

CAMERA DEI DEPUTATI

IX^a COMMISSIONE PERMANENTE (TRASPORTI, POSTE E TELECOMUNICAZIONI)

XVIII LEGISLATURA

PROPOSTA DI PIANO NAZIONALE DI RIPRESA E RESILIENZA

(DOC. XXVII, N. 18)

LA POSIZIONE DI NETCOMM

1. INTRODUZIONE

Netcomm, il Consorzio del commercio digitale italiano – punto di riferimento in materia di e-commerce e trasformazione digitale nel panorama nazionale e internazionale, con oltre 400 aziende consorziate, nazionali, internazionali e piccole-medie realtà di eccellenza del Made in Italy che operano lungo tutta la filiera del comparto digitale – esprime apprezzamento per il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza rilevando, tuttavia, la necessità di ulteriori sviluppi progettuali e di sistema.

I finanziamenti messi a disposizione dall'Unione Europea rappresentano un'occasione storica senza precedenti per gli Stati Membri e in particolare per il nostro Paese, per modellare il Sistema Italia rendendolo moderno, competitivo sul piano internazionale e attrattivo di investimenti.

La pandemia ha determinato gravissimi effetti sul piano sanitario e dolorose conseguenze sociali ed economiche facendo emergere anni di arretratezza, di carenze e mancanza di visione. Allo stesso tempo, la crisi pandemica sta promuovendo una forte accelerazione al processo di trasformazione digitale.

Al fine di supportare l'attività delle Istituzioni in questo percorso, Netcomm ritiene fondamentale mantenere il dialogo e la collaborazione tra pubblico e privato; il settore privato e le associazioni possono infatti fornire al decisore elementi preziosi di riflessione e indicare le reali necessità dei soggetti rappresentati grazie alla conoscenza diretta del settore di appartenenza.

Attraverso il presente documento Netcomm intende fornire il proprio supporto e contribuire alla crescita del Paese, con un'analisi costruttiva, mettendo a disposizione la propria esperienza nel settore digitale nel quale opera da tempo sia a livello nazionale che internazionale.

Netcomm

Via Chiaravalle, 8 – 20122 Milano - Tel. 02.58370580 – Fax 02.58370588
segreteria@consorzionetcomm.it - www.consorzionetcomm.it
CCIA Milano 1787834 - C.F. 04989210960 – P.I. 04989210960

1.1. Riflessioni generali sul PNRR.

Il documento affronta diverse tematiche del digitale trattandole come singole componenti di un ecosistema con una valenza autonoma e indipendente; tale impostazione determina una forte frammentazione sia in termini territoriali sia in termini di offerta di servizi ai cittadini, che quindi vanifica i benefici di semplificazione e di efficientamento che il digitale e la tecnologia possono apportare all'intero Sistema Paese.

Appreziamo il richiamo, nella parte introduttiva, del principio cardine ispiratore della *“centralità della persona, con le sue libertà, le sue aspirazioni e la sua dignità”*, tuttavia tale principio non può attuarsi nel concreto stante la forte frammentazione esistente e l'assenza di una visione di insieme che possa riconciliare le singole componenti; ribadiamo pertanto la necessità di una **visione del digitale unitaria e umano-centrica** che metta al centro la **“persona”** nelle diverse interazione della sua vita quotidiana e la conseguente necessità di rovesciare la prospettiva che ha ispirato fin d'ora l'impostazione del Piano.

Porre la persona al centro significa creare relazioni, interazioni e valore all'interno dell'intero ecosistema di riferimento: ad esempio, significa porre al centro il *“cittadino”* nella sua relazione con la P.A.; significa porre al centro il *“consumatore”* nella sua relazione con le imprese in un'ottica di esperienza d'acquisto *“on-life”* senza alcuna distinzione tra acquisto fisico e digitale; significa porre il *“paziente”* al centro della filiera della salute mettendo la tecnologia al suo servizio affinché possa supportarlo in ogni fase del suo percorso terapeutico e assistenziale (*onlife patient*); significa ridisegnare i percorsi turistici mettendo al centro il *“turista”* in un'ottica aggregata di servizi e esperienze.

Ne deriva pertanto la necessità e l'urgenza di **ripensare ai progetti in un'ottica di “Connected Economy”** promuovendo interventi che consentano di riconnettere un sistema che oggi appare fortemente frammentato e non integrato nelle sue componenti. **Connected Economy significa replicare “l'effetto rete” di internet mettendo in relazione le persone, gli attori delle diverse filiere, i servizi e l'accesso ai servizi nei diversi ambiti di riferimento.**

In particolare, occorre applicare il modello “rete” alle sei macroaree esaminate nel piano. Il Sistema Italia risulterà vincente e avrà la possibilità di recuperare il divario sul digitale rispetto altri paesi dell'Unione Europea se sarà in grado di applicare questo modello “rete” ai processi distributivi, al settore sanitario e ai modelli di erogazione dei servizi di cura, ai modelli di accesso e fruizione dei servizi turistici, ai piani di formazione e sviluppo delle competenze.

L'adozione di tale approccio implica il ripensamento dei progetti, delle sinergie e dei servizi a valore aggiunto a favore di cittadini, imprese e del Paese; significa connettere la mobilità e la logistica; significa utilizzare i dati e renderli interoperabili per creare valore condiviso; significa creare un sistema all'interno del quale i pagamenti digitali e le identità digitali dialoghino e garantiscano servizi al cittadino su tutto il territorio nazionale.

1.2. La rete di valore del Commercio Digitale.

In qualità di rappresentanti del Commercio Digitale italiano sottolineiamo l'importanza e la rilevanza dell'e-commerce inteso come **“Rete di valore del Commercio Digitale in Italia”** in termini di fatturato (PIL) e in termini occupazionali (esplicitare il fatto che “e-commerce” è l'insieme di molteplici fattori e servizi).

La rete del valore dell'e-commerce è infatti al terzo posto tra le 99 attività economiche italiane per incidenza sul fatturato del settore privato in Italia nel 2019, con un peso del 19,2% sulla crescita di fatturato del totale delle attività economiche italiane. Nello stesso anno, inoltre, la rete ha inciso profondamente sulla crescita dell'occupazione delle imprese italiane, con un contributo del 6,7% sul totale, collocandosi, anche in questo

caso, al terzo posto tra i settori economici per variazione dell'incidenza sull'occupazione italiana. Il settore legato agli acquisti di prodotti online in Italia nel 2020 genera un incremento di ricavi per 5,5 miliardi di euro. Gli operatori del segmento, ossia i Retailer (gli operatori che distribuiscono prodotti e servizi), i Brand owner (aziende di prodotti di marca che hanno attivato strategie e canali di vendita diretta online) e i Business partner (le realtà che forniscono servizi alla filiera) sono rappresentati da oltre 678mila imprese che danno occupazione a oltre 290mila lavoratori nel nostro Paese¹.

1.3. Il ruolo della regolamentazione europea e nazionale.

Netcomm pone, inoltre, come ulteriore stimolo di riflessione la centralità della regolamentazione come leva di crescita dell'economia nazionale e internazionale.

A testimonianza dell'importanza del ruolo della regolazione osserviamo l'impegno e la volontà del legislatore europeo di migliorare l'attuale contesto normativo al fine di ottenere un quadro giuridico adeguato alle esigenze del mercato digitale che acceleri e sostenga la crescita.

La certezza di un quadro normativo uniforme a livello europeo è **una condizione essenziale per promuovere l'innovazione, per sostenere e incentivare gli investimenti, per favorire l'imprenditorialità e la competitività delle nostre imprese all'estero**. Per tali ragioni, Netcomm stimola il governo e il legislatore a promuovere iniziative volte a razionalizzare le disposizioni esistenti con criteri di semplificazione, organicità e sistematicità, con norme coerenti con i processi di innovazione e quanto più armonizzate con il quadro giuridico europeo, evitando quindi asimmetrie, al fine di contribuire alla costruzione del mercato unico europeo governato da norme uniformi e armonizzate. Con particolare riguardo a quest'ultimo profilo, Netcomm raccomanda al legislatore nazionale nell'ambito del suo ruolo di interlocutore con gli altri Paesi dell'Unione di sostenere il ricorso allo strumento giuridico della regolamentazione nella formulazione di nuove disposizioni proprio al fine di garantire maggiore uniformità dei provvedimenti.

La normativa deve essere pronta a rispondere al cambiamento, ai nuovi stimoli e alle opportunità che le tecnologie offrono; pertanto, occorre osservare i nuovi modelli di business, le tendenze del mercato che vanno via via affermandosi come risposta delle imprese alle esigenze del cittadino-consumatore in un mondo sempre più digitale nel quale i confini tra online e offline sono sempre più labili ed evanescenti. La prova di tale processo evolutivo si evince proprio dalla pandemia e dalle risposte che il commercio digitale è riuscito a dare in breve tempo per fronteggiare l'emergenza; si pensi ad esempio ai servizi di consegna a domicilio da parte dei negozi di prossimità, oppure alla facoltà di trasmettere le prescrizioni dei farmaci tramite messaggistica istantanea, via e-mail e la possibilità di effettuare consegne a domicilio di farmaci con obbligo di prescrizione medica.

In funzione di tale riflessione, come ultimo stimolo, invitiamo il governo e il legislatore a fare ricorso a strumenti quali le Analisi di Impatto della Regolamentazione (Air) e le Consultazioni pubbliche come momenti di approfondimento e di verifica dei reali impatti e delle ricadute, dirette e indirette, che la regolamentazione può avere nell'economia reale.

¹ *La rete del valore dell'e-commerce e del digital retail in Italia, una ricerca di Netcomm condotta da The European House – Ambrosetti (2020)*

2. ANALISI DEL PNRR

Attraverso il presente capitolo Netcomm ripercorre la Parte 2 del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza richiamando le sei macroaree (missioni e linee progettuali), soffermandosi sulle aree di sua esperienza ed evidenziando per ciascuna di esse gli aspetti che, a suo avviso, necessiterebbero di un ripensamento in un'ottica di maggiore efficacia ed efficienza, evidenziando i principali asset sui quali concentrare l'azione.

Le indicazioni espresse nei commenti saranno riprese nel terzo capitolo mediante la proposizione di singole schede progetto attraverso le quali Netcomm intende contribuire concretamente mettendo a disposizione le proprie competenze e conoscenze.

2.1. DIGITALIZZAZIONE, INNOVAZIONE, COMPETITIVITÀ E CULTURA, I COMMENTI DI NETCOMM

Aree di intervento espresse nel PNRR:

1. *Digitalizzazione e modernizzazione della PA*
2. *Digitalizzazione, innovazione e competitività del sistema produttivo*
3. *Turismo e cultura 4.0*

2.1.1. Digitalizzazione e modernizzazione della PA. Crescita digitale del Sistema Paese. Trasformazione digitale del settore pubblico; rafforzamento del perimetro di sicurezza nazionale cibernetica; realizzazione della interoperabilità delle banche dati (PNRR: Parte II, Cap. 1.1).

Netcomm ritiene che la digitalizzazione e la modernizzazione della PA sia un elemento cardine per l'evoluzione digitale del Sistema Paese: oltre ad avere molteplici impatti sulla vita dei cittadini, potrebbe ripercuotersi positivamente su tutte le realtà pubblico / private che interagiscono con essa. Come menzionato nel precedente capitolo, ribadiamo l'importanza di sviluppare infrastrutture tecnologiche inclusive e flessibili, affinché possano ingenerare sinergie di sistema e consentano di adeguarsi nel tempo ai bisogni dei cittadini e all'evolversi del contesto sociale, economico e tecnologico.

2.1.2. Digitalizzazione, innovazione e competitività del sistema produttivo. Sostenere l'innovazione e la competitività del Sistema produttivo, con particolare attenzione alle PMI ed alle filiere produttive. (PNRR: Parte II, Cap. 1.2).

Il PNRR pone tra gli obiettivi della prima macroarea "la crescita, l'Innovazione e la competitività del Sistema Produttivo" senza prendere debitamente in considerazione la crescita del sistema commerciale, compresa la valorizzazione del commercio di prossimità il quale rappresenta uno dei settori maggiormente penalizzati dalla crisi pandemica in corso.

Il commercio digitale offre valore per l'intero sistema economico italiano e per i consumatori, promuovendo lo sviluppo di canali alternativi di vendita a supporto del tessuto imprenditoriale del Paese e per la valorizzazione del Made in Italy all'estero. Lo stato di emergenza pandemica ha posto il settore, al pari di molti altri, in una situazione senza precedenti facendone emergere tutti i limiti e le criticità.

Se da un lato è pur vero che il settore dell'e-commerce – in stretta collaborazione con le filiere della logistica, dei pagamenti e della distribuzione fisica – ha continuato a operare assicurando la continuità delle attività e servendo il Paese nel grave momento di necessità di questi servizi, è altrettanto vero che **molte imprese (filiere comprese) si sono rivelate impreparate e con strutture (aziendali e tecnologiche) inadeguate**: molte di esse non disponevano di un sito di vendita online, non erano presenti sulle piattaforme di vendita,

hanno affrontato criticità nell'adeguarsi a soluzioni di lavoro da remoto, il tutto con gravi conseguenze per il sistema economico.

Inoltre, come espresso nel capitolo 1 del presente documento, l'intero progetto di digitalizzazione, innovazione e competitività del sistema produttivo, oltre che di quello commerciale come poc'anzi menzionato, deve fondarsi su una visione che parta dalle necessità dei cittadini/consumatori e che tenga in debita considerazione la competizione sempre crescente alla quale le imprese italiane sono chiamate a far fronte.

Solo in questo modo si potranno generare risposte concrete ed efficienti a sostegno del sistema italiano, nelle quali le componenti tecnologiche saranno un fattore abilitante e non un traguardo.

Il Governo per fronteggiare la grave crisi economica ha disposto diverse e importanti misure di sostegno che certamente costituiscono un valido aiuto, tuttavia è fondamentale intervenire con **un piano di supporto e di transizione al digitale che sostenga le imprese in tale passaggio e soprattutto faciliti il processo di trasformazione digitale che deve rivelarsi definitivo e irreversibile.**

Occorre pertanto che i sistemi di finanziamento e di sostegno introdotti vengano garantiti anche nei prossimi anni per tutte le imprese che adottano tecnologie emergenti all'interno delle imprese. Inoltre, è fondamentale prevedere progetti di sostegno e di rafforzamento dei processi di digitalizzazione delle PMI che operano nel settore del commercio con programmi volti a promuovere la crescita, la trasformazione digitale e, quindi, la competitività di queste aziende, che rafforzino i servizi di logistica e delivery al consumatore finale, che valorizzino e creino maggiori connessioni tra le filiere e le imprese nelle relazioni B-2-B-2-C. Tali obiettivi sono realizzabili, ad esempio, attraverso il finanziamento di progetti di innovazione, l'aggiornamento delle soluzioni software e hardware e la formazione.

Si rinvia al terzo capitolo per le proposte di Netcomm a favore delle imprese (schede riportate nei paragrafi 3.1. e 3.2.).

2.1.3. Turismo e cultura (PNRR Parte II, Cap. 1.3)

Rilanciare in chiave sostenibile i settori del turismo e della cultura, elevando i livelli dei servizi turistici e culturali, supportando la transizione digitale e verde e lo sviluppo socioeconomico del Paese.

In relazione al settore turistico, Netcomm rileva una visione "statica" dei progetti esposti nel PNRR, i quali appaiono fortemente focalizzati sullo sviluppo e sulla valorizzazione del patrimonio artistico e culturale senza considerare altri ambiti del comparto e le molteplici opportunità di sviluppo dello stesso in un'ottica di offerta variegata e complementare che integri turismo, cultura e digitale.

Il settore turistico costituisce una delle principali componenti del PIL nazionale ed è quindi indispensabile sostenere la ripresa dopo la grave crisi del 2020 e il suo sviluppo in chiave digitale; ad avviso di Netcomm occorre intervenire con due linee di azione caratterizzate entrambe da un approccio di sistema, basato sui seguenti pilastri:

- utilizzo delle tecnologie con un approccio umano-centrico che metta la persona (il turista digitale) al centro dei processi;
- valorizzazione del territorio, con particolare riguardo alle micro-destinazioni;
- sviluppo sistematico della catena del valore che unisca turismo e retail attraverso l'e-commerce.

In particolare, è necessario creare le condizioni per lo sviluppo di **un'offerta turista integrata e digitale che valorizzi le micro-destinazioni** al fine di decongestionare i flussi turistici nelle località maggiori, che in passato hanno "sofferto" situazioni di *overtourism*, fortemente impattanti per le città e l'ambiente e non più sostenibili, dando la possibilità al viaggiatore di apprezzare il patrimonio storico, artistico e naturalistico dislocato su tutto il territorio nazionale, valorizzando le località meno note ma altrettanto di valore.

Allo stesso tempo occorre creare le condizioni per la promozione delle produzioni locali eno-gastronomiche e i prodotti artigianali, rafforzando il sistema dei trasporti e avvalendosi di soluzioni di mobilità smart ed eco-sostenibile (es. bike, car sharing, etc.), ridisegnando i processi e ponendo al centro il turista nella sua relazione con la filiera in un'ottica di esperienza di viaggio "on-life" senza distinzione tra fisico e digitale, facilitando il tourist journey attraverso sistemi di prenotazione, di pagamento e di acquisto dei servizi, mediante l'utilizzo di piattaforme integrate e interconnesse che diano la possibilità – a titolo puramente esemplificativo – di prenotare e acquistare il viaggio, l'ingresso al museo o di prenotare il soggiorno e il ristorante.

In secondo luogo, occorre creare le condizioni per lo **sviluppo duraturo e sistematico della catena di valore che unisca il turismo, gli esercizi commerciali locali e l'e-commerce**.

Il turismo offre la possibilità ai visitatori di conoscere e apprezzare i prodotti locali, le produzioni artigianali, così come i prodotti dei marchi italiani acquistandoli durante vacanze; tale fenomeno è particolarmente diffuso in determinate aree notoriamente turistiche e in determinati periodi dell'anno; l'attuale crisi del turismo sta penalizzando in modo particolare l'economia locale di tali aree che tipicamente traggono la maggiore fonte di sostentamento proprio dai flussi turistici. Al fine di ovviare a tale situazione, è possibile intervenire sostenendo lo sviluppo di **progetti di digitalizzazione dei negozi fisici con una forte connessione al territorio di appartenenza che diano la possibilità al turista di mantenere la relazione anche al rientro**, continuando ad acquistare i prodotti locali facendoli conoscere anche ai terzi, con il conseguente potenziamento del commercio locale in maniera permanente.

Si rinvia al terzo capitolo per le proposte di Netcomm sul punto (scheda-progetto riportata nel paragrafo 3.3).

2.2. RIVOLUZIONE VERDE E TRANSIZIONE ECOLOGICA: I COMMENTI DI NETCOMM

Aree di intervento previste nel PNRR.

1. *Agricoltura sostenibile ed Economia*
2. *Energia rinnovabile, Idrogeno e Mobilità Sostenibile*
3. *Efficienza energetica e riqualificazione degli edifici*
4. *Tutela del territorio e della risorsa idrica*

2.2.1. Agricoltura sostenibile ed economia circolare. Rendere la filiera agroalimentare sostenibile. (PNRR Parte II, Cap. 2.1.)

In materia di agricoltura sostenibile riteniamo importante sottolineare come diverse tecnologie possano contribuire a modernizzare ed efficientare il settore e come queste abbiamo già trovato importanti riscontri applicativi a livello mondiale. Progetti quali l'automazione dei macchinari agricoli o l'impiego di sistemi di blockchain lungo le filiere produttive possono ad esempio portare a un'allocazione più efficiente delle risorse

agrarie e contribuire a un miglior tracciamento dei processi e dei dati legati al ciclo di vita dei prodotti agroalimentari, come importanti ripercussioni sulle imprese della filiera e sui consumatori finali.

Per quanto invece afferisce alla filiera del riciclo, ricordiamo l'importanza di considerare anche la gestione dei rifiuti legati al contesto e-commerce, quali ad esempio lo smaltimento dei RAEE che deve essere incentivato e facilitato anche per gli acquisti online e il riciclo/riutilizzo dei pacchi attraverso i quali gli operatori dell'e-commerce consegnano i prodotti ai propri clienti.

Infine, con riferimento alla tematica dell'economia circolare, riteniamo importante sottolineare come il digitale sia un canale estremamente rilevante per facilitare la re-immissione in circolo dei prodotti dando loro nuove modalità di utilizzo. Piattaforme di aggregazione, portali di sharing, così come singole iniziative di business, sono già fortemente attive nel contribuire e sensibilizzare gli utenti verso un'economia più sostenibile e circolare, tali iniziative devono quindi essere sostenute e incentivate, anche dal punto di vista finanziario.

2.3. INFRASTRUTTURE PER UNA MOBILITÀ SOSTENIBILE

Aree di intervento previste nel PNRR

1. *Alta velocità ferroviaria e manutenzione stradale 4.0.*
2. *Intermodalità e logistica integrate.*

2.3.1. Intermodalità e logistica integrate (PNRR II Parte, Cap. 3.2.).

In relazione a tale area, Netcomm osserva come gli interventi presentati non tengano in debita considerazione l'impatto dell'e-commerce e del commercio digitale sul trasporto nazionale e sulle attività degli operatori logistici.

Stante il crescere delle richieste di cittadini e consumatori di modalità di consegna e ritiro dei prodotti sempre più veloci, puntuali e flessibili, occorre che tale elemento venga posto in attenta considerazione attraverso il potenziamento della rete, il supporto agli operatori del settore e il ripensamento delle città in un'ottica di smart cities, adeguate ad accogliere e supportare i flussi di consegna dei pacchi legati agli acquisti online.

A riprova di quanto affermato basi pensare, da un lato, alle gravi difficoltà verificatesi nella prima fase dell'emergenza sanitaria (lockdown totale) a causa delle carenze organizzative e strutturali del settore che sono emerse con forza determinando gravi ritardi (ancora oggi non risolti pienamente) con conseguente disagio per i cittadini e per le imprese che operano nel digitale e, dall'altro lato, al fatto che la diminuzione del traffico cittadino e della circolazione ha favorito notevolmente, la consegna dei pacchi facilitando l'operato dei corrieri.

E' quindi evidente la necessità di considerare lo sviluppo delle Smart Cities con una visione "cittadino-centrica", come delineata nel capitolo introduttivo del presente documento, che valorizzi nuove forme di mobilità dei cittadini e delle merci all'interno delle città. Netcomm invita quindi il Governo a sostenere tali processi ponendo attenzione non solo agli aspetti segnalati bensì anche attraverso normative che possano favorire la crescita senza porsi quale ostacolo ai nuovi modelli di business.

Infine, anche in riferimento alla missione "Agricoltura sostenibile ed economia circolare", ricordiamo come l'ammodernamento e l'efficientamento della filiera agroalimentare italiana non possa prescindere da un miglioramento dei suoi flussi logistici, quali ad esempio il mantenimento e il tracciamento della catena del

freddo, nonché l'ammodernamento dei mercati generali italiani, processi che necessitano quindi di un ripensamento in chiave digitale in termini di investimenti e formazione.

2.4. ISTRUZIONE E RICERCA

Aree di intervento previste nel PNR:

1. *Potenziamento delle competenze e diritto allo studio*
2. *Dalla ricerca all'impresa.*

2.4.1. Colmare il deficit di competenze che limita il potenziale di crescita del nostro Paese e la sua capacità di adattamento alle sfide tecnologiche e ambientali. Accordi per l'innovazione. Trasferimento di tecnologia e sostegno all'innovazione (PNRR Parte II, Cap. 4.2., par. 2 e seg.)

In termini generali, Netcomm accoglie con favore la volontà di intervenire sull'ammodernamento del settore scolastico sia in termini di infrastrutture, di dotazioni e di programmi. Netcomm intende stimolare l'adozione di percorsi formativi anche in età scolare volti a supportare l'introduzione di programmi formativi che facilitino la comprensione del digitale a tutti i livelli. La transizione digitale e la velocità con cui cambiano le tecnologie richiedono competenze specifiche e interventi mirati. Netcomm ritiene che il PNRR, cogliendo giustamente il grave divario nazionale, intervenga con misure che necessitano di maggiore focalizzazione in particolare per quanto concerne la formazione degli studenti nel mondo del lavoro.

2.5. INCLUSIONE E COESIONE

Aree di intervento previste nel PNRR

1. *Politiche per il lavoro*
2. *Infrastrutture sociali, famiglie, comunità e terzo settore*
3. *Interventi speciali di coesione territoriale.*

2.5.1. Politiche per il lavoro (PNRR II Parte, Cap. 5.1.)

Con particolare riguardo alle Politiche per il lavoro (capitolo 5.1 del PNRR), riprendendo anche quanto esposto nel paragrafo 2.4.1., Netcomm segnala la necessità di rafforzare e incentivare maggiormente i programmi di formazione digitale all'interno delle imprese, con particolare riguardo al personale dipendente non nativo digitale, tale intervento si rende necessario per due motivi: in primo luogo affinché i lavoratori possano utilizzare pienamente le opportunità offerte dalla tecnologia, in secondo luogo, al fine di facilitare il ricollocamento del lavoratore all'interno dell'azienda e anche all'esterno.

In relazione al primo aspetto, la disponibilità di infrastrutture, di soluzioni digitali all'avanguardia è vana se queste risorse non sono correttamente incanalate e utilizzate e ancora oggi in Italia cittadini e imprese hanno competenze digitali inadeguate per affrontare le sfide del mercato unico digitale.

Lo Stato deve quindi farsi carico del cambio di mentalità dei propri cittadini e delle imprese, intervenendo da un lato con **attività di comunicazione volta a sensibilizzarli sulla necessità di una cultura digitale** anche attraverso la collaborazione con associazioni di categoria, enti e organizzazioni territoriali e, naturalmente, intervenendo anche in ambito scolastico con programmi formativi adeguati, come sopra rilevato.

In secondo luogo occorre intervenire per incentivare l'introduzione di programmi di formazione per favorire la mobilità intersettoriale dei lavoratori, soprattutto per coloro che si collocano in una fascia anagrafica intermedia o prossima al pensionamento, meno attrattiva per il mercato del lavoro, ponendo tali lavoratori nelle condizioni di poter fronteggiare con più facilità le evenienze che possono manifestarsi nel corso dell'attività lavorativa, quali ad esempio la digitalizzazione dei processi produttivi a prevalente uso umano. Rispetto a tale profilo, una delle principali critiche mosse a tali processi di innovazione è "la perdita di posti di lavoro" legata, appunto, all'utilizzo di processi produttivi digitalizzati. Naturalmente si tratta di un falso problema e di una strumentalizzazione del fenomeno da parte di coloro che rimangono ancorati ad una visione analogica e poco propensa al cambiamento.

La digitalizzazione crea domanda di nuovi posti di lavoro e nuove competenze, alle quali il nostro Paese oggi NON è in grado di rispondere pienamente. **È quindi fondamentale sostenere lavoratori e imprese indirizzandoli al cambiamento**, attraverso lo sviluppo di corsi di formazione interni all'azienda che aiutino i lavoratori ad affrontare nuovi ruoli e opportunità lavorative legati al digitale

Concludendo sul punto, ad avviso di Netcomm, il PNRR pur fornendo una panoramica dei problemi e delle mancanze strutturali del Paese è carente rispetto alla specifica individuazione delle competenze da valorizzare, gli obiettivi di formazione da perseguire e gli strumenti per realizzarli.

Occorre intervenire con programmi volti allo sviluppo delle competenze richieste delle tecnologie emergenti: Mobile Internet, Big Data, nuove fonti energetiche, sostenibilità, Internet of Things, Sharing Economy, Robotica, Intelligenza Artificiale, giusto per citare solo alcuni dei principali ambiti di sviluppo che necessitano nuove competenze.

Allo stesso modo, è importante adottare iniziative volte migliorare la **formazione di imprenditori e manager** la cui preparazione e predisposizione al digitale è ancora oggi troppo limitata e inadeguata ad affrontare il cambiamento, occorre quindi un ripensamento e un rilancio dei percorsi formativi Digital Export articolati in programmi di webinar, corsi in aula, eventi e coaching a distanza, favorendo la collaborazione tra Enti pubblici e realtà private (Netcomm, ad esempio, ha all'attivo importanti collaborazioni con ICE, PROMOS e altre realtà primarie). Si rinvia al terzo capitolo alcuni stimoli progettuali sul punto (scheda-progetto riportata nel paragrafo 3.4).

2.6. SALUTE

Aree di intervento previste nel PNRR.

1. Assistenza di prossimità e telemedicina.
2. Innovazione, ricerca e digitalizzazione dell'assistenza sanitaria.

2.6.1. Osservazioni generali sulle proposte.

L'attuale emergenza epidemica ha comportato l'emersione delle gravi carenze strutturali del nostro Paese, con particolare riguardo al settore sanitario, trovatosi indifeso e con un sistema tecnico-organizzativo non adeguato all'enorme sfida a cui è stato chiamato a rispondere. Il Governo intende sopperire a tali carenze avviando un processo di riforma strutturale della sanità di ampio respiro che vede le seguenti linee di azione: i) promozione e rafforzamento dell'assistenza di prossimità; ii) definizione di un nuovo assetto istituzionale di prevenzione Salute-ambiente-clima, con un approccio "One-Health"; iii) riforma del rapporto tra salute e ricerca.

Netcomm condivide in termini generali il piano programmatico e apprezza lo sforzo economico che il Governo si appresta a sostenere sebbene, a suo avviso, necessiti di ulteriore sviluppo in un'ottica di maggiore integrazione e di ottimizzazione, nei termini qui di seguito esposti.

2.6.2. Potenziamento assistenza sanitaria e rete territoriale (PNRR Parte II, Cap. 6.1.)

I progetti presentati, pur essendo interessanti e innovativi, necessitano di un ripensamento sistematico e integrato.

Come anticipato nell'introduzione, il buon esito dell'evoluzione del sistema della salute non può prescindere dal creare dei progetti che, partendo dalla visione del patient journey e dei suoi bisogni nel complesso, realizzino l'integrazione degli attori dell'intera filiera, dei processi e delle informazioni della rete. **Solo attraverso un progetto sistemico sarà possibile garantire un'erogazione più puntuale ed efficiente dei servizi sanitari, supportando i pazienti, gli operatori sanitari e le realtà operanti.**

I progetti a supporto della telemedicina (in tutte le sue varie applicazioni) sono fondamentali, tuttavia rischiano di perdere la loro efficacia se non saranno sviluppati con una visione di insieme. Questo vuol dire offrire non solo le soluzioni tecnologiche ma anche definire concretamente e in maniera adeguata tutte le fasi del percorso terapeutico e assistenziale, dalla prenotazione, al pagamento, al ritiro dei referti (solo per citare a titolo esemplificativo alcuni aspetti) in un'ottica di sviluppo e connessione del territorio e di assistenza domiciliare integrata alla medicina tradizionale. Lo sviluppo di sistemi di tele-monitoraggio in assenza di processi operativi coerenti e adeguati al territorio e in assenza di figure preposte all'utilizzo di tali tecnologie rischia di essere inefficace per difficoltà attuative nel concreto.

In tale scenario, l'attuale piano risulta poi carente nel considerare il ruolo cruciale che le farmacie potrebbero assumere nei servizi di assistenza territoriale, già peraltro sperimentato concretamente in occasione dell'emergenza sanitaria in corso (ad esempio attraverso il supporto nella ricezione dei farmaci da parte dei cittadini), sarebbe quindi utile e opportuno effettuare delle valutazioni per il potenziamento della rete farmaceutica rafforzando la sua connessione con gli altri presidi sanitari.

Infine, nella definizione di un'offerta di servizi per la salute, sarà necessario porre attenzione alla domanda crescente dei cittadini di poter acquistare i prodotti farmaceutici online, tema per il quale l'attuale scenario regolamentare risulta non adeguato e in linea con l'evoluzione in corso, lasciando numerose aree di indeterminazione che possono dare luogo a fenomeni distortivi.

2.6.3. Ammodernamento tecnologico e digitale. Fascicolo sanitario elettronico e raccolta, elaborazione e analisi dei dati a livello centrale (PNRR Parte II, Cap. 6.2.)

Anche per questa componente, come poc'anzi descritto, ribadiamo la necessità di realizzare un piano integrato di interventi che si basi sulla rimodulazione dell'intero patient journey e che miri a un complessivo miglioramento della qualità delle cure offerte e dell'efficienza del sistema.

Con particolare riferimento ai sistemi informativi sanitari e alla cartella clinica elettronica, sottolineiamo infatti come la presenza di un progetto integrato e interoperabile sia fondamentale per il corretto ed efficace utilizzo dei dati, non solo per poter avere una visione puntuale del paziente e del percorso di cura più idoneo alle sue necessità, ma anche per supportare gli operatori sanitari nelle loro attività di cura e assistenza, così come per fornire al personale amministrativo gli strumenti idonei per l'efficace gestione dei loro processi e delle loro realtà.

3. LE PROPOSTE DI NETCOMM

Alla luce delle osservazioni sopra esposte e con la volontà di mettere a disposizione del Paese la sua esperienza e le competenze maturate, Netcomm riporta qui di seguito una serie di proposte progettuali per lo sviluppo e crescita digitale del sistema Italia.

In particolare, Netcomm ha individuato sei aree strategiche che costituiscono – unitamente allo sviluppo delle infrastrutture digitali e l'interconnessione dei sistemi - i pilastri di un paese moderno e innovativo nell'interesse dei cittadini, delle imprese e per una pubblica amministrazione efficiente

- **Imprese:** digitalizzazione delle imprese e sviluppo di nuovi modelli di vendita e di distribuzione (3.1)
- **Export:** Internazionalizzazione e sviluppo dell'Export (3.2)
- **Turismo:** innovazione del settore turistico attraverso l'integrazione delle filiere (3.3)
- **Competenze:** rafforzamento delle competenze digitali per nuove opportunità di lavoro (3.4)
- **Sanità:** digitalizzazione del sistema sanitario e farmaceutico (3.5)
- **Pagamenti digitali:** rafforzare il sistema dei pagamenti digitali in tutte le filiere (3.6).

3.1. IMPRESE: DIGITALIZZAZIONE DELLE IMPRESE E SVILUPPO DI NUOVI MODELLI DI VENDITA E DI DISTRIBUZIONE

In relazione al paragrafo 2.1.2., riprendendo le riflessioni e i commenti sopra esposti, Netcomm sollecita l'adozione di progetti di digitalizzazione delle imprese per lo sviluppo e la competitività del sistema commerciale, con particolare riguardo alle microimprese e alle PMI, al fine di supportare il processo di trasformazione digitale e lo sviluppo di nuovi modelli di vendita e distribuzione che risultino adeguati alle esigenze del cittadino-consumatore. A tal fine si raccomanda l'adozione delle seguenti azioni:

- **Principali attività e aree d'investimento dei progetti**
 - Sostenere l'adozione e lo sviluppo dei canali digitali e di e-commerce da parte delle imprese italiane, di ogni dimensione e settore. Come segnalato nel capitolo 2
 - Sostenere i processi di digitalizzazione dei negozi di prossimità, rendendoli parte della trasformazione digitale. La crisi pandemica in corso ha rafforzato l'attitudine degli italiani agli acquisti online consolidando anche il o in maniera cristallina quanto la
 - Sostenere la trasformazione culturale, organizzativa e tecnologica delle imprese italiane e dei loro modelli distributivi.
- **Principali attività e aree d'investimento dei progetti**
 - Sostegno ai progetti di sviluppo dei canali digitali e di e-commerce, attraverso il finanziamento di tutte le tipologie di investimenti e il sostegno ai costi connessi, tra i quali:
 - l'adozione e l'uso di applicazioni di e-commerce, digital marketing e digital payment;
 - l'acquisto di servizi formativi, implementativi e di supporto ai progetti di digital commerce;
 - la trasformazione dei magazzini e dei processi operativi rivolti ai nuovi canali digitali;
 - l'assunzione e/o la ri-qualificazione del personale dedicato ai canali, alle attività e alle tecnologie dei canali digitali ed e-commerce;
 - l'accesso e la gestione delle vetrine sui marketplace.

- Sostegno ai progetti consortili di sviluppo dei canali digitali e di e-commerce, ossia iniziative capaci di aggregare più imprese, con particolare riferimento alle PMI, ai distretti industriali, alle filiere e a progetti digitali territoriali.

3.2. EXPORT: INTERNAZIONALIZZAZIONE E SVILUPPO DELL'EXPORT

In relazione al paragrafo 2.1.2., riprendendo le riflessioni e i commenti sopra esposti, Netcomm sollecita l'adozione di progetti finalizzati a sostenere e promuovere l'internazionalizzazione delle imprese nazionali per lo sviluppo e la competitività del sistema commerciale nazionale.

- **Principali obiettivi, benefici ed elementi chiave**
 - Sostenere l'adozione e lo sviluppo dei canali digitali e di e-commerce da parte delle imprese italiane, di ogni dimensione e settore, con un programma specifico per le vendite in paesi esteri.
 - Sostenere la trasformazione culturale, organizzativa e tecnologica delle imprese italiane e dei loro modelli distributivi.
- **Principali attività e aree d'investimento del progetto**
 - Come per il progetto proposto nell'ambito "Digitalizzazione delle imprese e sviluppo di nuovi modelli di vendita e di distribuzione", si propone di sostenere i progetti di sviluppo dei canali digitali e di e-commerce attraverso il finanziamento di tutte le tipologie di investimenti e il sostegno ai costi connessi al digital export.
 - Tra le voci di investimento e spesa tipiche dei progetti di digital export rientrano:
 - i costi di accesso e di gestione dei marketplace esteri;
 - i costi per i servizi di sviluppo di contenuti nelle lingue specifiche del digital export;
 - i costi logistici per le spedizioni dirette a clienti finali dei canali digitali.
 - Finanziamento di iniziative promosse da Enti, consorzi e reti d'impresa per promuovere sui mercati esteri le aziende italiane presenti nei canali digitali di quei paesi.
 - Sostegno a progetti consortili di digital export, ossia iniziative capaci di aggregare più imprese, con particolare riferimento alle PMI, ai distretti industriali, alle filiere e a progetti digitali territoriali.

3.3. TURISMO: INNOVAZIONE DEL SETTORE TURISTICO ATTRAVERSO L'INTEGRAZIONE DELLE FILIERE

Richiamando integralmente i commenti sviluppati nel paragrafo 2.1.3. che precede, si riportano qui di seguito le proposte di Netcomm per la ripresa e il sostegno al settore turistico.

- **Principali obiettivi, benefici ed elementi chiave**
 - Sostenere la ripresa del settore turistico e lo sviluppo del turismo digitale attraverso progetti che mettano a disposizione del turista un'offerta completa, integrata e digitale di tutte le risorse di un determinato territorio, valorizzando in particolare le località turistiche meno note e permettendo di mantenere la relazione con il territorio anche al termine del viaggio.

- I punti di forza di tali progetti sono:
 - la valorizzazione delle località meno note in un'ottica di redistribuzione dei flussi turistici decongestionando i luoghi di maggiore interesse, ovviando così a fenomeni di overtourism, a vantaggio di presidi meno conosciuti;
 - la valorizzazione dell'indotto generato dal turismo attraverso il mantenimento della relazione tra il turista e l'esercente locale grazie all'e-commerce (il turista conosce i prodotti eno-gastronomici o prodotti di artigianato locale durante la vacanza e può continuare ad acquistare anche al rientro), sviluppando un'offerta commerciale efficace attraverso il web che permette di sopperire alle carenze stagionali e ai periodi di crisi (come quello in corso).
- L'elemento chiave di tali progetti sono le tecnologie digitali che mettono al centro la persona (il turista digitale) facilitando l'incontro tra la domanda e l'offerta, la gestione digitale di tutte le fasi del *travel journey* e il mantenimento della relazione con la filiera al termine della vacanza.

- **Principali attività e aree d'investimento del progetto**

In relazione al primo progetto "*Sviluppo di un'offerta turistica che valorizzi le micro-destinazioni*" occorre promuovere le località con presenza turistica secondaria in termini di patrimonio storico, artistico e naturalistico, valorizzando le produzioni locali eno-gastronomiche e i prodotti artigianali e collegando tali aree con centri cittadini maggiori tramite il rafforzamento del sistema dei trasporti e l'adozione di soluzioni di mobilità smart e eco-sostenibile (es. bike, car sharing, etc.).

In relazione al secondo progetto, "*Sviluppo duraturo e sistematico della catena di valore che unisca il turismo, gli esercizi commerciali locali e l'e-commerce*", occorre sostenere lo sviluppo di progetti di digitalizzazione dei negozi fisici con una forte connessione al territorio di appartenenza che diano la possibilità al turista di mantenere la relazione anche al suo rientro, continuando ad acquistare i prodotti locali e/o facendoli conoscere anche ai terzi, con il conseguente potenziamento del commercio locale in maniera permanente.

Lo sviluppo di tali iniziative necessita di investimenti che diano la possibilità a tutti gli attori della filiera di essere interconnessi e di dialogare attraverso le piattaforme digitali. Occorre infatti intervenire attraverso la digitalizzazione di tutta la filiera al fine di interconnettere:

- i servizi ricettivi, quali strutture alberghiere, extra-alberghiere (campeggi e sharing accommodation), strutture turistiche e di divertimento (parchi acquatici, impianti sciistici);
- i servizi di trasporti, intesi come servizi di trasporto terrestri, fluviali e marittimi, aerei e le soluzioni di smart-mobility (bike, car sharing, etc.);
- i presidi culturali (musei, parchi archeologici, aree archeologiche e gli altri luoghi della cultura);
- i presidi naturali (parchi naturalistici);
- gli esercenti locali, quali negozi di vicinato e imprese che operano nel retail.

Tra le voci di investimento e di spesa tipiche dei progetti di digital tourism & travel rientrano:

- i costi di accesso o di gestione dei marketplace e delle piattaforme;
- i costi per i servizi di sviluppo di contenuti in diverse lingue (e relativi aspetti di compliance legati alla normativa locale);
- i costi per servizi di consulenza di "Destination Management" che offrano servizi di supporto e assistenza per lo sviluppo dei processi di digitalizzazione e di valorizzazione delle filiere.

3.4. COMPETENZE: RAFFORZAMENTO DELLE COMPETENZE DIGITALI PER NUOVE OPPORTUNITÀ DI LAVORO

Riprendendo quanto indicato nel paragrafo 2.5 del presente documento, lo sviluppo di competenze digitali è fondamentale per rispondere adeguatamente alle sfide di un mercato sempre più digitale e interconnesso. Occorre quindi intervenire con programmi adeguati sulla popolazione attiva (lavoratori) sia su studenti e persone in cerca di occupazione.

- **Principali obiettivi, benefici ed elementi chiave**

- Lavoro
 - Incentivare programmi di formazione digitale di manager e imprenditori al fine di sviluppare competenze adeguate alle sfide del Mercato Unico Digitale e sensibilizzarli sulla centralità e sul ruolo che le tecnologie rivestono nel mercato del lavoro.
 - Incentivare lo sviluppo di programmi di formazione dei lavoratori all'interno delle imprese al fine di favorire la mobilità intersettoriale e la protezione delle fasce di lavoratori meno competitivi sul mercato del lavoro (popolazione adulta e prepensionamento) che potrebbero subire gli effetti dei processi di trasformazione digitale all'interno dell'impresa.
 - Incentivare lo sviluppo di programmi di formazione delle PMI sui temi dell'internazionalizzazione.
- Scuola e università
 - Investire sui programmi di formazione del personale docente e facilitare l'accesso a programmi di insegnamento da parte di esperti / persone qualificate che operano nel digitale.
 - Incrementare i programmi di formazione digitale all'interno delle scuole e università sostenendo lo sviluppo di competenze digitali sempre più raffinate e in linea con gli sviluppi delle nuove tecnologie, sostenendo la formazione del personale docente.
 - Introdurre nei piani formativi lezioni di educazione al digitale che permettano di formare consapevolmente le generazioni più giovani a un uso corretto ed etico del digitale, fornendo ad esempio strumenti necessari per identificare fenomeni di fake-news e uso distortivo del web.

- **Principali attività e aree d'investimento del progetto**

In relazione all'ambito lavorativo è necessario destinare risorse di finanziamento alle imprese che investono nei programmi di formazione attraverso incentivi, finanziamenti e crediti di imposta.

In relazione all'ambito scolastico, oltre ai finanziamenti a favore degli istituti di istruzione, è altresì importante sostenere finanziamenti per le imprese che contribuiscono alla formazione degli studenti attraverso periodi di alternanza scuola-lavoro, garantendo crediti di imposta, incentivi e voucher.

3.5. SANITÀ DIGITALE

In relazione alle osservazioni sviluppate nel paragrafo 2.6 sul settore sanitario si segnala che Netcomm è promotore del progetto "**On-life Health – Manifesto 2020**", un'iniziativa promossa in collaborazione con Stakeholders del settore membri del consorzio per contribuire alla costruzione di una visione comune e accelerare lo sviluppo del Digital Health & Pharma in Italia e la sua integrazione a livello Europeo.

In particolare, l'iniziativa intende contribuire al dibattito in corso fornendo stimoli di riflessione e proposte progettuali concrete per il raggiungimento dei seguenti obiettivi programmatici di alto livello: *i)* migliorare la salute dei cittadini in tutte le fasi della loro vita e in ogni fase del *patient journey*, ponendo al centro delle riflessioni il paziente-cittadino; *ii)* sostenere l'innovazione e lo sviluppo dei servizi, nonché l'efficientamento delle filiere della salute; *iii)* sviluppare e valorizzare le competenze e le eccellenze dei servizi sanitari e aumentare la loro accessibilità.

Netcomm ritiene fondamentale supportare lo sviluppo di progetti di sistema basati sull'utilizzo delle nuove tecnologie e, in particolare, sull'interoperabilità dei dati e dei processi e che abbiano come obiettivo il miglioramento della qualità della salute dei cittadini, promuovendo:

- la creazione di una visione del paziente sempre più puntuale tramite l'aggregazione dei suoi dati, sia in ottica di empowerment del paziente stesso che di erogazione di migliori servizi e cure;
- l'erogazione di servizi per la salute nuovi e/o a valore aggiunto a disposizione dei cittadini lungo l'intero percorso di cura e di assistenza;
- l'ammodernamento delle attività e dei processi del Sistema Sanitario nazionale grazie all'adozione delle nuove tecnologie affinché, attraverso un Sistema digitalizzato, integrato e interoperabile, si traggano benefici di efficacia e di efficienza complessiva;
- il superamento dei divari di accesso alle cure, intervenendo in particolare sulla frammentarietà territoriale e sulle asimmetrie tecnologiche;
- il supporto alle attività svolte dagli operatori sanitari e dal management delle realtà sanitarie.

3.6. PAGAMENTI: RAFFORZARE IL SISTEMA DEI PAGAMENTI DIGITALI IN TUTTE LE FILIERE

Il mercato dei pagamenti sta attraversando un momento di profonda trasformazione grazie alla disponibilità di nuove tecnologie (tra cui Open API, Distributed Ledger Technology, Intelligenza Artificiale) che abilitano nuovi servizi e un contesto normativo favorevole, introdotto dalla PSD2, che mira a rafforzare lo sviluppo di servizi innovativi, a facilitare la collaborazione tra i player e la relazione tra le filiere, rafforzando la protezione dei consumatori nell'ambiente digitale.

L'utilizzo dei pagamenti digitali diviene sempre più un'esigenza per il cittadino consumatore che richiede esperienze di pagamento più veloci, semplici e adeguate alle esigenze di un mondo sempre più interconnesso. In tale contesto di innovazione, una leva fondamentale per lo sviluppo dei pagamenti digitali è stato il commercio elettronico e la forte accelerazione determinata dall'emergenza sanitaria in corso; le misure di distanziamento sociale stanno condizionando e modificando le relazioni e le abitudini del cittadino-consumatore incentivando lo sviluppo della *"cashless society"*.

Tuttavia, se da un lato vi sono le condizioni favorevoli, nei termini sopra descritte, unite a una maturità infrastrutturale (con particolare riguardo ad abilitatori tecnologici), dall'altro lato il Sistema Paese risulta ancora carente dal punto di vista della progettualità in termini di *customer journey* e il divario che separa l'Italia dagli altri paesi europei è ancora rilevante.

Riprendendo quanto affermato nella parte introduttiva del presente documento, occorre un ripensamento dei progetti oggetto del presente piano in un'ottica di *"connected economy"* dove il pagamento digitale costituisce l'elemento di congiunzione di tutti i processi e di tutte le filiere. Il legislatore sta andando nella

giusta direzione valorizzando e promuovendo l'utilizzo di PagoPA e dell'applicazione IO per tutti i pagamenti coinvolti nella relazione con la pubblica amministrazione. È un primo passo, non ancora tuttavia sufficiente.

Occorre promuovere lo sviluppo dei pagamenti digitali integrando e interconnettendo tutte le filiere, senza alcuna distinzione tra online e offline, estendendo tale modello non solo al commercio ma anche, ad esempio, alle filiere della sanità e del turismo.

Risulta pertanto fondamentale agire attraverso molteplici linee di azione:

- rafforzare le risorse infrastrutturali, tecnologiche e di connettività al fine di creare le condizioni favorevoli allo sviluppo dei processi di trasformazione;
- sostenere l'adozione da parte degli attori delle diverse filiere (imprese, presidi sanitari, università, enti privati, etc.) delle soluzioni di pagamento digitale attraverso sgravi fiscali, incentivi e altre forme di supporto per i contratti stipulati con i provider di pagamento.

Si ringrazia per l'attenzione.

Milano, 9 febbraio 2021

Ing. Roberto Liscia

Presidente di Consorzio Netcomm

Netcomm, il Consorzio del Commercio Digitale Italiano, è il punto di riferimento in materia di e-commerce e retail digitale nel panorama nazionale e internazionale. Nato nel 2005, riunisce circa 400 aziende composte da società internazionali e piccole-medie realtà di eccellenza. Netcomm promuove lo sviluppo dell'e-commerce e dell'evoluzione digitale delle imprese, generando valore per l'intero sistema economico italiano e per i consumatori.

I principali ambiti nei quali Netcomm è impegnato riguardano: lo sviluppo di studi e ricerche sul mondo dell'e-commerce; la promozione di eventi e workshop; la creazione di gruppi di lavoro che analizzano dal punto di vista economico e regolamentare le primarie industry dell'e-commerce e le tematiche funzionali più rilevanti, interfacciandosi mediante attività di lobbying con le autorità nazionali e internazionali; l'affiancamento delle aziende associate tramite un supporto legale, fiscale e servizi convenzionati; attività di comunicazione e formazioni sul territorio nazionale; il sostegno all'internazionalizzazione delle aziende italiane; la promozione delle competenze digitali dei consumatori e di strumenti a sostegno degli acquisti online quali il Sigillo Netcomm, che identifica i siti di e-commerce affidabili e di qualità.

Netcomm è tra i membri fondatori di Ecommerce Europe, l'Associazione Europea del Commercio Elettronico, e della Federazione del Digitale, la federazione per lo sviluppo del digitale in Italia.