOZIONE DEL COMMERCIO ELETTRONICO

Obiettivo: favorire l'adozione del commercio elettronico da parte delle PMI mediante progetti pilota nell'ambito del programma TSI.

Attuazione: tra le misure di adozione previste dal programma TSI figurano:

– *prove* (per gli utenti e i fornitori delle PMI) intese a promuovere l'adozione e l'introduzione di tecnologie d'avanguardia (promettenti ma non ancora pienamente consolidate) nelle applicazioni industriali/dei servizi e la relativa valutazione congiunta da parte di fornitori ed utenti,

– *azioni in materia di migliori pratiche* (per gli utenti delle PMI) per promuovere i miglioramenti in termini di pratiche, processi e operazioni nell'industria e nei servizi

mediante l'introduzione di metodi e tecnologie collaudati ma non ancora ampiamente dispiegati al fine di accrescere l'efficienza, migliorare la qualità e aumentare il risparmio presso l'utente, e

– *progetti di dimostrazione* intesi a dimostrare l'efficacia delle nuove tecnologie, che offrono vantaggi economici ma non sono ancora commercializzate direttamente.

Responsabilità: Commissione europea.

Calendario: nel 2000, la DG Società dell'informazione ha varato 15 azioni in materia di migliori pratiche 20 prove. Queste attivita sono tuttora in corso. Nella primavera del 2001, saranno inaugurati nuovi progetti, tra cui 6 prove e 9 azioni in materia di migliori pratiche. Nel 2001, sarà presentato un nuovo invito a presentare proposte relativo ad azioni pilota in materia di commercio elettronico a livello regionale e settoriale. Un altro invito a presentare proposte di adozione sarà aperto nel mese di giugno 2001.

AZIONE 7: FORNITURA DI UN MECCANISMO DI GARANZIA SUI PRESTITI PER LE PMI

Obiettivo: fornire alle PMI prestiti per gli investimenti in TIC e beni immateriali (hardware, software, formazione e introduzione di pratiche Internet e di commercio elettronico).

Attuazione: il meccanismo di garanzia per le PMI sarà attuato mediante sistemi di controgaranzie o garanzie congiunte ai sistemi di garanzia degli Stati membri. Le garanzie sui prestiti saranno estese dal Fondo europeo per gli investimenti (FEI) ai sistemi di garanzia nazionali e alle società di mutua garanzia. Il FEI ha sottoscritto accordi con 19 intermediari finanziari a concorrenza di un portafoglio prestiti totale di € 1,4 milioni. Questo vantaggioso sistema mira inoltre a convincere gli Stati membri dell'efficacia degli strumenti di garanzia, che migliorano l'accesso delle PMI al finanziamento dei prestiti.

Responsabilità: Fondo europeo degli investimenti in collaborazione con gli intermediari finanziari degli Stati membri e la DG Impresa.

Decorrenza: 2001.

AZIONE 8: PROMUOVERE UN USO MIGLIORE DEI FONDI STRUTTURALI

Obiettivo: utilizzare meglio i fondi strutturali nel promuovere l'adozione del commercio elettronico da parte delle PMI.

Attuazione: l'accesso alle nuove tecnologie e alla società dell'informazione è considerato una priorità chiave per il periodo di programmazione dei fondi strutturali 2000 - 2006 al fine di superare lo spartiacque digitale. Gli interventi finanziati dai fondi strutturali dovranno incentrarsi sulle misure dal lato della domanda a sostegno delle regioni, tra cui lo sviluppo di contenuti e applicazioni locali, nonché consentire alle PMI di adottare e usare le TIC in modo efficace.

Prima che l'esercizio di programmazione volga al termine, la Commissione intraprenderà una serie di azioni allo scopo di garantire un uso efficiente dei fondi strutturali riservati alla società dell'informazione e all'economia basata sulla conoscenza e per migliorare le sinergie tra il programma TSI e i fondi strutturali dando seguito alla conferenza su "La società

dell'informazione e la coesione economica, sociale e territoriale", tenutasi a Lione nel mese di dicembre 2000.

Inoltre, sono stati messi a disposizione per il periodo 2000 - 2006 € 400 milioni da parte del FESR per le nuove azioni innovative[10] con l'obiettivo di contribuire, a livello regionale, alla transizione verso la società basata sulla conoscenza mediante lo sviluppo e la sperimentazione di approcci nuovi attraverso azioni pilota e di dimostrazione.

Uno dei tre temi strategici delle nuove azioni innovative oggetto del FESR è *e-EuropeRegio: la società dell'informazione al servizio dello sviluppo regionale*. Le autorità regionali interessate saranno invitate a presentare le proprie proposte relative ai programmi entro e non oltre il 31 maggio di ogni anno, dal 2001 al 2005, riguardanti, tra l'alto, obiettivi quali incoraggiare le PMI a inserire il commercio elettronico tra le loro strategie di sviluppo e trovare modi adeguati per rispondere alle loro esigenze di personale qualificato nel campo dell'informatica e, se possibile, utilizzare le applicazioni sviluppate nell'ambito del programma TSI.

Responsabilità: Commissione europea.

Calendario: a partire dal 2001.

LINEA D'AZIONE 3: PERSONALE QUALIFICATO NEL SETTORE DELLE TIC

L'economia digitale sta generando una domanda sempre più forte di personale qualificato nel settore delle TIC. La rapida crescita di tale domanda ha già condotto ad una carenza di professionisti specializzati, rendendo difficile per le PMI l'assunzione di tali esperti. Le implicazioni di questa carenza non sono solo di breve termine. Se non vi si porrà rimedio, esse potranno diventare un ostacolo all'ulteriore penetrazione delle TIC e del commercio elettronico nelle imprese. L'adeguamento dei sistemi dell'istruzione e del mercato del lavoro alle esigenze della nuova economia rappresenta un'importante sfida per la politica delle imprese, a livello nazionale ed europeo.

L'importanza di tale questione e le implicazioni per il mercato del lavoro, come illustrato nella comunicazione della Commissione "Realizzare il potenziale dell'Unione europea: consolidamento ed estensione della strategia di Lisbona"[11], hanno condotto all'istituzione di una task force per le competenze di alto livello e la mobilità, con il compito di analizzare e porre rimedio alla carenza di personale qualificato, nonché migliorare la mobilità dei lavoratori.

Le preoccupazioni correlate alla carenza di personale qualificato nel settore delle TIC rientrano tra i motivi che hanno condotto al varo dell'iniziativa "*e*Learning: pensare all'istruzione di domani"[12]. Questa importante iniziativa si propone di mobilitare le comunità educative e culturali, nonché i protagonisti economici e sociali europei al fine di accelerare

---

10 COM(2001) 60 def. del 31.1.2001, Le regioni nella nuova economia: orientamenti relativi alle azioni innovative del FESR nel periodo 2000-2006.

11 Realizzare il potenziale dell'Unione europea: consolidamento ed estensione della strategia di Lisbona. COM(2001) 79 def.

12 COM(2000) 318 def. del 24.5.2000 http://europa.eu.int/comm/education/elearning/index.html.

l'evoluzione dei sistemi d'istruzione e formazione nonché la transizione dell'Europa verso la società della conoscenza. Gli Stati membri dell'Unione europea hanno deciso di collaborare per armonizzare le rispettive politiche nel campo delle tecnologie educative e di condividere le loro esperienze. *e*Learning mira a sostenere e coordinare i loro sforzi e ad accelerare l'adeguamento dei sistemi d'istruzione e formazione in Europa.

L'iniziativa Go Digital verrà attuata parallelamente all'iniziativa *e*Learning. In questo settore verranno intraprese le seguenti azioni:

AZIONE 9: SOSTENERE LE INIZIATIVE TRAINATE DALL'INDUSTRIA RELATIVE A NUOVI CURRICULA IN MATERIA DI TIC

Obiettivo: sostenere iniziative congiunte tra l'industria e l'istruzione intese alla definizione di nuove esigenze in termini di personale qualificato nel settore delle TIC ed adeguare conseguentemente i curricula didattici.

Attuazione: il progetto "Career Space" è stato varato da 11 importanti società di TIC e dall'Associazione europea delle TIC (*European ICT Association - EICTA*) con il sostegno della Commissione. Si tratta di uno sforzo comune inteso a definire le esigenze del settore delle TIC e degli utenti in termini di personale qualificato in materia di TIC, nonché sviluppare orientamenti relativi ai curricula. Il progetto si basa sulla cooperazione tra l'industria, le associazioni professionali, le università e altre istituzioni educative. La prima fase ha riguardato la definizione di "profili occupazionali e professionali" relativi alle occupazioni chiave e ai settori occupazionali nel settore delle TIC. Questa fase è stata portata a termine con successo. La fase attuale del progetto è incentrata sulla preparazione, in collaborazione con le organizzazioni dell'istruzione superiore, di orientamenti relativi ai curricula, che rispecchino le esigenze dell'industria in termini di istruzione e formazione, nonché le esigenze di forza lavoro nella nuova economia.

Alla luce dell'importanza di colmare il divario crescente tra l'offerta e la domanda di personale qualificato nel settore delle TIC e in considerazione dell'urgenza di soluzioni concrete, la cooperazione con il progetto "Career Space" verrà rafforzata ed ampliata, in particolare nell'ambito dell'iniziativa della Commissione "*e*Learning: pensare all'istruzione di domani".

Responsabilità: Commissione europea, Associazione europea delle TIC (European ICT Association - EICTA), istituzioni educative e altri protagonisti.

Calendario: il progetto "Career Space" è attualmente in corso.

AZIONE 10: CREARE UN GRUPPO DI SORVEGLIANZA DELLE COMPETENZE NEL SETTORE DELLE TIC IN COLLABORAZIONE CON GLI STATI MEMBRI

Obiettivo: istituire un gruppo di lavoro, in collaborazione con gli Stati membri, che sorvegli la domanda, da parte del mercato, di personale qualificato nel settore delle TIC e del commercio elettronico, nonché l'offerta esistente di questo tipo di formazione e la fornitura di personale qualificato da parte del settore pubblico e privato.

Attuazione: gli Stati membri hanno intrapreso una serie di iniziative per adeguare i curricula relativi all'istruzione e alla formazione vocazionale, ed attrarre specialisti in materia di TIC da paesi terzi. Nell'ambito del programma BEST per il 2001, sarà istituito un gruppo di esperti allo scopo di definire le esigenze dell'industria e sorvegliare le azioni intese a migliorare la

disponibilità di personale qualificato nel settore delle TIC. Tenendo conto specificamente delle esigenze dei professionisti nel settore delle TIC e delle PMI in particolare, il gruppo di esperti potrebbe fornire un utile contributo settoriale alle attività della task force proposta per le competenze di alto livello e la mobilità.

Responsabilità: Commissione europea in stretta collaborazione con gli Stati membri.

Calendario: da varare nel 2001 (primo trimestre) con l'intenzione di elaborare una prima relazione entro la fine del 2001.

AZIONE 11: VARARE UN PROGRAMMA DI FORMAZIONE PER LE PMI

Obiettivo: per aiutare gli studenti europei a sviluppare lo spirito imprenditoriale attraverso un programma di formazione presso le PMI. Le PMI beneficerebbero dell'esperienza degli studenti e della loro disponibilità a realizzare e sostenere il loro futuro sistema di commercio elettronico.

Attuazione: i termini di riferimento e le condizioni relativi a tale programma saranno stabiliti in collaborazione con i centri di riferimento per il commercio elettronico, la DG Istruzione e cultura, e altri. Fondamentale al riguardo è la scelta di candidati idonei dotati di competenze sufficienti in materia di TIC, come una conoscenza di base dell'uso delle applicazioni d'ufficio standard ed esperienza sulle modalità di collegamento ad Internet e sull'uso delle applicazioni Internet di base. Nell'ambito di questo programma di formazione presso le PMI, i candidati idonei saranno sostenuti, per un periodo di 5-6 mesi, ad assistere le PMI, *in loco*, nell'impostazione delle applicazioni di commercio elettronico e nell'uso delle TIC. Il programma agevolerà pertanto lo scambio dinamico di conoscenze tra le PMI, da un lato, e gli addetti al commercio elettronico (ad esempio, gli studenti), dall'altro. Questa azione è rivolta specificamente agli studenti degli istituti tecnici e delle scuole di istruzione superiore, con un accento particolare sul commercio elettronico.

Responsabilità: Commissione europea

Calendario: nel 2001 inizieranno le consultazioni. Studio di fattibilità nell'ambito del programma TSI.

5. FASI SUCCESSIVE

La presente comunicazione identifica una prima serie di azioni intese a favorire la conversione delle PMI ai sistemi digitali. Tali azioni saranno attuate in stretta collaborazione con gli Stati membri. Ulteriori informazioni in merito all'attuazione saranno disponibili nel sito web GoDigital[13].

Il piano di attuazione GoDigital verrà aggiornato costantemente ed ulteriormente sviluppato a sostegno del piano d'azione *e*Europe 2002. Saranno sistematicamente esplorati nuovi settori di iniziativa, ad esempio nel campo delle interazioni tra le imprese e l'amministrazione pubblica, nonché l'ulteriore promozione dell'adozione delle TIC e delle competenze professionali.

[13] http://europa.eu.int/ISPO/ecommerce/godigital.

L'ulteriore coordinamento con gli Stati membri sarà garantito prevalentemente attraverso il gruppo di politica delle imprese.