

## 1. Introduzione

Con la presente memoria scritta Amazon si prefigge di fornire elementi di contesto utili e proposte per la definizione di possibili interventi, anche di carattere normativo, all'esito dell'indagine conoscitiva "Made in Italy: valorizzazione e sviluppo dell'impresa italiana nei suoi diversi ambiti produttivi" avviata dalla X Commissione Attività Produttive, Commercio e Turismo della Camera dei Deputati.

## 2. Amazon e il Made in Italy

I prodotti della manifattura, dell'arte, della tecnica e del gusto italiani costituiscono un patrimonio strategico per il Paese. Un programma nazionale volto a promuovere la produzione italiana non può prescindere dal proiettarsi sul piano internazionale. In quest'ottica emergono una serie di necessità che possono sintetizzarsi in: **efficace supporto all'esportazione**, **effettiva promozione della multicanalità** nelle modalità di vendita e **contrasto alla contraffazione** in tutte le sue forme. Politiche mirate possono aiutare le aziende italiane ad esprimere tutto il proprio potenziale all'estero, con un ritorno in termini non solo economici ma anche di immagine e *soft-power*. Sin dal 2015 Amazon ha colto l'importanza del *brand* Italia creando la Vetrina Made in Italy<sup>1</sup>, con particolare attenzione ai prodotti regionali. In questo contesto si rivelano essenziali ed efficaci le partnership pubblico-private. Amazon riconosce il valore fondamentale dato dalle collaborazioni con Enti Pubblici Nazionali e Locali, Agenzie, Autorità, Associazioni e Aziende, volti ad agire da volano ed ampliare ancora di più gli orizzonti dell'imprenditoria italiana. Per questo motivo Amazon ha stretto accordi con 7 Regioni italiane, nel quadro della collaborazione con Agenzia ICE, a sostegno del Made in Italy, dell'esportazione e della digitalizzazione delle imprese italiane. A questo si aggiunge l'accordo siglato tra il già Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, l'ICQRF e Amazon per la protezione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli italiani, due delle colonne portanti del Made in Italy.

Nel 2022, in collaborazione con il MAECI e Agenzia ICE, Amazon ha lanciato la prima edizione dei "Made in Italy Days", **una finestra promozionale** della durata di 4 giorni (30 maggio – 2 giugno) in occasione delle Festa della Repubblica **per sostenere il Made in Italy in tutto mondo**. In occasione del lancio dei Made in Italy Days l'Azienda ha annunciato l'impegno a supportare le PMI italiane che vendono su Amazon a raggiungere **1,2 miliardi di euro all'anno di vendite all'estero entro il 2025**, nonché la **partecipazione di Amazon a Be IT**, la campagna di *nation branding* promossa dal MAECI e Agenzia ICE.

Il tessuto imprenditoriale italiano è in massima parte costituito da realtà artigiane, micro imprese e PMI. Questo rende il tessuto produttivo nazionale particolarmente variegato, una particolarità non riscontrabile in altri sistemi, che dà vita alle eccellenze che hanno reso riconoscibile il Made in Italy nel mondo. Tali realtà vanno promosse in virtù della loro unicità e supportate nel superamento degli ostacoli che incontrano nell'espansione verso il mercato europeo ed internazionale. In particolare, dati internazionali e italiani sottolineano quanto la **padronanza degli strumenti digitali** oggi disponibili e la **consapevolezza dell'importanza di proteggere il proprio marchio**, siano determinanti per il successo delle PMI in Italia e all'estero. A titolo di esempio: solo il 13% delle PMI italiane vende online, rispetto a una media europea del 18%<sup>2</sup>; d'altra parte, a livello di Unione Europea, **solo il 9% delle PMI registra la proprietà intellettuale**, mentre le imprese più grandi hanno 4 volte più probabilità di farlo<sup>3</sup>.

## 3. Il contributo di Amazon alla crescita delle PMI italiane

Amazon supporta l'economia italiana mettendo a disposizione del tessuto imprenditoriale e dei clienti non solo i propri servizi, online e logistici, ma anche attraverso iniziative a sostegno di imprenditori e di chi voglia avviare un'attività o digitalizzare un'attività già esistente. Dal punto di vista dei servizi, Amazon offre diverse opzioni alle PMI: la vendita diretta ai clienti attraverso il sito web (Marketplace) dove le aziende possono scegliere di consegnare autonomamente i loro prodotti oppure di affidarsi alla rete logistica Amazon per lo stoccaggio e la consegna dei prodotti (Fulfillment by Amazon, FBA) in Italia ed all'estero.

**Nonostante l'e-commerce abbia registrato una crescita a doppia cifra negli ultimi anni**, secondo uno studio<sup>4</sup> condotto dall'*Osservatorio e-commerce del Politecnico di Milano* esso ha rappresentato solo il **11% del segmento delle vendite al dettaglio (retail) in Italia nel 2022**. Ciò vuol dire che le persone continuano a comprare nei negozi fisici e che continueranno a farlo. Dal punto di vista occupazionale è importante sottolineare come, secondo un recente studio<sup>5</sup> condotto dalla

<sup>1</sup> Vetrina Made in Italy - <https://www.amazon.it/Made-In-Italy/b?ie=UTF8&node=6224633031>

<sup>2</sup> Dati Commissione Europea, *Indice di digitalizzazione dell'economia e della società (DESI) 2022 – Italia*

<sup>3</sup> Dati EUIPO, *2019 Intellectual property SME scoreboard*

<sup>4</sup> indagine dell'Osservatorio eCommerce B2C Netcomm - School of Management del Politecnico di Milano, 2022 -

<https://www.osservatori.net/it/ricerche/comunicati-stampa/ecommerce-italia-crescita-2022>

<sup>5</sup> Oliver Wyman, *Is E-commerce good for Europe? - Economic and environmental impact study, 2021* - <https://www.oliverwyman.com/our-expertise/insights/2021/apr/is-e-commerce-good-for-europe.html>

società di consulenza Oliver Wyman, negli ultimi 10 anni il commercio al dettaglio (retail) ha continuato a creare occupazione in Europa. Quest'ultima è direttamente aumentata di 1,3 milioni di unità, di cui circa 300.000 nell'e-commerce e 1 milione nel commercio fisico. Sempre secondo lo studio, le attività commerciali che hanno adottato un approccio multi-canale (fisico e online) hanno dimostrato una maggiore resilienza e tasso di crescita rispetto a quelle che si limitano al commercio fisico.

In questo contesto, Amazon può rappresentare una possibilità per il commercio tradizionale e le PMI di affacciarsi alle vendite online e raggiungere milioni di potenziali clienti in tutto il mondo. Infatti, globalmente, più della **metà dei prodotti presenti su Amazon provengono da venditori indipendenti**, tra cui **oltre 20.000 PMI Italiane** che utilizzano Amazon ogni giorno per ampliare i propri canali di vendita ed esportare i propri prodotti.

In particolare, secondo il "Report 2022 sulle PMI Italiane che vendono su Amazon"<sup>6</sup>, le piccole aziende che nel 2021 hanno utilizzato il Marketplace Amazon per vendere i loro prodotti hanno creato **oltre 60.000 posti di lavoro in Italia**, registrando **vendite all'estero per più di 800 milioni di euro** (dei quali più di 60 milioni di euro sono stati registrati al di fuori dell'Unione Europea). Nello stesso anno più di 5.000 aziende italiane hanno superato i 100.000 euro di vendite su Amazon e oltre 200 hanno superato 1 milione di euro di vendite per la prima volta in assoluto nel 2021.

#### 4. La strategia multicanale di consumatori e venditori

Studi internazionali<sup>7</sup> e italiani<sup>8</sup>, tra cui il recente studio di Compass Lexecon<sup>9</sup> dimostrano che venditori e consumatori dei marketplaces usano una varietà di canali quando vendono o comprano (il cosiddetto "multihoming"). Tali canali includono i negozi fisici, i marketplaces e i siti web aziendali.

Per quanto riguarda l'Italia, un recente studio<sup>10</sup> mostra come le imprese che vendono su Amazon hanno adottato una **strategia multicanale**. **Oltre l'80% delle aziende rispondenti utilizza un mix di diversi canali online che include la vendita sul proprio sito aziendale, su Amazon e su altri siti online. L'85% di queste imprese ha fatto registrare un aumento importante del fatturato online affiancato, per circa un terzo di loro, ad una crescita parallela anche delle attività sui canali tradizionali.** Secondo lo studio, l'incremento delle vendite online è stato in buona misura legato all'allargamento del bacino dei clienti oltre il territorio nazionale. Conferma viene dal fatto che le imprese che vendono sul sito Amazon raggiungono fino a un 26% di clienti nei Paesi Europei e fino a un 5% nel resto del mondo. Attraverso Amazon, per queste aziende le esportazioni sono raddoppiate dal 16 al 32% delle vendite totali; una tendenza che dovrebbe rafforzarsi, dato che il 74% dei rispondenti prevede un aumento delle proprie vendite nei Paesi Europei nei prossimi 3 anni.

#### 5. Supporto all'internazionalizzazione e digitalizzazione delle PMI

Amazon si considera partner delle PMI che utilizzano il Marketplace, ed è per questo che in Italia, come all'estero, abbiamo lanciato iniziative volte a supportare lo sviluppo e la digitalizzazione delle PMI, nonché a dare risalto ai loro prodotti. In Italia, questo impegno si è concretizzato nel lancio delle iniziative di seguito elencate che rappresentano anche il frutto dell'**Accordo di collaborazione con l'Agenzia ICE**, sottoscritto nel 2019 e recentemente rinnovato<sup>11</sup>, volto a promuovere l'internazionalizzazione e la digitalizzazione delle imprese italiane.

##### ➤ **Vetrina Made in Italy**

Creata nel 2015, la **Vetrina Made in Italy è una sezione del Marketplace Amazon dedicata ai prodotti italiani** realizzati da artigiani, PMI e grandi aziende. L'obiettivo della Vetrina è quello di divulgare lo stile e la tradizione del Made in Italy, un marchio che è sinonimo in tutto il mondo di ricercatezza dei materiali, attenzione ai dettagli e creatività.

La Vetrina è disponibile su **tutti i più grandi store Amazon del mondo: Stati Uniti, Regno Unito, Germania, Francia e Spagna**. Nel settembre 2021, in partnership con l'Agenzia ICE, Amazon ha annunciato<sup>12</sup> il rafforzamento della collaborazione, il potenziamento della visibilità dei prodotti Italiani, nonché il **lancio della Vetrina Made in Italy su due ulteriori mercati di**

<sup>6</sup> Amazon, Report sull'Impatto delle Piccole e Medie Imprese Italiane, 2022 -

<https://assets.aboutamazon.com/fb/c6/b2189a5d4c0db4695d43a6596645/amzn-small-business-empowerment-it-final-2.pdf>

<sup>7</sup> GlobalData, Multichannel Retail and COVID-19, 2020 - <https://www.globaldata.com/media/retail/multichannel-retail-covid-19-report-consumer-retailer-behavior-pandemic-demonstrate-online-physical-sales-channels-form-highly-competitive-single-retail-market-according-lates/>

<sup>8</sup> Nomisma, Il contributo del marketplace di Amazon nell'innovazione di impresa, 2022 - <https://www.nomisma.it/il-contributo-di-amazon-nellinnovazione-di-impresa/>

<sup>9</sup> Compass Lexecon, Indagine sul multi-homing degli utenti delle aziende di e-commerce, 2022 - <https://www.compasslexecon.com/wp-content/uploads/2022/08/Survey-Evidence-on-User-Multi-Homing-in-Online-Retail-Businesses-Italian-Translation.pdf>

<sup>10</sup> Vedi nota n. 8

<sup>11</sup> Rinnovo accordo ICE- Amazon 2022 - <https://amazon-press.it/Top-Navi/Comunicati-Stampa/Pressedetail/amazon/it/AmazonIce2022/>

<sup>12</sup> Estensione accordo ICE-Amazon a Giappone e EAU - <https://amazon-press.it/Top-Navi/Comunicati-Stampa/Pressedetail/amazon/it/ICE2021/>

grande rilevanza strategica: **Giappone** e **Emirati Arabi Uniti**. Infine, nel novembre 2022, Amazon ha annunciato<sup>13</sup> in collaborazione con Agenzia ICE l'apertura delle nuove vetrine Made in Italy in **Olanda, Polonia e Svezia**, per un totale di 10 vetrine attive, oltre a quella italiana.

La selezione dei prodotti Made in Italy disponibili in tutti gli *store* Amazon sopra elencati ad oggi ha raggiunto quota 1 milione e sono **più di 4.500 gli artigiani e le PMI italiane che usano la Vetrina** per vendere i propri prodotti ai clienti nel mondo. I prodotti italiani più amati rientrano nelle categorie Abiti&Accessori, Cucina&Cantina, e Casa&Arredo, ovvero alcuni tra i settori maggiormente rappresentativi del Made in Italy.

Ma la Vetrina aiuta anche a scoprire una vasta gamma di prodotti che rappresentano il fiore all'occhiello dei nostri territori grazie alle **sezioni "Regionali"**. Ad oggi infatti, **17 regioni italiane dispongono di una propria sezione dedicata**: Liguria, Sicilia, Calabria, Sardegna, Campania, Toscana, Trentino, Valle d'Aosta, Piemonte, Veneto, Emilia-Romagna, Lombardia, Puglia, Abruzzo, Friuli-Venezia Giulia, Marche e Umbria.

Amazon ha lanciato queste nuove sezioni regionali anche grazie al contributo del più ampio Accordo di Collaborazione con l'Agenzia ICE, volto a sostenere le PMI aiutandole a digitalizzarsi e a sviluppare il proprio export, e che ha consentito a un numero crescente d'impresе italiane di accedere all'iniziativa. A partire dal 2019, l'accordo tra Agenzia ICE e Amazon ha interessato più di 2.200 PMI italiane. Le piccole e medie imprese che hanno iniziato a vendere su Amazon per effetto dell'accordo hanno messo a disposizione dei clienti Amazon oltre 280.000 nuovi prodotti. Nell'ambito della collaborazione con ICE si è dato il via anche al progetto pilota "**Amazon Incubator**", per guidare passo passo più di 100 aziende italiane nel processo di internazionalizzazione.

A tutte queste aziende Agenzia ICE ed Amazon hanno dedicato, a partire dal 2019, 15 eventi formativi sul territorio e circa 60 webinar tenuti da esperti di e-commerce, oltre ad aver fornito l'accesso a materiali consultabili digitalmente su come sviluppare al meglio il percorso di vendita online.

## ➤ **Accelera con Amazon**

**Accelera con Amazon**<sup>14</sup> è un **programma formativo online gratuito** lanciato a novembre 2020 con l'obiettivo di fornire gli strumenti e le competenze per digitalizzarsi alle PMI italiane che **desiderano lanciare o sviluppare** ulteriormente **la propria attività online** a livello nazionale e internazionale, a prescindere dalla volontà o meno di utilizzare il sito di Amazon. Nel corso del 2022, Accelera ha superato l'obiettivo prefissato di **accompagnare ulteriori 20.000 PMI e startup nel loro percorso di digitalizzazione**, supportando **oltre 25.000** imprenditrici e imprenditori Italiani, per un **totale di più di 35.000** realtà dal lancio del programma. Grazie alla collaborazione offerta da partner istituzionali d'eccezione, nel corso del 2022 Accelera con Amazon ha erogato **circa 13.000** ore di lezioni online, con **13 webinar** e **5 bootcamp**. Questo percorso di formazione ha permesso ai partecipanti di conoscere i vantaggi della costruzione di un marchio online e dello sviluppo di strategie di vendita utili a distinguersi nel digitale. Della totalità delle realtà aderenti, **oltre il 65%** ha avviato il proprio business online, **oltre il 55%** ha esteso la propria offerta a livello internazionale e **più del 35%** delle PMI e startup che hanno seguito i corsi sono a guida femminile.

Sono oltre 10 i partner coinvolti nel programma Accelera con Amazon ad oggi: tra questi Agenzia ICE, MIP Politecnico di Milano, Netcomm, diverse Associazioni di Categoria, Regione Siciliana<sup>15</sup>, Regione Marche<sup>16</sup>, Regione Liguria<sup>17</sup>, Regione Abruzzo<sup>18</sup>, Regione Umbria<sup>19</sup>, Regione Calabria<sup>20</sup> e Provincia Autonoma di Trento<sup>21</sup>. I protocolli d'intesa firmati con le Regioni prevedono in particolare il sostegno alla digitalizzazione e all'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese del territorio, la promozione dei prodotti locali attraverso la Vetrina Made in Italy e l'organizzazione di attività formative dedicate alle piccole e medie imprese attraverso il programma Accelera con Amazon. Oggi Accelera con Amazon è

<sup>13</sup> Estensione accordo ICE-Amazon a Olanda, Polonia e Svezia - <https://amazon-press.it/Top-Navi/Comunicati-Stampa/Pressedetail/amazon/it/MII Newcountries/>

<sup>14</sup> Accelera con Amazon - [https://sell.amazon.it/accelera-con-amazon?ref=asit\\_soa\\_rd&id=WEITSOAEDU\\_PPT](https://sell.amazon.it/accelera-con-amazon?ref=asit_soa_rd&id=WEITSOAEDU_PPT)

<sup>15</sup> Intesa Reg. Siciliana-Amazon, 01.12.2021 - <https://amazon-press.it/service/Recherche/Pressedetail/amazon/it/AcceleraSicilia/>

<sup>16</sup> Intesa Reg. Marche-Amazon, 27.10.2021 - <https://amazon-press.it/service/Recherche/Pressedetail/amazon/it/Marche/>

<sup>17</sup> Intesa Reg. Liguria-Amazon, 11.03.2022 - <https://amazon-press.it/service/Recherche/Pressedetail/amazon/it/Liguria/>

<sup>18</sup> Intesa Reg. Abruzzo-Amazon, 25.07.2022 - <https://amazon-press.it/service/Recherche/Pressedetail/amazon/it/Accordo-Regione-Abruzzo/>

<sup>19</sup> Intesa Reg. Umbria-Amazon, 17.10.2022 - <https://amazon-press.it/service/Recherche/Pressedetail/amazon/it/MIIUmbria/>

<sup>20</sup> Intesa Reg. Calabria-Amazon, 12.12.2022 - <https://amazon-press.it/Top-Navi/Comunicati-Stampa/Pressedetail/amazon/it/CalabriaMII/>

<sup>21</sup> Intesa Prov. Autonoma di Trento-Amazon, 15.12.2022 - <https://amazon-press.it/service/Recherche/Pressedetail/amazon/it/Trento/>

annoverata tra le iniziative di Repubblica Digitale<sup>22</sup> promosse dal già Ministero dell’Innovazione Tecnologica e della Transizione Digitale. A partire dal lancio, Accelera con Amazon ha proposto alle PMI Italiane le seguenti attività:

- Un **hub di apprendimento online realizzato con MIP Politecnico di Milano** che include una serie di corsi online gratuiti su un’ampia gamma di tematiche dalle più semplici a quelle più avanzate;
- **Bootcamp intensivi** progettati da **MIP Politecnico di Milano** che includono un percorso su misura per sviluppare le competenze digitali per vendere online per 500 PMI e Startup;
- **Accademie virtuali**, con percorsi di **webinar tematici** realizzati in collaborazione con le Associazioni partner.

## 6. Lotta alla contraffazione e all’italian sounding

Il Ministero delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT) ha recentemente emanato l’Atto di indirizzo per la definizione delle priorità politiche per l’anno 2023<sup>23</sup> con il quale vengono delineati gli obiettivi e le azioni che orienteranno le attività del Ministero stesso. Tra le macroaree relative alle priorità politiche figurano la tutela e sostegno del Made in Italy, e il rafforzamento delle azioni di **lotta alla contraffazione, off-line e online, e all’italian sounding**. Amazon supporta queste priorità, perchè convinta che **non possa esserci crescita senza tutela** dei diritti di proprietà industriale, anche se ciò può risultare, soprattutto per le PMI, complicato e oneroso.

In questa’ottica, Amazon offre ai venditori proprietari di marchi una gamma di strumenti e incentivi volti a incrementare le vendite, a promuovere l’individuabilità e a proteggere la proprietà intellettuale:

- **Tutela dei marchi:** Solo nel 2021 Amazon ha investito più di 900 milioni di dollari nel mondo e dedicato oltre 12.000 dipendenti esclusivamente alle attività di contrasto alla contraffazione, alle frodi e agli abusi. Amazon fornisce una serie di servizi ai venditori indipendenti titolari di marchi per aiutarli a proteggere la loro proprietà intellettuale (PI): 1) il **Registro Marche, o “Brand Registry”**<sup>24</sup>: un servizio gratuito che permette ai titolari di un marchio di individuare più facilmente le inserzioni di eventuali presunti prodotti in violazione, segnalarle e chiederne la rimozione. Brand Registry è disponibile in 19 paesi (tra cui l’Italia) e nel 2021 è cresciuto fino a comprendere oltre 700.000 marchi attivi, con un aumento del 40% rispetto al 2020; 2) **“Project Zero”**<sup>25</sup>: grazie a questo strumento gli utenti di “Brand Registry” possono bloccare in modo proattivo le offerte sospette di prodotti contraffatti prima della pubblicazione. Oggi Project Zero conta oltre 20.000 brand iscritti a livello globale; 3) **“Transparency”**<sup>26</sup>: un servizio di serializzazione con il quale i titolari di PI applicano su ogni singola unità del prodotto selezionato un codice univoco, che può essere scansionato per verificare l’autenticità dell’unità lungo tutta la catena di distribuzione; i clienti possono controllare autenticità, data di produzione, luogo e, eventualmente, la data di scadenza scansionando il codice Transparency tramite l’app mobile di Amazon. Più di 23.000 marchi hanno usato a livello globale Transparency, che nel 2021 ha consentito di proteggere oltre 750 milioni di unità di prodotto;
- **Tutela del Made In Italy nell’agroalimentare:** Amazon, il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, e l’Ispettorato Centrale Repressione Frodi (ICQRF) hanno siglato nell’ottobre 2021 un accordo<sup>27</sup> per la tutela dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli italiani con Denominazione di Origine Protetta (DOP) e Indicazione Geografica Protetta (IGP) in vendita su Amazon, e il contrasto delle pratiche sleali relative alla corretta informazione sugli alimenti. L’accordo rafforza la collaborazione esistente tra le parti, fondamentale per promuovere le eccellenze agroalimentari di qualità certificata del nostro Paese e tutelare consumatori e clienti online;
- **Registrazione dei marchi (IP Accelerator):** Amazon ha progettato “IP Accelerator” pensando specificamente alle piccole e medie imprese, per rendere più facile e più conveniente proteggere l’unicità dei loro prodotti e la proprietà intellettuale. IP Accelerator mette in contatto gli imprenditori con una rete selezionata di studi legali specializzati in proprietà intellettuale. Amazon ha esaminato ciascuno degli studi legali partecipanti sotto il profilo dell’esperienza, della competenza e del servizio clienti, e tutti hanno accettato di operare a tariffe fisse e competitive. Quando gli imprenditori si avvalgono di questi studi legali per depositare la registrazione di un marchio, Amazon fornisce loro accesso immediato al Brand Registry e ai suoi efficaci strumenti di protezione dei marchi. In questo modo, le aziende saranno tutelate, anche prima dell’approvazione ufficiale della registrazione del marchio che può richiedere anche anni. IP Accelerator è disponibile in 11 lingue, e ha collegato più di 5.900 PMI italiane alla rete di studi legali

<sup>22</sup> Accelera con Amazon, Repubblica Digitale - <https://repubblicadigitale.innovazione.gov.it/iniziativa/amazon-services-europe-accelera-con-amazon/>

<sup>23</sup> MIMIT, Atto di indirizzo per la definizione delle priorità politiche per l’anno 2023 - [https://www.mise.gov.it/images/stories/documenti/AI\\_2023\\_2025.pdf](https://www.mise.gov.it/images/stories/documenti/AI_2023_2025.pdf)

<sup>24</sup> Amazon, Brand Registry - <https://brandservices.amazon.it/>

<sup>25</sup> Amazon, Project Zero - <https://brandservices.amazon.it/projectzero>

<sup>26</sup> Amazon, Transparency - <https://amazon-press.it/service/Recherche/Pressedetail/amazon/it/Transparency/>

<sup>27</sup> Accordo MIPAAF/ICQRF-A Amazon - <https://www.aboutamazon.it/notizie/creazione-di-posti-di-lavoro-e-investimenti/collaborazione-per-proteggere-la-produzione-agroalimentare-italiana>

specializzati. Dal lancio del programma nel 2019, sono ora oltre 12.000 i marchi iscritti nel Registro dei marchi tramite IP Accelerator.

## 7. Aree di intervento e proposte specifiche

La presenza più che decennale in Italia ha permesso ad Amazon di entrare a contatto con migliaia di imprese sul territorio sviluppando così consapevolezza dei punti di forza e debolezza nel contesto dell'economia digitale globale. Sulla base della nostra esperienza, ed in linea con gli indirizzi strategici adottati dal Governo, è cruciale promuovere iniziative volte a rafforzare il potenziale della PMI nel mercato non solo locale, ma globale. Riteniamo infatti che oggi la padronanza degli strumenti digitali disponibili e la consapevolezza di poter raggiungere clienti in tutto il mondo siano determinanti per il successo del Made in Italy. Sulla base di queste considerazioni, le aree di intervento principali, a nostro avviso, dovrebbero orientarsi su:

- 1) **Alfabetizzazione digitale:** È necessario stimolare l'accrescimento delle competenze digitali delle imprese tramite iniziative di formazione. Tali programmi dovrebbero avere valenza pratica, sia in termini di contenuti, dai più basilari ai più avanzati, che di accessibilità, considerando la possibilità di rendere tale formazione gratuita e l'opportunità di modularla a seconda di criteri settoriale e/o dimensionali delle aziende fruitrici. Queste azioni possono rappresentare un volano per l'ulteriore incremento della presenza online delle aziende Italiane, ampliandone la potenziale platea di clienti;
- 2) **Incentivi economici per l'avvio di attività e-commerce:** Le imprese italiane, soprattutto quelle di piccola e media dimensione, potrebbero giovare di incentivi economico-finanziari volti a sostenere investimenti e costi correlati all'avvio di attività di commercio online quali, ad esempio, l'acquisizione di esperti/competenze digitali. Da un'analisi dei principali ostacoli segnalati dei nostri partner di vendita emerge la necessità di ricevere un supporto economico rispetto a: i) **costi di trasporto** per imprese artigiane e microimprese, specialmente per accedere ai mercati extra-UE; ii) **costi di certificazione e/o autorizzazione** afferenti a specifiche categorie di prodotti (alimenti, dispositivi medici, cosmetici) che possono ammontare, a seconda dei mercati di destinazione, da centinaia a migliaia di euro per tipo di prodotto; iii) **spese doganali**; iv) **spese legate alla posizione fiscale** nei paesi di esportazione, come l'apertura di partite IVA locali, soprattutto per imprese che stoccano merce in più paesi europei contemporaneamente; v) **spese di conformità** alle legislazioni locali di Responsabilità Estesa del Produttore.
- 3) **Incentivi economici alla crescita dell'attività e-commerce:** Una volta avviata la loro attività online, le imprese italiane, soprattutto piccola e media dimensione, potrebbero giovare di incentivi economico-finanziari volti a facilitare la loro crescita e il loro successo nel mercato globale. Per esempio, sarebbe importante supportare le imprese nelle spese di pubblicità per la promozione online dei propri prodotti all'estero. Un fattore determinante per il successo online è la accurata descrizione e presentazione dei prodotti, meglio se in lingua locale. In tal senso un supporto volto a finanziare l'ottimizzazione delle pagine prodotto, in termini di descrizione e qualità delle immagini, può incrementare la competitività delle imprese italiane. Inoltre, le imprese italiane possono competere efficacemente solo se sono in grado di consegnare allo stesso costo e velocità dei venditori locali. Questo richiede che l'inventario di un venditore si trovi vicino al cliente finale. Pertanto, sarebbe utile per le imprese facilitare, attraverso incentivi e sussidi, lo spostamento e lo stoccaggio del proprio inventario in altri paesi;
- 4) **Semplificazione fiscale e burocratica/supporto alle PMI su materie fiscali:** E' essenziale semplificare i vari obblighi normativi e fiscali a cui devono sottostare le imprese che esportano e che potrebbero rappresentare un freno alla loro crescita e al loro successo, soprattutto per quelle di medie e piccole dimensioni;
- 5) **Supporto alla registrazione dei marchi e protezione della proprietà intellettuale:** Semplificare il processo di registrazione dei marchi per le PMI per proteggere l'unicità dei loro prodotti e la proprietà intellettuale. Facilitare e supportare strumenti che aiutino le PMI a proteggere i loro marchi una volta registrati;
- 6) **Armonizzazione e semplificazione delle direttive UE:** Per beneficiare efficacemente del mercato unico, le aziende hanno bisogno di operare la loro attività in modo uniforme e coerente, con diritti uguali per i consumatori e una gestione armonizzata di requisiti simili in tutti gli Stati membri. Per esempio, gli adempimenti previsti dalla legislazione sul riciclaggio di batterie, imballaggi ed elettronica, che non sono armonizzati nei 27 paesi UE, richiedono un notevole esborso per i venditori, sia in termini finanziari (circa 140.000 euro) che di tempo;
- 7) **Semplificare gli adempimenti doganali:** Le PMI possono dare un grande contributo all'occupazione e alla crescita economica, ma sono spesso sproporzionatamente colpite da procedure doganali onerose e costose che bloccano o rallentano le spedizioni. È auspicabile l'adozione di procedure doganali e commerciali semplificate e accelerate, per esempio la presentazione elettronica dei documenti doganali prima dell'arrivo e l'elaborazione semplificata delle spedizioni di basso valore sotto le quali i dazi e le tasse sono esentati o semplificati e le spedizioni ricevono un trattamento accelerato.