

## **ROBERTO LISCIA: NUOVE REGOLE DEL GIOCO PER TUTELARE AZIENDE E CONSUMATORI**

Roma, 8 Luglio 2014 – *“Osserviamo da anni che l’eCommerce è sempre più percepito dalle aziende come un canale necessario per l’espansione del proprio business”, sottolinea **Roberto Liscia, Presidente di Netcomm - Consorzio del Commercio Elettronico Italiano.** Lo attesta l’andamento del fatturato complessivo (+20% all’anno negli ultimi anni) e stimato oltre i 13 miliardi di euro per il 2014, congiuntamente all’impennata del numero di acquirenti online italiani che sono passati in tre anni da 9 a 16 milioni. Stiamo, finalmente, assistendo a un forte interesse delle imprese, in particolare del Made in Italy e della grande distribuzione, che si sono rese conto delle grandi opportunità che il digitale può offrire in un momento in cui i fattori recessivi stanno mettendo in discussione i modelli di business e di vendita tradizionali. Proprio la stabile crescita a doppia cifra dell’eCommerce mostra come le aziende italiane stiano adottando sempre più una strategia multicanale, vero fattore chiave che può consentire all’eCommerce B2c di raggiungere in Italia valori comparabili a quelli dei mercati esteri.*

*Il ritardo, malgrado i fattori positivi che stiamo osservando, però, rimane e l’Italia è ultima in quasi tutte le classifiche su tutti i fattori che condizionano lo sviluppo. Le imprese che vendono online sono solo il 4% del totale, l’accesso alla banda larga rimane carente e la copertura finanziaria per gli investimenti necessari sono ancora un interrogativo non risolto. I servizi digitali della pubblica amministrazione sono pochi, frammentati e di difficile accesso e soprattutto una fetta ancora consistente di italiani ha ancora paura ad effettuare acquisti on line. È evidente che in questo quadro la dimensione delle imprese diventa un fattore abilitante.*

*Nonostante che in Italia le prime 200 imprese web abbiano una quota di mercato superiore al 70%, poche sono le aziende italiane che competono sul mercato internazionale online e il nostro Paese è, di fatto, assente nella competizione internazionale. Stiamo perdendo competitività a livello globale e non riusciamo a sfruttare il potenziale del Made in Italy che potrebbe trovare più facilmente sbocchi su questi mercati. Si prevede che nel 2018 le vendite cross country, nel mondo, raggiungeranno i 307 miliardi di dollari, coinvolgendo oltre 130 milioni di acquirenti - continua **Roberto Liscia.** Ovvero eShopper evoluti di cui le nostre imprese dovranno saper intercettare bisogni e richieste, perché la via digitale è ormai connaturata ai nostri tempi e nel Net Retail che stiamo osservando è divenuta imprescindibile.”*

*“Anche le iniziative delle AGCM europee, in cui si inserisce la due giorni organizzata dall’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato insieme al Ministero dello Sviluppo Economico, sono intese ad armonizzare regole e direttive europee e vanno nella giusta direzione per proteggere da un lato i consumatori e dall’altro le imprese più piccole e medie, chiamate a viva voce alla sfida internazionale – continua **Roberto Liscia.** Infatti, proprio la globalizzazione del mercato digitale pone sempre più l’esigenza di avere regole, sistemi di controllo e sanzioni il più omogenei possibili per evitare di creare differenziazione tra i diversi mercati con conseguenze negative sullo sviluppo complessivo.”*

Inoltre, il mercato del commercio elettronico ha adottato un sistema di regole come la recente

direttiva CRD diventata legge in Italia il 13 giugno che non ha confronto in termini di tutela del consumatore, se si osservano tutti gli altri settori e canali tradizionali. Ciò nonostante il mercato, in particolare quello transfrontaliero, non progredisce con i tassi di crescita che dovrebbe avere stante la forza propulsiva del digitale e della globalizzazione in atto. Perché i consumatori sono diffidenti nell'acquisto transfrontaliero, le imprese hanno ancora difficoltà ad affrontare i mercati internazionali e in particolare le piccole imprese sono svantaggiate rispetto ai grandi gruppi. Sempre più si rende necessario creare un sistema di regole, controlli e sanzioni il più omogeneo possibile per aumentare la fiducia dei consumatori, mentre è opportuno per le imprese rendere effettivi i meccanismi di controllo e sanzionatori in tutta Europa, per non creare evidenti difformità competitive e soprattutto per non facilitare lo spostamento delle aziende nelle aree che ritengono più vantaggiose. *“Risulta evidente e noto che le piccole e medie aziende in Europa sono le più svantaggiate anche nei confronti dei grandi gruppi intercontinentali. Infatti, stiamo osservando una forte asimmetria competitiva tra i grandi gruppi e le piccole aziende, le quali oggi subiscono da un lato l'incapacità di adeguarsi in maniera sufficientemente rapida al quadro normativo e regolatorio esistente anche per difficoltà all'accesso all'informazione e per i conseguenti costi che ne derivano, dall'altro sono aggredite sui propri mercati dai grandi gruppi che non hanno difficoltà ad adottare il quadro regolatorio in essere. Il sistema sanzionatorio e di controllo deve quindi accompagnare le attività di informazione, di prevenzione e di indirizzamento, per aiutare le piccole aziende ad adeguarsi alla normativa vigente. Su questo versante Netcomm insieme all'associazione europea di cui è socio fondatore con altri paesi è che oggi raccoglie 15 paesi Ecommerce Europe ha varato in ogni paese un Trustmarkt rispondente ai requisiti delle direttive e delle leggi concernenti il commercio elettronico. Viene rilasciato solo alle imprese che sono completamente in linea con le legislazioni vigenti e oggi possiamo con soddisfazione sottolineare che hanno aderito a questo Sigillo di qualità più di 5000 aziende in Europa e abbiamo sviluppato in quasi tutti i paesi un meccanismo di risoluzione paritetica delle controversie insieme alle associazioni dei consumatori e, per finire, stiamo mettendo a punto un TrustMark europeo”* – conclude **Roberto Liscia**.

**Ufficio stampa NETCOMM:**

Mirandola Comunicazione

Marisandra Lizzi - Simona Miele

marisandra@mirandola.net simona.miele@mirandola.net

Tel.: 0524/574708 - 348/2509895

Skype: marisandralizzi – simomiele

**Netcomm – Il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano** è stato costituito l'8 settembre 2005, ma le sue origini risalgono agli albori del commercio elettronico in Italia. Gli obiettivi sono: promuovere le iniziative che possono contribuire alla conoscenza e alla diffusione delle tematiche, dei servizi e delle tecnologie connesse al commercio elettronico; stimolare la collaborazione delle imprese e degli imprenditori del settore, rappresentandoli nei rapporti con le istituzioni a livello nazionale, comunitario e internazionale; definire standard di qualità dei servizi offerti dagli operatori e-commerce; operare presso i media per una corretta comunicazione; operare a favore del settore in termini di aspetti legali e fiscali, diritto di autore, sicurezza e tutto quanto faciliti lo sviluppo di un mercato digitale. Maggiori informazioni [www.consorzionetcomm.it](http://www.consorzionetcomm.it).