

Programmazione della politica di coesione 2021 - 2027

ENTE/ORGANIZZAZIONE: CONFESERCENTI – CONFEDERAZIONE ITALIANA ESERCENTI ATTIVITA' COMMERCIALI TURISTICHE E DEI SERVIZI <i>(specificare)</i>	DATA: 16/07/2019
RESPONSABILE DELLA COMPILAZIONE: Lucio Scognamiglio scognamiglio@eurosportello.eu ; Giampiera Petrucciani giampiera.petrucciani@confesercenti.it <i>(specificare nominativo ed indirizzo email)</i>	
OBIETTIVO DI POLICY: Europa più intelligente <i>(specificare)</i>	
OBIETTIVO SPECIFICO: Permettere ai cittadini, alle imprese e alle amministrazioni pubbliche di cogliere i vantaggi della digitalizzazione <i>(specificare)</i>	
1. A) Quali esperienze di politiche pubbliche, tipologie di interventi e strumenti è utile proporre in quanto promettenti? Specificare le motivazioni.	
<p>Dal processo di trasformazione digitale di questi anni emergono alcune criticità riferite all'OS Digitalizzazione:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La digitalizzazione è un cambiamento trasversale che non può essere declinato solo dal punto di vista tecnologico, ma investe anche profili organizzativi e culturali che devono essere parimenti sostenuti. Questo aspetto non può essere sottovalutato nella nuova Programmazione, in particolare nella definizione di misure e interventi diretti a favorire i vantaggi della digitalizzazione. Dalla valutazione delle attuali risultanze sulla transizione verso un'economia digitale emerge un quadro frammentato con considerevoli differenze non solo tra Regioni del Nord e quelle del Sud, ma anche con importati differenze all'interno delle suddette aree geografiche. Per cui risultano ancora necessarie azioni di tipo generalista dirette a elevare il livello di consapevolezza delle imprese. A tal proposito sarebbe utile anche sostenere azioni di tipo sperimentale che "affianchino dal basso" i processi di trasformazione delle Imprese secondo la metodologia indicata dalla stessa Commissione europea (vedi appresso box 5). 2. Le proposte a supporto della digitalizzazione per le imprese del terziario hanno maggior impatto se integrate con quelle delle altre tipologie di soggetti coinvolti in questi processi. Occorre infatti considerare che le imprese del commercio e turismo (ovviamente insieme a quegli altri ambiti produttivi che hanno contatti diretti col pubblico) rappresentano uno dei vertici del triangolo relazionale con Cittadini e Pubblica Amministrazione (Centrale e Locale). La digitalizzazione dovrebbe quindi tendenzialmente favorire non solo l'acquisizione di soluzioni o piattaforme digitali, ma anche un processo integrato basato su modelli di cambiamento culturale condiviso con gli altri attori coinvolti soprattutto con riferimento al cambio di scenario e di paradigma di questi ultimi anni. Particolare attenzione dovrebbe essere dedicata alla digitalizzazione della PA affinché non si traduca nella semplice dematerializzazione procedimentale col risultato di trasferire sul web la tipica complessità e ridondanza burocratica. Viceversa questi processi – per essere realmente efficaci – devono essere costruiti avendo sempre presente il punto di vista del fruitore finale, Impresa o Cittadino che sia. 3. Le agevolazioni per la trasformazione digitale attualmente disponibili per le Imprese sono state concepite per l'industria con riferimento soprattutto alle cd tecnologie abilitanti, quindi risultano inapplicabili a grandissima parte della produzione non manifatturiera. Anche le agevolazioni più semplici, come i voucher camerali, risultano cervellotiche e complesse per aziende che producono servizi anziché manufatti. Il divario tra il livello normativo e quello dei potenziali beneficiari più piccoli è evidente. Considerati i numeri e la diffusione delle piccole e micro imprese del terziario occorrerebbe perciò formulare delle misure di supporto dirette ad assicurare un "entry level" per un digitale diffuso che coinvolga anche le micro imprese. In altri termini sarebbe opportuno affiancare all'innovazione spinta della visione comunitaria, anche una strategia articolata in misure diversificate adatte al tessuto economico produttivo dei singoli Stati membri e delle singole Regioni. 4. La visione "monolitica" della Commissione si scontra con dati di fatto che continuano a rimanere inalterati a distanza di anni come la diffusione delle micro delle imprese che è un tratto tipico dell'economia italiana. In vista della prossima programmazione questa dimensione, da punto di debolezza dovrebbe essere trasformata in punto di forza, quindi anziché essere in larga misura ignorata, dovrebbe essere oggetto di 	

Programmazione della politica di coesione 2021 - 2027

misure specifiche che coinvolgano gli enti intermedi come “soggetti aggregatori” in grado di coinvolgere con progetti di sistema, economie di scala ed efficientamento dei processi numeri significativi di microimprese. **A tal fine si segnala che il Decreto 7 maggio 2019 del MISE** (“Disposizioni applicative del contributo a fondo perduto, in forma di voucher, a beneficio delle micro, piccole e medie imprese, per l'acquisto di consulenze specialistiche in materia di processi di trasformazione tecnologica e digitale” in GU n.152 del 1-7-2019) **dovrebbe essere adottato come parametro di riferimento sia per quanto riguarda la fondatezza di misure di incentivo mirate alle MPMI, sia per quanto riguarda un’adeguata perimetrazione dell’innovazione.** Nel dettaglio:

- Art. 2 c. 2: sviluppo di processi innovativi in materia di trasformazione tecnologica e digitale attraverso le tecnologie abilitanti previste dal Piano nazionale impresa 4.0 e/o lo sviluppo di processi innovativi in materia di organizzazione, pianificazione e gestione delle attività, compreso l'accesso ai mercati finanziari e dei capitali. In particolare, il contratto di rete deve prevedere:
- a) l'adesione esclusivamente di micro, piccole e medie imprese in possesso dei requisiti indicati al comma 1 e un numero di imprese aderenti non inferiore a tre;
- b) obiettivi strategici di innovazione e di innalzamento della capacità competitiva delle imprese aderenti coerenti con le finalità del progetto innovativo oggetto della domanda di contributo
- Art 3 c. 1 lettere: n) integrazione e sviluppo digitale dei processi aziendali; o) programmi di digital marketing, quali processi trasformativi e abilitanti per l'innovazione di tutti i processi di valorizzazione di marchi e segni distintivi (c.d. «branding») e sviluppo commerciale verso mercati;
- Art 3 c. 2: Sono inoltre ammissibili al contributo le spese sostenute a titolo di compenso per le prestazioni di consulenza specialistica rese da un manager dell'innovazione qualificato (...) al fine di indirizzarne e supportarne i processi di ammodernamento degli assetti gestionali e organizzativi, compreso l'accesso ai mercati finanziari e dei capitali, attraverso:
- a) l'applicazione di nuovi metodi organizzativi nelle pratiche commerciali, nelle strategie di gestione aziendale, nell'organizzazione del luogo di lavoro, a condizione che comportino un significativo processo di innovazione organizzativa dell'impresa;
- b) l'avvio di percorsi finalizzati alla quotazione su mercati regolamentati o non regolamentati, alla partecipazione al Programma Elite, all'apertura del capitale di rischio a investitori indipendenti specializzati nel private equity o nel venture capital, all'utilizzo dei nuovi strumenti di finanza alternativa e digitale quali, a titolo esemplificativo, l'equity crowdfunding, l'invoice financing, l'emissione di minibond.

In lodevole controtendenza rispetto alla visione monolitica Commissione molto squilibrata a favore di un certo tipo di imprese manifatturiera con vocazione endogena alla ricerca e all’acquisizione tecnologica, si segnala la Regione [Friuli Venezia Giulia](#) il cui Assessore Bini ha di recente affermato che "La crescita dell'e-commerce è irreversibile e va cavalcata, piuttosto che combattuta, collegandola al commercio tradizionale e la Pubblica amministrazione ha il dovere di assecondare chi è propositivo. Per questo, dopo aver licenziato il credito di imposta sulla digitalizzazione, la Regione collocherà 12 milioni di euro di premialità di fondi Por Fesr sull'innovazione delle imprese nel bando che sarà pubblicato tra gennaio e febbraio 2020."

1. B) *Nel caso dell’Obiettivo di Policy 5 è possibile segnalare quali esperienze significative, piani, progetti territoriali o modalità di intervento dedicate a specifiche aree territoriali. Per ciascuna esperienza indicare:*

Programmazione della politica di coesione 2021 - 2027

- qual è il tipo di territorio interessato (possibile segnalare più di una tipologia)¹: (i) quartiere/periferia; (ii) intero Comune; (iii) zona funzionale urbana o extraurbana; (iv) zona di montagna; (v) zona costiera o isole; (vi) zona a rischio spopolamento; (vii) altra tipologia di territori².
- la/le tematica/e interessata/e e, laddove possibile, l'Obiettivo/i Specifico/i anche a valere sugli altri quattro Obiettivi di Policy connessi all'esperienza/proposta segnalata.

2. Quali esperienze di politiche pubbliche, tipologie di interventi e strumenti andrebbero abbandonati in quanto hanno dimostrato di non essere efficaci? Specificare le criticità di contesto.

- Interpretazioni restrittive dell'innovazione declinate esclusivamente in termini di tecnologie abilitanti per l'industria e ricerca avanzata che non tengono adeguatamente conto della molteplicità dei profili così come descritti dal Manuale di Oslo con riferimento anche ai processi e all'organizzazione. In questo senso è essenziale allargare il perimetro dell'innovazione non escludendo alcuna impresa.
- Non esiste una "taglia unica" per l'innovazione aziendale, ma ciascuna impresa deve individuare e sperimentare la propria anche in relazione al modello di business che intende perseguire. Per cui continuare a puntare solo su tecnologie e ricerca avanzata se va bene per un certo tipo di industria (considerando peraltro che l' "effetto traino" sulla filiera o sul territorio risulta tutt'altro che scontato) rappresenta un limite alla transizione verso un'economia digitale diffusa.

3. Come le proposte possono contribuire ad affrontare le sfide poste dai Temi Unificanti (Lavoro di Qualità; Territorio e risorse naturali, Omogeneità e qualità dei servizi, Cultura veicolo di coesione economica e sociale)?

Il supporto alla trasformazione digitale anche delle imprese del settore terziario ha un impatto trasversale sui temi unificanti. A questo proposito occorre considerare che proprio il terziario – a differenza della manifattura – ha al centro della produzione le persone e non le macchine. Sostenere la digitalizzazione in questi ambiti significa quindi intervenire anzitutto sulle persone elevandone il livello di competenze e qualificandone le professionalità. In questa prospettiva – laddove realmente sostenuta da strategie, misure e percorsi di accompagnamento alla digitalizzazione calibrati sulle persone piuttosto che sulle macchine - si potrebbe avviare una vera **rivoluzione digitale "dal basso"** che progressivamente coinvolga fasce sempre più ampie di aziende tradizionalmente escluse dai processi di innovazione più per ragioni di tipo culturale che oggettivo (basti pensare che la vera rivoluzione digitale e l'avvio della cd economie delle piattaforme non si è concretizzata con l'affermarsi del modello Industria 4.0, ma a seguito di fenomeni planetari come Amazon, Airbnb, Uber che hanno impattato enormemente proprio sul commercio al dettaglio, sull'offerta turistica e sui servizi). Ovviamente non si tratta di replicare simili esperienze, ma di utilizzare i vantaggi della digitalizzazione proprio per rispondere alle sfide poste dai temi unificanti.

- Lavoro: Tradizionalmente nel commercio e nel turismo per la maggioranza degli addetti si tratta di settori ad alta intensità di manodopera e a bassa qualificazione. Innalzarne il livello di consapevolezza e competenza non può ragionevolmente avvenire attraverso i meccanismi classici dell'inserimento in azienda di dottori di ricerca e neanche attraverso l'impiego di Manager dell'Innovazione se esperti solo di tecnologie abilitanti. Piuttosto l'innalzamento della qualità del lavoro degli addetti a questi settori potrebbe avvenire integrando le competenze nuove con quelle tradizionali con un'innovazione "su misura" adatta a questa tipologia di aziende con percorsi di aggiornamento e formazione per gli addetti e rafforzando il legame con gli ITS (semmai creandone di appositi) per la professionalizzazione delle nuove leve.

¹ Le tipologie di territori sono individuate nella Tavola 3 dell'Allegato 1 alla proposta del Regolamento Comune (CPR).

² Altre tipologie di territori possono essere, ad esempio, aree di crisi, oppure unioni di comuni di Distretti socio-assistenziali.

Programmazione della politica di coesione 2021 - 2027

- Territorio / Cultura: I maggiori benefici di misure dirette a favorire una vera rivoluzione digitale “dal basso” riguardano proprio i temi unificanti “Territorio e risorse naturali” e “Cultura veicolo di coesione economica e sociale” che in questa visione sono intimamente collegati. Nel dettaglio sostenere il rafforzamento delle “fondamenta digitali” delle MPMI del commercio, del turismo e dei servizi avvantaggia non solo la loro competitività, ma consente anche – probabilmente come valore aggiunto non ancora sufficientemente evidenziato – di connettere più agevolmente questi settori produttivi non solo alla PA, ma anche ad altri settori produttivi ad essi complementari come la produzione culturale (ma non solo, si pensi alle produzioni tipiche locali e all’artigianato di qualità). Sullo sfondo abbiamo il territorio che è il fattore comune a queste aziende che hanno nel territorio il loro più importante elemento identificativo e di attrazione dei flussi di clientela. In altri termini la **digitalizzazione può essere considerata come “precondizione” per implementare visioni integrate del Territorio che valorizzino i catalizzatori storico/paesaggistici** presenti quasi ovunque nel nostro Paese, insieme alla produzione culturale come vettore ed elemento di ulteriore attrazione. In questa cornice diventa finalmente fattibile superare la visione dei Territori come “superfici di appoggio” di attività economiche, che insieme agli altri attori locali (pubblici e privati) spesso restano ingabbiati in logiche settoriali che non dialogano fra loro. Con una digitalizzazione diffusa sono realizzabili visioni integrate dove i Territori possono rafforzare la propria competitività valorizzando i punti di forza e identità.
- Attraverso questo approccio si risponde anche alle sfide poste riguardo alla qualità dei servizi e alla coesione economico-sociale. Evidentemente solo attraverso la digitalizzazione diffusa è possibile creare le condizioni necessarie anche per allestire delle piattaforme con servizi integrati ed efficienti che rispondano alle esigenze di Imprese e Cittadini (ovviamente includendovi anche Clienti e Turisti) e per rendere il Territorio non solo elemento fisico ma soggetto promotore della propria economia con ricadute positive sulla permanenza di chi vi risiede, nonché sulla sostenibilità e sulla coesione economico sociale.

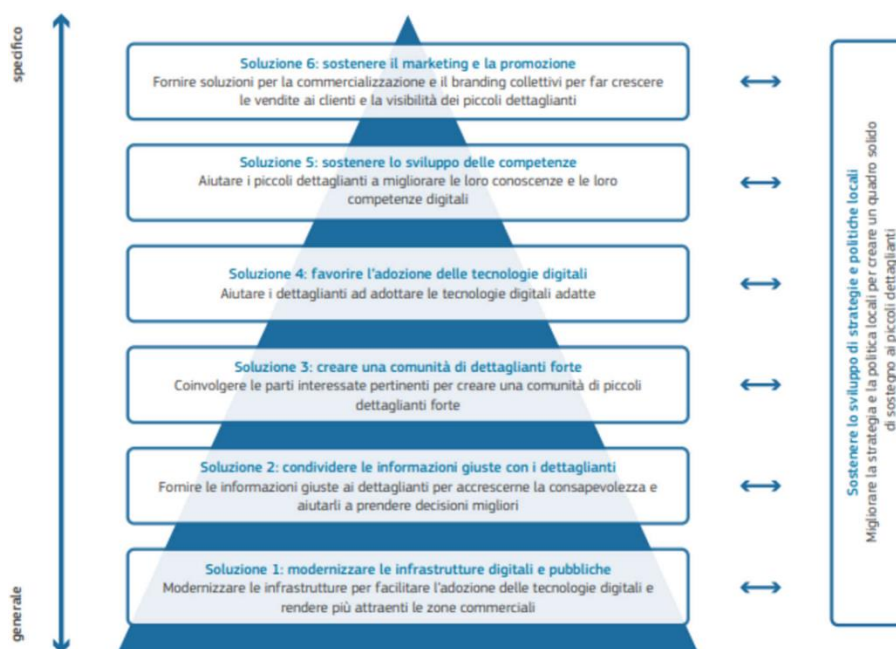
4. *Come le proposte possono contribuire al perseguimento degli obiettivi strategici della Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile e/o agli obiettivi di sviluppo sostenibile dell’Agenda ONU 2030?*

Programmazione della politica di coesione 2021 - 2027

5. Segnalare eventuali esperienze, analisi, studi, ricerche, da cui trarre informazioni per l'impostazione della programmazione (fonte, titolo, anno, link da cui acquisire documentazione pertinente).

Per quanto riguarda specificamente il commercio, di recente l'UE ha ribadito che “negli ultimi decenni, tuttavia, i piccoli dettaglianti hanno dovuto fare i conti con un numero crescente di problemi, dovuti in gran parte ai cambiamenti radicali intervenuti nelle abitudini di acquisto e di vendita. Il settore del commercio al dettaglio è stato testimone di un diffuso passaggio dai piccoli negozi generalisti ai grandi magazzini, il che si è tradotto nella necessità sempre più stringente per i negozianti locali di mantenersi competitivi sul prezzo. In tempi recenti la nuova sfida da affrontare è la rivoluzione digitale.” ([Guida pratica per promuovere la rivitalizzazione e la modernizzazione del piccolo commercio al dettaglio](#) – Unione europea 2018, da cui è stata tratta anche la Piramide delle Soluzioni). Le indicazioni metodologiche per favorire la digitalizzazione anche nelle imprese più piccole del commercio al dettaglio (secondo il rapporto 2019 dell'Osservatorio Innovazione Digitale nel Retail del Politecnico di Milano solo le grandi catene distributive si stanno attrezzando, le imprese di medi dimensioni vi si stanno avvicinando, quelle piccole e medie non sono state neanche monitorate essendo ancora molto lontane dal cambiamento) indicano un percorso di affiancamento dal basso – stimolato soprattutto da autorità locali insieme ad associazioni di commercianti – che in grado progressivamente di favorire anche in queste imprese la transizione al digitale.

La Piramide delle Soluzioni



Questo approccio potrebbe significativamente rafforzare iniziative pregresse come l'esperienza ultraventennale dei Centri Commerciali Naturali (per riferimenti normativi e altri approfondimenti vedi [Dossier CCN](#) a cura dell'Unione Giovani Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili di Salerno), oltre a essere assolutamente coerenti con l'OP 1 / OS Digitalizzazione essendo dirette a favorire l'aggregazione e la promozione dell'offerta commerciale attraverso l'utilizzo di piattaforme e strumenti digitali.

6. Eventuali ulteriori osservazioni.