

Focus Europa

inserto della newsletter Dialogo Aperto

n. 7

Agenda digitale, ecco come l'Europa guarda al 2020

A che punto sono gli obiettivi fissati per la creazione del mercato unico digitale?

Geoblocking e intermediari online, Commissione UE lancia consultazioni

Digital Tax, è davvero possibile una tassa europea sul digitale?

Consumatore Interconnesso, intervista a Veronica Manfredi - Capo Unità Legislazione Mercato e Consumatori della DG Giustizia Commissione Europea

Agenda Digitale per l'Italia, Internet veloce per tutti entro il 2020

Gap digitale, Raffaele Tiscar: "Per colmarlo tutti dobbiamo fare la nostra parte"

Agenda digitale, ecco come l'Europa guarda al 2020

Come sarà l'Europa del 2020? Più lavoro, più ricerca e sviluppo, ma soprattutto più digitale. Tra gli obiettivi fissati dalla Commissione Europea per il 2020 ci sono appunto aumento dell'occupazione e degli investimenti in ricerca e sviluppo, strategie per salvaguardare l'ambiente e azioni per ridurre povertà ed emarginazione. Si tratta di grandi obiettivi che passano tutti da una stessa autostrada, rappresentata dall'Agenda Digitale. Una "grande opera" che la Commissione Europea ha suddiviso in 7 aree d'azione: **realizzazione del mercato unico digitale**, miglioramento dell'**interoperabilità e degli standard**, rafforzamento della fiducia e della **sicurezza online**, promozione di un **accesso veloce a Internet** disponibile per tutti, incremento degli investimenti in **ricerca e innovazione**, integrazione, alfabetizzazione e sviluppo delle **competenze digitali**, attivazione dei benefici dell'**ICT** per l'Europa.

Iniziamo dal mercato unico digitale, cui Bruxelles tiene molto poiché è l'altra faccia per la costruzione di un vero mercato unico in Europa. Attualmente, l'esistenza di ostacoli alle operazioni online impedisce ai cittadini di beneficiare di una più vasta scelta di beni e servizi e di prezzi differenti: **solo il 15% dei consumatori europei effettua acquisti online da un altro Stato membro**. Le imprese che operano via Internet e le start-up non sono ancora nelle condizioni di trarre pieno vantaggio dalle opportunità di crescita offerte da Internet: solo il 7% delle PMI vende all'estero. Per non parlare delle grandi imprese e delle pubbliche amministrazioni che non possono ancora fruire appieno degli strumenti digitali.

[Dall'ultimo Quadro di valutazione dei consumatori Ue, pubblicato a settembre](#), risulta che:

- nelle **transazioni transfrontaliere**, i consumatori

devono ancora affrontare molti problemi, soprattutto per quanto riguarda **la consegna e la conformità dei prodotti**, e continuano a subire **restrizioni e discriminazioni sui prezzi** a causa del loro paese di residenza. Questi problemi sono alla base della maggior parte delle **lamentele** connesse al **commercio elettronico transfrontaliero** ricevute dai Centri Europei Consumatori (CEC);

- **occorrono ulteriori iniziative di sensibilizzazione sui diritti**. La **conoscenza** - tanto dei consumatori quanto dei rivenditori - su alcuni diritti fondamentali garantiti dalla normativa Ue rimane **limitata**. Solo il **9% dei consumatori** è stato in grado di rispondere correttamente alla domanda circa i propri diritti, e i livelli più bassi di informazione si riscontrano tra i giovani;
- gli ulteriori sviluppi nella **Risoluzione Alternativa delle Controversie** (ADR) promettono un più efficace **risarcimento** dei consumatori. Attualmente, un quarto di quelli che incontrano problemi negli acquisti non si lamenta. La maggior parte dei consumatori che non ha intrapreso alcuna azione è stata scoraggiata dalle difficoltà percepite, quali: la **bassa probabilità di successo**, la mancanza di informazioni, la durata del procedimento. La soddisfazione nel trattamento dei reclami è più alta tra coloro che si sono rivolti ad **organismi ADR**, anche se l'uso e la conoscenza di questi enti sono ancora relativamente bassi;
- la **fiducia nella sicurezza dei prodotti** è stata relativamente stabile nel corso degli anni, con opinioni più positive nei venditori che nei consumatori: il 75% dei primi e il 69% dei secondi ritiene che la maggior parte dei prodotti non alimentari sul mercato sia sicura.

La Commissaria europea per la Giustizia, i Consumatori e la Parità di genere, **Věra Jourová**, ha ribadito che “entro la fine dell’anno la Commissione proporrà nuove norme che garantiscano a consumatori e imprese un **accesso migliore ai beni e servizi digitali** in tutta Europa”. Anche perché **le cifre di chi azzarda stime di crescita, con un mercato unico digitale pienamente funzionante, sono importanti: oltre 415 miliardi l’anno in più per l’economia europea, con centinaia di**

migliaia di nuovi posti di lavoro. Prima dell’estate la Commissione ha adottato la sua strategia per abbattere gli ostacoli legati alla diversità di regole, che poggia su 3 pilastri: migliorare l’accesso a beni e servizi digitali per consumatori e imprese; creare un contesto favorevole e parità di condizioni affinché reti digitali e servizi innovativi possano svilupparsi; massimizzare il potenziale di crescita dell’economia digitale.

A che punto sono gli obiettivi fissati per la creazione del mercato unico digitale?

Un passo avanti verso la creazione del mercato unico è stato già compiuto con la fine del roaming fissata al 15 giugno 2017: dopo un lunghissimo tira e molla tra Commissione, Consiglio e Parlamento, [si è finalmente raggiunto l’accordo sulla fine delle tariffe in roaming](#) che vengono applicate ai cittadini europei quando usano il cellulare fuori dal proprio Paese, in un altro Stato membro. **Dal 30 aprile 2016 scattano i tetti massimi ai costi in roaming** che saranno di 0,05 euro al minuto per le chiamate, di 0,02 per gli sms e 0,05 per megabyte per i dati. **Da diversi anni la Commissione Europea ha imposto tagli progressivi ai sovrapprezzi, ma la fine definitiva del roaming era slittata a dicembre 2018.** Durante la presidenza lettone, invece, si è arrivati ad un’intesa preliminare per il 15 giugno del 2017. L’intesa prevede anche **una clausola di “uso equo” del roaming** per prevenire eventuali abusi da parte chi utilizzasse all’estero il proprio numero per motivi diversi dal viaggiare. In questo caso verranno introdotte clausole di salvaguardia che consentiranno agli operatori di recuperare i costi.

C’è un’intesa anche sulla neutralità della rete: gli operatori dovranno trattare in modo equo tutto il

traffico sul web, consentendo il rallentamento di alcuni servizi solo in casi limitati come per esempio un cyber-attacco o se si congestiona la rete. Saranno inoltre consentiti accordi per i servizi specializzati che necessitano un livello determinato di qualità di connessione (per esempio auto connesse o e-medicina), ma solo se gli operatori potranno garantire la qualità generale dei servizi di accesso a internet.

Per il 2016 è prevista anche una revisione ambiziosa delle regole dell’audiovisivo e delle telecomunicazioni, che includerà una maggiore cooperazione nella gestione dello spettro.

Un tappa importante da raggiungere, attualmente sul tavolo delle trattative, è quella della **riforma del diritto d’autore:** si sta lavorando per garantire ai cittadini la libertà di girare per l’Europa e poter fruire del materiale che hanno comprato nel loro paese d’origine e, allo stesso tempo, per fissare le regole per gli acquisti transfrontalieri di opere che sono protette dal diritto d’autore. **Infine, l’altro obiettivo importante che dovrà completare il quadro è l’abbattimento delle regole del geoblocking,** ovvero del blocco geografi-

co dei servizi di commercio elettronico che impedisce di fatto alle imprese italiane di poter vendere in altri Paesi europei. Per quanto riguarda la sicurezza delle reti la presidenza italiana ha fatto un buon lavoro arri-

vando ad un accordo sul piano politico che potrebbe essere trasformato in un accordo legislativo già sotto la presidenza lussemburghese.

Geoblocking e intermediari online, Commissione UE lancia consultazioni

L'obiettivo delle due consultazioni lanciate dalla Commissione Europea a fine settembre è quello di arrivare a definire il mercato unico digitale. Per questo **Bruxelles ha chiesto il parere di cittadini, produttori, rivenditori, providers e utenti sul geoblocking e sul ruolo economico delle piattaforme online, come social media e App Stores.** Le due consultazioni resteranno aperte fino a dicembre 2016 e serviranno a formulare le proposte legislative per abbattere i muri ingiustificati del geoblocking, che bloccano la fruibilità dei contenuti da un Paese all'altro, e per definire meglio ruolo e regole degli intermediari online.

La prima consultazione riguarda quindi la **"non-portabilità" dei contenuti da un Paese europeo all'altro: attualmente se sei cliente di canali TV ondemand, come Skygo o Mediaset Premium, o semplicemente vuoi collegarti dall'estero ai siti Internet delle televisioni pubbliche con limiti geografici vieni bloccato.** Se i contenuti sono fisicamente in server italiani la loro fruizione è bloccata all'estero. A dimostrazione del fatto che l'Europa non è unita online e non c'è da stupirsi se il commercio elettronico fra paesi esteri non va oltre il 15%. Purtroppo spesso sono le stesse imprese a innalzare questi muri, sperando così di frammentare il mercato europeo, evitando l'ingresso di logiche competitive. Bruxelles ha già avviato un'indagine, che dovrebbe concludersi nella primavera 2016 con il varo di nuove normative (che compren-

deranno anche i risultati di questa consultazione). Dalla capitale europea sono partite verso le sedi di circa 2000 aziende europee richieste di informazioni su dati e contratti stipulati con gli utenti.

La seconda consultazione punta a chiarire il **ruolo di piattaforme internet** dove produttori e consumatori possono incontrarsi, ad esempio Amazon, Google e Facebook, e il loro ruolo nella **distribuzione online di contenuti**. Si cercherà anche di far luce sulle responsabilità degli intermediari nella diffusione di contenuti illegali e di capire come migliorare il flusso libero dei dati e come creare un cloud europeo. "Le piattaforme online hanno molti pregi – afferma **Gunther Oettinger**, commissario per l'Economia digitale - ma dobbiamo capire meglio come interagiscono con consumatori e imprese. Serve anche sapere di più sul geoblocking, una delle più evidenti manifestazioni di non-Europa nel mercato unico digitale".

Quello digitale è settore economico più promettente dei prossimi anni. Nel lungo termine il suo contributo alla crescita del pil europeo è stimato intorno ai 520 miliardi di euro. Avviare un mercato unico digitale significa conformità amministrativa e finanziaria per le imprese ed emancipare i clienti tramite l'e-government. Per questo servono leggi che favoriscano lo sviluppo di cloud computing, connettività dei dati mobili senza confini, accesso semplificati a informazioni e ai

contenuti. Ma vanno anche tutelate vita privata, dati personali, sicurezza e neutralità della rete.

Infine, a settembre, è stata lanciata [una consultazione pubblica](#) sugli standard per il mercato unico digitale. Attraverso la consultazione il Collegio dei commissari intende raccogliere pareri ed opinioni sugli **standard da adottare nell'Ue per garantire il funzionamento di diversi sistemi di comunicazione e l'interoperabilità di prodotti e servizi diversi**, affinché i consumatori possano scegliere tra una vasta gamma di soluzioni e beni innovativi. Fino al **16 dicembre 2015**, imprese, ricercatori, università, enti pubblici, stakeholder e parti

interessate potranno rispondere ad un questionario online esprimendo il proprio punto di vista in merito a: tecnologie 5G, cloud computing, sicurezza elettronica, digitalizzazione dell'industria europea, eHealth, sistemi di trasporto intelligenti, Internet of thing, smart city e uso efficiente dell'energia. I contributi raccolti saranno utilizzati per definire il piano Ue sugli standard prioritari per il settore ICT, un documento rivolto prevalentemente alle pubbliche amministrazioni e agli stakeholder che definisce le priorità e le aree di intervento a sostegno della standardizzazione nel settore ICT.

Digital Tax, è davvero possibile una tassa europea sul digitale?

A Bruxelles si discute ormai da mesi di un'eventuale Digital Tax, e si stanno analizzando problemi come il **tax ruling, l'elusione delle multinazionali, i nuovi sistemi di tassazione delle imprese**. Nessuna proposta condivisa, però, è stata ancora avanzata né dalla Commissione Europea, né da qualche Paese membro. Sembra che per ora i vari Governi stiano andando per conto loro. Da qualche settimana l'Italia sta cercando, forse, di sbloccare la situazione a livello europeo, portando avanti la proposta cui sta lavorando il Governo Renzi: **una norma antiabusi per colpire le grandi multinazionali** attive su **internet** che, secondo le stime, fatturano almeno 11 miliardi all'anno in Italia ma versano pochi milioni di euro di tasse.

Intanto va precisato che la Digital Tax non c'entra con la Web Tax di cui si è parlato a lungo nel 2013, ma che non ha mai visto la luce in quanto, per come era pensata, limitava molto le piccole e medie imprese nella loro attività commerciale verso l'estero. La Digital Tax, invece, scatterebbe nel momento in cui si

individua una stabile organizzazione virtuale, ovvero se si supera una certa soglia di economia digitale (che dovrebbe essere di 5 milioni in almeno 6 mesi di attività continua).

Numerosi analisti, però, non sono d'accordo con l'impostazione messa a punto dal Governo italiano: la **soluzione** trovata convince poco dal punto di vista tecnico, ma anche della compatibilità con le **norme comunitarie**. I dubbi tecnici riguardano il fatto che **la tassa prenderebbe di mira i ricavi, ma i ricavi non sono espressione della capacità contributiva di un'azienda**. Ad esempio, se ci fosse un'aliquota al 25% sui ricavi, e un'impresa ha ricavi di cui solo la metà sono profitti, avrebbe di fatto una tassa al 50% **sui profitti** (cifra del tutto esagerata). Inoltre **collocare questa nuova imposta nel panorama europeo sembra un'impresa difficile perché destinata a soccombere davanti ai trattati bilaterali contro le doppie imposizioni**.

Consumatore Interconnesso, intervista a Veronica Manfredi - Capo Unità Legislazione Mercato e Consumatori della DG Giustizia Commissione Europea

La Commissione sta lavorando su più fronti per arrivare a un vero mercato unico digitale. Si tratta di una battaglia politica oltre che tecnologica? Quali sono i principali ostacoli a questa unificazione?

Il mercato unico digitale è esattamente il terreno sul quale pian piano tutti gli Stati membri hanno toccato con mano quanto l'unione faccia la forza, poiché agire da soli non ha granché senso. Prendiamo ad esempio le pratiche commerciali sleali: Internet è una lente di ingrandimento per tutto, quindi anche per questo tipo di pratiche e non è pensabile che un Paese affronti il problema da solo, soprattutto se si trova di fronte un grosso operatore che opera contemporaneamente in altri Stati Membri. Affrontare questi fenomeni tutti insieme è di sicuro molto più efficace. E poi c'è un'altra questione importante ed è quella del diritto d'autore, il cui quadro regolamentare è causa di frammentazione a livello europeo ed espone i consumatori al rischio del cosiddetto geoblocking. Questa è una delle ragioni per cui la consumazione di beni digitali è ristretta, visto che ogni Paese ha una sua legislazione nazionale. Risulta quindi evidente agli occhi dei nostri politici che quella del mercato unico digitale è una sfida da affrontare tutti insieme. Sarà però inevitabile trovare ostacoli in fase legislativa, probabilmente soprattutto in sede di Consiglio, perché è lì che ogni Paese esprime le sue perplessità nel cambiare norme in vigore da anni a tutela del consumatore. Non va poi sottovalutato il fatto che, nel digitale, opera una grande varietà di attori, dalle potenti piattaforme, tipicamente anche se non esclusivamente statunitensi, alla miriade di grandi, medie e piccole, se non piccolissime, imprese e singoli consumatori. Per questo la Commissione

europea ha lanciato il 23 settembre u.s. due ampie consultazioni pubbliche, in particolare in materia di ruolo delle piattaforme e geo-blocking; il fine è di fotografare i vari bisogni e capire come meglio creare un quadro di azione più trasparente ed equo, fedele ai valori di cui l'Europa è portatrice. Un dato è certo: oggi, il 57% del nostro traffico on-line si svolge su servizi basati negli Stati Uniti.

Non rischiamo di arrivare ad un mercato digitale europeo troppo in ritardo, trovandoci a rincorrere quanto fatto in altri paesi, ad esempio gli Stati Uniti, perdendo per strada alcuni diritti conquistati?

Io credo di no, perché da un migliore funzionamento del nostro mercato digitale qui in Europa possiamo solo guadagnare, cercando di valorizzare al meglio le nostre potenzialità. Quando vedo i temi in discussione in Paesi non-UE, trovo che ci siano tanti punti di contatto con le tematiche dibattute qui in Europa, e non ho la sensazione che, ad esempio, gli Stati Uniti siano molto più avanti di noi. Ti faccio l'esempio della sharing economy: gli Usa non hanno ancora una risposta univoca al fenomeno e non esistono ancora regole uniformi sul come comportarsi in caso di problemi legati alle prenotazioni via Airbnb o Uber. Anche in America si stanno alzando voci, a cominciare da quelle dei concorrenti, che chiedono regole che ristabiliscano equità nelle regole di gioco di mercato. E poi ci sono anche le piattaforme che facilitano l'acquisto di beni tangibili, come eBay e Amazon: se ho dei problemi con quello che ho comprato, c'è il rischio che la piattaforma mi dica "io non sono responsabile" perché lo scambio è avvenuto tra due consumatori. La domanda è: la piattaforma è sempre stata chiara,

spiegando al cliente che stava acquistando da un altro consumatore e che non avrebbe potuto invocare la garanzia legale e gli altri diritti tradizionali? In questi casi è fondamentale implementare un forte richiamo alla diligenza professionale affinché i consumatori godano dei diritti di tutela e gli operatori, anche quelli non europei ma che indirizzano le proprie strategie di marketing e vendita ai nostri consumatori, si adeguino alle normative europee.

Abbiamo toccato un altro argomento importante, la sharing economy: come si sta muovendo l'Europa per colmare l'attuale voto legislativo?

Innanzitutto l'Europa sta studiando il fenomeno: sono in corso diversi studi per mappare le tante tipologie di sharing economy. Ad esempio, proprio in Italia sono nate tante forme di scambio collaborativo tra individui privati che si mettono insieme per viaggiare o per fare acquisti di gruppo. Queste forme di economia non sono a scopo di lucro e seguono proprio quella logica di economia sostenibile verso cui l'UE si sta muovendo da sempre. E' fondamentale individuare con esattezza la differenza tra questi modelli positivi e quelli che invece offrono beni e servizi al consumatore, ponendosi giuridicamente in una zona grigia rispetto alle regole normalmente imposte ad operatori economici che offrono servizi comparabili. In questi casi bisogna anche chiedersi: per il consumatore ci sono più benefici o problemi? In parallelo a questa fase di analisi del fenomeno, si sta portando avanti anche un'azione di valutazione a tutto tondo di alcune cruciali normative europee a tutela dei consumatori per capire se alcune di queste, ad esempio quelle sulla pubblicità ingannevole e sulle pratiche commerciali sleali, siano ancora sufficientemente moderne o se vadano cambiate. Quest'attività viene lanciata quest'anno e dovrà concludersi entro il 2017. Ti do' un'altra anticipazione: a breve il Collegio dei Commissari adotterà due normative che attualmente sono in fase di preparazione. La prima andrà a colmare

un buco evidente dell'attuale quadro normativo europeo: ad oggi non è previsto alcun rimedio o rimborso in caso di acquisto di prodotti digitali difettosi. L'altra normativa che verrà proposta mira a semplificare ed armonizzare le regole sui rimedi in caso di acquisto online di beni tangibili: gli acquisti online transfrontalieri sono ancora una minima parte, anche perché il consumatore non si fida delle regole di un altro Paese (non sa ad esempio se gode dello stesso diritto di recesso contrattuale o di riparazione in caso di guasti) e l'imprenditore non si azzarda a fare costosi investimenti legali per assimilare le regole applicabili in altri mercati. Oggi l'armonizzazione è minima, mentre, per aiutare imprese e consumatori a sfruttare al meglio le potenzialità del nostro mercato europeo, abbiamo bisogno di regole del gioco comuni.

Ogni tanto si parla di Digital Tax: l'Europa sta pensando davvero ad una tassa del genere?

L'unica norma che esiste attualmente, dal 1° gennaio, è quella che dice che le imprese devono pagare, nel proprio Paese di stabilimento, l'aliquota IVA del Paese dove il consumatore ha effettuato l'acquisto digitale. L'operatore dovrà solo dichiarare quante transazioni ha realizzato e con quali Stati membri: il calcolo totale viene fatto dall'amministrazione nazionale competente. Non mi risulta ci siano piani immediati di imporre altre tasse sugli operatori digitali a livello europeo.

Il tema si incrocia strettamente con la tutela dei dati personali e con un nuovo concetto di privacy. A che punto è la riforma di questa normativa, che risale al 1990?

Siamo in una fase particolarmente calda dei negoziati e si spera di arrivare ad un accordo entro fine anno. Contiamo sul fatto che questa riforma possa vedere la luce quanto prima, permettendo un sensibile miglioramento dei meccanismi per denunciare gli

abusi ed azioni molto più efficaci da parte delle Autorità Garanti contro chi ha violato i nostri dati.

In conclusione possiamo riassumere quali sono i nuovi rischi per il consumatore europeo che è sempre più interconnesso?

Dal lato del commercio elettronico devo dire che si è assistito ad un notevole miglioramento della sicurezza dei pagamenti online, e questo ha reso il mercato molto più solido e più sicuro, aumentando la fiducia dei consumatori. Tuttavia non tutti gli imprenditori rispettano in pieno le regole, ad esempio quelle in materia di informazione precontrattuale e quelle volte a permettere al consumatore di esercitare in concreto certi diritti. Purtroppo su questo le cifre sono ancora abbastanza alte e mi auspico che l'industria si

adequi al più presto. Dal lato del consumatore c'è poi un dato significativo: gli studi ci dicono che, quando facciamo acquisti online, la nostra attenzione resta vigile per pochissimi secondi, ancora meno di quando utilizziamo un canale tradizionale. Pertanto, l'invito che faccio al consumatore è quello di essere ancora più attento alle informazioni che riceve e gestisce di quanto non faccia nel mondo offline, perché, anche se crede di essere solo, non è vero: ci sono tanti altri occhi che guardano quello che fa mentre è su Internet. Allo stesso tempo, un mercato digitale europeo davvero funzionante ci permetterà di trovare infinitamente più beni e servizi, a prezzi assai più competitivi. Dunque: vigilanza, sì' ma anche curiosità e intelligenza nell'esplorare le tante potenzialità ancora tutte da scoprire della nostra Unione a 28.

Agenda Digitale per l'Italia, Internet veloce per tutti entro il 2020

Il Governo italiano ha promesso, prima di tutto, Internet veloce per tutti: nel Piano Banda ultra larga, adottato dal Consiglio dei Ministri di marzo, si prevede di dare **entro il 2020 una velocità di 30 Megabit a tutti gli italiani e 100 Megabit all'85% della popolazione**. I 100 Megabit sono la sola velocità definita ultra fast broadband dall'Agenda Digitale europea e per l'Italia è una frontiera del tutto inesplorata.

I fondi necessari per raggiungere tale obiettivo sono **12,4 miliardi di euro**, di cui 6,5-7 miliardi di origine pubblica e il resto degli operatori privati che vorranno partecipare al piano. I fondi del piano governativo andranno nelle zone dove gli operatori non intendono investire con le sole proprie forze. Queste zone sono state divise in 4 cluster, a seconda del livello di infrastrutture già presenti/pianificate dagli operatori. Il primo cluster comprende le principali 15 città in cui gli

operatori si sarebbero limitati a mettere fibra fino agli armadi. Il Governo li incentiverà, con fondi pubblici, ad arrivare fino alle case, per garantire velocità di 100 Megabit e oltre. Stessa situazione per il secondo cluster (1.122 città, 47% della popolazione). Nel terzo gli operatori volevano fermarsi all'Adsl e il Governo li incentiverà ad arrivare alla fibra ottica nelle case (2.650 città, 22% della popolazione). Nel quarto cluster le intenzioni degli operatori erano uguali, ma il Governo si accontenterà di avere la fibra 30 Megabit (fino agli armadi): 4300 comuni, 15% della popolazione.

A seconda dei cluster, cambia il tipo di incentivo. Nel primo, solo incentivi fiscali. Nel secondo, i fondi pubblici saranno a debito e solo in minima parte a fondo perduto. Nel terzo cluster i fondi saranno in parte a debito e in parte a fondo perduto. Nel quarto, sarà tutto a fondo perduto. Inoltre, nel secondo e nel ter-

zo cluster il Governo intende fare bandi di gara per incentivare gli operatori a costruire le reti. Nel quarto, costruirà direttamente la nuova rete e poi la darà in affitto agli operatori. Sono previsti anche incentivi alla domanda: voucher gestiti dagli operatori, per abbattere i costi con cui gli utenti pagheranno la fibra ottica.

IL PIANO ENEL. A luglio Enel ha annunciato l'avvio dell'operazione "contatori intelligenti" dal 2016, con la possibilità di far passare il cavo della banda ultralarga direttamente nei nuovi contatori, arrivando così nelle case degli italiani. Sarebbero 33 milioni i vecchi

contatori da sostituire, installati da Enel tra il 2001 e il 2006. Il costo dell'operazione sarebbe marginale, poiché con un solo intervento si effettuano due operazioni: sostituzione del contatore e cablaggio in casa. L'ambizione di Enel è quella di cablare tutto il territorio nazionale, portando la fibra ovunque ci sia un'utenza elettrica entro il 2020. E questo farebbe balzare l'Italia dagli ultimi posti nella classifica dei paesi più digitalizzati ai primi. Al momento si stanno verificando con l'Autorità per l'energia elettrica e il gas le ultime messe a punto delle funzionalità, le specifiche tecniche e i vantaggi per il consumatore.

Gap digitale, Raffaele Tiscar: "Per colmarlo tutti dobbiamo fare la nostra parte"

Intervista a Raffaele Tiscar - Vicesegretario generale della Presidenza del Consiglio dei Ministri

Come si sta muovendo l'Italia nell'ambito della strategia digitale europea? Quali sono le priorità fissate dal Governo?

Periodicamente vengono pubblicate ricerche che confermano l'arretratezza dell'Italia sia da un punto di vista infrastrutturale sia nell'uso di internet. Non aveva e non ha molto senso continuare a piangersi addosso, piuttosto occorre rapidamente darsi una road-map recuperare posizioni su entrambi i fronti: quello dell'offerta di servizi digitali e quello del suo reale utilizzo. Con la pubblicazione della **Strategia Italiana per la Banda Ultralarga** e della **Strategia per la Crescita Digitale 2014-2020** (consultabili e scaricabili in internet) per la prima volta il Governo ha definito per entrambi gli aspetti un percorso dedicandovi molte risorse economiche, sia nazionali sia europee. L'obiettivo è raggiungere per il 2020 i target fissati dal-

la UE, che, lo ricordiamo, sono la copertura del 100% della popolazione con una velocità di connessione di almeno di 30 Mbps e l'uso da parte di almeno il 50% della popolazione di una connessione ultraveloce di oltre i 100 Mbps. Nei due documenti sono definite anche le priorità: dovranno essere adeguate le reti di trasmissione nella parte di accesso, quella che entra negli edifici, a partire dalle cosiddette aree a fallimento di mercato (le aree in cui gli operatori non abbiano manifestato volontà di investire) per poi interessare quelle in cui "teoricamente" dovrebbero esservi le condizioni di mercato per sostenere gli investimenti, ma che, in realtà, lo scarso uso di internet e la scarsa diffusione dei servizi digitali rende poco appetibili per gli operatori. Per quanto riguarda, invece, l'adozione diffusa di servizi digitali sono previste azioni importanti riguardanti l'identità digitale e la digitalizzazione di alcuni tra i più diffusi servizi pubblici: il settore so-

ziale e sanitario, l'educazione e il turismo. Una volta realizzata l'infrastruttura digitale è previsto l'uso anche di un voucher per accelerare le nuove connessioni ultra-veloci.

La promessa di dare 30 Megabit a tutti e 100 all'85% degli italiani entro il 2020 verrà mantenuta? A che punto è il piano della banda ultralarga?

Gli obiettivi sono molto ambiziosi e il tempo non è molto. Diciamo subito che il termine per la spesa dei fondi europei è in realtà il 2022, trattandosi di fondi strutturali relativi al periodo 2014-2020. L'importante sarà aprire i cantieri il più velocemente possibile e stiamo lavorando tutti (Presidenza del Consiglio dei Ministri, Ministero dello Sviluppo Economico, AGCOM, Infratel) per iniziare entro il 2016. Ma dobbiamo anche sapere che ci sono tempi non dipendenti dal Governo Italiano (l'esame da parte della Commissione Europea per il profilo riguardante gli aiuti di Stato, per esempio) e, comunque, tecnicamente non comprimibili (la progettazione, le procedure di gara, la permessistica da parte degli enti locali ecc.). Attualmente la Strategia è al pre-esame da parte della Commissione Europea con cui siamo a stretto contatto per la produzione del maggior numero di dati possibile onde facilitare loro il lavoro di valutazione e validazione del documento italiano. Contestualmente si sono avviati i colloqui con ciascuna Regione per la messa in comune dei progetti e delle risorse. Le assicuro, è un gran lavoro preparatorio.

Come faranno le piccole realtà locali a non restare indietro di fronte alla sfida digitale?

Il programma di spesa delle risorse statali finora stanziato dal CIPE per un totale di 2,2 miliardi riguardano esclusivamente territori a bassa densità di popolazione, appunto le aree a cosiddetto "fallimento di mercato"; esse corrispondono grosso modo ai Comuni sotto i 20-30.000 abitanti. A queste risorse sono da aggiungersi le risorse economiche messe a disposizione dalla UE alle Regioni che complessivamente sono più o meno dello stesso ammontare. Gli altri Comuni seguiranno negli anni successivi. Nelle realtà più piccole molto si giocherà nell'effettivo utilizzo del digitale nella vita di tutti i giorni, sia quando stiamo a casa sia quando siamo a lavorare.

Infine, quando l'Italia riuscirà a colmare l'enorme gap che ha con gli altri Paesi europei in termini di cultura digitale?

Rispondere a questa domanda riguarda tutti, non solo il Governo. Tra non molto tutto quello che facciamo sarà diverso, ma quanto siamo disposti a farlo da subito? Alcuni esempi: siamo disposti a usare solo le mail al posto delle lettere affrancate oppure effettuare solo pagamenti digitali? Firmare solo digitalmente oppure usare solo fatture digitali? Magari fare i colloqui con gli insegnanti solo via Skype e usare solo materiale didattico digitale? Fare la spesa con internet e conservare tutti i documenti sul cloud? Il Governo ha deciso di investire su questo cambiamento epocale, ma molto dipenderà da noi tutti cogliere la grande opportunità di fare le cose in modo più semplice, sicuro e veloce.

REDAZIONE

Focus Europa - è l'inserto della newsletter di Consumers' Forum Dialogo Aperto, supplemento alla testata Help Consumatori.

Direttore Responsabile: Antonio Longo

Per Help consumatori: Antonella Giordano
Editore: Consumedia S.c.a.r.l. - Via dei Liburni 2 00185
Roma RM- P.IVA 08759041000
Reg. Trib. di Roma Sez. Stampa
n. 260/06 del 27 Giugno 2006

Responsabile
Consumers' Forum: Alessandra Piloni
Web master: Giacomo D'Orazio
Grafica: Valentina D'Angelo