



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

*Presidenza del Consiglio dei Ministri
Agenzia per l'Italia Digitale*

Consultazioni

*Strategia per la crescita digitale 2014-2020
Strategia italiana per la banda ultralarga*

COMMENTI

CONFCOMMERCIO - IMPRESE PER L'ITALIA

Roma, 19 dicembre 2014

1. Premessa

A seguito della riunione dello scorso 4 dicembre presso la Sala Monumentale della Presidenza del Consiglio dei Ministri, in merito alla Strategia per la crescita digitale 2014-2020 e al Piano nazionale Banda Ultra larga, posti in consultazione fino al prossimo 20 dicembre, Confcommercio - Imprese per l'Italia, ringraziando per l'invito che ci ha consentito di rappresentare il nostro punto di vista trasmette, come preannunciato, una sintesi delle osservazioni già comunicate in quella occasione, a commento dei piani predisposti, esprimendo in primo luogo l'interesse a collaborare ai lavori dei Comitati e delle Commissioni presso l'Agenzia per l'Italia Digitale che, come indicato nel corso dell'incontro, sono già costituiti o saranno resi tra breve operativi.

Sarà infatti fondamentale poter continuare a fornire un contributo costante alle analisi e valutazioni che nel corso dei lavori determineranno, da parte degli organismi competenti, gli indirizzi e le scelte operative per la realizzazione concreta dei Piani.

2. Strategie/ contributi dalle categorie

Non si può che esprimere pieno consenso in relazione alla determinazione espressa nel documento in consultazione: di elaborare, ma anche integrare e coordinare una serie di strategie e piani già in essere, in un percorso di centralizzazione della programmazione al fine di uno sviluppo esteso dell'uso del digitale.

Nella convinzione che il digitale sia allo stesso tempo segno e stimolo al progresso economico e sociale, riteniamo che un impegno attento ed efficiente in questo ambito permetterà al Paese di ridurre il gap che lo separa dai partner europei più progrediti: una diffusione dell'uso delle tecnologie digitali in linea con la media europea, presso le Pubbliche Amministrazioni centrali e locali, presso la cittadinanza e nelle attività economiche del territorio, è più che mai necessaria e auspicabile.

A questo proposito, e in riferimento sia ai programmi di Crescita digitale sia ai piani per la diffusione di Banda ultralarga, teniamo a rilevare che, insieme con la collaborazione di Confcommercio, le associazioni nazionali aderenti **Assintel** (Associazione Nazionale delle Imprese ICT,) e **Assoprovider** (Associazione Provider Indipendenti), rappresentano a tutti gli effetti partner, riconosciuti come interlocutori istituzionali da organismi governativi, che forniranno un efficace contributo ai lavori dei tavoli istituiti da AGID. La loro assenza costituirebbe una sicura perdita di competenze, di interessanti contributi nei diversi campi di interesse delle strategie digitali, e chiediamo pertanto che vengano considerati tra i soggetti da convocare ai tavoli di lavoro che si apriranno.

In relazione invece al percorso di attuazione della strategia sul territorio, si evidenzia come Confcommercio sia da sempre particolarmente sensibile alla logica della co-progettazione: concezione che presuppone il coordinamento delle amministrazioni locali e delle Regioni con le **organizzazioni di categoria** che nel territorio rappresentano il tessuto imprenditoriale e sociale, e che, chiamate a collaborare, forniranno il proprio contributo per l'attuazione dei piani delineati a livello centrale.

Il lavoro di progettazione in sinergia tra amministrazioni locali e categorie sul territorio non potrà che dare maggiore efficacia a quanto pianificato sul piano nazionale, valorizzando esperienze e competenze locali.

3. **Micro imprese, necessità di un approfondimento**

L'Italia, anche più di altri partner europei, è **profondamente segnata dalla realtà delle micro imprese**, che giocano come è noto un ruolo estremamente rilevante nel definire l'intero profilo economico del Paese; profilo che tuttavia emerge in modo alquanto deformato se ci si limita alla fotografia che ne danno le statistiche relative alle ICT nelle imprese, quelle, per intenderci, che vanno a formare lo Scoreboard europeo e che vengono utilizzate come modello descrittivo della situazione presente, da cui prendere le mosse per avviare il programma di crescita.

Senza voler azzardare un quadro che, proprio a motivo dell'assenza di indagini esaustive, rimane privo di basi scientificamente verificate, possiamo segnalare, in base dalla nostra esperienza associativa, che le micro imprese italiane costituiscono - con le ovvie eccezioni e in un panorama che vede certamente diversi ed entusiasmanti casi di eccellenza o di ottimo uso e gestione delle tecnologie disponibili - **un soggetto ancora poco convinto della necessità di convertirsi al digitale.**

Nonostante vari progetti orientati a promuovere la formazione e la crescita digitale delle micro imprese, realizzati da Confcommercio a livello centrale e presso le articolazioni territoriali, molti imprenditori, presi dall'urgenza delle necessità quotidiane, sottovalutano il vantaggio un'organizzazione aziendale che si avvalga in modo sistematico delle nuove tecnologie. L'uso del digitale resta sporadico, limitato all'uso privato, per la comunicazione personale.

Riteniamo quindi essenziali in primo luogo una serie di indagini tra le micro imprese (sotto i dieci addetti) dei diversi settori economici, al fine di conoscere propensioni, orientamenti e bisogni - percepiti o meno - dell'universo che, più di ogni altro, deve essere istruito e, prima ancora, posto in grado di riconoscere e apprezzare i vantaggi del digitale.

Ciò anche al fine di determinare quale tipo di comunicazione o azione sia più efficace a stimolare l'interesse per le nuove tecnologie e il loro uso. Necessario poi analizzare e definire le competenze indispensabili ai micro imprenditori e studiare da una parte le formule e metodologie più opportune per comunicare loro le conoscenze utili alla gestione dell'impresa, dall'altra i modelli per la valutazione e il riconoscimento delle competenze acquisite (a questo proposito, importante l'adozione dello standard e-CF come riferimento riconosciuto a livello europeo).

In questa cornice, si rileva l'utilità del lavoro già avviato presso l'AGID sulle competenze ICT e trasversali, che a nostro parere costituisce una prima fase di cui fare tesoro per i successivi passi da compiere.

4. **Banda ultralarga / presupposti per una strategia efficace**

Partendo dall'assunto che la gestione, nonché la progettazione e l'implementazione dei servizi di connessione esigono il rispetto dei principi di trasparenza, neutralità e non discriminazione, riteniamo opportuno ribadire che qualsiasi strategia che abbia l'obiettivo di sviluppare le connessioni a banda larga e ultralarga deve tenere nel massimo conto l'insieme dei soggetti che nel Paese sono in grado di offrire questo servizio: sfruttare tutte le opzioni, non escludendo a priori l'apporto dei piccoli imprenditori dei servizi Internet, è essenziale per affrontare nel modo più adeguato il digital divide e ridurlo in tempi ragionevoli.

Non escluderli significa permettere che, anche in assenza di capitale sociale di grandi dimensioni, a questi operatori sia consentito di attivarsi per i servizi che sono attualmente in fase di programmazione, come il Sistema Pubblico per la gestione dell'Identità Digitale (SPID); gli Internet Service Provider potrebbero dare un notevole contributo a questo servizio, se venisse eliminata la soglia di 5 milioni di euro come capitale sociale minimo per accedervi come gestore - considerato che sarebbe essenziale, piuttosto, verificare una formula assicurativa efficace per garantire al massimo la funzionalità e l'espletamento del servizio.

Al fine di favorire la crescita di una rete che sia estesa ed efficiente, è necessario poter disporre di tutte le informazioni e la documentazione relativa alle opere civili sul territorio: un catasto pubblico elettronico delle infrastrutture sopra- e sottosuolo è indispensabile per aprire la strada alla pianificazione dei lavori di posa della rete, individuando facilmente le opportunità di riutilizzo di cavidotti o altre condutture esistenti: opere pubbliche disponibili per un servizio di utilità pubblica. Siamo consapevoli dell'impegno che tale enorme documentazione richiede, ma convinti dell'opportunità di partire, mentre sarà comunque decisivo e più facile ottenere mappe digitali in formati standard di tutti i nuovi scavi, tubi e cavi che da ora in poi saranno realizzati.

Le frequenze e la loro utilizzazione: anche qui Confcommercio chiede di verificare il principio di non discriminazione, in particolare Assoprovider denuncia una differenza nel costo delle frequenze tra servizi televisivi e connessioni internet.