

Parere del Comitato economico e sociale europeo in merito alla «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]

(2016/C 071/11)

Relatore: Raymond HENCKS

Correlatore: Thomas McDONOGH

La Commissione, in data 12 maggio 2015, ha deciso, conformemente al disposto dell'articolo 304 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea, di consultare il Comitato economico e sociale europeo in merito alla:

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].

La sezione specializzata Trasporti, energia, infrastrutture, società dell'informazione, incaricata di preparare i lavori del Comitato in materia, ha formulato il proprio parere in data 24 novembre 2015.

Alla sua 512^a sessione plenaria, dei giorni 9 e 10 dicembre 2015 (seduta del 9 dicembre), il Comitato economico e sociale europeo ha adottato il seguente parere con 219 voti favorevoli, 2 voti contrari e 7 astensioni.

1. Conclusioni e raccomandazioni

1.1. Il CESE appoggia la strategia per il mercato unico digitale europeo. È tuttavia preoccupato per il fatto che la volontà politica manifestata da una parte degli Stati membri di aprire un varco verso un'Unione digitale creativa e innovativa, e non solo basata sui consumi, risulta insoddisfacente.

1.2. La strategia per un mercato digitale in Europa proposta dalla Commissione Juncker costituisce un prolungamento delle strategie e dei programmi digitali precedenti e dovrebbe dare nuovo impulso a una politica digitale dell'Unione europea che tarda a realizzarsi. Al tempo stesso la strategia pone un nuovo accento sul commercio e sui consumatori, nonché sulle misure necessarie per incrementarli e per migliorare le condizioni e la protezione di cui beneficiano i consumatori.

1.3. In questo contesto appare prioritario colmare le lacune in termini di competenze, lacune che potrebbero essere riconducibili sia a difficoltà legate all'alfabetizzazione e alle capacità matematiche sia alla mancanza di competenze digitali e all'incapacità di utilizzarle in maniera responsabile. In secondo luogo, dato che un uso agevole delle piattaforme è essenziale per far funzionare il mercato, bisogna evitare di limitare le loro operazioni. In terzo luogo, considerata l'importanza di disporre di applicazioni adeguate, è apprezzabile che la strategia dedichi un'attenzione particolare alla standardizzazione. Lo sviluppo dell'amministrazione elettronica («e-government») contribuirà ad incoraggiare un maggior numero di cittadini ad impegnarsi nelle attività digitali. Dal punto di vista dei consumatori, il CESE accoglie con favore le iniziative volte a migliorare l'accesso dei consumatori e delle imprese ai beni e servizi digitali in tutta Europa.

1.4. Alcune delle iniziative — non tutte — illustrate al punto 4.2 («Creare le giuste condizioni per consentire ai servizi e alle reti digitali di prosperare») riguardano le infrastrutture delle reti e fanno parte dell'agenda digitale. L'importanza di tali proposte è legata al contesto del mercato unico e all'urgenza con cui verranno affrontate. Alcune delle altre iniziative presentate in questo punto sono rilevanti per i diritti dei consumatori.

1.5. Il CESE non può che sostenere la Commissione nella sua determinazione a eliminare la frammentazione in 28 strategie e mercati digitali nazionali per fonderli in un approccio europeo e assicurarsi così una posizione di primo piano nel settore dell'economia digitale globale, divenuto appannaggio di paesi terzi.

1.6. Il CESE è convinto che l'Unione europea, che dispone di competenze eccellenti e di una vasta esperienza in alcuni settori digitali, possa ancora recuperare il ritardo accumulato. In questo contesto, il CESE ribadisce l'importanza di sviluppare poli di ricerca multidisciplinari e sinergie europee nel quadro dello Spazio europeo della ricerca, in settori quali il *cloud computing*, la nanoelettronica, la conservazione e l'elaborazione dei megadati (*big data*), gli apparecchi indirizzabili o controllabili a distanza (oggetti connessi) e i servizi intelligenti.

1.7. L'Unione potrà recuperare tale ritardo se riesce, nel breve periodo, a unire le proprie risorse per mobilitare e coordinare i finanziamenti pubblici e privati dei 28 Stati membri, coinvolgendo tutte le parti interessate nel dibattito sulla strategia per il mercato unico digitale. Il CESE approva l'impegno della Commissione a lanciare una consultazione pubblica per ciascuna delle sue future azioni nel quadro del mercato unico digitale.

1.8. Il Comitato deplora tuttavia l'assenza nella strategia per il mercato unico digitale di una dimensione sociale (ad eccezione delle questioni relative alla competenza digitale), considerato che l'evoluzione dei servizi e dei modelli d'impresa comporta profonde trasformazioni del mondo del lavoro. Il CESE ritiene che, oltre ai possibili vantaggi, si debbano prendere in considerazione i molteplici rischi e le sfide che si presentano in particolare nel settore della sicurezza e dell'organizzazione del lavoro e in quello della sicurezza sociale, nonché le procedure previste dal trattato in merito al dialogo sociale e la clausola sociale orizzontale, che devono essere inserite nella strategia per un mercato unico europeo ⁽¹⁾. A giudizio del CESE, la dimensione sociale, con tutte le conseguenze che essa comporta per l'occupazione, dovrebbe costituire il quarto pilastro della strategia per il mercato unico digitale europeo.

2. Introduzione

2.1. Per «mercato unico digitale» il CESE intende il trasferimento di transazioni e attività dall'attuale mercato interno dell'UE verso Internet. È vero che questo trasferimento è in parte già avvenuto, ma le iniziative presentate dalla Commissione sono concepite per sfruttare appieno le potenzialità del mercato digitale. Le attività e le transazioni sul mercato comportano la produzione di beni e la prestazione di servizi, che sono a loro volta seguite dall'intermediazione, dalla distribuzione e dal consumo. Le transazioni tra il consumatore (C), l'impresa (B) e le autorità pubbliche (G) riflettono sia l'influenza delle reti sociali che la tendenza verso una società della condivisione. Nel mercato unico digitale le autorità pubbliche svolgono il ruolo di prestatori di servizi.

2.2. I vantaggi legati al trasferimento dei processi commerciali sono evidenti: maggiore integrazione nella catena del valore, accelerazione dei processi dalla concezione alla consegna, miglioramento delle interfacce con i clienti (in particolare nel contesto delle reti sociali) e aumento globale della competitività. Nelle fasi successive la transizione spianerà la strada all'«Internet degli oggetti» e alla quarta rivoluzione industriale.

2.3. La peculiarità del mercato interno è il suo carattere transnazionale per concezione; pertanto risulta, in principio, adatto a sfruttare Internet. Tuttavia, sussistono dei problemi che riguardano lo stesso mercato interno, ovvero l'adeguamento di regole, norme e regolamenti all'ambiente digitale, la scarsa preparazione al mercato digitale all'interno di ciascuna delle categorie (imprese, autorità pubbliche e consumatori), carenze nelle infrastrutture tecnologiche del mercato unico digitale, nonché potenziali difficoltà legate alla posizione dominante delle grandi piattaforme.

2.4. Parallelamente al progetto del mercato unico digitale, la Commissione sta portando avanti la sua agenda digitale che affronta una serie di preoccupazioni legittime legate alla scarsa presenza dell'UE nelle industrie produttrici di software e hardware a livello mondiale, preoccupazioni che sono tuttavia di secondaria importanza per il mercato unico digitale. Secondo la Commissione, i benefici derivanti dal completamento del mercato unico digitale sono estremamente importanti in termini di PIL e di occupazione, e le operazioni da compiere per realizzare tali benefici sono alla portata dell'UE e degli Stati membri.

2.5. Il mancato completamento del mercato unico dei servizi ha profonde ripercussioni sullo sviluppo del mercato unico digitale. Quello dei servizi costituisce il settore dominante nelle economie degli Stati membri. La fornitura di servizi è sempre più trainata dalle transazioni su Internet; far avanzare la strategia relativa al mercato unico digitale potrebbe, di per sé, agevolare il mercato unico dei servizi.

2.6. Le regole, i regolamenti e le norme messi a punto per le operazioni effettuate con supporto cartaceo nei primi decenni del commercio elettronico sono diventati degli ostacoli alla realizzazione del mercato unico digitale. Il CESE accoglie con favore il programma legislativo proposto e l'ambizioso calendario stabilito:

- proposte legislative su norme contrattuali transfrontaliere semplici ed efficaci a favore di consumatori e imprese,
- revisione del regolamento sulla cooperazione per la tutela dei consumatori,
- misure sulla consegna dei pacchi,

⁽¹⁾ Parere del CESE sul tema *L'impatto della digitalizzazione sull'industria dei servizi e sull'occupazione*, (GU C 13 del 15.1.2016, pag. 161).

- analisi a tutto campo in preparazione di proposte legislative sul problema dei geoblocchi ingiustificati,
- indagine sulla concorrenza nel settore del commercio elettronico, vertente sulla cessione online di merci e sulla prestazione online di servizi,
- proposte legislative per riformare il regime del diritto d'autore,
- proposte legislative per ridurre l'onere amministrativo gravante sulle imprese a causa dei diversi regimi dell'IVA,
- iniziative in tema di proprietà dei dati, libero flusso dei dati (ad esempio, tra prestatori di *cloud computing*) e nuvola informatica europea,
- riesame della direttiva sulla e-privacy.

2.7. Mentre il programma legislativo illustrato nel precedente punto 2.6 è ben definito, le azioni previste per rafforzare, all'interno delle tre categorie «B», «G» e «C», la sensibilizzazione, le competenze e la preparazione in materia di Internet sono molto meno chiare:

- le capacità e le competenze digitali, in particolare all'interno di numerose categorie di cittadini dell'UE, sono di gran lunga insufficienti, analogamente alle proposte della Commissione al riguardo. Il CESE si rammarica che la Commissione non dia la priorità necessaria a questo fattore critico per il successo del mercato unico digitale e per la società dell'informazione europea,
- adozione di un piano per le norme prioritarie nel settore delle TIC e ampliamento del quadro europeo di interoperabilità per i servizi pubblici,
- nuovo piano d'azione per l'e-Government, comprensivo di un'iniziativa sul principio di «una tantum» e di un'iniziativa finalizzata all'interconnessione dei registri delle imprese.

L'insieme di queste iniziative avrà ripercussioni sui cittadini, le PMI, i servizi pubblici e privati e le applicazioni settoriali che sono determinanti per la realizzazione del mercato unico digitale. Tali proposte appaiono poco precise e sembra che non tengano conto dell'urgenza di intervenire. Il CESE seguirà da vicino lo sviluppo di queste iniziative, che sono tutte sottoposte al controllo dell'UE e degli Stati membri.

2.8. Vengono proposte alcune iniziative essenziali in materia di infrastrutture:

- revisione della direttiva sulla trasmissione via satellite e via cavo,
- proposte legislative per riformare le vigenti norme sulle telecomunicazioni,
- revisione della direttiva sui servizi di media audiovisivi (la Commissione procederà alla revisione della direttiva sui servizi di media audiovisivi),
- istituzione di un partenariato pubblico-privato contrattuale sulla cibersicurezza.

Le telecomunicazioni e la sicurezza informatica costituiscono evidentemente le priorità, ma il chiarimento delle norme di diffusione dei contenuti audiovisivi via cavo, via satellite e attraverso le reti a banda larga è anch'esso urgente.

2.9. Sono le piattaforme a trainare il mercato unico digitale e la maggior parte dei membri delle categorie «C», «B» e «G» le usano quotidianamente. Esse sono accessibili, facili da usare e spesso gratuite. È indispensabile continuare a svilupparle, tuttavia permangono diverse preoccupazioni:

- esse favoriscono delle applicazioni rivoluzionarie che rappresentano una sfida per alcuni settori e imprese consolidate; gli utenti ne traggono vantaggio, ma le imprese consolidate ne mettono in discussione la legittimità,
- molte di esse detengono posizioni dominanti il che solleva dei problemi in relazione al potenziale abuso di posizione dominante,

- la maggior parte delle grandi piattaforme sono domiciliate in paesi terzi, ma esiste un'industria delle piattaforme nell'UE che ha bisogno di condizioni paritarie per sopravvivere e prosperare.

Per questi motivi il CESE accoglie con favore lo studio «Analisi globale del ruolo delle piattaforme nel mercato, compresi i contenuti illeciti su Internet». Il successo del mercato unico digitale dipende da quello delle piattaforme, il cui margine di manovra non deve pertanto essere limitato dall'applicazione della legislazione.

2.10. Alla luce di quanto precede, il CESE ritiene che i programmi che coinvolgono le categorie di utilizzatori (cfr. il punto 2.7) potrebbero costituire il tallone di Achille della strategia ed esprimerebbe alcune riserve in merito alle piattaforme.

3. Osservazioni di carattere generale

3.1. È innegabile che finora l'Unione europea non abbia utilizzato al meglio le enormi possibilità offerte dalle tecnologie digitali. Ciò è dovuto in gran parte al fatto che il mercato europeo è rimasto frazionato in 28 mercati nazionali.

3.2. Infatti, alcuni Stati membri preferiscono chiaramente mantenere e sviluppare una strategia digitale puramente nazionale, invece di aprire un varco verso un'Unione digitale europea creativa e innovativa. Parallelamente, i ministri dell'Economia di Germania e Francia hanno esortato a istituire un quadro comune guidato in particolare da questi due paesi.

3.3. Il CESE osserva inoltre che i primi ministri di alcuni Stati membri hanno scritto al presidente del Consiglio per esprimere le loro riserve circa l'attuazione della strategia. Essi hanno affermato quanto segue: «Dovremmo regolamentare solo se vi sono prove evidenti che ci inducono a farlo, sulla base dei principi di regolamentazione intelligente e di una valutazione d'impatto approfondita. È evidente che un mercato unico digitale efficace non potrà soffocare l'innovazione, gli investimenti e l'imprenditorialità». Il CESE condivide questo punto di vista a condizione che gli interessi dei consumatori siano messi sullo stesso piano di quelli dei lavoratori.

3.4. La Commissione propone la nuova strategia per il completamento del mercato unico digitale come il prolungamento dell'Agenda digitale europea lanciata nel 2010. Essa prevedeva 101 azioni delle quali, secondo la Commissione, 72 sono state portate a termine e 23 dovrebbero concludersi entro i termini stabiliti; tuttavia, dato che il mercato unico digitale non è stato completato, una parte di queste iniziative si ritrova nella nuova strategia in esame.

3.5. Al momento della presentazione degli orientamenti politici della nuova Commissione europea, il presidente Juncker ha affermato che «creando un mercato unico del digitale connesso potremo generare un'ulteriore crescita in Europa che potrà raggiungere i 250 miliardi di euro, creando in tal modo centinaia di migliaia di nuovi posti di lavoro». Secondo la comunicazione in esame, l'abbattimento delle barriere all'interno dell'Europa «potrebbe arricchire il PIL europeo di 415 miliardi di euro», mentre i due commissari responsabili del digitale parlano di 3,8 milioni di posti di lavoro generati da un mercato unico digitale.

3.6. Il CESE ritiene che sia controproducente bombardare i cittadini con cifre che variano in misura consistente a seconda della fonte all'interno della Commissione, ma che nonostante ciò vengono presentate come verità inconfutabili mentre invece sono poco credibili. Dichiarazioni di questo tipo finiscono per creare sfiducia nei confronti dei responsabili politici e provocare indifferenza ai problemi reali.

3.7. Finora la Commissione non ha mai dimostrato che questo tipo di previsioni si siano realizzate. Il CESE chiede che, al termine del suo mandato, l'attuale Commissione faccia un bilancio per poi confrontarlo con le sue previsioni.

3.8. A giudizio del CESE, è poco realistico credere che sia possibile completare il mercato unico digitale nel corso dell'attuale mandato della Commissione, tanto più che non sono state pubblicate valutazioni d'impatto o ricerche scientifiche che confermino tali affermazioni. Il CESE ritiene che le stime della Commissione dovrebbero tenere conto degli studi secondo i quali i cambiamenti digitali provocheranno significative perdite di posti di lavoro ⁽²⁾.

3.9. Secondo la Commissione, la realizzazione del mercato digitale connesso consentirebbe all'Europa di mantenere una posizione di primo piano nel settore dell'economia digitale a livello mondiale, offrendo nel contempo alle imprese europee la possibilità di svilupparsi anche al di fuori dell'Unione.

⁽²⁾ Cfr. la nota a piè di pagina 1.

3.10. Il CESE constata che l'ambizione dell'UE, espressa nella strategia di Lisbona del 2000 in cui si prefiggeva di diventare l'economia basata sulla conoscenza più competitiva e dinamica del mondo, in grado di realizzare una crescita economica sostenibile con nuovi e migliori posti di lavoro e una maggiore coesione sociale, è stata significativamente rivista al ribasso.

3.11. L'Unione europea è in ritardo.

L'economia digitale è diventata appannaggio degli Stati Uniti e dell'Asia. Una cinquantina di grandi operatori europei delle comunicazioni elettroniche sono soggetti a 28 quadri normativi nazionali distinti, mentre i sei grandi operatori del mercato statunitense e i tre giganti del mercato cinese sono disciplinati da un quadro normativo unico. La visione del mercato digitale all'interno dell'UE come fattore di integrazione non è più adeguata a un mondo digitalizzato senza frontiere; tuttavia, essa non ha impedito alle grandi piattaforme dei paesi terzi di creare dei monopoli o degli oligopoli in gran parte degli Stati membri dell'UE.

3.12. Il CESE continua a sperare che l'UE possa ancora recuperare il ritardo accumulato e che la strategia per un mercato unico digitale in Europa possa imprimere un nuovo slancio al settore, a condizione, tuttavia, di essere creativa e di non limitarsi al ruolo di utilizzatrice del digitale, di promuovere un salto di qualità sociale verso un'alphabetizzazione digitale precoce dei giovani e l'impiego responsabile di queste competenze, di eliminare il divario digitale, di garantire l'accessibilità per tutti i cittadini (compresi i disabili) e di assicurare investimenti pubblici e privati adeguati per l'istruzione, la formazione professionale e la ricerca.

3.13. A tal fine l'UE ha bisogno di unire le proprie risorse per mobilitare e coordinare finanziamenti pubblici e privati nei 28 Stati membri. Si tratta di un approccio indispensabile se non vuole perdersi delle svolte fondamentali dell'economia digitale come, ad esempio, le applicazioni mobili il cui numero ha registrato un forte aumento nel giro di pochi anni, il *cloud computing*, i megadati (*big data*) o le sfide strategiche che si pongono ormai a livello delle piattaforme di servizi digitali giganti che costituiscono passaggi indispensabili per accedere a Internet. La discussione sulla strategia per il mercato unico digitale deve coinvolgere tutte le parti interessate e tenere conto della protezione dei cittadini, dei consumatori, dei lavoratori e dei disabili e dei loro diritti fondamentali in vista di realizzare una società inclusiva.

3.14. Il CESE non può che constatare la totale assenza di una dimensione sociale nella strategia per il mercato unico digitale. L'impatto della digitalizzazione sull'occupazione e le sfide che ne derivano sono ampiamente ignorati, mentre la costante evoluzione dei servizi e dei modelli di impresa comporta profonde trasformazioni del mondo del lavoro, con ripercussioni sostanziali sulla natura del lavoro e la struttura delle imprese e con il rischio di compromettere i contratti collettivi. In questo contesto, le procedure previste dal trattato in merito al dialogo sociale e la clausola sociale orizzontale devono essere inserite nella strategia per un mercato unico digitale. Nel suo parere CCMI/136 in merito all'impatto della digitalizzazione sull'industria dei servizi e sull'occupazione, il CESE ha formulato una serie di raccomandazioni per evitare che l'evoluzione del digitale pregiudichi l'efficacia dei sistemi esistenti in materia di formazione professionale, protezione dell'occupazione, previdenza sociale e fisco. A giudizio del CESE, la dimensione sociale, con tutte le conseguenze che comporta per l'occupazione, dovrebbe costituire il quarto pilastro della strategia per il mercato unico digitale europeo.

3.15. Un altro settore in cui l'UE ha l'opportunità di far valere la sua posizione è quello dei megadati, settore in cui devono ancora essere definite le norme tecniche per la raccolta e il trattamento dei dati. A tal fine, è necessario unificare le varie normative nazionali in un quadro europeo coerente che, grazie a una politica intelligente in materia di trattamento dei dati, si distingue per un equilibrio tra interessi economici e protezione della vita privata, in diversi settori quali quello medico, la salute pubblica, i servizi alla persona, il settore agroalimentare ecc.

3.16. L'Unione europea, avveza al dibattito sulle norme tecniche tra gli Stati membri, può ricorrere alla sua esperienza in materia per definire una politica europea relativa ai dati, basandosi su un quadro normativo di qualità, e mantenere saldamente nelle sue mani le norme relative alla protezione dei dati personali (ad esempio Swift), per evitare che siano imposte da altri soggetti.

3.17. Il CESE osserva inoltre che il settore digitale è anche caratterizzato da un notevole squilibrio nella rappresentanza dei due sessi e che i professionisti delle TIC sono in gran parte uomini. Alla luce dell'elevato numero di posti vacanti nel settore delle TIC, l'Unione europea e gli Stati membri dovrebbero incoraggiare un maggior numero di candidati di sesso femminile ad impegnarsi per trovare un'occupazione nel digitale.

3.18. Nella sua relazione *Golden growth: Restoring the lustre of the European economic model*, la Banca mondiale ha diviso l'Unione europea in 6 blocchi per evidenziare, sulla base di indicatori numerici, le considerevoli differenze tra gli Stati membri nella diffusione delle tecnologie, competenze e applicazioni digitali e del commercio elettronico. Il CESE invita la Commissione a tenere pienamente conto di queste differenze nella definizione delle azioni prioritarie del suo piano di lavoro.

3.19. Infine, il CESE prende atto della dichiarazione della Commissione secondo la quale — oltre a un finanziamento dell'UE pari a circa 21,4 miliardi — il Fondo europeo per gli investimenti strategici dovrebbe sostenere un'ampia gamma di progetti digitali, e osserva che la Banca europea per gli investimenti e il Fondo europeo per gli investimenti offrono considerevoli possibilità di finanziamenti aggiuntivi. Il CESE si compiace del fatto che la Commissione lavorerà con la BEI, i promotori dei progetti e gli Stati membri per garantire che i fondi disponibili siano pienamente utilizzati, ma si interroga tuttavia sui motivi per cui i fondi dell'UE assegnati agli Stati membri sono rimasti sostanzialmente sottoutilizzati. Il CESE chiede che si proceda a un'analisi della situazione in modo da garantire un uso efficace ed efficiente dei fondi in futuro.

4. Osservazioni specifiche

4.1. *Migliore accesso dei consumatori e delle imprese ai beni e servizi digitali in tutta Europa*

4.1.1. *Proposte legislative su norme contrattuali transfrontaliere semplici ed efficaci a favore di consumatori e imprese*

Si tratta di un'iniziativa ambiziosa ma auspicabile, purché sia realizzabile. Tuttavia, anche se lo fosse, il commercio transfrontaliero — elettronico o non — continuerà a rappresentare una sfida importante per le PMI e i privati a causa di problemi di natura linguistica e culturale. Se l'introduzione di testi contrattuali equi, semplici, standardizzati e disponibili in tutte le lingue dell'UE eliminerà un ostacolo importante, ne rimarranno comunque degli altri, come i timori circa la sicurezza del commercio elettronico, transfrontaliero o di altro genere. In tale contesto, si accoglie con favore l'iniziativa sulla sicurezza informatica.

Il CESE si aspetta che nella fase di sviluppo della strategia per il mercato unico digitale tutte le proposte assicurino un elevato livello di tutela dei consumatori e non comportino, in nessuno Stato membro, una diminuzione del livello di protezione attualmente esistente.

Vi è un'ultima preoccupazione tra le parti sociali le quali temono che il commercio elettronico transfrontaliero possa perturbare le attività delle imprese a livello nazionale. Questa preoccupazione pone in evidenza la necessità di includere la dimensione sociale nella strategia.

4.1.2. *Revisione del regolamento sulla cooperazione per la tutela dei consumatori*

Una cooperazione efficace costituisce chiaramente la condizione essenziale per assicurare una protezione transfrontaliera totale dei consumatori. L'adozione di procedure che garantiscano un risarcimento e un ricorso tempestivi probabilmente costituirà l'elemento fondamentale per l'accettazione del commercio elettronico transfrontaliero.

È necessario impegnarsi al massimo per ridurre gli oneri normativi per le PMI.

A giudizio del CESE la Commissione dovrebbe:

- garantire che i consumatori possano accedere a contenuti disponibili legalmente a condizioni eque e ragionevoli in tutta l'Unione europea,
- valutare fino a che punto i consumatori sono discriminati online sulla base del paese in cui vivono e le relative conseguenze per l'economia e i consumatori, nonché proporre le misure necessarie per combattere la discriminazione,
- esaminare l'attuazione e il rispetto dei diritti dei consumatori, definire le modalità di applicazione dei diritti dei consumatori ai prodotti digitali e garantire che i consumatori e le imprese comprendano i loro diritti e confidino nella loro applicazione.

4.1.3. Misure sulla consegna dei pacchi

La consegna rapida dei pacchi è fondamentale per la soddisfazione dei clienti nel commercio elettronico all'interno dei mercati nazionali e sta dando buoni risultati. È logico che il commercio elettronico transfrontaliero debba essere sostenuto in maniera analoga, anche se il Comitato fa notare che i principali servizi internazionali di consegna pacchi sono già operativi in Europa.

4.1.4. Analisi a tutto campo in preparazione di proposte legislative sul problema dei geoblocchi ingiustificati ⁽³⁾

Questa osservazione si applica sia al commercio elettronico che ai servizi audiovisivi. Nel caso del commercio elettronico, la ricerca di beni e servizi raramente produce risultati al di fuori della zona geografica della persona che effettua la ricerca. All'estremo opposto, invece, l'offerta di risultati su scala UE potrebbe essere eccessiva.

In effetti, la persona che effettua la ricerca mediante un motore di ricerca può selezionare l'area geografica richiesta. Uno dei problemi che sorgono è che ai clienti di una zona geografica diversa possono essere applicati prezzi discriminatori, come ha dimostrato la recente causa Disneyland Paris. Il CESE è pronto a sostenere le azioni volte ad assicurare che il commercio transfrontaliero si svolga su un piano di parità, in modo da garantire la protezione dei consumatori. Un altro problema è dovuto al fatto che, in alcuni casi, l'accesso transfrontaliero ai siti web viene semplicemente negato.

I blocchi audiovisivi presentano due dimensioni: la restrizione dell'accesso esterno per i cittadini in viaggio che hanno il diritto di accesso ai servizi a livello nazionale, e la restrizione dell'accesso esterno per i non cittadini il cui diritto di accesso si basa sulla cittadinanza dell'UE. Nel primo caso, il CESE raccomanda l'introduzione di identità digitali per facilitare l'accesso. Nel secondo caso invece il CESE è consapevole del fatto che la maggior parte dei geoblocchi è causata da restrizioni dei diritti o da preoccupazioni di natura commerciale. La definizione di un quadro razionalizzato dei diritti sarebbe utile, ma occorre fare attenzione a non perturbare i modelli commerciali legati alla pubblicità e all'accesso al mercato.

4.1.5. Indagine sulla concorrenza nel settore del commercio elettronico, vertente sulla cessione online di merci e sulla prestazione online di servizi

Il CESE accoglie con favore la vigilanza del mercato da parte delle autorità garanti della concorrenza e un rigoroso regime di sanzioni contro l'abuso di posizione dominante. Al tempo stesso rileva tuttavia che è grazie ad alcune grandi imprese che la tecnologia e l'economia digitale hanno fatto enormi progressi, a beneficio dell'economia e della società nel suo complesso. Pertanto il CESE raccomanda vivamente che le indagini previste siano basate rigorosamente sui principi riconosciuti del diritto commerciale e del diritto in materia di concorrenza.

4.1.6. Proposte legislative per riformare il regime del diritto d'autore

Il CESE sostiene queste proposte fintantoché i diversi modelli imprenditoriali commerciali restano redditizi e i diritti dei titolari della proprietà intellettuale vengono rispettati.

4.1.7. Revisione della direttiva sulla trasmissione via satellite e via cavo

La direttiva in esame verte sul coordinamento di alcune norme in materia di diritto d'autore e diritti connessi applicabili alla radiodiffusione via satellite e alla ritrasmissione via cavo. Il Comitato concorda sul fatto che è necessario rivedere la direttiva non solo nel quadro delle proposte legislative esposte al punto 4.1.6 ma anche per tenere conto dei profondi mutamenti che questi settori stanno attraversando.

4.1.8. Proposte legislative per ridurre l'onere amministrativo gravante sulle imprese a causa dei diversi regimi dell'IVA

Un fattore importante del successo della strategia per un mercato unico digitale è la fiscalità del digitale, in un contesto in cui risulta evidente che il diritto tributario europeo e nazionale non è adeguato alla realtà dell'economia digitale ed è causa di evasione fiscale e di concorrenza sleale. Il CESE approva l'approccio adottato dalla Commissione in merito all'IVA (che verrà riscossa nel luogo in cui è basato il cliente e non in quello in cui è ubicato il prestatore) nonché il principio relativo all'imposizione diretta, in base al quale gli utili devono essere tassati nel paese dove il valore viene generato, e sostiene la Commissione nel suo intervento teso a ridurre gli oneri amministrativi che gravano sulle imprese a causa dei diversi regimi dell'IVA. Per quanto riguarda il punto iv), una soluzione più semplice consisterebbe nell'estendere l'esenzione alle transazioni all'interno dell'Unione.

⁽³⁾ Direttiva 2006/123/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 12 dicembre 2006, relativa ai servizi nel mercato interno (GU L 376 del 27.12.2006, pag. 36).

4.2. Creare un contesto favorevole affinché le reti e i servizi digitali possano svilupparsi

4.2.1. Proposte legislative per riformare le vigenti norme sulle telecomunicazioni

La palese differenza tra l'Europa, l'Asia e gli Stati Uniti nel settore delle telecomunicazioni è costituita dalla frammentazione del mercato europeo. Al fine di creare organizzazioni dotate del livello di capacità in termini di investimenti e ricerca necessario per competere su scala globale, qualsiasi riesame dovrebbe tenere conto anche della capacità dei fornitori di servizi di comunicazione su Internet di livello 1 e 2, in vista della crescita esponenziale del traffico digitale. Il riesame dovrebbe anche cercare di trovare una soluzione equilibrata al problema della neutralità della rete. Nella misura in cui i media audiovisivi sono e saranno erogati via Internet, gli operatori delle telecomunicazioni devono avere la libertà di soddisfare le aspettative degli utenti sul piano della qualità e della velocità dei servizi.

Per quanto riguarda le proposte della Commissione, il Comitato accoglie con favore l'attenzione costante per la protezione dei consumatori, nonché la volontà di ridurre la frammentazione e rafforzare l'armonizzazione.

4.2.2. Revisione della direttiva sui servizi di media audiovisivi

Esistono notevoli disparità tra la regolamentazione dei fornitori di servizi che detengono una licenza e i prestatori di servizi non regolamentati. I confini sono resi ancora più sfumati dalla ritrasmissione di programmi regolamentati sulla banda larga, dal gran numero di siti web che distribuiscono video a richiesta, dagli eserciti di blogger nella sfera delle notizie e dalla dimensione digitale ormai associata alla maggior parte dei giornali.

Tuttavia il Comitato dubita che sia opportuno cercare di regolamentare tutti i servizi in maniera uniforme. La trasmissione lineare deve rispettare una serie di norme a causa degli obblighi di servizio pubblico e della scelta limitata degli spettatori. L'accesso ai siti web a banda larga è lasciato alla discrezione dello spettatore, come anche il controllo parentale. Data la rapidità dei mutamenti nel settore, è opportuno procedere a una revisione e sarà necessario introdurre dei cambiamenti; ma in tutto ciò occorre realizzare un giusto equilibrio.

4.2.3. Analisi globale del ruolo delle piattaforme nel mercato, compresi i contenuti illeciti su Internet

È chiaro che l'agenda digitale dell'UE dipende fortemente dalle piattaforme e che è promossa dalle stesse, come d'altronde avviene anche in altre regioni del mondo. Il successo delle principali piattaforme ha permesso loro di assumere una posizione dominante della quale non bisogna abusare. Tuttavia, il CESE mette in guardia la Commissione riguardo alla necessità di non ostacolare le operazioni di tali società soltanto perché hanno raggiunto dimensioni considerevoli e un notevole successo. Questo rischierebbe infatti di ostacolare lo sviluppo del mercato unico digitale in Europa.

Ciò detto, i cinque interventi proposti dalla Commissione appaiono fondati e ragionevoli; essi sono potenzialmente in grado di rafforzare l'utilità delle piattaforme nel mercato unico digitale. È estremamente importante che la Commissione adotti un approccio equilibrato e che non ignori i legittimi interessi commerciali delle piattaforme.

4.2.4. Riesame della direttiva sulla e-privacy

Il CESE condivide l'approccio adottato in materia di protezione dei dati personali. Tuttavia non è convinto che il «diritto all'oblio» nella sua versione attuale sia sostenibile nel lungo periodo, a causa dell'interpretazione eccessivamente ampia che ne viene data dall'UE e della difficoltà tecnica di far rispettare tale diritto nella rete a livello mondiale. Il Comitato esorta la Commissione a perfezionare il «diritto» di proteggere i soggetti vulnerabili al fine di conseguire l'accettazione di tale diritto su scala mondiale.

4.2.5. Istituzione di un partenariato pubblico-privato contrattuale sulla cibersecurity

Nell'economia digitale, i diversi anelli della catena del valore non conoscono frontiere e vanno al di là della dimensione nazionale, il che favorisce ampiamente la criminalità informatica. Il CESE apprezza il fatto che la strategia per il mercato unico digitale preveda un partenariato con l'industria in materia di cibersecurity, per dare finalmente forma concreta a una cultura della gestione dei rischi e della diffusione efficace delle informazioni, annunciata da lungo tempo.

Inoltre, la cibercriminalità presenta un aspetto particolare che non viene affrontato dalla Commissione: le tecnologie dell'informazione e della comunicazione offrono possibilità di sorveglianza informatica che potrebbero essere utilizzate per controllare i dati e le comunicazioni personali in violazione delle libertà individuali, se non addirittura a scopo di spionaggio a danno degli Stati membri e dei relativi quadri politici. A questo proposito il CESE ritiene che sarà necessario organizzare degli scambi di informazioni e potenziare le capacità di rilevamento e di intervento a livello dell'UE.

La Commissione non fornisce alcuna indicazione circa l'ambito di applicazione della proposta di partenariato, i risultati attesi o la struttura del partenariato (uno o più partner). Il Comitato insiste anche sulla dimensione degli investimenti di mercato nella cibersicurezza allo stato attuale. Per questi due motivi il CESE non può pronunciarsi su tale proposta fino a che non disporrà di maggiori informazioni in merito.

4.3. **Massimizzare il potenziale di crescita dell'economia digitale**

4.3.1. *Iniziativa in tema di proprietà dei dati, libero flusso dei dati (ad esempio, tra prestatori di cloud computing) e nuvola informatica europea*

Il CESE è consapevole dell'esistenza di un conflitto nell'ambiente dei «big data» tra la sicurezza dei dati personali, da un lato, e la necessità di aggregare gli insiemi dei dati personali nel quadro di mega analisi realizzate a fini economici, sociali e medici, dall'altro. Il CESE esorta la Commissione ad utilizzare il riesame previsto per risolvere questo conflitto.

4.3.2. *Adozione di un piano per le norme prioritarie nel settore delle TIC e ampliamento del quadro europeo di interoperabilità per i servizi pubblici*

Il CESE sostiene l'iniziativa proposta. Se da un lato gli organismi internazionali realizzano un certo grado di standardizzazione dell'hardware e del software di sistema, vi è chiaramente un ampio margine di standardizzazione e interoperabilità a livello di settore, programmi e applicazioni, con enormi possibilità di accrescere il valore e la pertinenza del mercato unico digitale.

4.3.3. *Nuovo piano d'azione per l'e-Government, comprensivo di un'iniziativa sul principio di «una tantum» e di un'iniziativa finalizzata all'interconnessione dei registri delle imprese*

La responsabilità in materia di e-Government incombe agli Stati membri, i quali in alcuni casi sono leader in questo campo mentre in altri segnano il passo. Per la creazione di un mercato unico digitale è indispensabile compiere dei progressi verso la realizzazione di un e-Government pienamente funzionante.

4.3.4. *Capacità e competenze digitali*

La Commissione non prevede un programma legislativo sulle capacità e competenze digitali, e lascia la questione alla discrezione degli Stati membri. Il CESE si rammarica del fatto che non vi siano nuove iniziative in questo ambito. Come minimo, auspicerebbe una comunicazione della Commissione che presenti le norme e le migliori pratiche in materia. È inoltre necessario porre l'accento sulle capacità matematiche e sull'alfabetizzazione dal momento che sono componenti chiave dell'insieme delle competenze digitali.

La comunicazione auspicata dal CESE presenterebbe un quadro strutturato per le diverse fasi della vita, unitamente a una serie di proposte generali relative all'apprendimento lungo tutto l'arco della vita. Tale quadro dovrebbe articolarsi in quattro capitoli: istruzione, occupazione, pensionamento e disabilità.

A ISTRUZIONE

A1 Istruzione primaria — competenze di base.

A2 Istruzione secondaria — sono previsti 2 indirizzi:

- insieme completo di competenze che consenta agli studenti di vivere e lavorare con fiducia nella società dell'informazione,
- insieme di competenze digitali specifiche per gli studenti che hanno il potenziale per diventare professionisti delle TIC in grado di colmare il divario di competenze nel settore. È in questo contesto che è necessario intensificare gli sforzi per conseguire un migliore equilibrio di genere nel campo delle tecnologie dell'informazione.

A1&A2 È importante sviluppare l'impiego responsabile delle competenze digitali nell'istruzione sia primaria che secondaria.

A3 Istruzione terziaria — sono previsti 2 indirizzi:

- competenze relative ai diversi mestieri, integrate negli insegnamenti e negli esami previsti per corsi di studio quali ingegneria, matematica e biotecnologie,
- istruzione avanzata in materia di tecnologia che permetta agli studenti di ottenere le qualifiche necessarie per occupare i posti vacanti nel settore delle tecnologie.

B OCCUPAZIONE

- B1 Formazione legata all'occupazione erogata dai datori di lavoro con un'attenzione costante per la riqualificazione professionale e lo sviluppo professionale continuo per mantenere delle competenze sempre aggiornate.
- B2 Formazione dei disoccupati organizzata dalle autorità pubbliche, con l'ausilio di agenzie specializzate.

C PENSIONAMENTO

- C1 Le competenze legate alla società dell'informazione devono essere messe a disposizione di tutti coloro che non hanno avuto modo di accedervi nel loro percorso personale e professionale.
- C2 Programmi speciali per aiutare gli infermi a restare integrati nella società dell'informazione.

D DISABILITÀ

Sostegno a ogni fase per consentire alle persone con disabilità di entrare nella società dell'informazione e di mantenersi al suo interno, anche con l'aggravarsi della disabilità.

Dai dati riportati dalla comunicazione della Commissione risulta chiaramente che esistono lacune di competenze a ogni età e in ogni regione. Per garantire che solo un numero limitato di cittadini, se non addirittura nessun cittadino, sia escluso dalla società dell'informazione e dal mercato unico digitale, il Comitato ritiene che l'unica soluzione sia ricorrere a un programma strutturato e controllato in ogni Stato membro. Il CESE ha ripetutamente sollecitato un'azione risoluta nell'ambito delle competenze. Nel quadro della strategia sul mercato unico digitale, è giunto il momento per la Commissione di agire.

Bruxelles, 9 dicembre 2015.

Il presidente
del Comitato economico e sociale europeo
Georges DASSIS
