

RAPPORTO

Un Mercato Unico semplificato per la crescita e la competitività

Ecco come politiche semplificate e armonizzate possono contribuire a realizzare il potenziale del Mercato Unico, in particolare per le piccole e medie imprese (PMI) innovative italiane, per guadagnare scala e competitività globale.



Lo studio "Un Mercato Unico semplificato per la crescita e la competitività" elabora **11 iniziative politiche specifiche ed efficaci** che mirano a rafforzare il Mercato Unico europeo per favorire la crescita delle PMI italiane.

Le 11 raccomandazioni offrono un piano d'azione per rendere il Mercato Unico più forte e unito, lasciando alle istituzioni europee responsabili la definizione e l'implementazione di politiche dettagliate.

Attraverso interviste, un'indagine e una ricerca bibliografica dettagliata, il presente rapporto fornisce le testimonianze di alcune PMI italiane in merito alle difficoltà che esse incontrano nel Mercato Unico europeo e alle soluzioni politiche che faciliterebbero l'uso del Mercato Unico come strumento per crescere e competere con successo a livello globale.

Lo studio è stato commissionato da Amazon e condotto indipendentemente da Implement Consulting Group per valutare come una maggiore integrazione del Mercato Unico europeo possa sostenere la crescita e la resilienza delle PMI italiane.

Allo studio ha collaborato un gruppo di lavoro composto da rappresentanti di Amazon e della Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa (CNA), che conta oltre 621.000 soci e rappresenta artigiani, imprenditori, professionisti, lavoratori autonomi e piccole e micro imprese. Nell'ambito dello studio, è stata condotta un'indagine tra i membri di CNA e un gruppo più ampio di PMI italiane. I relativi risultati rappresentano le prospettive delle PMI italiane che operano nel Mercato Unico.

Sintesi

Nel suo 30° anniversario, il Mercato Unico europeo è ancora considerato il motore della società e dell'economia dell'UE. Affinché esso rimanga il motore principale della competitività dell'UE, risulta fondamentale rafforzarne l'efficacia, sia attraverso un'effettiva applicazione delle norme sul Mercato Unico attualmente in vigore, sia attraverso una riduzione degli ostacoli esistenti, in particolare quelli negli Stati membri.¹ Per questa ragione, a conclusione della presidenza svedese, i leader dell'Unione europea hanno richiesto la redazione di un rapporto indipendente sul futuro del Mercato Unico europeo.²

Dal presente studio emerge l'**invito all'azione da parte delle PMI italiane** alle istituzioni che devono continuare a impegnarsi per semplificare e ottimizzare le politiche dell'UE al fine di realizzare appieno il potenziale del Mercato Unico. Basandosi su un'indagine condotta su 216 PMI italiane, interviste e una ricerca bibliografica dettagliata, questo studio fornisce una prospettiva a livello nazionale delle esigenze delle PMI italiane e di come un ambizioso rilancio del Mercato Unico potrebbe rappresentare per loro uno strumento per crescere e competere a livello globale. I risultati principali che emergono dallo studio sono:

- **Semplificazione e armonizzazione per realizzare il potenziale del Mercato Unico europeo** | La frammentazione normativa è indicata come uno degli ostacoli più critici per le PMI italiane che desiderano crescere nel Mercato Unico. Il 73% delle PMI intervistate ritiene che gli ostacoli normativi aumentino i costi, il 65% afferma che le differenze normative tra gli Stati membri riducano la competitività e il 62% registra una diminuzione dei profitti. Le PMI italiane confermano che una minore burocrazia aumenterebbe le esportazioni nell'UE, consentirebbe di stabilire più facilmente una presenza locale in altri Paesi del Mercato Unico e ridurrebbe gli ostacoli agli appalti pubblici transfrontalieri nel Mercato Unico. Ciò stimolerebbe la crescita e la creazione di posti di lavoro in Europa.
- **11 raccomandazioni per un rilancio ambizioso del Mercato Unico** | Il sondaggio alle PMI e i casi aziendali indicati nel presente rapporto confermano che le iniziative politiche, proposte dalle PMI svedesi e descritte nel rapporto "*Reboot of the Single Market - How to support growth of SMEs through a strong and united Single Market*" ("Il rilancio del Mercato Unico: come sostenere la crescita delle PMI attraverso un Mercato Unico forte e unito"), aiuterebbero anche le PMI italiane a crescere grazie al Mercato Unico. Le 11 raccomandazioni politiche specifiche ed efficaci per rafforzare la funzione operativa del Mercato Unico (presentate alla presidenza svedese dell'UE nel novembre 2022) sono quindi rilevanti anche per l'Italia, come evidenziato dai casi di studio sulle PMI italiane.

Definire una visione coraggiosa e ambiziosa per il Mercato Unico europeo

L'integrazione del Mercato Unico dal 1995 al 2015 ha aumentato stabilmente il PIL pro capite italiano dello 0,5%, ha creato 114.000 posti di lavoro e ha aumentato il potere d'acquisto dei cittadini di 190 euro.³ Oggi, quasi un posto di lavoro su quattro in Italia dipende dal commercio e l'11% di tutti i posti di lavoro dipende dal commercio all'interno del Mercato Unico.

L'istituzione del Mercato Unico europeo ha creato la necessità di armonizzare la legislazione e stabilire standard comuni per garantire che le imprese nazionali e straniere

siano soggette agli stessi requisiti, promuovendo una concorrenza leale e condizioni di parità nelle attività commerciali transfrontaliere. Per garantire le quattro libertà del Mercato Unico, è necessario che le normative UE siano costantemente adattate agli sviluppi tecnologici, alle condizioni economiche globali e alle principali sfide sociali.

Per dare nuovo slancio al Mercato Unico nell'agenda politica dell'UE, proponiamo l'adozione di un'ambiziosa strategia volta a garantire che la frammentazione normativa non pregiudichi il commercio e non causi un aumento dei costi per le PMI come Baroni Home.



Baroni Home è un'azienda italiana che vende online mobili e complementi d'arredo a livello nazionale e in altri Paesi europei. L'azienda ha dovuto affrontare diversi ostacoli normativi nel corso del proprio percorso commerciale all'interno del mercato unico. Gli ostacoli più limitanti per l'azienda riguardano imposte e tasse, che implicano notevoli procedure amministrative e incertezza normativa e rendono rischiosa e costosa l'espansione in altri Paesi dell'UE.

Inoltre, incoraggiamo la Commissione ad adottare misure specifiche per garantire che le normative UE esistenti non impongano oneri eccessivi alle PMI. È necessario migliorare l'accesso alle informazioni, ad esempio sensibilizzando le PMI sulle opportunità offerte da SOLVIT, una rete di risoluzione dei problemi istituita nel 2002 dalla Commissione Europea per aiutare (gratuitamente) persone o imprese in caso di violazione dei diritti transfrontalieri nel Mercato Unico da parte delle autorità pubbliche a livello locale, regionale o nazionale. Bisogna agevolare i centri SOLVIT affinché agiscano in modo proattivo sui casi strutturali e aumentare la consapevolezza su SOLVIT per aiutare le PMI, come la Pasticceria Fraccaro, ad affrontare i problemi del Mercato Unico.



Pasticceria Fraccaro è un'azienda che vende pane e altri prodotti da forno dal 1932. Oggi esporta in 45 Paesi in tutto il mondo. L'azienda osserva che il reperimento di informazioni sulle pratiche legali e contrattuali, nonché sui requisiti specifici dei prodotti nei diversi Stati membri dell'UE, richiede tempo e denaro. Per fronteggiare queste difficoltà, l'azienda ha costituito un ufficio interno di "controllo qualità", incaricato di reperire le informazioni corrette e garantire la conformità.

Un altro modo per ridurre gli oneri consiste nell'implementare un "data flow test" che consenta alle imprese di contestare decisioni percepite come sproporzionate in materia di protezione dei dati. Il test dovrebbe obbligare il legislatore e l'ente di controllo (a livello europeo e nazionale) a prendere sistematicamente in considerazione il libero flusso dei dati in conformità alle norme sulla protezione dei dati (ad esempio, nell'elaborazione di nuovi requisiti, nell'adozione di linee guida o nelle decisioni in singoli casi). Inoltre, dovrebbe consentire alle imprese di contestare legalmente decisioni percepite come non proporzionate in materia di protezione dei dati.

1. Definire una strategia ambiziosa per il Mercato Unico

Definire una strategia che dia nuovo vigore al Mercato Unico nel progetto di integrazione, nella transizione verde e nell'agenda europea per l'innovazione. La strategia dovrebbe adottare un approccio olistico che tenga conto dei bisogni delle imprese e dei consumatori e integri una regolamentazione in tutto il Mercato Unico.

<p>2. Rafforzare SOLVIT istituendo un mediatore unico in ogni Stato membro dell'UE e consentire a SOLVIT di agire in modo più proattivo su casi strutturali e di sensibilizzare l'opinione pubblica</p>	<p>Designare un mediatore del Mercato Unico (a capo o in collaborazione con SOLVIT) in ogni Stato membro come organo nazionale e indipendente con accesso a mezzi di tutela efficaci. Sotto l'egida della Commissione europea verrà istituita una rete di mediatori per garantire un'interpretazione uniforme delle norme UE negli Stati membri.</p>
<p>3. Eseguire un "data flow test" di tutte le normative UE nuove ed esistenti</p>	<p>Implementare un "data flow test" che riconosca la supremazia del principio di protezione dei dati nell'UE, ma che limiti il rischio di oneri eccessivi nell'applicazione delle norme sulla protezione dei dati. Tale test deve consentire alle imprese di contestare legalmente decisioni percepite come sproporzionate in materia di protezione dei dati.</p>

Garantire la conformità e semplificare le procedure amministrative

Le direttive dell'UE possono ottenere gli effetti desiderati solo se vengono recepite in maniera completa e corretta nella legislazione nazionale entro i termini stabiliti. Un commercio senza barriere nel Mercato Unico richiede un numero ridotto di direttive e un recepimento completo, corretto e immediato nella legislazione nazionale. Si stima che l'eliminazione degli ostacoli causati dall'implementazione incompleta delle norme UE in tutti gli Stati membri possa aumentare in modo permanente il PIL pro capite italiano dello 0,6%, e creare 141.000 nuovi posti di lavoro all'anno.⁴

Suggeriamo alla Commissione di adottare nuove iniziative per assicurare una maggiore conformità alle normative esistenti utilizzando il pacchetto di "strumenti per una migliore regolamentazione", ad esempio il "Test PMI" (SME test, con l'introduzione di normative meno stringenti per le PMI, dove appropriato); il concetto "Pensare prima in piccolo" (Think small first, ovvero verificare se norme pensate per le grandi aziende siano proporzionate per le PMI); il requisito "Pronto per il digitale" (Digital ready, ovvero la legislazione dovrebbe basarsi su regole semplici per l'implementazione digitale); il concetto "Una sola volta" (Once only, ovvero le pubbliche amministrazioni dovrebbero riutilizzare o condividere dati e informazioni già fornite). Il tutto allo scopo di garantire che le nuove normative europee siano concepite per essere facilmente attuabili e funzionali per le PMI.

<p>4. Rafforzare il semestre europeo per includere raccomandazioni su come armonizzare l'implementazione delle normative europee e garantire una piena conformità</p>	<p>Incentivare gli Stati Membri ad applicare correttamente le normative europee assumendosene la responsabilità politica, nonché ad armonizzare l'implementazione delle normative UE nel Semestre Europeo, attraverso una serie di meccanismi di controllo e possibili sanzioni.</p>
<p>5. Rafforzare l'uso del pacchetto di strumenti "Better Regulation" integrando</p>	<p>Favorire l'integrazione dell'implementazione nella progettazione di nuove normative e rispettare l'obbligo di valutazione dell'impatto. Le valutazioni dell'impatto sono fondamentali per assicurare l'efficacia di nuove normative</p>

l'implementazione nella progettazione di nuove normative e rispettando il requisito di effettuare valutazioni d'impatto

e garantire che raggiungano l'obiettivo politico prefissato, identificando dall'inizio i possibili effetti indesiderati.

Eliminare gli ostacoli commerciali normativi per creare un Mercato Unico sostenibile e circolare

Il Piano nazionale per l'energia e il clima (NECP) italiano ha fissato l'obiettivo di riduzione del 33% delle emissioni di gas serra rispetto al 1990. Questo obiettivo mira a far sì che il 30% del consumo finale di energia in Italia provenga da fonti rinnovabili. Il NECP prevede ulteriori investimenti di 186 miliardi di euro, rispetto all'attuale scenario politico, nel periodo 2017-2030 (di cui una quota significativa sarà destinata agli investimenti in energie rinnovabili). Solo nel settore fotovoltaico saranno necessari oltre 27 miliardi di euro nel periodo 2017-2030⁵. Gli ostacoli commerciali di queste e altre tecnologie climatiche rendono la transizione verde più costosa per Paesi come l'Italia e rischiano di rallentarla.

Questo studio offre un piano d'azione che delinea un approccio iterativo alla mappatura e all'eliminazione degli ostacoli normativi al commercio di beni e servizi climatici nel Mercato Unico. In termini di iniziative specifiche, supportiamo la richiesta delle PMI italiane (come quella di Emilia Food Love riportata di seguito) di progettare il Passaporto Digitale europeo per aiutare le PMI a diventare più circolari e conformarsi alle nuove normative UE, rendendo l'etichettatura molto più semplice e meno costosa.



Emilia Food Love distribuisce e commercializza prodotti alimentari emiliani. Pur essendo un'azienda di piccole dimensioni, Emilia Food Love è orientata a livello globale. Infatti, il 98-99% del fatturato annuo proviene dall'estero, in particolare dall'UE e dagli Stati Uniti. Per Emilia Food Love, così come per le altre aziende del settore alimentare, l'obbligo di inserire informazioni in lingua locale sulle confezioni implica la necessità di utilizzare un imballaggio esterno più grande di quello effettivamente richiesto dalle dimensioni del prodotto. La possibilità di sostituire parti dell'etichettatura fisica con un'etichetta digitale del prodotto consentirebbe a Emilia Food Love di ridurre le dimensioni dell'imballaggio esterno, con un vantaggio in termini di sostenibilità e un notevole risparmio in termini di costi e tempo.

6. Mappare ed eliminare gli ostacoli normativi al commercio di beni e servizi per la sostenibilità nel Mercato Unico

Mappare ed eliminare gli ostacoli normativi al commercio di beni e servizi climatici (soluzioni necessarie per la transizione verde) nel Mercato Unico per accelerare la decarbonizzazione strutturando i segnali del mercato, incentivando l'innovazione e riducendo il prezzo delle nuove tecnologie. Sviluppare un piano d'azione per eliminare gli ostacoli critici e monitorare la relativa implementazione.

7. Progettare il Passaporto Digitale dei prodotti europei per aiutare le imprese a diventare più circolari

Introdurre un Passaporto digitale per i prodotti ben progettato e basato sulle indicazioni delle parti interessate, comprese le PMI. Ciò consentirebbe di ridurre al minimo il rischio che gli oneri e i costi amministrativi delle imprese riducano l'efficacia del passaporto nel supportare la circolarità e creino una mancanza di uniformità nel Mercato Unico.

Utilizzare strumenti digitali per ridurre i costi delle PMI e creare condizioni per la loro crescita

In base alle testimonianze delle PMI italiane che hanno partecipato al sondaggio, l'efficienza e l'efficacia della legislazione UE spesso sono messe a rischio da un elevato grado di complessità nell'effettiva applicazione delle norme. Le PMI italiane invitano la Commissione ad applicare strumenti e soluzioni digitali che riducano i costi di raccolta, aggiornamento e utilizzo delle informazioni. Ciò riguarda, ad esempio, i diversi schemi di responsabilità estesa del produttore (EPR), spesso stabiliti a livello nazionale in tutta l'UE. Una soluzione digitale centralizzata e aggiornata di EPR a sportello unico, come proposto nel presente rapporto, consentirebbe a PMI come Remo Sartori di reperire più facilmente le informazioni sui requisiti EPR a livello di prodotto agevolando la conformità.



Remo Sartori è un'azienda italiana di abbigliamento che produce cravatte e accessori in seta. Circa il 45% delle vendite aziendali è internazionale, di cui il 30% negli Stati Uniti e il 15% in Europa. L'industria tessile dell'UE presenta molti schemi EPR divergenti, spesso stabiliti a livello nazionale. Pertanto, la conformità a tali schemi risulta difficile e costosa per Remo Sartori. Uno sportello unico digitale potrebbe facilitare la registrazione e la rendicontazione EPR, nonché fungere da portale informativo centralizzato, rendendo così meno costose e dispendiose in termini di tempo la raccolta di informazioni e la conformità agli schemi EPR.

Un'unica partita IVA e uno sportello unico (OSS) esteso per l'IVA possono aiutare le aziende, come Angorelle, a risparmiare tempo e denaro nel registrare l'IVA in altri Stati membri.



Angorelle è una piccola azienda di abbigliamento in cashmere con sede in Italia, che vende anche in altri Paesi tramite Amazon. Nonostante le numerose semplificazioni dei processi sulla normativa IVA europea grazie all'introduzione del sistema dello sportello unico (OSS), Angorelle deve affrontare ancora notevoli ostacoli nella registrazione dell'IVA. Infatti, per immagazzinare e vendere i propri prodotti in altri Paesi, l'azienda deve essere registrata ai fini dell'IVA in questi Paesi, il che richiede molto tempo e impone elevati costi amministrativi.

L'etichettatura digitale, invece, consente di ridurre i costi delle PMI come Afroricci in quanto semplifica l'aggiornamento e la creazione di nuove etichette che soddisfino i requisiti dei diversi Stati membri.



Afroricci è un'azienda cosmetica italiana che vende principalmente prodotti per capelli ricci e afro. Attualmente, circa il 90% del fatturato proviene dalle vendite nel mercato italiano, ma l'azienda sta cercando di espandersi in altri Paesi dell'UE. Una delle maggiori difficoltà che l'azienda deve affrontare per crescere nell'UE riguarda i requisiti normativi relativi all'etichettatura fisica, che richiedono ingrandimenti e stampe separate per riportare le lingue locali dei diversi Paesi europei. Data la notevole incertezza sui ricavi previsti nei nuovi mercati, l'azienda ritiene che i costi associati siano proporzionalmente molto elevati.




Infine, un sistema più competitivo per i pagamenti transfrontalieri, inclusa la disponibilità di opzioni di pagamento più economiche, faciliterebbe il commercio transfrontaliero tra PMI, come Koala Babycare, poiché ridurrebbe le commissioni.



Koala Babycare è un rivenditore italiano specializzato in prodotti per l'infanzia, tra cui marsupi, ciucci, prodotti per la pelle e altro. Un ostacolo che l'azienda deve superare nel tentativo di espandere le proprie vendite in tutta l'UE riguarda le commissioni sui pagamenti transfrontalieri. A causa del numero limitato di opzioni di pagamento transfrontaliere disponibili nell'UE, l'azienda deve far fronte a commissioni commerciali elevate, che rischiano di renderla meno competitiva nei mercati UE (a causa dei prezzi più elevati) rispetto alle aziende nazionali.

<p>8. Creare uno sportello unico per i sistemi di responsabilità estesa del produttore (EPR) degli Stati membri</p>	<p>Definire un approccio realmente armonizzato per l'EPR attraverso una soluzione digitale e centralizzata che faciliti la registrazione e la rendicontazione EPR in tutti gli Stati membri a livello di prodotto.</p>
<p>9. Creare un'unica partita IVA ed estendere lo sportello unico IVA</p>	<p>Semplificare le procedure IVA creando una partita IVA unica nell'UE e ampliando l'attuale concetto di sportello unico IVA per tutte le transazioni di beni (incluso il posizionamento dell'inventario nell'UE).</p>
<p>10. Approvare l'etichettatura digitale come vero e proprio sostituto dell'etichettatura fisica</p>	<p>Consentire ai produttori di scegliere se etichettare i propri prodotti in modo digitale o fisico, rendendo quindi le etichette digitali dei veri e propri sostituti delle etichette fisiche per tutti i prodotti negli Stati membri.</p>
<p>11. Creare le condizioni per lo sviluppo di metodi di pagamento transfrontalieri semplici, veloci, affidabili ed economici, sia per i pagamenti in euro che per quelli in altre valute</p>	<p>Creare un sistema più competitivo per i pagamenti transfrontalieri al fine di garantire che i cittadini e le PMI dell'UE abbiano accesso a una gamma ampia di fornitori operanti in un contesto aperto e competitivo, inclusi i fornitori finanziari tradizionali come banche, fornitori di tecnologie finanziarie e operatori digitali.</p>

1 Pace e prosperità nel Mercato Unico

BACKGROUND	FATTI E ATTORI CHIAVE
<p>Nel 1993 è stato creato il mercato unico per favorire la prosperità economica e la pace nell'UE, promuovendo il libero flusso di beni, servizi, capitali e persone tra gli Stati membri. L'Italia è stata uno dei 12 membri iniziali del mercato unico.</p> <p>L'istituzione del mercato unico europeo ha creato la necessità di armonizzare la legislazione e stabilire standard comuni per garantire che le imprese nazionali e straniere soddisfino gli stessi requisiti normativi, promuovendo una concorrenza leale e condizioni di parità per le attività commerciali.</p> <p>Le dimensioni del mercato unico rendono l'UE un partner interessante per la negoziazione di accordi commerciali e fanno leva sui relativi membri per creare un futuro più sostenibile nelle relazioni politiche globali.</p>	<p> L'integrazione del mercato unico dal 1995 al 2015 ha aumentato stabilmente il PIL pro capite italiano dello 0,5%, ha creato 114.000 posti di lavoro e ha aumentato il potere d'acquisto dei cittadini di 190 euro.</p> <p> La standardizzazione e l'armonizzazione normativa favoriscono soprattutto le PMI, in particolare quelle italiane poiché il 56% delle loro esportazioni totali è destinato al mercato unico.</p> <p> Il presente studio si concentra sul mercato unico interno, ma è estremamente importante che l'UE continui a sfruttare il mercato unico anche per negoziare un maggior numero di accordi commerciali fuori dall'UE.</p>

Il Mercato Unico apre le porte a imprese e cittadini in Europa

Il Mercato Unico è stato concepito per consentire la libera circolazione di beni, servizi, capitali e persone da un Paese all'altro, eliminando la regolamentazione delle frontiere, i dazi e le tariffe doganali. È costituito dai 27 Stati membri dell'UE e dai quattro Stati membri dell'EFTA (Islanda, Liechtenstein, Norvegia e, in parte, Svizzera). Il Mercato Unico è l'operatore finanziario di beni e servizi più grande al mondo⁶. Se la Comunità politica europea riuscirà ad accogliere nuovi Paesi nell'UE, diventerà ancora più importante.⁷

L'accesso al Mercato Unico consente alle imprese italiane di specializzarsi ed esportare beni e servizi in cui hanno un vantaggio comparativo. Inoltre, consente ai consumatori italiani di usufruire di diversi beni e servizi importati a prezzi inferiori. Si stima che l'integrazione del Mercato Unico dal 1995 al 2015 ha aumentato in modo permanente il PIL pro capite dell'Italia dello 0,5%, rispetto a una situazione senza una maggiore integrazione. Analogamente, l'integrazione del Mercato Unico ha creato in modo permanente 114.000 posti di lavoro e ha aumentato il potere d'acquisto di un cittadino medio di 190 euro (si veda la Figura 1).⁸ Se si considerano anche gli effetti dell'integrazione dal 2015 ad oggi, è probabile che i vantaggi economici siano ancora maggiori. Oggi, quasi un posto di lavoro su quattro in Italia dipende dal commercio⁹ e l'11% di tutti i posti di lavoro dipende dal commercio all'interno del Mercato Unico.¹⁰

Oggi, oltre il 53% delle esportazioni italiane totali passa attraverso il Mercato Unico e il 62% delle importazioni italiane totali proviene dal Mercato Unico: ciò evidenzia l'importanza del Mercato Unico per molte imprese italiane, in particolare per le PMI.¹¹

Anche la libera circolazione dei capitali ha portato vantaggi all'intera economia italiana. Oggi il 59% degli Investimenti Diretti Esteri (IDE) in Italia proviene da Paesi membri del Mercato Unico, per un totale di 257 miliardi di euro di IDE in entrata. Analogamente, il 54% di tutti gli IDE italiani in uscita avviene in Paesi membri del Mercato Unico, considerando anche che gli investimenti italiani nel Regno Unito non vengono più calcolati

come IDE intra-UE dopo la Brexit.¹² Allo stesso modo, la libera circolazione delle persone ha semplificato l'emigrazione: circa 1,5 milioni di italiani vivono in altri Paesi del Mercato Unico, mentre 1,7 milioni di cittadini del Mercato Unico vivono in Italia.¹³

Figura 1. I vantaggi del Mercato Unico per lavoratori e consumatori italiani¹⁴



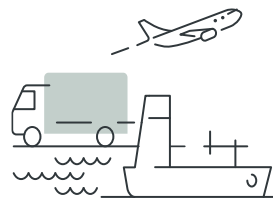
Il Mercato Unico è una piattaforma per la crescita e lo sviluppo delle PMI

Le PMI sono la colonna portante dell'economia italiana poiché rappresentano il 99,9%¹⁵ di tutte le imprese e contribuiscono al 64% del PIL del Paese. Le PMI rappresentano il 76% dell'occupazione del settore privato italiano¹⁶ e sono i promotori principali delle innovazioni poiché apportano soluzioni avanzate e affrontano sfide globali come il cambiamento climatico.¹⁷

In genere, le PMI dispongono di meno risorse e capitali rispetto alle imprese più grandi: pertanto, in proporzione, gli oneri normativi e i requisiti amministrativi sono più difficili da sostenere per loro. I costi associati a una regolamentazione poco armonizzata e alla burocrazia eccessiva non dipendono dalle dimensioni dell'attività transfrontaliera, pertanto le PMI si trovano a utilizzare una quota maggiore delle proprie risorse per gestire gli ostacoli e le barriere commerciali.^{18,19}

Pertanto, la standardizzazione e l'armonizzazione normativa sono particolarmente vantaggiose per le PMI italiane che desiderano crescere ed entrare in nuovi mercati, accedere alle catene del valore europee e rafforzare la propria competitività internazionale.²⁰ Secondo i dati Eurostat del 2021, le PMI sono responsabili del 54% del totale delle esportazioni italiane e il 56% del totale di tali esportazioni è destinato al Mercato Unico.²¹

Figura 2. I vantaggi del Mercato Unico per le PMI italiane



|| **54%** delle esportazioni italiane totali è realizzato da PMI

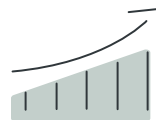
|| **56%** delle esportazioni delle PMI italiane è destinato al mercato unico

LE PMI ITALIANE RAPPRESENTANO IL 99,9% DI TUTTE LE IMPRESE ITALIANE

|| **61%** delle importazioni italiane totali è realizzato da PMI



|| **76%** dell'occupazione italiana è nelle PMI



|| **64%** ovvero 439 miliardi di euro, del valore aggiunto totale dell'Italia proviene da PMI

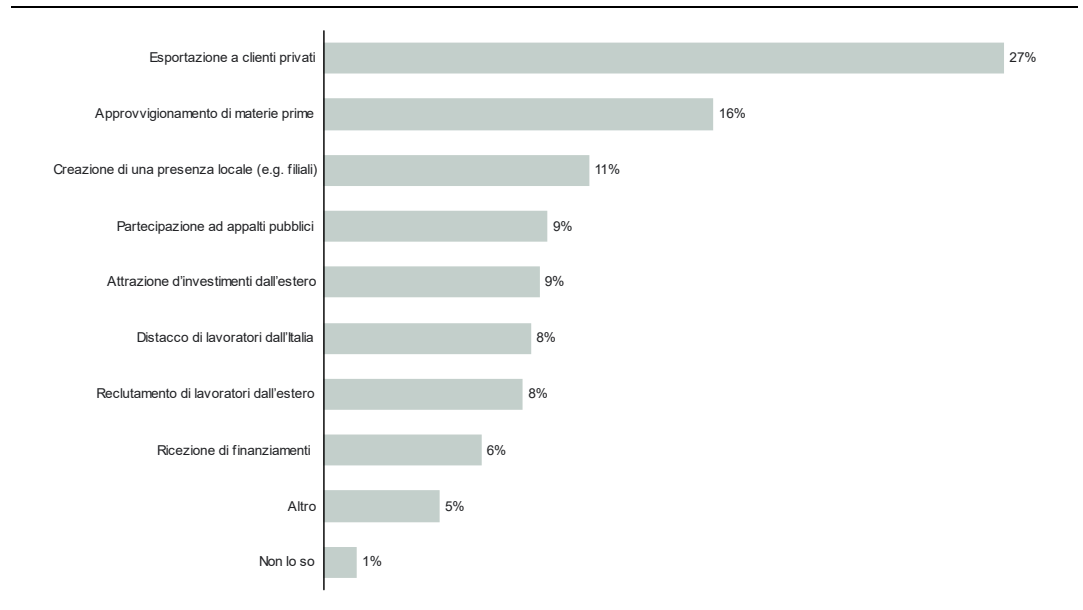
Nota: le PMI sono definite come imprese con meno di 250 dipendenti.

Tra le PMI che hanno partecipato al sondaggio, il 94% dichiara che l'accesso al Mercato Unico è importante per la propria attività. Il 37% delle PMI afferma di beneficiare in larga misura del Mercato Unico, mentre il 57% ritiene di beneficiarne in parte (36%) o in misura minore (21%). Si veda la Figura 10 nell'Appendice 1.

Come mostrato nella Figura 3, le PMI coinvolte nel sondaggio esportano principalmente verso imprese private e consumatori finali (27%) o si riforniscono (16%) da altre imprese nel Mercato Unico. Altre attività includono la creazione di una presenza locale (11%) e la partecipazione ad appalti pubblici (9%).

Il presente rapporto mira a dimostrare come i responsabili politici europei e la prossima Commissione possano continuare a semplificare, armonizzare e standardizzare le normative UE per consentire alle PMI innovative europee di crescere e diventare competitive a livello globale. Le 11 raccomandazioni dei capitoli successivi sono esempi specifici di iniziative richieste da PMI italiane.

Figura 3. Le PMI italiane usufruiscono del Mercato Unico principalmente per l'esportazione e l'approvvigionamento



Fonte: Analisi di Implement Economics sulla base di un sondaggio a 216 PMI italiane (per ulteriori dettagli, consultare l'Appendice 1).
Nota: Domanda del sondaggio: "In che modo la sua azienda veicola le attività nel Mercato Unico?", (n=146). La sintesi delle quote è superiore al 100% perché gli intervistati possono scegliere più risposte.

Il Mercato Unico garantisce un effetto leva e una voce globale

Il Mercato Unico ha stimolato la crescita e lo sviluppo dell'economia italiana poiché facilita le interazioni tra i Paesi membri che creano più valore. Le dimensioni del Mercato Unico rendono l'UE un partner interessante per la negoziazione di accordi commerciali facendo leva sugli Stati membri per creare un futuro più sostenibile. Alcuni esempi:



Gestire le crisi sanitarie globali | La centralizzazione dell'acquisto di vaccini a livello di UE ha consentito agli Stati membri di avere un maggiore potere contrattuale e di accedere ai vaccini su scala più ampia, nei tempi richiesti, con buone condizioni di consegna e un pool diversificato di fornitori.^{22,23} In totale, l'UE si è assicurata fino a 4,2 miliardi di dosi di vaccini per i propri cittadini.²⁴



Potere economico alle sanzioni UE | Le sanzioni sono uno strumento essenziale della politica estera e di sicurezza comune dell'UE. La logica unificante della maggior parte dei regimi sanzionatori consiste nel tentativo di alterare, mediante la pressione economica, le scelte strategiche di attori statali e non statali. Le dimensioni del Mercato Unico fanno leva sulle pressioni economiche imposte dalle sanzioni UE, ad esempio quelle contro la Russia.²⁵



Garantire l'accesso al mercato e diversificare gli scambi commerciali | Le dimensioni del Mercato Unico rendono l'UE un partner interessante per le imprese. Da soli, i singoli Stati membri dell'UE non sarebbero stati in grado di concludere così tanti accordi commerciali con condizioni

altrettanto favorevoli.²⁶ Le imprese italiane hanno accesso a 45 accordi commerciali con 78 Paesi, tra cui i Paesi dell'EFTA,^{27,28} e nessun partner commerciale ha stipulato più accordi commerciali dell'UE.²⁹ Questi accordi hanno permesso di abbassare i prezzi delle materie prime e dei fattori produttivi intermedi e fornito un accesso preferenziale ai principali mercati di esportazione.



Definire standard globali | L'armonizzazione dei requisiti normativi e delle specifiche di beni e servizi che attraversano i confini del Mercato Unico ha aperto la strada a una serie di standard europei. In un mondo globalizzato, la creazione e la definizione di standard possono fornire un potente vantaggio competitivo poiché consentono di ridurre al minimo i costi di adeguamento delle imprese UE, che quindi possono operare nei mercati di esportazione in base alle regole del proprio mercato nazionale.³⁰ A livello internazionale, sono stati adottati diversi standard europei e gli attuali accordi commerciali dell'UE aiutano a promuovere l'applicazione globale di tali standard per garantire condizioni di parità tra le imprese europee e i relativi concorrenti di paesi terzi.³¹

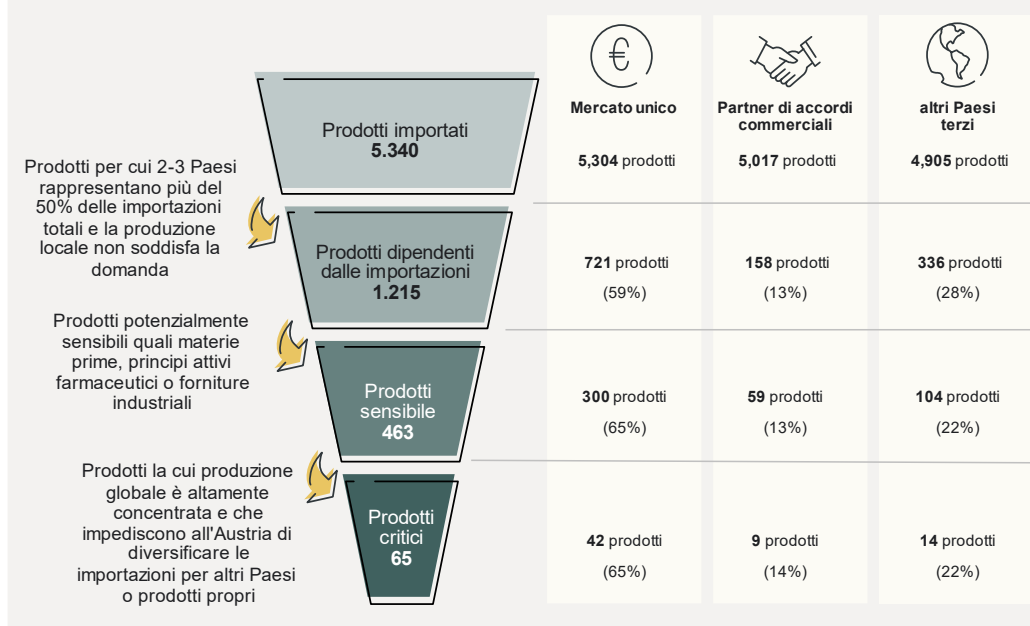


Equilibrio tra specializzazione e resilienza | Il Mercato Unico consente agli Stati membri di specializzarsi e importare ciò che altri riescono a produrre meglio. Come evidenziato nella Figura 4, l'Italia importa attualmente 5.340 categorie di prodotto. Per 1.215 di queste, le importazioni provengono esclusivamente da 2-3 Paesi: pertanto, la produzione e l'economia italiana dipendono dall'accesso e dalle buone relazioni politiche con tali Paesi. La maggior parte di questi prodotti è importata da partner con commercio regolamentato (721 prodotti sono importati nel Mercato Unico e 158 da partner di accordi commerciali). I restanti 336 prodotti sono importati da paesi terzi, dunque la negoziazione di accordi commerciali con questi Paesi può aiutare le imprese italiane a diversificare ulteriormente le importazioni e a creare catene di fornitura globali più resilienti.

Figura 4. Il Mercato Unico ha agevolato la specializzazione e contribuito a rafforzare la resilienza dell'economia Italiana³²

L'Italia importa un totale di 5.340 prodotti. Seguendo una metodologia sviluppata dalla Commissione europea, abbiamo valutato la dipendenza italiana dalle importazioni in base a tre diverse definizioni:

- **Prodotti dipendenti dalle importazioni** | per i prodotti di questo gruppo, le importazioni provengono da 2-3 Paesi e la produzione locale italiana non soddisfa la domanda totale. L'elevato numero di importazioni può esporre gli importatori italiani a interruzioni della fornitura da parte del partner commerciale (ad esempio, a causa di problemi logistici e blocchi della produzione) e a tensioni geopolitiche intorno al partner commerciale.
- **Prodotti sensibili dipendenti dalle importazioni** | questo sottogruppo include prodotti particolarmente importanti per il benessere dei cittadini italiani (ad esempio, ingredienti farmaceutici) o per il mantenimento della produzione (ad esempio, materie prime e beni intermedi). La sensibilità di questi prodotti aumenta la necessità dell'economia italiana di garantire l'accesso agli stessi.
- **Prodotti critici dipendenti dalle importazioni** | questo sottogruppo include prodotti la cui fornitura globale è altamente concentrata in 2-3 Paesi. Ciò significa che l'Italia condivide la propria dipendenza dalle importazioni con tutti gli altri Paesi. In caso di interruzione della fornitura, l'Italia (insieme agli altri Paesi) dispone di possibilità molto limitate di canalizzare le importazioni da altri luoghi.



Fonte: Analisi di Implement Economics su dataset BACI (Base pour l'Analyse du Commerce International).

Nota: Il dataset BACI è basato sui flussi commerciali bilaterali a livello di prodotto avvenuti nel 2019. I prodotti corrispondono alla nomenclatura del sistema armonizzato (codice a 6 cifre).

2 Le PMI italiane chiedono una normativa più semplice e armonizzata

BACKGROUND

Le iniziative volte a standardizzare e armonizzare la normativa tra i vari Stati membri hanno consentito di eliminare alcuni ostacoli al commercio nel mercato unico. Tuttavia, esistono ancora notevoli ostacoli normativi.

In collaborazione con la CNA, abbiamo condotto un sondaggio tra le PMI italiane per identificare gli ostacoli principali e le possibili iniziative che semplificherebbero le attività commerciali delle PMI nel mercato unico.

Il presente studio si concentra sugli ostacoli normativi che impediscono alle PMI italiane di raggiungere il pieno potenziale in termini di scambio di beni e servizi transfrontalieri nel mercato unico.

Incoraggiamo le future presidenze e istituzioni dell'UE a continuare a concentrarsi sull'eliminazione degli ostacoli normativi, anche nell'ambito degli appalti pubblici e delle assunzioni che non sono oggetto di questo studio.

RISULTATI PRINCIPALI DEL SONDAGGIO

« **94%** delle PMI afferma di aver beneficiato del mercato unico, soprattutto grazie alle esportazioni verso clienti privati e all'approvvigionamento da altre aziende.

« **70%** delle PMI afferma che le differenze normative tra gli Stati membri limitano in larga misura o in parte la possibilità di operare nel mercato unico.

« **55%** delle PMI ritiene che gli ostacoli normativi impediscano l'approvvigionamento, un'area che si ritiene offra un grande potenziale commerciale.

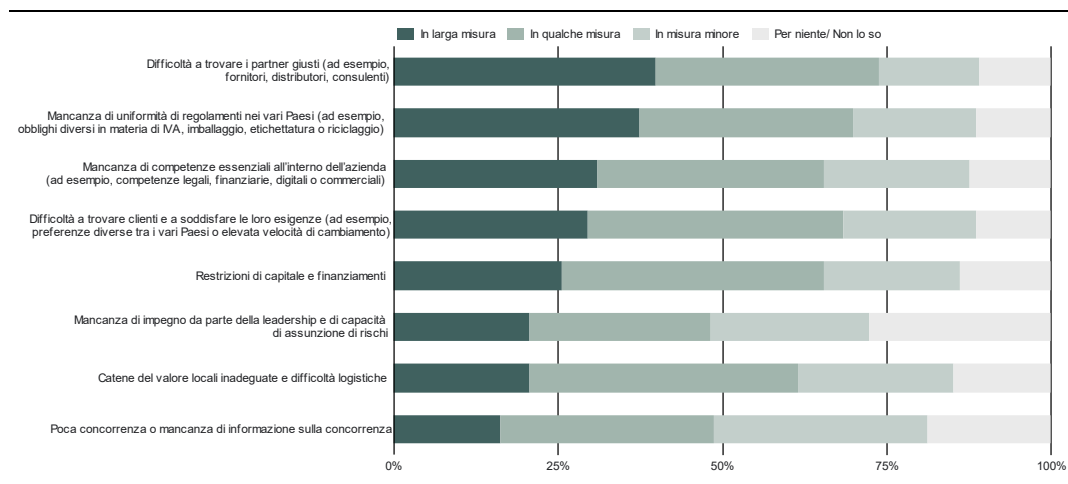
« **93%** Il 93% delle PMI afferma che la semplificazione delle procedure amministrative le aiuterà a prosperare nel mercato unico.

Il percorso del Mercato Unico per eliminare gli ostacoli al libero flusso di beni, servizi, capitali e persone attraverso le frontiere è stato lungo e tortuoso. In questo capitolo verranno presentati i risultati di un sondaggio quantitativo ad un campione di PMI italiane. Gli intervistati confermano di trarre vantaggio dal Mercato Unico ed evidenziano la possibilità di semplificare e armonizzare ulteriormente la normativa.

In particolare, il 94% delle PMI esportatrici intervistate conferma l'importanza delle attività commerciali nel Mercato Unico, soprattutto attraverso le esportazioni verso clienti privati (imprese e individui) e l'approvvigionamento da altre imprese (si vedano la Figura 3 e la Figura 10 nell'Appendice 1). Anche le potenziali PMI esportatrici confermano la possibilità di trarre vantaggio dal Mercato Unico. Il 52% di queste PMI prevede la possibilità di aumentare le esportazioni verso clienti privati, il 34% di stabilire una presenza locale in altri Stati membri del Mercato Unico, il 23% di attrarre investitori e l'altro 23% di ricevere fondi (si veda la Figura 11 nell'Appendice 1).

La mancanza di armonizzazione normativa tra gli Stati membri viene considerata l'ostacolo più critico per le PMI italiane (subito dopo la difficoltà di trovare i partner giusti). Il 37% delle PMI afferma che questo ostacolo limita in larga misura le possibilità di effettuare attività commerciali nel Mercato Unico (il 51% afferma che si tratta di un ostacolo più o meno grave, si veda la Figura 5). La diversità normativa è un ostacolo critico quasi quanto la difficoltà di trovare i partner giusti e più critico di un panorama concorrenziale difficile, nonché di altri ostacoli tradizionali all'esportazione che, in genere, vengono affrontati a livello nazionale con varie attività di promozione e accelerazione delle esportazioni.³³

Figura 5. Ostacoli critici alle attività commerciali nel Mercato Unico

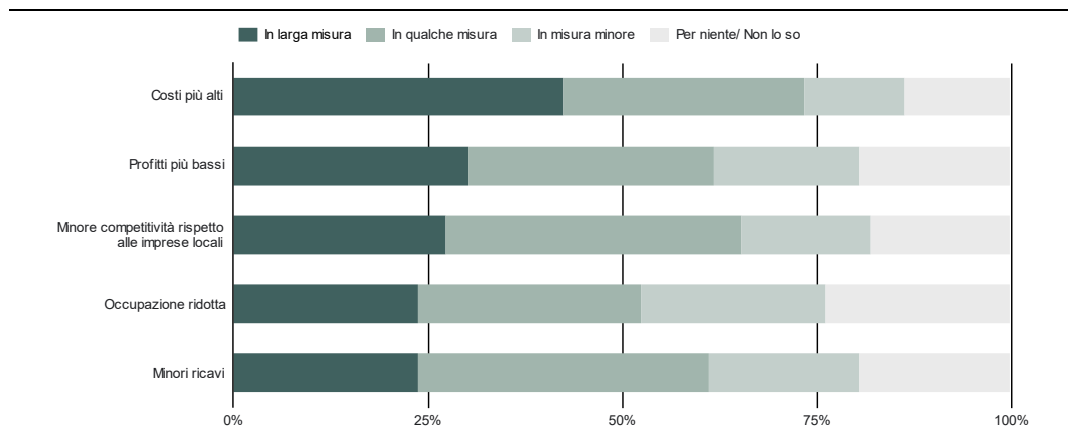


Fonte: Analisi di Implement Economics sulla base di un sondaggio a 216 PMI italiane (per ulteriori dettagli, consultare l'Appendice 1).

Nota: Domanda del sondaggio: "Quali ritiene che siano gli ostacoli più critici alle attività commerciali nel Mercato Unico?", n=203.

Le PMI ritengono che gli ostacoli normativi aumentino di molto i costi (42%), riducano i profitti (30%) e intacchino la competitività rispetto alle imprese locali (27%), come evidenziato dalla Figura 6.

Figura 6. Effetti degli ostacoli normativi per le PMI esportatrici



Fonte: Analisi di Implement Economics sulla base di un sondaggio a 216 PMI italiane (per ulteriori dettagli, consultare l'Appendice 1).

Nota: Domanda del sondaggio: "In che modo gli ostacoli normativi impediscono alla sua azienda di operare nel Mercato Unico?", n=139.

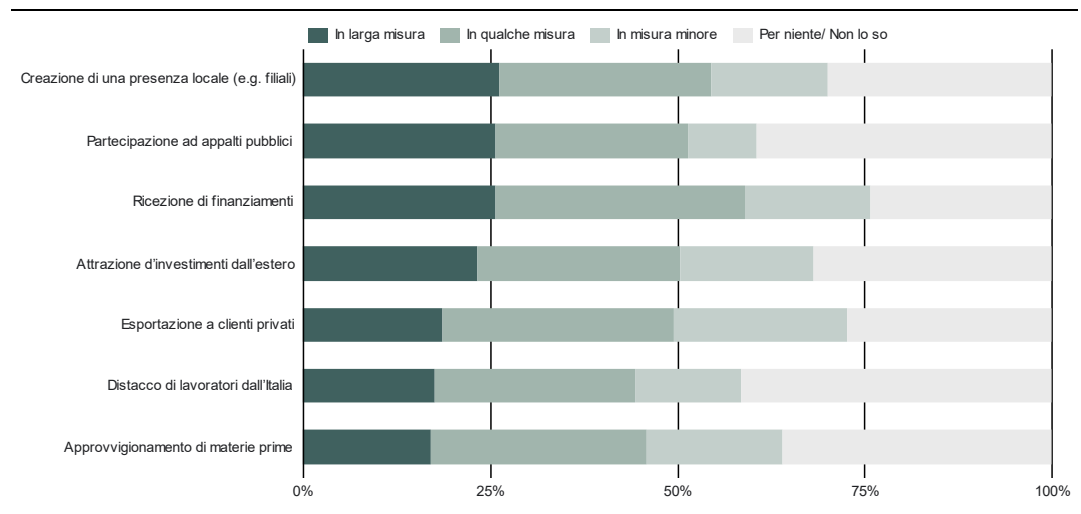
Di conseguenza, l'economia italiana perde importanti opportunità di creare maggiori vantaggi per i lavoratori attraverso la creazione di più posti di lavoro, una migliore retribuzione e una maggiore sicurezza del lavoro. Inoltre, i consumatori potrebbero beneficiare della riduzione degli ostacoli normativi grazie a prezzi inferiori, una maggiore innovazione dei prodotti e tempi di consegna ridotti.

Il 55% delle PMI ritiene che gli ostacoli normativi impediscano di stabilire una presenza locale in altri Paesi del Mercato Unico (si veda la Figura 7), mentre il 26% afferma che gli

ostacoli normativi limitino in larga misura le opportunità di stabilire una presenza transfrontaliera. Anche questo è un ambito in cui le potenziali PMI esportatrici vedono possibilità di crescita della propria attività all'interno del Mercato Unico (si veda la Figura 11 nell'Appendice 1). La presenza locale consente alle PMI di adattarsi alle condizioni del luogo, costruire fiducia e destreggiarsi più efficacemente nella complessità dei mercati esteri. La riduzione degli ostacoli normativi può quindi contribuire a migliorare il successo a lungo termine delle PMI italiane a livello internazionale.

Inoltre, il 59% delle PMI ritiene che gli ostacoli normativi impediscano di ricevere finanziamenti da altri membri del Mercato Unico e limitino la possibilità di partecipare ad appalti pubblici e attrarre investitori.

Figura 7. Gli ostacoli normativi impediscono alle PMI di crescere nel Mercato Unico



Fonte: Analisi di Implement Economics sulla base di un sondaggio a 216 PMI italiane (per ulteriori dettagli, consultare l'Appendice 1).

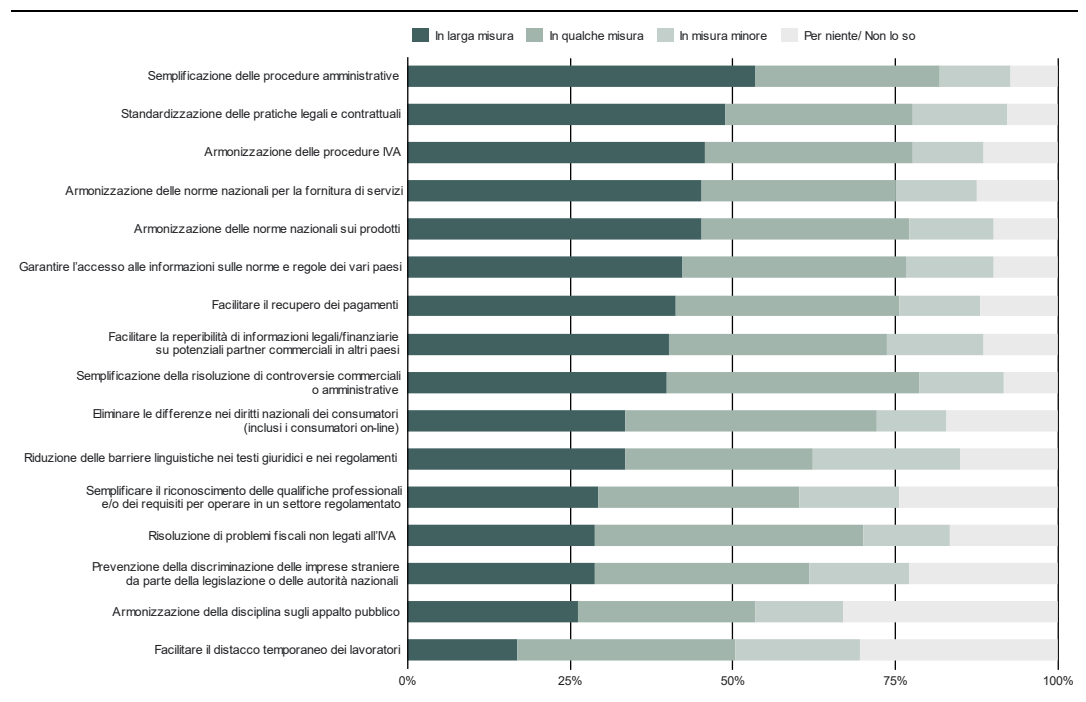
Nota: Domanda del sondaggio: "In che misura gli ostacoli normativi impediscono alla sua azienda di prosperare nel Mercato Unico?", n=198.

Le PMI individuano diverse iniziative di policy che possono contribuire a ridurre gli ostacoli normativi.³⁴ Il 93% delle PMI indica la semplificazione delle procedure amministrative e il 54% afferma che questa iniziativa le aiuterà in larga misura a crescere tramite il Mercato Unico. L'invito alla semplificazione si allinea a diverse raccomandazioni descritte nel presente rapporto, quali l'adozione di un'ambiziosa strategia per il Mercato Unico (Raccomandazione n. 1), un "data flow test" (Raccomandazione n. 3), una progettazione del Passaporto Digitale europeo dei prodotti orientata alle imprese (Raccomandazione n. 7) e l'approvazione dell'etichettatura digitale (Raccomandazione n. 10). In particolare, le PMI italiane supportano con entusiasmo le seguenti iniziative:

- **Armonizzare le pratiche IVA** | Questa richiesta di azione da parte delle PMI italiane è direttamente collegata alla raccomandazione di creare un'unica partita IVA ed estendere lo sportello unico IVA (Raccomandazione n. 9).
- **Armonizzare le norme nazionali su prodotti e servizi** | L'aggiornamento del semestre europeo (Raccomandazione n. 4) e l'eliminazione degli ostacoli al commercio e ai beni e servizi per la sostenibilità (Raccomandazione n. 6) mirano ad armonizzare l'attuazione della normativa UE e a ridurre la frammentazione normativa tra gli Stati membri del Mercato Unico. Inoltre, la raccomandazione di rafforzare l'uso del pacchetto di strumenti per una "Better Regulation"

- (Raccomandazione n. 5) mira a semplificare l'implementazione della nuove leggi e quindi a prevenire future nuove frammentazioni normative.
- **Accesso sicuro e semplificato alle informazioni su norme e requisiti nazionali** | Le raccomandazioni per rafforzare il meccanismo SOLVIT (Raccomandazione n. 2) e creare uno sportello unico per i sistemi di Responsabilità Estesa del Produttore (EPR) degli Stati membri (Raccomandazione n. 8) renderanno le informazioni più accessibili alle PMI italiane.
- **Semplificazione del recupero dei pagamenti** | La raccomandazione di creare le condizioni per lo sviluppo di pagamenti transfrontalieri facili, veloci, affidabili ed economici (Raccomandazione n. 11) mira anche a facilitare il recupero dei pagamenti.

Figura 8. Le iniziative politiche possono aiutare le imprese a prosperare nel Mercato Unico



Fonte: Analisi di Implement Economics sulla base di un sondaggio a 216 PMI italiane (per ulteriori dettagli, consultare l'Appendice 1).

Nota: Domanda del sondaggio: "In che misura le seguenti iniziative politiche aiuterebbero la sua azienda a prosperare nel Mercato Unico?", n=194.

Nei capitoli successivi verranno descritte nel dettaglio le 11 raccomandazioni. Nel capitolo 3, i responsabili politici dell'UE vengono incoraggiati a definire una visione coraggiosa e ambiziosa per il Mercato Unico e vengono forniti i dettagli delle prime tre raccomandazioni:

1. Definire una strategia ambiziosa per il Mercato Unico.
2. Rafforzare SOLVIT istituendo un mediatore unico in ogni Stato membro dell'UE e consentire a SOLVIT di agire in modo più proattivo su casi strutturali e di sensibilizzare l'opinione pubblica.
3. Eseguire un "data flow test" di tutte le normative UE nuove ed esistenti.

Nel capitolo 4 vengono forniti alcuni suggerimenti per costruire una cultura della fiducia e del rispetto delle regole nel Mercato Unico e agire in base alle raccomandazioni 4 e 5:

4. Rafforzare il semestre europeo per includere raccomandazioni su come armonizzare l'implementazione delle normative europee e garantire una piena conformità.
5. Rafforzare l'uso del pacchetto di strumenti "Better Regulation" integrando l'implementazione nella progettazione di nuove normative e rispettando il requisito di effettuare valutazioni d'impatto.

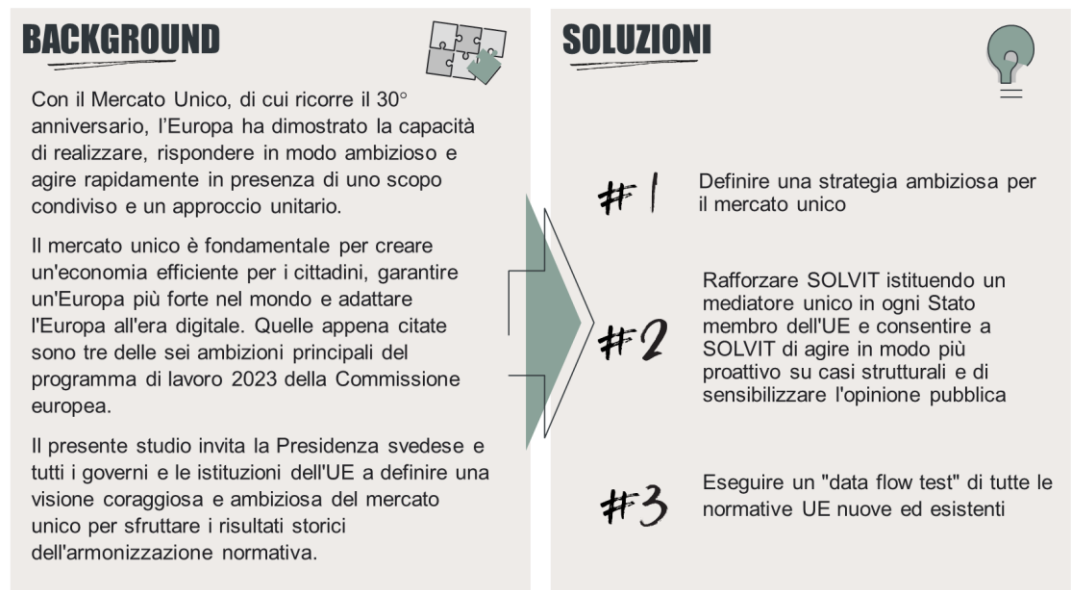
Le due raccomandazioni indicate nel capitolo 5 mirano a eliminare gli ostacoli normativi al commercio per creare un Mercato Unico sostenibile e circolare:

6. Mappare ed eliminare gli ostacoli normativi al commercio di beni e servizi climatici nel Mercato Unico.
7. Progettare il Passaporto Digitale dei prodotti europei per aiutare le imprese a diventare più circolari.

Infine, le raccomandazioni indicate nel capitolo 6 si basano sugli strumenti digitali per ridurre i costi e creare condizioni di crescita:

8. Creare uno sportello unico per i sistemi EPR degli Stati membri.
9. Creare un'unica partita IVA ed estendere lo sportello unico IVA.
10. Approvare l'etichettatura digitale come vero e proprio sostituto dell'etichettatura fisica.
11. Creare le condizioni per lo sviluppo di metodi di pagamento transfrontalieri semplici, veloci, affidabili ed economici, sia per i pagamenti in euro che per quelli in altre valute.

3 Definire una visione coraggiosa e ambiziosa per il Mercato Unico europeo



#1 Definire una strategia ambiziosa per il Mercato Unico

La garanzia delle quattro libertà del Mercato Unico richiede verifiche e aggiornamenti continui della normativa UE. Il Mercato Unico dovrà continuamente adattarsi agli sviluppi tecnologici, alle condizioni globali e alle principali sfide sociali. Incoraggiamo la prossima Commissione europea a essere ambiziosa e lungimirante nel garantire la competitività a lungo termine dell'UE.

La visione a lungo termine sulla competitività delinea come l'UE possa sfruttare i propri punti di forza e riuscire a colmare il divario tra crescita e innovazione. Un quadro europeo lungimirante, ben definito e coordinato promuoverà imprese fiorenti, in grado di competere sul mercato globale, con posti di lavoro allettanti che definiscono standard globali.³⁵

Per raggiungere questo obiettivo, la Commissione europea dovrebbe definire una strategia che dia nuovo vigore al Mercato Unico nel progetto di integrazione. La strategia per il Mercato Unico dovrebbe adottare un approccio olistico nell'intero percorso di imprese e consumatori per garantire che le normative non limitino inutilmente gli scambi nel Mercato Unico.

La definizione di una strategia ambiziosa per il Mercato Unico consente di ridurre i requisiti normativi complessi e non armonizzati che causano un aumento dei costi per le PMI come Baroni Home, come descritto nel caso aziendale riportato di seguito.

GLI OSTACOLI SI ACCUMULANO DURANTE IL PERCORSO AZIENDALE

Baroni Home è un'azienda italiana che vende online mobili e complementi d'arredo. L'azienda è stata fondata nel 2016 e vende sul mercato europeo da diversi anni. Baroni Home vende i propri prodotti ad altri Paesi europei nel marketplace Amazon, nonché tramite il proprio negozio online per i mercati italiano, spagnolo, tedesco e francese.

Invito all'azione

Sebbene Baroni Home abbia registrato una crescita e un successo nelle vendite sul mercato europeo, l'espansione in altri Paesi è stata difficile e rischiosa. Baroni Home ha incontrato, e continua a incontrare, diversi ostacoli normativi che si accumulano nel proprio percorso commerciale all'interno del mercato unico. I requisiti nazionali aggiungono complessità alle normative europee e richiedono una documentazione eccessiva. Gli ostacoli più limitanti incontrati da Baroni Home sono legati a tasse e tributi, in quanto comportano notevoli procedure amministrative e incertezza normativa, rendendo l'espansione in altri Paesi dell'UE rischiosa e costosa.

Potenziale

L'attuale insieme di direttive, regolamenti e leggi nazionali aumenta i costi aziendali di transazione, che spesso sono sproporzionatamente elevati per le PMI. La realizzazione delle quattro libertà del mercato unico renderebbe più facile per una PMI come Baroni Home rifornirsi di merci da altri fornitori e prosperare in tutta l'UE. La semplificazione normativa, l'armonizzazione e l'introduzione di standard comuni ridurrebbero i costi, con ripercussioni positive per gli imprenditori pubblici e privati.

"L'adozione di una strategia ambiziosa per il mercato unico, che ci permetta di lavorare ed espanderci con il minor numero possibile di ostacoli, indipendentemente dal Paese dell'UE in questione, è ciò che serve per promuovere concretamente il mercato unico per le PMI".

Alberto Garbocci, Direttore generale di Baroni Home

#2 Rafforzare SOLVIT e consentirgli di agire in modo più proattivo e di sensibilizzare l'opinione pubblica

SOLVIT è una rete di risoluzione dei problemi istituita nel 2002 dalla Commissione Europea per aiutare (gratuitamente) persone o imprese in caso di violazione dei diritti transfrontalieri nel Mercato Unico da parte delle autorità pubbliche a livello locale, regionale o nazionale.

SOLVIT si basa sulla cooperazione tra gli Stati membri sotto l'egida della Commissione europea. Lo scopo è offrire un'alternativa più rapida e informale all'avvio di un procedimento giudiziario, alla presentazione di una denuncia formale alla Commissione o all'avvio di una petizione. Sono presenti centri SOLVIT in tutti gli Stati membri dell'UE, oltre che in Islanda, Liechtenstein e Norvegia.

Un'analisi dei servizi SOLVIT nei vari Paesi mostra che le imprese europee non sono consapevoli delle opportunità che offre e, anche quando ne sono consapevoli, lo

utilizzano raramente e spesso non lo ritengono un partner affidabile per trovare una soluzione.³⁶ Tali conclusioni sono confermate anche dalle interviste condotte con le PMI italiane nell'ambito di questo studio. C'è comunque spazio per migliorare le funzioni di SOLVIT in diversi Paesi:

- **Garanzia di personale e qualifiche** | In diversi centri SOLVIT, c'è carenza di operatori qualificati e un eccessivo tasso di rotazione del personale.³⁷
- **Risoluzione dei problemi strutturali** | In molti casi, SOLVIT è una fonte di informazioni preziosa ma poco sfruttata per i problemi più strutturali.
- **Identificazione delle incertezze normative** | SOLVIT è utilizzato principalmente per segnalare casi di errata applicazione delle norme del Mercato Unico, mentre le PMI italiane (come la Pasticceria Fraccaro descritta nel caso aziendale riportato di seguito) chiedono iniziative più proattive per eliminare le incertezze derivanti da normative contraddittorie e/o in contrasto tra loro.³⁸

OTTENERE INFORMAZIONI SULLE NORMATIVE NAZIONALI È DIFFICILE E RICHIEDE TEMPO

La Pasticceria Fraccaro è un'azienda che vende dolci e altri prodotti da forno dal 1932. Un tempo piccola, oggi l'azienda impiega 50 persone e ha un fatturato annuo di 10,5 milioni di euro. L'azienda esporta in 45 Paesi del mondo e durante i periodi di punta, come Natale e Pasqua, le esportazioni rappresentano il 50-75% delle vendite totali.

Invito all'azione

L'industria alimentare dell'UE è spesso esposta a requisiti nazionali, definizioni giuridiche e standard di sicurezza diversi, che aggiungono livelli di complessità alla normativa europea e richiedono una documentazione eccessiva. Inoltre, informazioni importanti ma spesso complesse sui prodotti alimentari, come l'elenco degli ingredienti, devono essere fornite nella lingua di ogni Stato membro. La Pasticceria Fraccaro ha affrontato questi ostacoli quando si è espansa all'interno dell'UE e ha destinato importanti risorse a un ufficio interno di "controllo qualità", il cui compito principale è quello di reperire le informazioni nazionali appropriate e garantire la conformità.

"Trovare informazioni sulle pratiche legali e contrattuali, nonché sui requisiti specifici dei prodotti, richiede tempo e denaro. Potremmo beneficiare di un punto di contatto unico e completo per l'assistenza su tali questioni".

Paolo Pietrobon, Direttore generale di Pasticceria Fraccaro

Potenziale

Una rete SOLVIT forte e proattiva potrebbe aiutare le PMI, come la Pasticceria Fraccaro, a disporre di un unico punto informativo aggiornato e completo su requisiti, leggi e pratiche legali nazionali. Una soluzione di questo tipo renderebbe meno costosa e difficile l'esportazione verso nuovi Paesi dell'UE, che invece attualmente richiede notevoli investimenti iniziali in termini di denaro e tempo.

Proponiamo l'istituzione di un mediatore del Mercato Unico in ogni Stato membro dell'UE (a capo di SOLVIT o in collaborazione con esso) per garantire la corretta applicazione delle norme UE. Proponiamo inoltre di consentire a SOLVIT di agire in modo più proattivo

sui casi strutturali e di sensibilizzare l'opinione pubblica, ad esempio mediante riunioni strutturate con associazioni commerciali nazionali. Infine, SOLVIT dovrebbe fungere da piattaforma digitale per segnalare normative contraddittorie/in contrasto tra loro e per risolvere incertezze normative.³⁹

#3 Eseguire un "data flow test" di tutte le normative UE nuove ed esistenti

Come descritto nel Capitolo 2, la digitalizzazione è un fattore chiave per aumentare la produttività e generare crescita economica.⁴⁰ Il "data flow/flusso di dati", ovvero la possibilità per le imprese di accedere, utilizzare e trasferire i dati, è un prerequisito per la digitalizzazione. Le tecnologie e le soluzioni digitali agevolano e accelerano la transizione verde nell'economia e nella società.⁴¹

Per questi motivi, è importante eliminare le barriere che limitano i flussi di dati nel Mercato Unico, esattamente come la Commissione europea ha cercato di fare, ad esempio, regolamentando la libera circolazione dei dati.⁴² Tuttavia, persistono diversi ostacoli al flusso di dati, spesso legati a norme a tutela della privacy.⁴³ Si tratta di un interesse di protezione legittimo disciplinato dallo statuto dell'UE sui diritti fondamentali, pertanto ha un valore costituzionale nell'UE.

Considerato l'interesse prioritario alla tutela della privacy, raccomandiamo alla Commissione europea di presentare una proposta per facilitare il più possibile i flussi di dati attraverso l'introduzione di un "data flow test" volto a eliminare gli ostacoli non necessari al loro utilizzo e circolazione. Per esempio, restrizioni ai flussi di dati per ragioni di privacy non devono pregiudicare la possibilità di utilizzare tali flussi.

Questo tipo di test dovrebbe obbligare il legislatore e l'ente di controllo (a livello europeo e nazionale) a prendere sistematicamente in considerazione il libero flusso dei dati in conformità alle norme sulla protezione dei dati (ad esempio, nell'elaborazione di nuovi requisiti, nell'adozione di linee guida o nelle decisioni in singoli casi). Inoltre, dovrebbe consentire alle imprese di contestare legalmente decisioni percepite come sproporzionate in materia di protezione dei dati. In tal modo, il test riconoscerebbe la supremazia del principio della protezione dei dati nell'UE, limitando però il rischio di eccessive restrizioni dannose per i flussi di dati, l'innovazione e la transizione verde. L'eliminazione di ostacoli ingiustificati ai flussi di dati ridurrebbe i costi amministrativi per le imprese europee, uno dei principali problemi del Mercato Unico secondo le PMI italiane.

4 Costruire una cultura basata sulla fiducia e sulla conformità



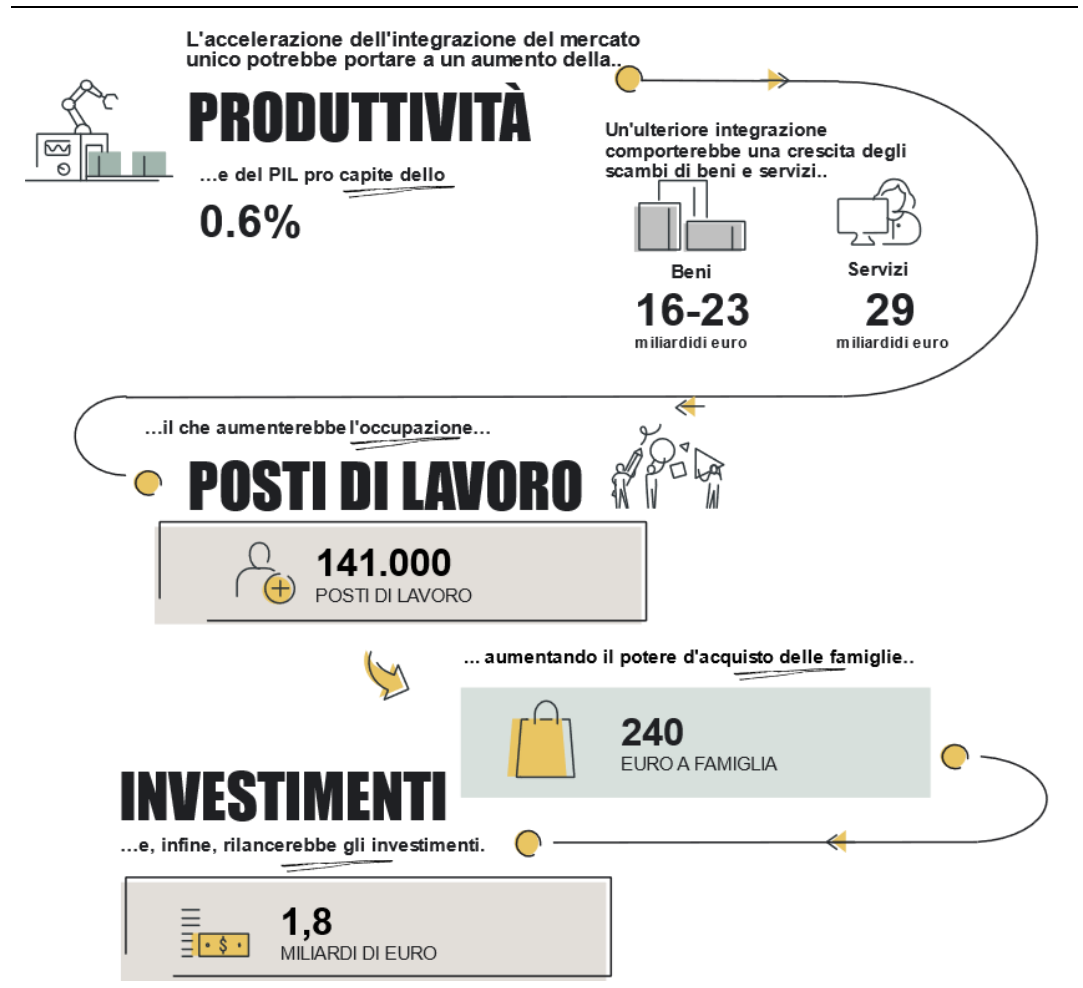
#4 Rafforzare il semestre europeo per includere raccomandazioni su come armonizzare l'implementazione delle normative europee e garantire una piena conformità

L'eliminazione degli ostacoli esistenti causati dall'implementazione incompleta delle norme UE sul Mercato Unico genererebbe notevoli vantaggi economici a livello europeo.⁴⁴ Secondo le stime della Commissione europea, l'eliminazione di tali ostacoli consentirebbe un aumento permanente del PIL UE di 520-600 miliardi di euro annui.⁴⁵

Impatti simili sono previsti anche in Italia. Sulla base del contributo italiano al totale degli scambi intra-UE, si stima che una maggiore armonizzazione aumenterebbe il PIL pro capite dello 0,6%, vale a dire un aumento permanente del PIL italiano di 45-52 miliardi di euro annui (16-23 miliardi di euro per i beni e 29 miliardi di euro per i servizi⁴⁶). Inoltre, tale aumento porterebbe alla creazione di circa 141.000 posti di lavoro all'anno. I vantaggi si estenderebbero alle famiglie italiane, per le quali si prevede un aumento permanente del reddito familiare (potere d'acquisto) di 240 euro, mentre gli investimenti aumenterebbero di 1,8 miliardi di euro (si veda la Figura 9).⁴⁷

Considerata l'attuale quota di commercio italiano nel Mercato Unico e il potenziale commerciale individuato dalle PMI che hanno partecipato al sondaggio, è probabile che i vantaggi per le imprese italiane derivanti da un migliore accesso al mercato saranno elevati.

Figura 9. Potenziali vantaggi per l'Italia derivanti dall'eliminazione degli ostacoli esistenti nel Mercato Unico



Il deficit di conformità persistente riduce la fiducia di imprese e cittadini nell'efficacia del Mercato Unico. Proponiamo quindi che l'implementazione armonizzata delle normative UE diventi uno degli obiettivi del Semestre Europeo. Il Semestre Europeo è infatti regolato da una combinazione di meccanismi di sorveglianza e possibili sanzioni, che possono essere utilizzate per incentivare i governi a colmare il deficit di conformità.

La soluzione proposta eliminerebbe diversi ostacoli normativi che attualmente impediscono alle PMI italiane di prosperare grazie al Mercato Unico.

#5 Rafforzare l'uso del pacchetto di strumenti "Better Regulation" integrando l'implementazione nella progettazione di nuove normative e rispettando il requisito di effettuare valutazioni d'impatto

Una legislazione di qualità è un prerequisito per realizzare gli obiettivi politici dell'UE nel modo più semplice, efficiente ed efficace possibile. Inoltre, è un mezzo per evitare un eccesso di norme e oneri amministrativi inutili per i cittadini, le amministrazioni e le

imprese (in particolare le PMI). Infine, una legislazione di qualità è concepita per essere innanzitutto facile da recepire e applicare.

La persistente mancanza di armonizzazione e gli ingenti costi amministrativi segnalati dalle imprese che svolgono attività transfrontaliere nel Mercato Unico indicano che si può fare di più per elaborare una legislazione UE in grado di ridurre effettivamente la complessità e i costi amministrativi delle attività commerciali nel Mercato Unico. Il pacchetto di strumenti "Better Regulation" e le valutazioni d'impatto delle nuove proposte normative costituiscono elementi chiave e consentono alla Commissione di progettare, realizzare e supportare l'implementazione di politiche di qualità.⁴⁸

Si raccomanda alla Commissione europea di rafforzare l'uso del pacchetto di strumenti "Better Regulation", mantenendo il requisito della valutazione dell'impatto e supportando maggiormente l'integrazione dell'implementazione nella progettazione di una nuova normativa. La soluzione proposta contribuirà a ridurre molti degli ostacoli normativi esistenti segnalati dalle PMI e una progettazione di qualità delle norme future ridurrà il rischio di nuovi ostacoli amministrativi e impatti negativi indesiderati.

5 Eliminare le barriere regolatorie per creare un Mercato Unico sostenibile



#6 Mappare ed eliminare gli ostacoli normativi al commercio di beni e servizi climatici nel Mercato Unico

La transizione verso un nuovo sistema di produzione e consumo decarbonizzato richiede la disponibilità e la piena diffusione di tecnologie e servizi legati al clima. L'eliminazione delle barriere normative al commercio di beni e servizi per la sostenibilità nel Mercato Unico consentono di accelerare la decarbonizzazione in Europa, incentivando l'innovazione e riducendo i costi delle nuove tecnologie. Un Mercato Unico di beni e servizi per la sostenibilità pienamente integrato rafforzerebbe anche la competitività internazionale dei produttori dell'UE.

L'aggiornamento del Piano nazionale per l'energia e il clima (NECP) italiano ha fissato l'obiettivo di riduzione del 33% delle emissioni di gas serra entro il 2030. Questo obiettivo mira a far sì che il 30% del consumo finale di energia in Italia provenga da fonti rinnovabili. Il NECP prevede ulteriori investimenti di 186 miliardi di euro, rispetto all'attuale scenario politico, nel periodo 2017-2030 (di cui una quota significativa sarà destinata agli investimenti in energie rinnovabili). Solo nel settore fotovoltaico saranno necessari oltre 27 miliardi di euro nel periodo 2017-2030.⁴⁹

Gli ostacoli normativi limitano in modo significativo il commercio globale di beni per la sostenibilità (fino a 10 volte più delle tariffe⁵⁰). I tre ostacoli principali includono gli ostacoli tecnici al commercio (principalmente standard, normative tecniche e requisiti di etichettatura, nonché procedure di valutazione della conformità, test e certificazione dei prodotti), i requisiti locali e i problemi correlati agli appalti pubblici.

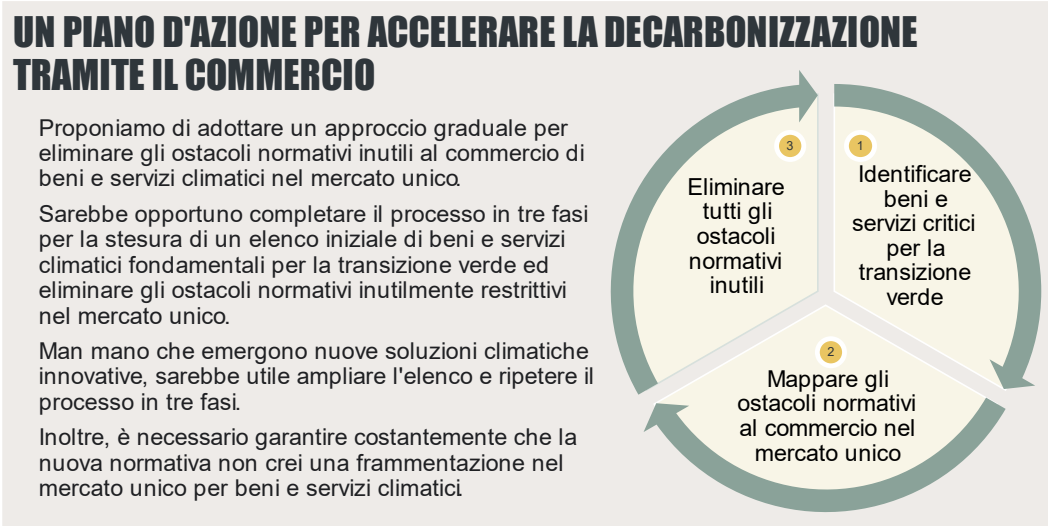
Gli ostacoli normativi limitano anche il libero flusso di beni e servizi climatici nel Mercato Unico. Il settore eolico, ad esempio, è soggetto a normative complesse, contraddittorie e

frammentate che ne riducono la competitività a livello globale.⁵¹ Poiché si prevede che l'energia eolica coprirà il 43% dell'elettricità europea entro il 2030, gli ostacoli normativi rendono la transizione verde eccessivamente costosa e mettono sotto pressione i bilanci pubblici.⁵²

Formulare una definizione esatta di beni e servizi per la sostenibilità non è semplice. Inoltre, si corre il rischio che la complessità del problema blocchi il progresso o persino limiti l'eliminazione degli ostacoli normativi al commercio nel Mercato Unico. Si propone quindi di definire un processo in cui la Commissione europea applichi un approccio "graduato" all'armonizzazione normativa strutturato in tre fasi:

- **Fase 1:** definire un elenco iniziale di beni e servizi per la sostenibilità. Si potrebbe partire da un elenco preliminare stilato a seguito di un'analisi approfondita degli ostacoli al commercio di beni e servizi per la sostenibilità nel Mercato Unico.⁵³ Potrebbe essere un elenco minimo di beni e servizi generalmente riconosciuti come fondamentali per la transizione verde.
- **Fase 2:** mappare gli ostacoli normativi che limitano il libero scambio di specifici beni e servizi per la sostenibilità nel Mercato Unico. La mappatura deve essere completa e coprire l'intero percorso dell'azienda e del consumatore. La mappatura dovrebbe inoltre mirare a includere tutte le fonti di ostacoli normativi, ad esempio la mancata conformità alle normative UE, l'implementazione nazionale frammentata delle normative UE, i diritti di proprietà intellettuale, l'accesso non uniforme ad appalti pubblici e così via.
- **Fase 3:** adottare misure coraggiose per eliminare gli ostacoli normativi inutili o ingiustificati al commercio di beni e servizi climatici che limitano la transizione verde a livello europeo e nazionale.

Il processo iterativo è illustrato nella figura riportata di seguito.



#7 Progettare il Passaporto Digitale europeo dei prodotti in modo da facilitare il lavoro circolare delle imprese

Il Passaporto Digitale dei Prodotti (DPP) è una proposta chiave del Regolamento sulla Progettazione Ecocompatibile dei Prodotti Sostenibili (ESPR), che mira a raccogliere

informazioni in tutta la catena del valore per fornire una comprensione completa di materiali e prodotti, nonché del relativo impatto ambientale associato.

Un DPP ben progettato può offrire importanti informazioni specifiche sul prodotto, rendendole più accessibili agli attori della catena del valore. Inoltre, può supportare efficacemente le imprese nel contribuire alla decarbonizzazione dell'economia. Tuttavia, se non progettato con attenzione e con il contributo delle parti interessate, in particolare delle PMI, il DPP potrebbe introdurre oneri e costi amministrativi elevati per le imprese, limitando così il proprio potenziale e creando una mancanza di uniformità nel Mercato Unico. Pertanto, si raccomanda la progettazione del DPP con le seguenti caratteristiche:

- Devono essere richiesti solo dati rilevanti, considerando la complessità e il tempo necessario per raccogliere informazioni dettagliate nell'intera catena del valore.
- I dati richiesti devono essere in linea con i database e i sistemi esistenti per non creare duplicazioni.
- I diritti di proprietà intellettuale devono essere protetti: anche in questo caso è necessaria un'attenta considerazione dei dati sicuramente rilevanti per il raggiungimento degli obiettivi (in sostanza, i dati devono essere solo quelli "necessari").

UN PASSAPORTO DIGITALE DEI PRODOTTI SEMPLIFICHEREBBE L'ETICHETTATURA E RIDURREBBE COSTI

Emilia Food Love è una PMI italiana che distribuisce e commercializza prodotti alimentari emiliani. Pur essendo un'azienda di piccole dimensioni, Emilia Food Love è orientata a livello globale. Infatti, il 98-99% del fatturato annuo proviene dall'estero, in particolare dal mercato unico europeo e dagli Stati Uniti, che sono i mercati più importanti.

Invito all'azione

Come molte altre aziende che operano nell'industria alimentare europea, Emilia Food Love è esposta a requisiti di etichettatura nazionali divergenti e complessi, relativi sia ai prodotti alimentari che al relativo imballaggio. Ad esempio, esistono alcuni requisiti specifici per il mercato italiano, come l'etichettatura ambientale. In particolare, le etichette con le informazioni devono essere tradotte nelle lingue locali, il che richiede imballaggi più grandi o la produzione di confezioni specifiche per il Paese, con conseguenti costi aggiuntivi.

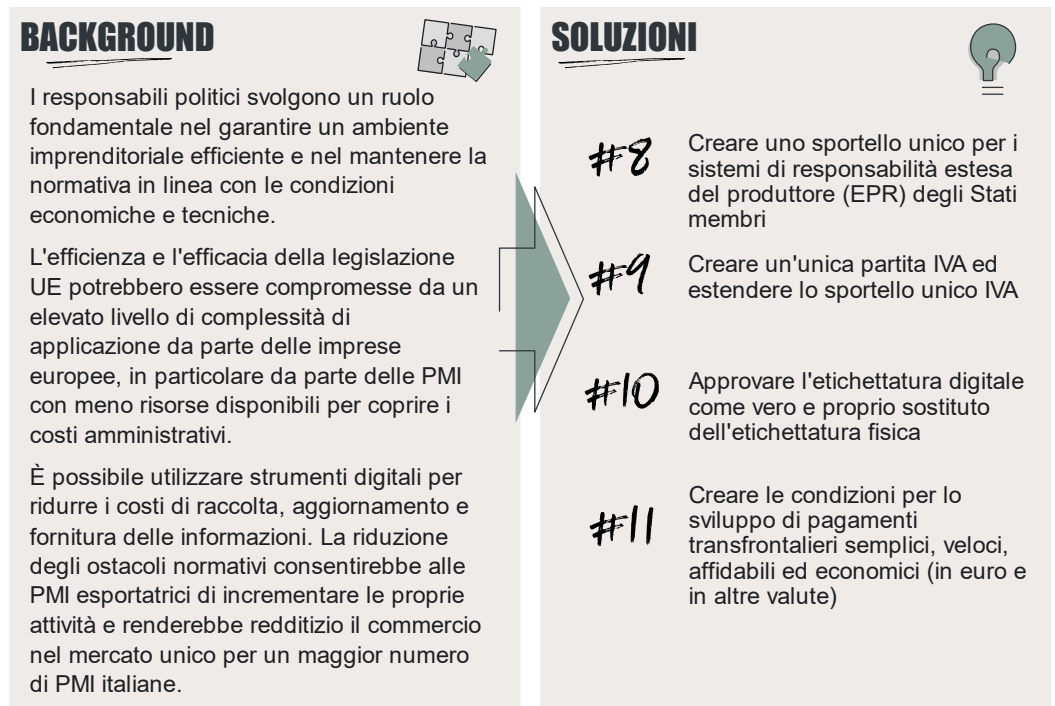
Potenziale

Per Emilia Food Love, l'obbligo di inserire informazioni in lingua locale sulle confezioni implica la necessità di utilizzare un imballaggio esterno più grande di quello effettivamente richiesto dalle dimensioni del prodotto o altrimenti di produrre imballaggi specifici per ogni Paese. La possibilità di sostituire parte dell'etichettatura fisica con un'etichetta digitale del prodotto consentirebbe a Emilia Food Love di ridurre le dimensioni dell'imballaggio esterno, con un notevole risparmio in termini di costi e tempo.

"La possibilità di utilizzare l'etichettatura digitale, ad esempio attraverso un codice QR, semplificherebbe e ridurrebbe significativamente i costi associati all'etichettatura e alla vendita transfrontaliera dei nostri prodotti".

Andrea Magnone, fondatore di Emilia Food Love

6 Strumenti digitali per ridurre i costi e creare le condizioni per la crescita



#8 Creare uno sportello unico per i sistemi di Responsabilità Estesa del Produttore (EPR) degli Stati membri

La responsabilità estesa del produttore (EPR) è uno strumento di politica ambientale UE che assegna ai produttori la responsabilità della raccolta, dello smistamento e del trattamento dei prodotti nella fase post-consumo. Gli schemi EPR variano notevolmente all'interno dell'UE, sia tra gli Stati membri che tra le diverse categorie di prodotti. Schemi EPR armonizzati possono contribuire a rafforzare l'economia circolare nel Mercato Unico, riducendo i costi superflui che le imprese devono sostenere per agire in modo responsabile dal punto di vista ambientale.

Raccomandiamo di definire un approccio realmente armonizzato per l'EPR attraverso una soluzione digitale e centralizzata che faciliti la registrazione e la rendicontazione EPR in tutti gli Stati membri. Sotto la supervisione della Commissione europea, lo sportello unico fungerebbe anche da portale informativo centralizzato e aggiornato sui requisiti EPR in tutti gli Stati membri, operando a livello di prodotto. Idealmente, si dovrebbe cercare di migliorare e accelerare la standardizzazione degli schemi EPR tra gli Stati membri e, per quanto possibile, tra le categorie di prodotti, prima e dopo il lancio dello sportello unico EPR.

Grazie a questa soluzione, la conformità alle normative EPR su tutti i prodotti venduti in un determinato Stato membro dovrebbe risultare più semplice e meno costosa per i produttori italiani, riducendo gli ostacoli normativi al commercio nel Mercato Unico (con un conseguente aumento degli scambi) e rafforzando la circolarità.

UNA NORMATIVA POCO CHIARA CREA INCERTEZZA E COSTI AGGIUNTIVI

Remo Sartori è un'azienda italiana di abbigliamento che produce cravatte e accessori in seta. I prodotti sono realizzati a mano da sarti esperti in Italia e venduti esclusivamente online. Circa il 45% delle vendite aziendali è internazionale, di cui il 30% negli Stati Uniti e il 15% in Europa. Remo Sartori vende i propri prodotti attraverso il proprio sito Web in Italia e tramite il marketplace Amazon in altri Paesi.

Invito all'azione

La Commissione europea propone di introdurre schemi obbligatori e armonizzati di responsabilità estesa del produttore (EPR) per i prodotti tessili in tutti gli Stati membri dell'UE. Tuttavia, oggi l'industria tessile dell'UE presenta molti schemi EPR divergenti, spesso stabiliti a livello nazionale. Pertanto, la conformità a tali schemi risulta difficile e costosa per Remo Sartori. L'acquisizione di informazioni rilevanti sui requisiti EPR di un determinato Paese è difficile e dispendiosa in termini di tempo, mentre l'assunzione di un consulente con competenze specifiche risulta molto costosa. Sebbene i prodotti di seta non siano molto regolamentati, c'è ancora una notevole incertezza su quali siano i requisiti, ad esempio in termini di EPR:

"Quando è stato introdotto l'EPR, ho cercato diversi esperti legali e commerciali, ma nessuno era preparato, in parte perché ogni Paese ha i propri requisiti".

Maria Antonietta Orlando, fondatrice e proprietaria di Remo Sartori

Potenziale

La creazione di uno sportello unico digitale per gli EPR può facilitare la registrazione e la dichiarazione unica degli EPR. Può anche servire come portale informativo centralizzato e aggiornato sui requisiti EPR in tutti gli Stati membri, operando a livello di prodotto. Ciò renderà l'attività meno rischiosa e complessa per una PMI come Remo Sartori e faciliterà le vendite in tutto il mercato unico.

#9 Creare un'unica partita IVA ed estendere lo sportello unico IVA

Attualmente, una PMI necessita in media di 13 documenti per completare una procedura di registrazione IVA, 100 giorni per ottenere un numero di partita IVA, circa 8.000 euro all'anno per Paese per i costi di conformità e fino a 60 registrazioni IVA all'anno per Paese da presentare.⁵⁴ Nel 2022, la Commissione europea ha proposto una serie di misure per modernizzare e rendere il sistema IVA dell'UE più efficiente per le imprese e più resiliente alle frodi, promuovendo la digitalizzazione (la proposta "IVA nell'era digitale").

Chiediamo alla Commissione europea di accogliere tempestivamente la proposta "IVA nell'era digitale", creando così un'unica partita IVA nell'UE ed estendendo l'attuale concetto di sportello unico IVA a tutte le transazioni di beni (incluso lo stoccaggio dell'inventario e le vendite successive a livello europeo). Tale semplificazione consentirà alle PMI di adempiere agli obblighi di conformità in materia di IVA utilizzando un'unica partita IVA, riducendo i costi e la complessità e contribuendo a stimolare la crescita. Le

PMI italiane ritengono che la semplificazione delle pratiche IVA rientri tra le iniziative politiche più vantaggiose per crescere nel Mercato Unico.

Oltre a ridurre gli oneri amministrativi per le PMI e a garantire un maggiore accesso al Mercato Unico europeo, un'unica partita IVA agevolerebbe anche le autorità fiscali considerando che la riduzione della complessità aumenta il livello di conformità.⁵⁵ Dal punto di vista delle finanze pubbliche dei governi nazionali, la semplificazione dovrebbe portare a un aumento degli scambi commerciali, con conseguente aumento del gettito IVA, e un mercato più competitivo nell'UE. Infine, i clienti potrebbero contare su una scelta più ampia, su prezzi più competitivi e su una migliore esperienza d'acquisto online.

I REQUISITI PER LA REGISTRAZIONE DELL'IVA LIMITANO L'ESPANSIONE NELL'UE

Angorelle è una piccola azienda italiana di abbigliamento, specializzata in maglieria e accessori in cashmere. L'azienda ha iniziato a vendere online nel 2010 tramite il proprio sito Web e nel 2015 tramite il marketplace Amazon nell'ambito del programma Fulfillment by Amazon (FBA). Nel 2020, Angorelle ha iniziato a vendere anche sulla piattaforma Zalando. Circa l'80% del fatturato aziendale proviene dalle vendite online e i relativi mercati principali sono Italia, Francia e Germania.



Invito all'azione

Nonostante le numerose semplificazioni dei processi sulla normativa IVA europea grazie all'introduzione del sistema dello sportello unico (OSS), Angorelle deve ancora affrontare notevoli ostacoli nella registrazione dell'IVA. Infatti, per immagazzinare e vendere i propri prodotti in altri Paesi, compresi i principali mercati di esportazione di Francia e Germania, Angorelle deve essere registrata ai fini dell'IVA in questi Paesi. Ciò vale per tutti i Paesi in cui Angorelle immagazzina o vorrebbe immagazzinare i propri prodotti. La generazione e la presentazione delle dichiarazioni IVA nei vari Paesi comporta costi amministrativi elevati e richiede molto tempo.

"A causa dei costi elevati e delle risorse di tempo richieste dalla registrazione dell'IVA in più Paesi dell'UE, ora abbiamo solo due numeri di partita IVA all'estero, in Francia e in Germania, dove abbiamo una presenza più ampia per compensare i costi".

Leonardo Dondini, responsabile dell'e-commerce di Angorelle



Potenziale

L'estensione dell'OSS IVA ai magazzini paneuropei, compresi quelli FBA, ridurrebbe notevolmente la necessità di registrazioni IVA ripetute per Angorelle, riducendo i costi e l'onere di tempo associati alla vendita in più Paesi europei. Un'unica partita IVA in tutta l'UE consentirebbe ad Angorelle di trarre pieno vantaggio dal mercato unico e di espandersi ulteriormente in altri Paesi dell'UE.

#10 Approvare l'etichettatura digitale come vero e proprio sostituto dell'etichettatura fisica

Per immettere i prodotti sul Mercato Unico dell'UE, i produttori sono tenuti a indicare una serie di informazioni sulla relativa conformità, sia a livello dell'UE che degli Stati membri. La variabilità dei requisiti di etichettatura comporta un elevato costo amministrativo e di

risorse per i produttori, soprattutto per le PMI che vendono piccole quantità di prodotti. Ad oggi l'UE si affida ancora esclusivamente all'etichettatura fisica su prodotti e/o confezioni, mentre quella digitale è utilizzata solo su base volontaria.

L'etichettatura digitale può rispondere alla crescente domanda di trasparenza sui prodotti acquistati dai produttori, in quanto consente di fornire più informazioni ai consumatori rispetto alle etichette fisiche. Ad esempio, le norme UE sui dispositivi medici includono già alcuni standard in vigore che indicano la modalità di etichettatura dei dispositivi affinché l'utente sappia di poter reperire online le istruzioni e ulteriori informazioni.

Inoltre, le etichette digitali hanno il vantaggio di essere facilmente aggiornabili, reperibili e traducibili in tutte le lingue ufficiali per un prodotto specifico, a un costo nettamente inferiore per i produttori rispetto alle etichette fisiche.⁵⁶ Poiché le informazioni sui prodotti scritte una sola volta possono diventare rapidamente irrilevanti con il progredire delle tecnologie e il cambiamento delle legislazioni, l'etichettatura digitale offre un'opzione più flessibile, efficiente e modulare per risolvere questo problema. L'etichettatura digitale, in alternativa a quella fisica, può agevolare il commercio transfrontaliero nel Mercato Unico.

Pertanto, raccomandiamo alla Commissione europea di adattare i requisiti di etichettatura dell'UE all'era digitale, consentendo ai produttori di scegliere se etichettare i propri prodotti in modo digitale o fisico, rendendo quindi le etichette digitali dei veri e propri sostituti delle etichette fisiche per tutti i prodotti negli Stati membri. Per esempio, si potrebbero prendere in considerazione le soluzioni e le linee guida già definite nell'ambito dei regolamenti sull'etichettatura digitale delle sostanze chimiche.⁵⁷ Inoltre, chiediamo che l'etichettatura fisica contenga solo le informazioni minime essenziali.

LA CONFORMITÀ AI REQUISITI NAZIONALI DI ETICHETTATURA PUÒ ESSERE TROPPO COSTOSA PER LE PMI

Afror Ricci è un'azienda cosmetica italiana che vende principalmente prodotti per capelli ricci e afro. L'azienda vende i propri prodotti online con il proprio marchio, principalmente tramite il marketplace Amazon. Attualmente, circa il 90% del fatturato proviene dalle vendite nel mercato italiano, ma l'azienda sta cercando di espandersi in altri Paesi dell'UE.



Invito all'azione

AfroRicci ha incontrato diversi ostacoli normativi quando ha cercato di espandersi nel mercato dell'UE. Uno degli ostacoli riguarda i diversi requisiti nazionali di etichettatura per la vendita in altri Paesi del mercato unico. Questo problema si riferisce in particolare alle etichette fisiche, che devono essere ingrandite e stampate separatamente per i diversi Paesi europei nelle lingue locali. Quando si entra in un nuovo Paese, la necessità di produrre etichette conformi ai requisiti nazionali di etichettatura è molto rischioso per una piccola azienda come AfroRicci, dati i costi amministrativi previsti e l'incertezza sui ricavi attesi.

"Adattare i nostri prodotti, o le relative etichette, ai requisiti nazionali di un nuovo Paese di vendita è un investimento molto grande per noi, soprattutto perché la conoscenza locale del marchio è ancora ridotta e l'incertezza di poter coprire questi costi è alta".

Alice Edun, fondatrice e proprietaria di AfroRicci



Potenziale

L'insieme di requisiti nazionali che AfroRicci deve soddisfare nel mercato europeo, soprattutto per quanto riguarda l'etichettatura, limita l'espansione in tutta l'UE. Un'etichetta digitale renderebbe il processo di inclusione e aggiornamento delle informazioni sul prodotto in tutte le lingue richieste molto più facile e meno costoso. Inoltre, l'etichettatura digitale eviterebbe ad AfroRicci l'onere di dover adattare le proprie confezioni ai singoli mercati. Ciò garantirebbe una maggiore flessibilità e consentirebbe di aumentare la scala di produzione.

#11 Creare le condizioni per lo sviluppo di pagamenti transfrontalieri semplici, veloci, affidabili ed economici (in euro e in altre valute)

Come emerge chiaramente dal sondaggio, le PMI italiane ritengono fondamentale per l'efficienza del Mercato Unico che i metodi di pagamento transfrontalieri siano accessibili e agevoli per imprese e consumatori. La Commissione europea ha già presentato una proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio per la lotta ai ritardi di pagamento nelle transazioni commerciali.

Incoraggiamo l'UE a progettare un quadro legislativo favorevole, aperto e competitivo per agevolare pagamenti transfrontalieri economici, semplici, sicuri e affidabili. I legislatori dovrebbero evitare di precludere l'accesso alla fornitura di soluzioni transfrontaliere. Al contrario, incentivi adeguati dovrebbero promuovere un ecosistema competitivo per

consentire ai consumatori di prendere decisioni informate, riducendo i costi dei pagamenti per gli esercenti.

Un sistema più competitivo per i pagamenti transfrontalieri garantirebbe ai cittadini dell'UE l'accesso a un'ampia gamma di fornitori operanti in un contesto aperto e competitivo, inclusi i fornitori finanziari tradizionali come banche, fornitori di tecnologie finanziarie e operatori digitali. L'UE dovrebbe inoltre guidare lo sviluppo normativo relativo ai pagamenti istantanei e alle valute digitali delle banche centrali per modernizzare ulteriormente i servizi finanziari transfrontalieri, stabilire standard elevati a livello internazionale e garantire la propria competitività.

PICCOLE DIFFERENZE DI COSTO POSSONO DARE UN VANTAGGIO ALLE IMPRESE LOCALI

Koala Babycare è un rivenditore italiano, specializzato in prodotti per l'infanzia, tra cui marsupi, ciucci, prodotti per la pelle e altro. L'azienda è stata fondata in Italia nel 2017 e oggi esporta prodotti in tutta Europa (oltre che a livello globale) tramite il proprio negozio online e il marketplace Amazon.



Invito all'azione

Nel processo di espansione in tutta l'UE, Koala Babycare ha incontrato una serie di ostacoli normativi e amministrativi, che includono i diversi requisiti di etichettatura e le pratiche IVA. Un altro ostacolo che l'azienda ha incontrato riguarda le commissioni sulle transazioni transfrontaliere. Attualmente, le opzioni di pagamento transfrontaliero disponibili in Europa sono dominate da un numero limitato di società di servizi finanziari. Esse applicano commissioni elevate agli esercenti, che fanno salire i costi per i consumatori e svantaggiano le PMI. Le PMI come Koala Babycare devono sopportare un onere maggiore poiché le commissioni sono troppo elevate rispetto ai ricavi previsti. Di conseguenza, le differenze di prezzo, anche piccole, potrebbero indirizzare i clienti di altri Paesi verso i prodotti locali.

"Gestiamo i pagamenti transfrontalieri con piattaforme di intermediazione e contratti bancari, ma sarebbe chiaramente un vantaggio poter ridurre questi costi".

Emil Ninni, Co-fondatore di Koala Babycare



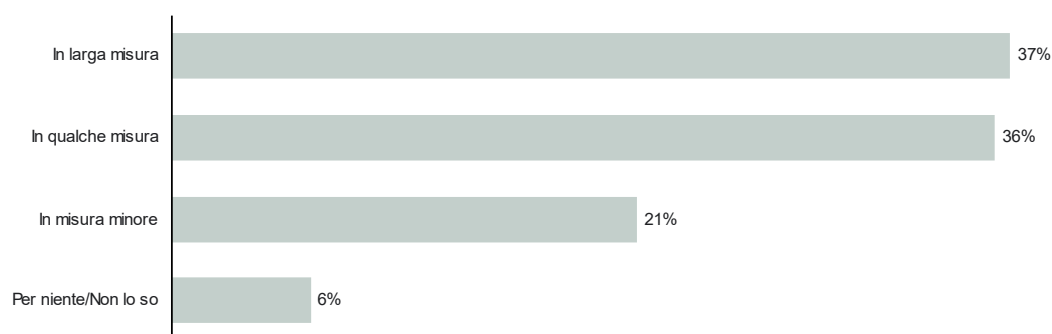
Potenziale

Metodi di pagamento transfrontalieri facili ed economici sono fondamentali per l'efficienza del mercato unico. Creare le condizioni per lo sviluppo di sistemi di pagamento transfrontalieri a basso costo contribuirebbe a garantire che i consumatori e i commercianti possano operare con fiducia attraverso le frontiere del mercato unico a costi contenuti. Un ecosistema più competitivo per i sistemi di pagamento livellerebbe le condizioni operative delle PMI e permetterebbe loro di aumentare il proprio potenziale nel mercato unico.

Appendice 1 Descrizione del sondaggio sulle PMI

Abbiamo condotto un sondaggio in stretta collaborazione con CNA per identificare i principali ostacoli al commercio nel Mercato Unico e le possibili soluzioni. Il campione del sondaggio include PMI italiane che esportano o vorrebbero esportare tramite il Mercato Unico. Il sondaggio include un totale di 18 domande, a cui hanno risposto 216 PMI, di cui il 72% (156) sono esportatori e il 28% (60) sono PMI che attualmente non esportano ma vorrebbero farlo (potenziali esportatori). La maggior parte degli intervistati svolge la propria attività nel settore "manifatturiero" (41%) e "altri servizi" (11%). Le risposte al sondaggio offrono una buona rappresentazione di PMI di diverse dimensioni. La presente appendice contiene le risposte dettagliate.

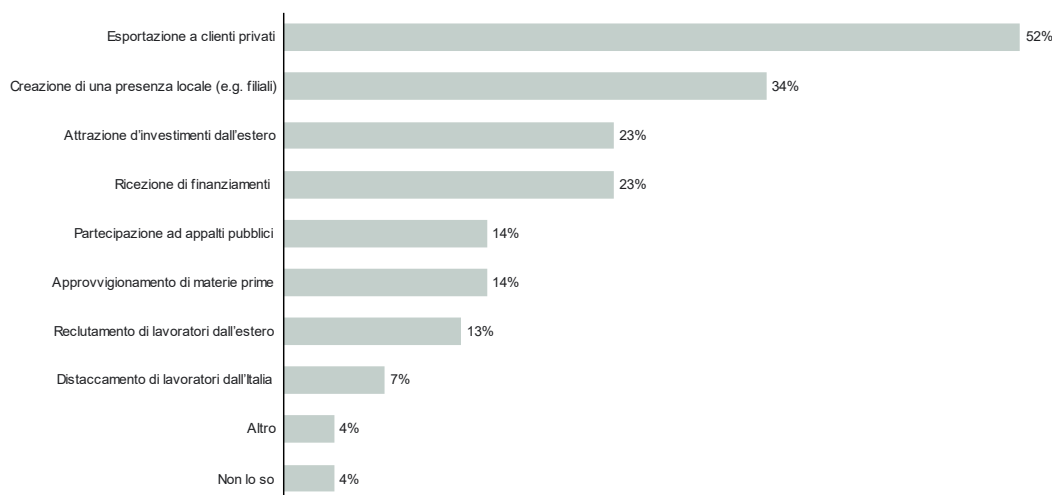
Figura 10. Vantaggi del commercio nel Mercato Unico per gli esportatori



Fonte: Analisi di Implement Economics sulla base di un sondaggio a 216 PMI italiane.

Nota: Domanda del sondaggio: "In che misura la sua azienda trae vantaggi dal Mercato Unico?", n=146.

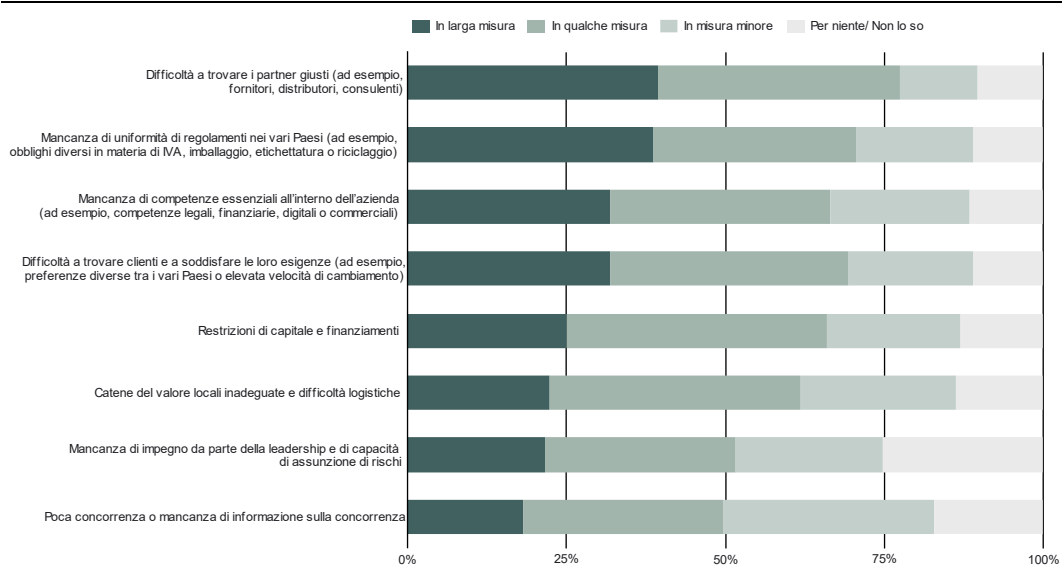
Figura 11. Possibilità di crescita commerciale nel Mercato Unico per potenziali esportatori



Fonte: Analisi di Implement Economics sulla base di un sondaggio a 216 PMI italiane.

Nota: Domanda del sondaggio: "Dove prevede le maggiori possibilità di crescita della sua azienda nel Mercato Unico?", n=56.

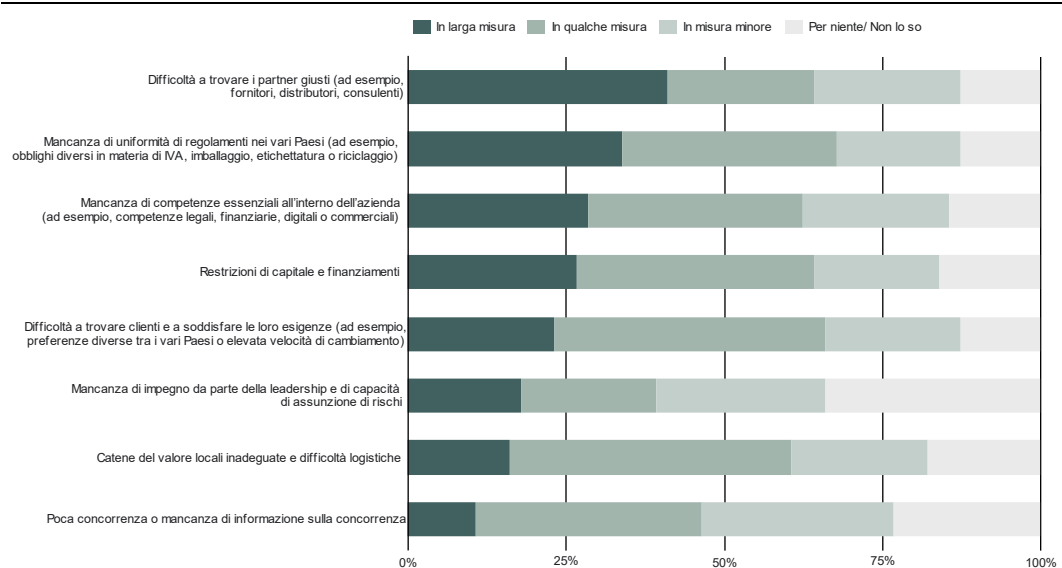
Figura 12. Barriere al commercio nel Mercato Unico per gli esportatori



Fonte: Analisi di Implement Economics sulla base di un sondaggio a 216 PMI italiane.

Nota: Domanda del sondaggio: "Quali ritiene che siano gli ostacoli più critici al commercio nel Mercato Unico?", n=147.

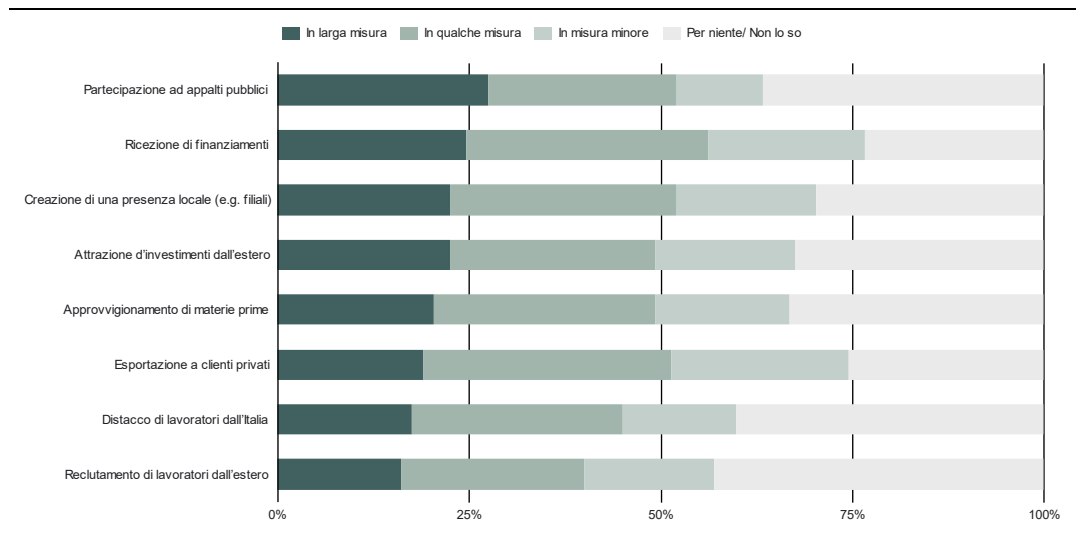
Figura 13. Barriere al commercio nel Mercato Unico per potenziali esportatori



Fonte: Analisi di Implement Economics sulla base di un sondaggio a 216 PMI italiane.

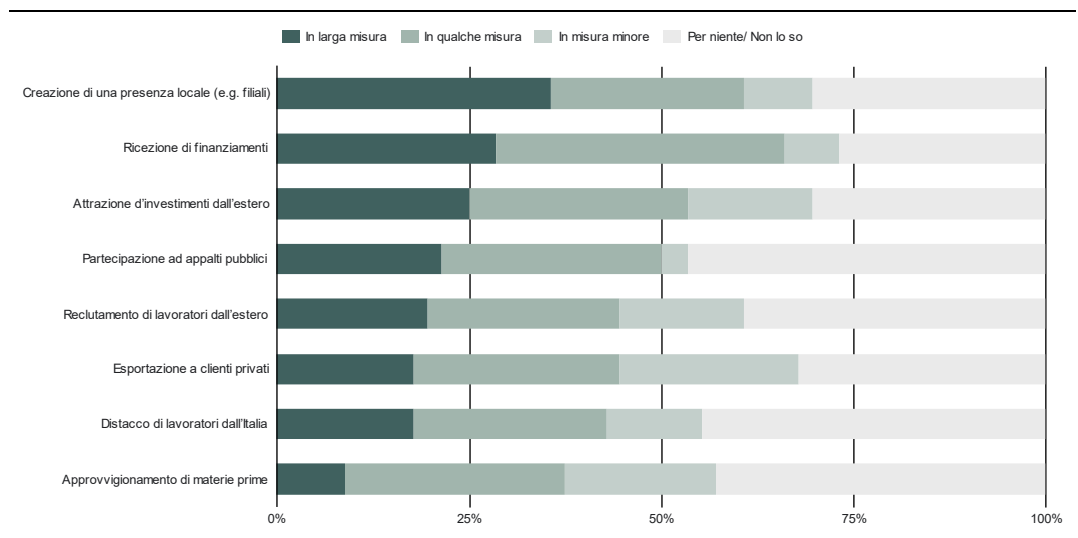
Nota: Domanda del sondaggio: "Quali ritiene che siano gli ostacoli più critici al commercio nel Mercato Unico?", n=56.

Figura 14. In che misura gli ostacoli normativi limitano il commercio nel Mercato Unico per gli esportatori



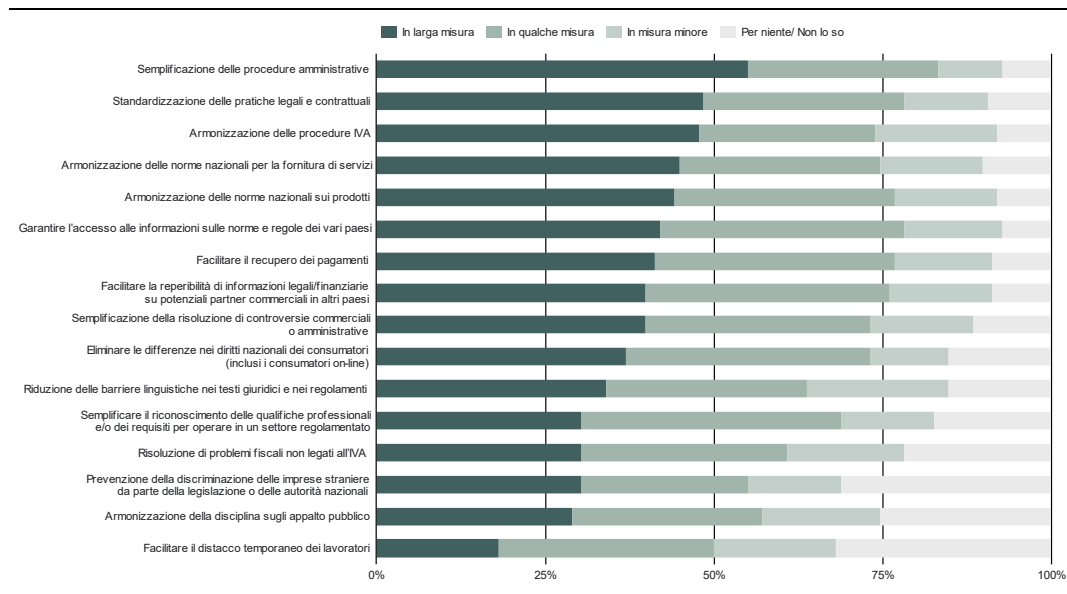
Fonte: Analisi di Implement Economics sulla base di un sondaggio a 216 PMI italiane.
 Nota: Domanda del sondaggio: "In che misura gli ostacoli normativi impediscono alla sua azienda di prosperare nel Mercato Unico?", n=142.

Figura 15. In che misura gli ostacoli normativi limitano il commercio nel Mercato Unico per potenziali esportatori



Fonte: Analisi di Implement Economics sulla base di un sondaggio a 216 PMI italiane.
 Nota: Domanda del sondaggio: "In che misura gli ostacoli normativi impediscono alla sua azienda di operare nel Mercato Unico?", n=56.

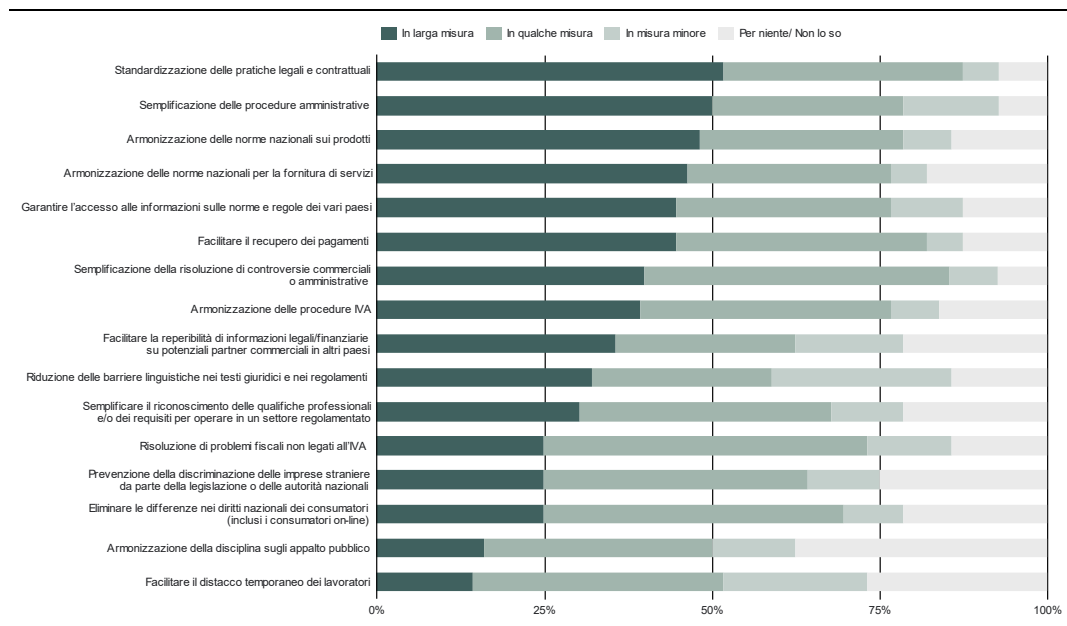
Figura 16. Iniziative di policy che possono aiutare gli esportatori a operare nel Mercato Unico



Fonte: Analisi di Implement Economics sulla base di un sondaggio a 216 PMI italiane.

Nota: Domanda del sondaggio: "In che misura le seguenti iniziative politiche aiuteranno le PMI a operare nel Mercato Unico?", n=138.

Figura 17. Iniziative di policy che possono aiutare potenziali esportatori a operare nel Mercato Unico



Fonte: Analisi di Implement Economics sulla base di un sondaggio a 216 PMI italiane.

Nota: Domanda del sondaggio: "In che misura le seguenti iniziative politiche aiuteranno le PMI a operare nel Mercato Unico?", n=56.

Appendice 2 Panoramica delle 11 raccomandazioni

1. Definire una strategia ambiziosa per il Mercato Unico.
2. Rafforzare SOLVIT istituendo un mediatore unico in ogni Stato membro dell'UE e consentire a SOLVIT di agire in modo più proattivo su casi strutturali e di sensibilizzare l'opinione pubblica.
3. Eseguire un "data flow test" di tutte le normative UE nuove ed esistenti.
4. Rafforzare il semestre europeo per includere raccomandazioni su come armonizzare l'implementazione delle normative europee e garantire una piena conformità.
5. Rafforzare l'uso del pacchetto di strumenti "Better Regulation" integrando l'implementazione nella progettazione di nuove normative e rispettando il requisito di effettuare valutazioni d'impatto.
6. Mappare ed eliminare gli ostacoli normativi al commercio di beni e servizi climatici nel Mercato Unico.
7. Progettare il Passaporto Digitale europeo dei prodotti in modo da semplificare il lavoro circolare delle imprese.
8. Creare uno sportello unico per i sistemi di Responsabilità Estesa del Produttore (EPR) degli Stati membri.
9. Creare un'unica partita IVA ed estendere lo sportello unico IVA.
10. Approvare l'etichettatura digitale come vero e proprio sostituto dell'etichettatura fisica.
11. Creare le condizioni per lo sviluppo di pagamenti transfrontalieri semplici, veloci, affidabili ed economici (in euro e in altre valute).

Elenco delle note

- ¹ Commissione europea (2023). *La competitività dell'UE dopo il 2030: volgere lo sguardo al futuro in occasione del 30° anniversario del mercato unico*.
- ² Consiglio europeo (2023). *Conclusioni della riunione di Bruxelles*, 30 giugno 2023, EUCO 7/23, CO EUR 5, CONCL 3.
- ³ LE Europe (2017). *The EU Single Market: Impact on Member States*. I risultati stimati quantificano l'aumento dei livelli delle variabili di esito nel 2015 rispetto a ciò che si sarebbe verificato in assenza di una maggiore integrazione del mercato unico.
- ⁴ Commissione europea (2020). *Un mercato unico che offre vantaggi a imprese e consumatori*.
- ⁵ Ministero dello sviluppo economico, Ministero dell'ambiente e della tutela delle risorse naturali e del mare e Ministero delle infrastrutture e dei trasporti (2019). *Piano nazionale integrato per l'energia e il clima dell'Italia*.
- ⁶ OECD (2022). *Commercio di beni e servizi*.
- ⁷ Si veda <https://www.epcsummit2023.md/president-maia-sandus-message-regards-organisation-epc-summit>.
- ⁸ LE Europe (2017). *The EU Single Market: Impact on Member States*.
- ⁹ In Italia, l'11% dei posti di lavoro dipende dall'esportazione intra-UE (Commissione europea, 2018). *Esportazione nell'UE: effetti sull'occupazione e sul reddito* e un altro 13% dipende dalle esportazioni extra-UE (Commissione europea (2021): *Le esportazioni dell'UE nel mondo: effetti sull'occupazione*), secondo le ultime pubblicazioni.
- ¹⁰ Commissione europea (2018). *Esportazione nell'UE: effetti sull'occupazione e sul reddito*. Qui si utilizza la quota di posti di lavoro supportati dalle esportazioni nell'UE, poiché non esiste una stima per il mercato unico.
- ¹¹ OECD (2023). *X – TEC by partner countries and size-class [TEC3_REV4]*.
- ¹² OECD (2023). *FDI statistics by partner country and by industry – Summary [BMD4]*.
- ¹³ Eurostat (2023). *Population on 1 January by age group, sex and country of birth [MIGR_POP3CTB]* ed Eurostat (2023). *Cittadini dell'UE e dell'EFTA che risiedono abitualmente in un altro Paese UE/EFTA al 1° gennaio [MIGR_POP9CTZ]*. Nell'ultima fonte non esistono dati per Malta, Cipro ed Estonia, il che implica che gli spagnoli che vivono in questi Paesi non sono inclusi.
- ¹⁴ Fonti dell'infografica: Overall benefits: LE Europe (2017). *The EU Single Market - Impact on Member States*, Trade: Eurostat [TEC3_REV4], [LFSI_EMP_A] e WKO (2023). *30th Anniversary of the Single Market – An unfinished milestone of integration*, Investment: Eurostat [FATS_OUT2_R2], [FATS_G1A_08], OECD [FDI statistics according to Benchmark Definition 4th Edition (BMD4)] e infine Mobility: Eurostat [MIGR_POP3CTB], [MIGR_POP9CTZ]. Nota: i posti di lavoro supportati dalle esportazioni nell'UE vengono stimati utilizzando i dati sulle esportazioni nel mercato unico di WKO (2023) e l'ipotesi utilizzata in WKO (2023) secondo cui ogni miliardo esportato garantisce circa 10.000 posti di lavoro.
- ¹⁵ Eurostat (2023). *Statistiche annuali sulle imprese per classe di dimensioni per aggregati speciali di attività (NACE Rev. 2) [SBS_SC_SCA_R2]*.
- ¹⁶ Eurostat (2023). *Persone occupate nell'economia non finanziaria per classe di occupazione [TIN00148]*.
- ¹⁷ Commissione europea (2022). *Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs*.
- ¹⁸ WTO (2016). *Levelling the Trading Field for SMEs*.
- ¹⁹ USITC (2019). *STATI UNITI SME Exports: Trade-related Barriers Affecting Exports of U.S Small and Medium-sized Enterprises to the United Kingdom*.
- ²⁰ HBS (2018). *25 Years of the European Single Market*.
- ²¹ Eurostat (2023). *Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class [EXT_TEC01]*. Nota: i dati sono disponibili solo per le esportazioni all'interno dell'UE. Pertanto, il calcolo esclude le esportazioni verso Norvegia, Liechtenstein e Islanda.
- ²² BEUC (2022). *Making the most of EU Advance Purchases of Medicines*.
- ²³ Commissione europea (2022). *Domande e risposte relative ai negoziati sui vaccini*.
- ²⁴ Commissione europea (2022). *Safe COVID-19 Vaccines for Europeans*.
- ²⁵ Consiglio europeo (2022). *Spiegazione delle sanzioni UE nei confronti della Russia*.
- ²⁶ Bradford, A. (2020). *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World* (p. 71). Oxford Academic.
- ²⁷ Commissione europea (2022a). *Negotiations and Agreements*.
- ²⁸ WTO (2022). *Regional Trade Agreements Database*.
- ²⁹ Commissione europea (2022). *Accordi commerciali dell'UE: un traguardo per le imprese europee*.
- ³⁰ Bradford, A. (2020). *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World* (p. 23). Oxford Academic.
- ³¹ Bradford, A. (2020). *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World* (p. 63). Oxford Academic.

-
- ³² Commissione europea (2021). *Strategic Dependencies and Capacities*.
- ³³ Le categorie di risposta di questo sondaggio provengono da un sondaggio commissionato da Business Finland e condotto da Implement Consulting Group. Si veda Implement Consulting Group (2022). *Impact study on economic growth*.
- ³⁴ Le categorie di risposta di questo sondaggio sono basate sul sondaggio commerciale di Eurochambres (2020). *The State of the Single Market: Barriers and Solutions*.
- ³⁵ Commissione europea (2023). *La competitività dell'UE dopo il 2030: volgere lo sguardo al futuro in occasione del 30° anniversario del mercato unico*.
- ³⁶ Eurochambres (2019). *The State of the Single Market: Barriers and Solutions*.
- ³⁷ Commissione europea (2020). *Single Market Scoreboard*.
- ³⁸ Il principio del Paese d'origine stabilisce che il prestatore di servizi sia sottoposto alla legge del Paese dove ha sede l'impresa e non a quella dove il servizio è fornito. Il rafforzamento di questo principio garantisce un regime normativo pienamente armonico e l'effettiva applicazione delle norme del Paese d'origine secondo una cultura basata sulla fiducia tra gli Stati membri e le relative amministrazioni. Ciò è necessario per risolvere i problemi di sovra-attuazione e gold plating. Le autorità nazionali dovrebbero rispettare pienamente il principio del mutuo riconoscimento e non limitare l'accesso al mercato in base alle norme nazionali. Il rispetto di questo principio è importante per la libera circolazione delle persone e aprirà la strada alla piena attuazione della direttiva sui servizi.
- ³⁹ De Streel et al. (2020). *The E-commerce Directive as the Cornerstone of the Internal Market, requested by the IMCO Committee*.
- ⁴⁰ Commissione europea (2020). *Plasmare il futuro digitale dell'Europa*.
- ⁴¹ Implement Consulting Group (2022). *"Digital Decarbonisation - How the Digital Sector is Supporting Climate Action"*, commissionato da Google.
- ⁴² Si veda EUR-Lex (2018). *Regolamento (UE) 2018/1807 del Parlamento europeo e del Consiglio del 14 novembre 2018 relativo a un quadro applicabile alla libera circolazione dei dati non personali nell'Unione europea*.
- ⁴³ Kommerskollegium (2021). *Främja Dataöverföring och Datadelning genom ett Nytt Dataflödestest*.
- ⁴⁴ Servizio di ricerca del Parlamento europeo (2014). *Il costo della non-Europa nel mercato unico*.
- ⁴⁵ Commissione europea (2020). *Un mercato unico che offre vantaggi a imprese e consumatori*.
- ⁴⁶ I calcoli si basano sulla Commissione europea (2020). *Un mercato unico che offre vantaggi a imprese e consumatori*. È stata applicata la quota italiana del totale del commercio intra-UE per ottenere una stima a livello di Paese del potenziale di crescita del commercio di beni e servizi in Italia da Eurostat (2023). *Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class [EXT_TEC01]*.
- ⁴⁷ Calcolo di Implement Economics basato su LE Europe (2017). *The EU Single Market: Impact on Member States*, Commissione europea (2020). *Un mercato unico all'altezza delle aspettative per le imprese e i consumatori* ed Eurostat (2023). *Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class [EXT_TEC01]*.
- ⁴⁸ Commissione europea (2021). *Better Regulation' Toolbox 2021* (cap. 1).
- ⁴⁹ Ministero dello sviluppo economico, Ministero dell'ambiente e della tutela delle risorse naturali e del mare e Ministero delle infrastrutture e dei trasporti (2019). *Piano nazionale integrato per l'energia e il clima dell'Italia*.
- ⁵⁰ De Melo, J. e J-M Solleder (2019). *The Role of an Environmental Goods Agreement in the Quest to Improve the Regime Complex for Climate Change*.
- ⁵¹ Implement Consulting Group (2023). *A European Green Single Market*.
- ⁵² WindEurope (2022). *WindEurope Panel at COP27: Permitting, Permitting, Permitting*.
- ⁵³ Implement Consulting Group (2023). *A European Green Single Market*.
- ⁵⁴ Commissione europea (2017). *Modernising VAT for E-commerce: Question and Answer*.
- ⁵⁵ Commissione europea (2022). *VAT in the Digital Age: Final Report, Volume 3: Single Place of VAT Registration and Import One-Stop Shop* (p. 41).
- ⁵⁶ VVA (2018). *Study for the Introduction of an E-labelling Scheme in Europe*. DigitalEurope.
- ⁵⁷ Commissione europea (2021). *Simplification and Digitalisation of Labels on Chemicals*.

Chi siamo

Implement Economics è l'unità di esperti in economia di Implement Consulting Group. I nostri esperti offrono consulenza ai responsabili delle decisioni aziendali e governativi in materia di regolamentazione, commercio, digitalizzazione, decarbonizzazione e globalizzazione.

Il team ha condotto diversi studi sul Mercato Unico e ha fornito una serie di risultati alla Commissione europea e ai governi di Europa, Asia e Americhe.

Il team applica la modellazione economica, l'analisi dei dati e l'econometria per aiutare a risolvere i problemi più importanti.

Con sede centrale a Copenaghen e uffici ad Aarhus, Stoccolma, Malmö, Göteborg, Oslo, Zurigo, Monaco, Amburgo e Raleigh (NC), Implement Consulting Group impiega più di 1.000 consulenti che lavorano su progetti per clienti multinazionali in tutto il mondo.

Contatto

Eva Rytter Sunesen
+45 2333 1833
evar@implement.dk