



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 29.12.2000
COM(2000) 888 definitivo

**COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO E AL
PARLAMENTO EUROPEO**

Una strategia per il mercato interno dei servizi

COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO E AL PARLAMENTO EUROPEO

Una strategia per il mercato interno dei servizi

1. SOMMARIO

Il Consiglio europeo di Lisbona ha invitato la Commissione a proporre una strategia globale per il mercato interno diretta ad eliminare gli ostacoli che si oppongono alla libera circolazione dei servizi. La presente comunicazione si propone di dare l'avvio ad un processo di adattamento del mercato interno ai mutamenti fondamentali dei modi di offerta e di fruizione dei servizi.

La società dell'informazione ha messo in moto una nuova dinamica dei servizi, riducendo i costi della trasmissione e dell'acquisizione dell'informazione ed accelerando la velocità di diffusione dell'innovazione oltre le frontiere nazionali. Si sono quindi notevolmente ampliate nel mercato interno le potenzialità di domanda ed offerta transfrontaliere di servizi. Creare migliori condizioni per la libera circolazione dei servizi equivale a dare impulso alla dinamica insita nel mercato interno e quindi a rafforzare la competitività, la crescita e la creazione d'occupazione nella nostra economia.

Il nostro obiettivo è di far sì che i servizi possano attraversare le frontiere nazionali con la stessa facilità con cui circolano all'interno di uno Stato membro. La presente comunicazione definisce una strategia in due fasi per realizzare questo obiettivo. In un primo tempo, entro i prossimi 12 mesi, la Commissione accelererà una serie iniziative in determinati settori, procedendo parallelamente ad un'analisi rigorosa degli ostacoli che persistono alla libera circolazione dei servizi oltre le frontiere nazionali. Essa solleciterà il Consiglio e il Parlamento a raggiungere un accordo all'inizio del 2001 sulle iniziative già programmate.

Successivamente, nel 2002, la Commissione proporrà una nuova serie di iniziative e stabilirà scadenze precise per l'eliminazione da parte degli Stati membri degli ostacoli specifici che le analisi condotte nei precedenti dodici mesi avranno premesso di individuare. Queste iniziative comprenderanno misure di sostegno di carattere non legislativo e strumenti specifici od orizzontali di armonizzazione, accanto a misure legislative supplementari per smantellare gli ostacoli restanti ed evitare l'insorgere di nuovi e garantire che sia mantenuto un elevato livello di protezione degli obiettivi di pubblico interesse.

La Commissione invita il Parlamento e il Consiglio ad approvare questa strategia in due fasi. La Commissione, inoltre, accoglierà con favore i commenti di tutte le parti interessate.

2. LA NECESSITÀ DI UNA NUOVA STRATEGIA PER I SERVIZI NEL MERCATO INTERNO

Il Consiglio europeo di Lisbona ha definito un obiettivo ambizioso per l'Europa: diventare l'economia basata sulla conoscenza più competitiva e dinamica a livello mondiale, capace di una crescita economica sostenibile, con un maggiore numero di posti di lavoro di qualità migliore e una maggiore coesione sociale. Per conseguire tale obiettivo, l'Unione deve migliorare la qualità e la competitività del settore dei servizi, che determinerà il futuro successo dell'economia europea. L'evoluzione tecnologica impone la rimozione di tutti gli ostacoli non giustificati alla libera circolazione dei servizi.

Gli strumenti politici per ottenere questo già esistono, dato che la recente politica del mercato interno ha permesso di raggiungere risultati concreti, in particolare in seguito all'attuazione del Piano d'azione per il mercato unico nel 1997 e della Strategia per il mercato interno europeo¹. La presente comunicazione riprende i quattro principali obiettivi di quella strategia: migliorare la qualità della vita dei cittadini, accrescere l'efficienza dei mercati dei prodotti e dei capitali della Comunità; migliorare il contesto in cui operano le imprese e mettere a frutto le realizzazioni del mercato interno in un mondo in evoluzione. Inoltre, l'esperienza dello sviluppo del mercato interno ha posto in evidenza la necessità di un equilibrio tra le attività legislative e non legislative e tra l'armonizzazione ed il riconoscimento reciproco. Questa comunicazione è presentata quale punto di partenza del processo di adattamento del mercato interno alle trasformazioni radicali nei modi di offerta e di prestazione dei servizi. La Commissione invita il Parlamento europeo ed il Consiglio ad appoggiare questa strategia per i servizi e accoglierà con favore i commenti di tutte le parti interessate.

I servizi sono il motore della nuova economia

È appena necessario riaffermare l'importanza del settore dei servizi: la competitività delle imprese dipende in misura sempre maggiore dalla corretta progettazione, gestione ed integrazione dei servizi nella conduzione e nelle vendite. Numerose imprese del settore manifatturiero offrono già servizi accanto alle merci, al fine di creare valore aggiunto e di distinguersi dai concorrenti. La capacità di fornire servizi in modo efficiente è pertanto divenuta un fattore fondamentale nella concorrenza. Data l'importanza che i servizi rivestono nel bilancio delle famiglie, la disponibilità di servizi efficaci e di elevata qualità influenza inevitabilmente la qualità della vita dei cittadini europei. Dista quindi preoccupazione l'esistenza di ostacoli ingiustificati ed evitabili all'acquisto o alla vendita di servizi al di là delle frontiere nazionali.

Gli effetti delle debolezze del mercato interno dei servizi si ripercuotono in molti campi. Ogni impresa ha bisogno di utilizzare, per le proprie attività, i servizi di altre imprese: ad esempio, contabilità, servizi finanziari, parere legale, consulenza. Se tali servizi non vengono forniti in modo efficiente, o vi sono ostacoli al loro uso, tutte le imprese, ed in ultima analisi tutti i

¹ COM(1999) 624 def. del 24/11/1999; cf. anche la comunicazione al Consiglio europeo "Sfruttare tutto il potenziale dei servizi", CSE (96)6 def. del 27 novembre 1996.

cittadini, ne risentono.² Creando condizioni migliori perché le imprese possano prestare i loro servizi al di là delle frontiere e perché i clienti possano fruirne, dobbiamo fare in modo che il dinamismo inerente ad un mercato interno si propaghi in tutta l'economia dell'Unione europea.

La società dell'informazione ha messo in moto una nuova dinamica nei servizi...

La rivoluzione tecnologica. Riducendo i costi di trasmissione ed acquisizione delle informazioni, accelerando la velocità di diffusione dell'innovazione, eliminando la necessità della vicinanza fisica e modificando la struttura dei costi e dei ricavi per numerose attività di servizi, la società dell'informazione ha creato condizioni atte a stimolare la crescita e l'occupazione nell'intera economia europea. Per la prima volta i consumatori e le piccole imprese possono ora partecipare in gran numero al mercato interno. Gli sviluppi non sono limitati al mondo on-line. Le imprese che operano nel campo della prestazione di servizi hanno molte nuove opportunità di innovazione, che utilizzino modelli aziendali on-line, off-line o una combinazione dei due. Nel contesto dinamico della nuova economia, la maggior parte delle imprese si muoverà sui due piani, combinando "mouse e mattoni". Ad esempio, un'impresa può concludere contratti in linea, ma fornire fisicamente le merci e/o i servizi. Una piccola o media impresa può iniziare con investimenti in beni materiali per la produzione e la commercializzazione, ma poi operare on-line per limitare i costi.

L'impatto sull'innovazione. È sbagliato pensare che i servizi siano caratterizzati da una bassa produttività e da un basso livello d'innovazione. Il passaggio ad un'economia basata sui servizi in Europa è stata caratterizzata da forti tassi di crescita ed elevati livelli di progresso tecnologico; ciò indica che è necessario aggiornare le tradizionali teorie sui servizi. L'innovazione è un fattore competitivo d'importanza vitale per le società di servizi. I servizi nei quali la conoscenza ha un ruolo rilevante (sviluppo di software, formazione e consulenza professionale), in particolare, sono fonti dinamiche di innovazione per gli altri settori. Come è stato sottolineato di recente dalla Commissione nella sua comunicazione sulla politica dell'innovazione³, nel settore dei servizi è stata prestata insufficiente attenzione all'innovazione. C'è una nuova dimensione dell'innovazione che pone nuove sfide: la più rapida diffusione delle informazioni impone alle imprese di innovare rapidamente, ridurre i costi e accelerare i tempi di reazione. Le imprese di successo devono poter accedere più rapidamente a mercati geografici più ampi, per trarre maggiori profitti dall'innovazione nei periodi più brevi di cui dispongono per realizzare utili. Se non potranno accedere a mercati più ampi, e in particolare al mercato interno, le imprese dell'UE saranno meno incentivate ad investire e a competere.

Impatto sul funzionamento del mercato. L'innovazione porta a servizi di standard più elevato e di carattere più personalizzato, data la diffusione della tecnologia dell'informazione nella prestazione e nella fruizione dei servizi. Internet, ad esempio, facilita per i consumatori la ricerca dell'offerta più conveniente, sia on-line che off-line, in un mercato geografico più vasto. Anche i servizi che possono essere forniti solo a livello locale ed off-line verranno influenzati dai cambiamenti tecnologici, per il solo fatto che le informazioni sui prezzi, la qualità e la disponibilità si diffonderanno più rapidamente e più ampiamente che in passato. Ciò provocherà una concorrenza più intensa, che spingerà le imprese ad offrire livelli sempre

² L'importanza di tale dipendenza è stata analizzata nella comunicazione della Commissione su "Il contributo dei servizi alle imprese all'efficienza dell'industria" COM(1998) 534 def. del 21 settembre 1998.

³ COM(2000) 567 def. del 20.09.2000 L'innovazione in un'economia fondata sulla conoscenza.

più elevati di servizi e/o di personalizzazione. Emergeranno nuovi servizi, compresi alcuni che non sarebbero stati possibili in un mercato limitato o addirittura in un mercato nazionale. Se le imprese non vorranno o non potranno innovare aggregando la domanda in mercati geografici più ampi, la spinta verso una concorrenza basata sulla qualità sarà bloccata sul nascere. I cittadini europei non potranno usufruire di servizi della qualità che essi meritano. Analogamente, se i clienti incontrano ostacoli nell'utilizzare i servizi o diffidano del commercio transfrontaliero, i benefici potenziali del mercato interno dei servizi andranno perduti.

Impatto sulla pressione della concorrenza mondiale. Il rapido sviluppo della società dell'informazione, in particolare negli Stati Uniti, ha creato nuovi concorrenti per le imprese europee, che incontrano sempre meno ostacoli per entrare nei mercati nazionali europei. Si ritiene che un quarto dei proventi dei principali siti Web statunitensi provenga da vendite a clienti di altri paesi (in larga misura europei). Le imprese europee, operando in modo efficiente nell'ambito del mercato interno europeo, dovrebbero così evitare di trovarsi in una condizione di svantaggio permanente nei confronti dei nuovi concorrenti.

... ponendo così le basi per il miglioramento della qualità di vita dei cittadini europei

Agevolare i servizi transfrontalieri non è solo fondamentale dal punto di vista economico per l'Unione. La crescita dei servizi transfrontalieri garantirà ai cittadini e alle imprese maggiore scelta e una migliore offerta in termini di prezzi, scelta e qualità. Eliminando gli ostacoli, stimolando la concorrenza tra i fornitori e dissipando i dubbi dei consumatori, sarà possibile trasformare la qualità dei servizi. Ciò dovrebbe migliorare in modo permanente l'ambiente concorrenziale offrendo uno stimolo continuo ad una maggiore innovazione ed efficienza. Una strategia dei servizi è pertanto un fattore chiave del futuro successo economico dell'Unione. Un mercato interno dei servizi più efficiente contribuirà ad eliminare le barriere che dividono gli europei e consentirà a tutti i cittadini di condividere quanto di meglio l'Unione può offrire.

Ma la nuova dinamica richiede un mercato interno dei servizi efficiente

Le imprese ed i consumatori europei tendono ad esplorare in primo luogo le opportunità a livello nazionale e quindi a valutare la possibilità di acquisti/forniture o consumi transfrontalieri in seconda istanza. Questo, se in parte riflette le differenze linguistiche e culturali esistenti in Europa, è dovuto anche a differenze di natura normativa o amministrativa.

La politica europea si è concentrata tradizionalmente su settori strategici chiave, spesso caratterizzati da livelli elevati di regolamentazione al fine di perseguire specifici obiettivi di politica pubblica (ad esempio, nei servizi finanziari e nelle telecomunicazioni). Tali politiche hanno già apportato notevoli benefici in termini di maggiore scelta per il cliente, rapporto costo-efficacia ed hanno contribuito al dinamismo di questi settori, compresi i servizi d'interesse generale, oggetto di una recente comunicazione della Commissione⁴. Tali politiche non hanno, tuttavia, consentito di individuare ed affrontare le barriere comuni a settori economici differenti.

⁴ "I servizi d'interesse generale in Europa" COM(2000) 580 def. del 20 settembre 2000.

I modelli aziendali vengono esportati di rado: le imprese di successo che utilizzano formule vincenti capaci di soddisfare i consumatori e di garantire elevati livelli di produttività dovrebbero avere la possibilità di utilizzare la loro strategia (o modello aziendale) in tutta l'Unione europea. Per ora poche lo fanno ed il motivo è evidente. Nella tabella 1 sono riportate le sei fasi del processo aziendale e sono indicati gli ostacoli che possono presentarsi in ciascuna di esse.

Una volta stabilitasi in uno Stato membro, per poter competere e offrire i propri servizi nel modo più efficiente, un'impresa deve utilizzare degli *input* (quali servizi di manodopera, servizi finanziari, servizi commerciali) ed essere in grado di promuovere i propri servizi, distribuirli, fissarne il prezzo e venderli nel modo più efficiente possibile. Tale impresa deve inoltre utilizzare i servizi di assistenza post-vendita per garantirsi ulteriori ordini e conoscere meglio il mercato per migliorare i propri servizi.

Tabella 1 - Tipi di norme che possono influenzare un fornitore di servizi.

Fasi del processo aziendale:					
Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4	Fase 5	Fase 6
Creazione dell'impresa (costituzione)	Utilizzo degli input (manodopera, servizi commerciali e finanziari)	Attività promozionali	Attività di distribuzione	Attività di vendita	Attività di assistenza post-vendita
Esempi delle norme che possono entrare in gioco in ciascuna fase:					
Norme sull'autorizzazione o la pianificazione	Norme sulle condizioni di lavoro o sull'accesso al mercato dei capitali	Norme sulla pubblicità televisiva o sulla promozione delle vendite	Norme sui trasporti stradali o sugli orari di apertura	Norme sui periodi dei saldi o sui prezzi fissi	Norme sulle garanzie e sui resi

Le sei fasi del processo aziendale sono comuni a tutte le società di servizi di tutti i settori economici. In ciascuna di esse si possono incontrare differenti ostacoli. Norme divergenti provocano un'eccessiva frammentazione del mercato interno dei servizi impedendo ai fornitori di servizi di concorrere sui mercati degli altri Stati membri esteri in modo altrettanto efficiente che sul mercato nazionale. Il fornitore di servizi non è in grado di sfruttare i vantaggi legati ai risparmi derivanti dal poter utilizzare lo stesso modello aziendale su scala più ampia nell'intera Unione, ma è costretto a far uso di due o più sistemi. A farne le spese sono i clienti, che sostengono costi più elevati. Aniché servizi meglio rispondenti alle loro esigenze individuali, ai consumatori sono offerti servizi di qualità inferiore.

Esempio: le restrizioni su determinate promozioni, quali le offerte speciali dell'ultimo minuto o accordi speciali per chi viaggia per affari, che esistono solo in alcuni Stati membri, possono scoraggiare un'agenzia di viaggi dall'esportare il proprio modello aziendale in altri paesi.

La natura sempre più interdependente dell'economia dei servizi moltiplica i danni: per poter prestare un dato servizio è probabile che sia necessario utilizzarne un altro come input. Un ostacolo in un settore dei servizi può pertanto indirizzare l'intero modello aziendale di un

fornitore di servizi verso una scelta nazionale. Gli ostacoli hanno effetti che si ripercuotono da un settore all'altro: non ne sono interessati i soli utenti diretti di un servizio, ma tutti gli utenti di altri servizi collegati da questa "rete" di attività di servizi ne risentono negativamente.

Il ruolo del commercio internazionale dei servizi per la Comunità

Le società di servizi europee sono pienamente integrate nel commercio mondiale e ne dipendono. La Comunità è il maggiore esportatore mondiale di servizi ed il principale investitore nel settore dei servizi. Essa rappresenta il 26% delle esportazioni mondiali nei servizi (escluse le esportazioni intracomunitarie) rispetto al 24% degli Stati Uniti e al 6% del Giappone. Un mercato interno dei servizi più integrato contribuirà a migliorare la competitività internazionale delle imprese europee e a consolidarne la posizione di primo piano nel commercio internazionale. La Comunità è anche il principale importatore mondiale di servizi ed offre notevoli opportunità di mercato per altri paesi che forniscono servizi concorrenziali.

3. UNA STRATEGIA PER ELIMINARE GLI OSTACOLI

Le possibilità offerte dalla nuova economia basata sui servizi devono essere sfruttate appieno. Il mercato interno deve diventare il mercato naturale per tutti i fornitori di servizi, in particolare le PMI, e per i loro clienti. È necessario correggere la tendenza attuale a pensare ed agire innanzitutto a livello nazionale, e a prendere in considerazione il più ampio mercato europeo solo in un secondo tempo. La strategia per i servizi si propone di avviare questo processo basandosi su cinque principi:

1) deve essere onnicomprensiva: la nuova strategia deve abbracciare tutti i settori dei servizi e le loro interconnessioni. Occorre far sì che le iniziative settoriali in corso (ad esempio, telecomunicazioni, servizi finanziari) vengano completate al più presto mantenendone la coerenza tra di loro e con la strategia globale per i servizi. Non ci si dovrà limitare ad affrontare problemi specifici in particolari settori dei servizi in questo o quel punto del processo aziendale: interventi frammentari non basteranno a produrre l'economia dinamica di cui abbiamo bisogno.

2) deve rendere le attività transfrontaliere agevoli quanto quelle svolte all'interno di uno Stato membro: un vero mercato interno basato sull'applicazione efficace delle libertà fondamentali del trattato, l'utilizzo del riconoscimento reciproco e del criterio di proporzionalità elimina le regolamentazioni superflue, spesso in conflitto fra loro, che sono d'ostacolo alle attività transfrontaliere e soffocano l'innovazione. I servizi non devono conoscere frontiere all'interno dell'Unione e non devono essere adattati per tener conto di requisiti legali e amministrativi che presentano ingiustificabili differenze. Prestare servizi da Amsterdam ad Atene dovrà essere semplice come da Amsterdam a Rotterdam;

3) deve far sì che le imprese e i consumatori mettano a profitto le nuove possibilità che si aprono loro: un mercato interno dei servizi non deve rimanere una creazione sulla carta, che i consumatori non utilizzano. Per dare vita a questa nuova realtà, i consumatori devono essere a conoscenza delle nuove possibilità offerte dal mercato interno e considerare con fiducia la prestazione transfrontaliera di servizi. Questo esige che in tutto il mercato interno sia assicurato un elevato livello di protezione della salute e dei consumatori e che ci si adoperi affinché siano messi in opera sistemi efficaci di trattamento dei reclami transfrontalieri, di risoluzione delle controversie, di riparazione e di esecuzione.

4) deve mantenere il passo con i cambiamenti: l'economia dei servizi è in continua evoluzione e reagisce a nuovi stimoli. Le prescrizioni nazionali di natura legislativa ed amministrativa vengono adattate di continuo. I governi devono mantenere aggiornate leggi e regolamentazioni, ma non al prezzo di nuovi ostacoli nel mercato interno. La natura dinamica della nuova economia dei servizi esclude un atteggiamento statico.

5) deve essere coerente con le altre politiche: le politiche comunitarie devono rafforzarsi vicendevolmente. La strategia dovrà essere accompagnata da una vigorosa applicazione della politica comunitaria della concorrenza. Inoltre, la Commissione si è già impegnata a compiere un riesame generale e approfondito delle norme fiscali per tutti i servizi⁵. Altre misure comunitarie (ad esempio la ristrutturazione, modernizzazione ed armonizzazione delle pratiche doganali e le proposte di un nuovo quadro normativo per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica) evidenziano il carattere globale dell'azione che l'UE intende svolgere per favorire l'affermarsi di un'economia dei servizi di livello mondiale. Esiste un'evidente sinergia tra la politica comunitaria del mercato interno in materia di servizi e la politica comunitaria del commercio estero. La Comunità continua a perseguire il proprio obiettivo generale, che è quello di aprire un ciclo di negoziati commerciali che vertano sulla liberalizzazione del commercio, la creazione di nuove regole, un calendario per lo sviluppo e questioni di interesse generale. Il previsto ciclo di negoziati GATS 2000 dovrà essere esauriente e dovrà portare ad un pacchetto più esteso e più incisivo di impegni da parte di tutti i membri dell'OMC volti a garantire l'accesso al mercato e un trattamento nazionale. Il nostro obiettivo sarà quello di rafforzare le regole del GATS al fine di assicurare un ambiente normativo trasparente e prevedibile.

4. MESSA IN ATTO DELLA STRATEGIA

La presente comunicazione delinea una strategia in due fasi.

Fase 1 Azioni per il 2001

Primo: entro i prossimi 12 mesi la Commissione avvierà una prima serie di iniziative, di carattere legislativo e non legislativo, riguardanti particolari settori: le comunicazioni commerciali (specie la promozione delle vendite), le professioni regolamentate, i servizi finanziari e il commercio elettronico.

Secondo: la Commissione procederà al riesame delle direttive esistenti che riguardano la libera circolazione dei servizi.

Terzo: saranno proposte anche alcune misure di accompagnamento non legislative miranti a migliorare l'informazione statistica sui servizi, ad accrescere tra gli addetti ai servizi il livello delle competenze in materia di tecnologie dell'informazione e della comunicazione e a stimolare la capacità d'innovazione delle società che forniscono servizi ad altre imprese.

Quarto: il Consiglio e il Parlamento sono chiamati ad adottare una serie di importanti iniziative per il mercato interno che hanno rilevanza per i servizi. Tali iniziative comprendono

⁵ Strategia volta a migliorare il funzionamento del regime IVA nel mercato interno, COM (2000) 348 def. del 7.6.2000.

la direttiva sulla vendita a distanza di servizi finanziari, il "pacchetto" telecomunicazioni⁶, le due direttive sugli appalti pubblici, la direttiva sui servizi postali, la direttiva sul diritto d'autore nella società dell'informazione, il seguito legislativo sulla strategia contabile comunitaria, la direttiva sulle offerte pubbliche d'acquisto e una direttiva sull'IVA per i servizi in linea.

Queste quattro azioni con precisi obiettivi non saranno tuttavia sufficienti a creare un vero mercato interno dei servizi, data la complessa rete di interconnessioni esistenti tra i diversi settori dell'economia. La Commissione deve aprire la strada ad un approccio orizzontale alla libera circolazione di servizi in vista della sua attuazione nel 2002. Per la prima volta dal 1962⁷, la Commissione intraprenderà un'analisi onnicomprensiva e sistematica degli ostacoli che persistono alla libera circolazione dei servizi *e delle loro conseguenze* in tutti i settori dell'economia.

A questo scopo, si procederà ad un'ampia analisi delle regole e delle pratiche che intervengono in ciascuna delle sei fasi del processo imprenditoriale. Questa analisi permetterà anche di valutare in che modo le differenze nelle norme e nelle pratiche amministrative creino ostacoli alla prestazione transfrontaliera di servizi e impediscano l'esportazione nell'Unione di modelli d'impresa; essa si baserà sul processo imprenditoriale in 6 fasi sopra descritto (cf. anche tabella 2). I risultati di quest'ampia indagine (essa stessa integrata da altri studi) saranno presentati in una relazione al Parlamento e al Consiglio all'inizio del 2002. La Commissione sarà allora in grado di individuare i principali settori nei quali potrà essere necessario aprire procedimenti per infrazione o dovranno essere migliorati gli attuali meccanismi destinati ad aiutare le imprese e i privati cittadini a sfruttare i vantaggi offerti dal mercato interno (come il "Dialogo con i cittadini e le imprese" su Internet)⁸.

⁶ Le direttive proposte riguardano: un quadro normativo comune per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, COM(2000) 393; il servizio universale e i diritti degli utenti in materia di reti e servizi di comunicazione elettronica, COM(2000) 392; l'accesso alle reti di comunicazione elettronica e alle risorse correlate e l'interconnessione delle medesime, COM(2000) 384; il trattamento dei dati personali e la tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche, COM(2000) 385; le autorizzazioni per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, COM(2000) 386. Vi è inoltre una proposta di decisione relativa ad un quadro normativo per la politica in materia di spettro radio, COM(2000) 407.

⁷ Programma generale per l'eliminazione delle restrizioni alla libertà di stabilimento e alla libera prestazione di servizi, *Gazzetta ufficiale* n. 2 del 15 gennaio 1962.

⁸ "Dialogo con i cittadini e le imprese" è un sito Internet gestito dalla Commissione, tramite il quale le imprese che desiderano operare in un contesto transfrontaliero possono ottenere informazioni su vari aspetti del mercato interno (appalti pubblici, come trovare un partner d'affari, come partecipare alle gare per contratti pubblici, ecc.) e comunicare informazioni circa la natura dei problemi incontrati.

Tabella 2: esecuzione dell'analisi fase per fase

Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4	Fase 5	Fase 6
Costituzione del fornitore di servizi	Utilizzo degli input	Promozione dei servizi	Distribuzione	Vendita di merci e/o servizi	Assistenza post-vendita
Esempi: differenze nelle prassi e nelle prescrizioni per la costituzione di un'impresa, prescrizioni per l'autorizzazione a fornire servizi all'interno di un territorio nazionale, prescrizioni relative all'infrastruttura richiesta per la prestazione del servizio, prescrizioni relative alle qualifiche professionali					

Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4	Fase 5	Fase 6
Costituzione del fornitore di servizi	Utilizzo degli input	Promozione dei servizi	Distribuzione	Vendita di merci e/o servizi	Assistenza post-vendita
Esempi: differenze nelle prassi e nelle prescrizioni relative all'assunzione di manodopera, informazioni transfrontaliere sulla disponibilità di competenze locali; utilizzo di servizi finanziari da parte delle imprese, prestazione di servizi di finanziamento, differenze nell'accesso ai servizi aziendali e professionali; acquisto transfrontaliero di input da parte delle amministrazioni pubbliche di servizi.					

Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4	Fase 5	Fase 6
Costituzione del fornitore di servizi	Utilizzo degli input	Promozione dei servizi	Distribuzione	Vendita di merci e/o servizi	Assistenza post-vendita
Esempi: differenze nella modalità di utilizzo, da parte delle imprese, dei servizi per la promozione degli output offerti (comunicazioni commerciali, pubblicità, promozione delle vendite, attività di relazioni pubbliche, sponsorizzazioni); e differenze nella fornitura di informazioni comparative indipendenti relative a beni e servizi.					

Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4	Fase 5	Fase 6
Costituzione del fornitore di servizi	Utilizzo degli input	Promozione dei servizi	Distribuzione	Vendita di merci e/o servizi	Assistenza post-vendita
Esempi: differenze nella logistica, nel magazzinaggio, nelle condizioni per il commercio al dettaglio, nei servizi postali o nelle consegne a domicilio. Differenze nella creazione e nell'accesso alle infrastrutture che consentono il ricevimento dei servizi. Ostacoli derivanti da una mancanza di fiducia nei sistemi di consegna.					

Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4	Fase 5	Fase 6
Costituzione del fornitore di servizi	Utilizzo degli input	Promozione dei servizi	Distribuzione	Vendita di merci e/o servizi	Assistenza post-vendita

Esempi: differenze nazionali nelle prassi e nelle prescrizioni per i meccanismi di fissazione del prezzo, per i regimi di tassazione indiretta, per i sistemi di pagamento e per quelli dei contratti e di fatturazione. Preoccupazioni in materia di sicurezza.

Fase 1	Fase 2	Fase 3	Fase 4	Fase 5	Fase 6
Costituzione del fornitore di servizi	Utilizzo degli input	Promozione dei servizi	Distribuzione	Vendita di merci e/o servizi	Assistenza post-vendita

Esempi: differenze nei servizi interni alla clientela e nella gestione dei reclami dei clienti, mezzi di ricorso extragiudiziali all'esterno dell'impresa e mezzi di ricorso giudiziali transfrontalieri.

Fase 2 – Azioni per il 2002

Il 2001 è un anno consacrato all'azione e all'analisi. L'anno seguente saranno intraprese sulla base di questa analisi ulteriori iniziative, che saranno essenzialmente di tre tipi: azioni dirette ad affrontare gli ostacoli che possono essere eliminati applicando direttamente i principi del trattato; azioni di carattere non legislativo; azioni che ricorrono ad un'armonizzazione mirata per eliminare gli ostacoli.

(i) Ostacoli che possono essere eliminati applicando direttamente i principi del trattato -

Per quanto possibile, i principi della libertà di stabilimento e della libertà di prestazione di servizi dovranno essere applicati direttamente per eliminare gli ostacoli. La Commissione valuterà attentamente gli obiettivi d'interesse generale perseguiti dalle misure nazionali e applicherà in modo rigoroso il criterio di proporzionalità, in base alla giurisprudenza della Corte di giustizia. Tali ostacoli comprendono tutte le misure di carattere discriminatorio, di diritto o di fatto, quelle non giustificate da obiettivi d'interesse generale e quelle considerate non proporzionate. Quando non siano già stati aperti procedimenti per infrazione, agli Stati membri sarà chiesto di eliminare gli ostacoli secondo precise scadenze.

Esempi di possibili ostacoli: l'obbligo fatto agli operatori stabiliti in uno Stato membro di stabilirsi in un altro Stato membro se intendono prestarvi i loro servizi; l'imposizione agli operatori che offrono servizi oltrefrontiera di obblighi che reiterano i requisiti già soddisfatti nello Stato membro in cui sono stabiliti; norme che vietano ad una società di trasferire tutto il suo personale oltrefrontiera per prestare servizi; trattamento fiscale meno favorevole per chi usufruisce di servizi prestati da fornitori stabiliti in un altro Stato membro.

(ii) Meccanismi per eliminare gli ostacoli di carattere non normativo – Taluni ostacoli non normativi possono, di fatto, costituire impedimenti rilevanti al funzionamento del mercato interno. Li si dovranno affrontare, per quanto possibile, ricorrendo a meccanismi non

legislativi. Ove opportuno, la Commissione potrà proporre una serie di misure non legislative ed invitare le parti interessate a sviluppare ulteriormente tali meccanismi.

Esempi: scarsa consapevolezza delle possibilità offerte dal mercato interno ai prestatori di servizi; scarsa fiducia dei consumatori nei confronti dei servizi transfrontalieri o mezzi di ricorso inadeguati, specie per le risoluzioni extragiudiziali delle controversie; insufficiente informazione sulla domanda di servizi transfrontalieri.

(iii) Un'armonizzazione mirata per affrontare gli ostacoli residui – Per eliminare ogni ostacolo residuo sarà necessaria un'armonizzazione, che dovrà essere coerente con le altre politiche comunitarie e assicurare un alto grado di protezione degli obiettivi d'interesse generale in gioco. Se gli ostacoli individuati sono di carattere orizzontale (sono comuni a più settori o con ripercussioni sulla prestazione di altri servizi) si dovranno adottare uno strumento legislativo orizzontale e misure specifiche di armonizzazione.

Conclusion

L'approccio in due fasi proposto è presentato con maggiori dettagli nell'allegato 1. La Commissione invita il Parlamento e il Consiglio ad appoggiare questa strategia in due fasi. La Commissione esaminerà con interesse i commenti che tutte le parti interessate faranno pervenire entro il 1° giugno 2001 al seguente indirizzo:

Commissione europea

DG Mercato interno

Rue de la Loi 200

1049 Bruxelles

E-mail: markt-services@cec.eu.int

2001

La Commissione invita il Consiglio e il Parlamento ad approvare sollecitamente nel 2001 le principali proposte legislative loro presentate, che hanno un'incidenza sulle attività del settore dei servizi nel mercato interno:

- la proposta di direttiva relativa al coordinamento delle procedure di aggiudicazione degli appalti pubblici di forniture, di servizi e di lavori (COM/2000/0275 def.);
 - la proposta di direttiva concernente la vendita a distanza di servizi finanziari ai consumatori che modifica le direttive 97/7/CE e 98/27/CE (COM/99/0385 def.);
 - allo scopo di realizzare entro la fine del 2001 un mercato delle telecomunicazioni pienamente integrato e liberalizzato, tutte le proposte risultanti dal riesame del quadro normativo delle telecomunicazioni;
 - la proposta di direttiva riguardante l'ulteriore apertura alla concorrenza dei servizi postali della Comunità (COM/2000/0319 def.);
 - la proposta di direttiva relativa all'armonizzazione di taluni aspetti del diritto d'autore e dei diritti connessi nella società dell'informazione (SEC/2000/1734 def.);
- il seguito legislativo alla comunicazione della Commissione che aggiorna la strategia contabile comunitaria (COM/2000/359 def.);
- la proposta di direttiva sulle offerte pubbliche d'acquisto (COM/97/0565 def.);
 - la proposta di direttiva che modifica la direttiva 77/388/CEE per quanto riguarda il regime di imposta sul valore aggiunto applicabile a determinati servizi prestati tramite mezzi elettronici.

La Commissione intraprenderà inoltre le seguenti azioni:

Azione 1 Nuove iniziative per eliminare gli ostacoli al mercato interno e accrescere la competitività dei mercati dei servizi dell'UE, in particolare su:

- comunicazioni commerciali (promozione delle vendite),
- professioni regolamentate (riconoscimento delle qualifiche),
- servizi finanziari e commercio elettronico,
- contraffazione e pirateria.

Azione 2 Presentazione di una relazione di riesame di alcune direttive, al fine di accrescerne il contributo al funzionamento del mercato interno dei servizi, in particolare le seguenti:

- direttiva 98/48/CE relativa ad una procedura d'informazione nel settore delle norme e delle regolamentazioni tecniche;
- direttiva 98/84/CE sulla tutela dei servizi ad accesso condizionato e dei servizi di accesso condizionato;
- direttiva 93/83/CEE per il coordinamento di alcune norme in materia di diritto d'autore e diritti connessi applicabili alla radiodiffusione via satellite e alla ritrasmissione via cavo;
- direttiva 96/9/CE relativa alla tutela giuridica delle banche dati.

Azione 3 Misure d'accompagnamento a sostegno della competitività del settore dei servizi dell'UE:

- miglioramento delle statistiche comunitarie sui servizi mediante l'accelerazione dell'applicazione della legislazione statistica in vigore e, se necessario, indagini complementari;
- realizzazione di un progetto di analisi comparativa per mettere a punto un metodo affidabile per l'elaborazione di indicatori sui e di segnalazione dei beni immateriali detenuti dalle società di servizi;
- analisi di come la formazione nel campo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione possa concentrarsi sui fabbisogni specifici delle imprese di servizi;
- miglioramento del processo di innovazione nel contesto del sesto programma quadro di ricerca e sviluppo tecnologico.

Azione 4 Indagine sistematica sugli ostacoli ai servizi nel mercato interno per individuare specifici settori problematici. I risultati dell'indagine saranno:

- analizzati per individuare i principali settori nei quali accelerare i procedimenti per infrazione;
- utilizzati per migliorare il sito Internet della Commissione "Dialogo con i cittadini e le imprese";
- presentati a consessi di esperti d'alto livello degli Stati membri e alle parti interessate per discutere e risolvere, se possibile, i problemi individuati;
- esposti in una relazione al Parlamento europeo e al Consiglio sul funzionamento del mercato interno dei servizi come base per le azioni del 2002.

2002

Sulla base dell'analisi condotta nel 2001, che avrà individuato gli ostacoli alla libera circolazione dei servizi, saranno intraprese le seguenti azioni:

Azione 1 – **Stesura di un elenco di ostacoli che possono essere eliminati applicando i principi del trattato.** La Commissione compilerà un elenco sistematico e completo degli ostacoli che possono essere eliminati mediante l'applicazione diretta del trattato, ma per i quali non sono ancora stati aperti procedimenti per infrazione. Questo elenco, unitamente alla richiesta di eliminare tutti gli ostacoli entro precise scadenze, sarà presentato agli Stati membri. I procedimenti per infrazione già iniziati nel 2001 o prima seguiranno il loro corso.

Azione 2 – **Iniziative di carattere non legislativo.** Per quanto riguarda gli ostacoli non legislativi che possono essere affrontati ricorrendo a strumenti alternativi non legislativi, la Commissione presenterà iniziative specifiche, comprendenti codici comunitari di condotta, meccanismi alternativi di risoluzione delle controversie e azioni di sensibilizzazione destinate a migliorare il flusso delle informazioni.

Azione 3 – **Misure di armonizzazione.** Per gli ostacoli di tipo orizzontale sarà proposto uno strumento contenente i seguenti elementi:

- un'armonizzazione mirata di requisiti interessanti più settori o con ripercussioni su altri settori, sulla base di un alto livello di protezione degli obiettivi d'interesse generale;
- un meccanismo che garantisca a tutti i prestatori europei di servizi la possibilità di operare nel mercato interno come nel proprio mercato nazionale, in particolare grazie ad un'efficace applicazione del principio del riconoscimento reciproco;
- procedure che consentano di seguire l'evoluzione del mercato e della legislazione, in modo da evitare il rischio di una riframmentazione del mercato interno e da individuare precocemente il bisogno di una nuova legislazione comunitaria.

Gli ostacoli di carattere regolamentare per i quali è inidoneo siffatto strumento orizzontale saranno battuti in breccia con l'ausilio di **misure supplementari d'armonizzazione**, che, se si fa credito all'esperienza che il trascorrere del tempo ha dato modo di accumulare, verosimilmente si dimostreranno acconce in campi nei quali hanno rilievo considerazioni attinenti alla protezione della salute e dei consumatori.

SCHEDA FINANZIARIA

1. DENOMINAZIONE DELL'AZIONE

Comunicazione della Commissione europea al Parlamento europeo e al Consiglio - Una strategia per il mercato interno dei servizi.

2. LINEA/E DI BILANCIO INTERESSATA/E

B5-3001 – Realizzazione e sviluppo del mercato interno

B5-3002B - Funzionamento e sviluppo del mercato interno

3. BASE GIURIDICA

Comunicazione della Commissione europea al Parlamento europeo e al Consiglio - Una strategia per il mercato interno dei servizi (articoli 47, 49, 55, 95 e 157 del trattato che istituisce la Comunità europea).

4. DESCRIZIONE DELL'AZIONE

4.1 Obiettivo generale dell'azione

I servizi sono sempre più alla base dell'economia europea. Per questo motivo, il Consiglio europeo di Lisbona ha chiesto alla Commissione di presentare una nuova strategia per il mercato interno volta a rimuovere gli ostacoli ai servizi quale caposaldo della sua politica per trasformare l'Europa nella "economia basata sulla conoscenza più competitiva e dinamica a livello mondiale, in vista di una crescita economica sostenibile, con maggiori posti di lavoro di qualità migliore ed una maggiore coesione sociale".

L'evoluzione tecnologica impone la rimozione di tutte le barriere non giustificate alla libera circolazione dei servizi. La competitività delle imprese dipende in misura sempre maggiore dalla corretta progettazione, gestione ed integrazione dei servizi nella conduzione e nelle vendite. Numerose industrie manifatturiere offrono già servizi accanto alle merci, al fine di creare valore aggiunto e di distinguersi dai concorrenti. La capacità di prestare servizi in modo efficiente è pertanto divenuta un fattore fondamentale nella concorrenza. L'accesso a servizi efficaci e di elevata qualità influenza inevitabilmente la qualità della vita dei cittadini europei. Si tratta pertanto di una questione di interesse generale, se esistono barriere ingiustificate ed evitabili che costringono a svolgere le attività dei servizi a livello nazionale, anziché del mercato interno.

In risposta alla richiesta avanzata dal Consiglio europeo di Lisbona alla Commissione ed agli Stati membri di avviare una strategia globale per il mercato interno volta a rimuovere gli ostacoli ai servizi, la Commissione presenterà una comunicazione quale punto di partenza per l'avvio del processo di adattamento del mercato interno alle trasformazioni radicali nelle modalità di offerta e prestazione dei servizi.

Gli strumenti politici per rimuovere gli ostacoli ai servizi si baseranno sui concreti risultati positivi ottenuti di recente tramite la politica del mercato interno: utilizzo di tecniche

perfezionate tramite l'attuazione del Piano di azione per il mercato unico nel 1997 e la Strategia per il mercato interno europeo. Tali esperienze hanno posto in evidenza la necessità di un equilibrio tra le attività legislative e non legislative e tra l'armonizzazione e il riconoscimento reciproco e quella di coinvolgere tutte le parti in causa fin dalle prime fasi dell'azione.

La Commissione valuterà se il quadro normativo per le attività di servizi è stato reso obsoleto dalle trasformazioni tecnologiche e del mercato e se esistono altri ostacoli che impediscono alle imprese e ai singoli cittadini di beneficiare dei servizi transfrontalieri a loro disposizione. Tale valutazione verrà compiuta utilizzando dati acquisiti esternamente (un'indagine ed uno studio di follow-up), con la partecipazione di un gruppo di esperti composto da rappresentanti degli Stati membri, nonché per mezzo di un'analisi interna.

La Commissione esaminerà i seguenti sei aspetti:

1. ostacoli che insorgono durante lo stabilimento di un'impresa
2. ostacoli all'utilizzo dei servizi da parte delle imprese e dei consumatori privati
3. ostacoli alle attività promozionali delle imprese
4. ostacoli alle attività di distribuzione delle imprese (compresa la vendita al dettaglio)
5. ostacoli che insorgono durante la fase di vendita o di contrattazione di una transazione commerciale
6. ostacoli derivanti da lacune nel quadro che consente un efficiente servizio post-vendita

Sulla base di un'attenta valutazione di tali ostacoli la Commissione proporrà un certo numero di azioni legislative e non legislative.

4.2 Periodo previsto per l'azione e modalità di rinnovo o proroga

2000-2005

5. CLASSIFICAZIONE DELLE SPESE/ENTRATE

6. NATURA DELLE SPESE/ENTRATE

L'impatto principale si avrà nel campo delle risorse umane. Saranno inoltre necessari dati quantitativi e qualitativi per determinare l'esatta natura degli ostacoli per i fornitori e gli utenti dei servizi e le ricadute su altri campi dell'economia. Il bilancio richiesto per gli studi operativi e per le indagini è stimato in circa 1,5 milioni di euro.

7. INCIDENZA FINANZIARIA

DG MERCATO INTERNO

(in migliaia di €)

B5-3001	2001	2002	Totale
Uno studio di valutazione generale degli ostacoli per i fornitori e gli utenti di servizi	300	-	300
Totale	300	-	300

DG IMPRESE

B5-3002B	2001	2002	Totale
Uno studio sulle statistiche dei servizi	100	-	100
Uno studio sulla misura dei beni immateriali	250	-	250
Uno studio sulle norme contabili	100	-	100
Uno studio sulla formazione nel campo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione	100	-	100
Totale	550	-	550

Totale generale

B5-3001 + B5-3002B	2001	2002	Totale
Totale	850	-	850

8. DISPOSIZIONE ANTIFRODE PREVISTE

La verifica delle spese comprende il controllo della corretta esecuzione dei compiti prima del pagamento, prendendo in considerazione gli obblighi contrattuali ed i principi economici e di buona gestione finanziaria. Misure antifrode (verifiche, presentazione di relazioni, ecc.) saranno incluse in tutti i contratti stipulati dalla Commissione.

9. ELEMENTI D'ANALISI COSTO-EFFICACIA

Poiché il settore dei servizi ha una parte preponderante nell'economia dell'UE, si può prevedere che ogni iniziativa di carattere orizzontale presa dalla Commissione per eliminare ostacoli avrà effetti non trascurabili sulle risorse umane. In ragione della vasta portata e dell'originalità delle attività di cui si tratta nella comunicazione e delle scadenze rigorose fissate per la loro realizzazione, il modo più efficace per garantirne il successo è quello di impiegare in modo intenso persone ricche di esperienza (v. punto 10), per un periodo di tempo relativamente breve (2 anni).

I posti da coprire sono destinati alle seguenti mansioni:

4 posti: valutazione degli ostacoli di carattere regolamentare;

2 posti: analisi economica degli effetti degli ostacoli e delle loro ripercussioni sull'insieme dell'economia dell'UE;

4 posti: preparazione dell'armonizzazione e di altre proposte per l'eliminazione degli ostacoli;

assistenza: 2 posti C;

Coordinamento: 0,5 posti A

Poiché sia la valutazione degli ostacoli, sia le proposte miranti ad eliminarli sono di natura assai delicata e data la necessità di agire in stretta cooperazione con gli altri servizi della Commissione, le altre istituzioni europee e gli Stati membri, per poter procedere con la massima efficienza sarà affidata a contraenti esterni solo la realizzazione degli studi di cui al punto 7.

9.1 Obiettivi specifici e quantificabili; beneficiari

L'adattamento del quadro normativo alle trasformazioni del mercato, in particolare quelli dovuti ai cambiamenti tecnologici, derivante dalla politica proposta nella comunicazione consentirà agli utenti e ai fornitori di servizi di operare in modo più efficiente nel mercato interno. La misurazione quantitativa sarà effettuata per mezzo dei normali strumenti per la valutazione della politica del mercato interno: il quadro di valutazione semestrale del mercato interno, l'indagine annuale sulle imprese nel mercato interno, la relazione annuale della Commissione sulla competitività e la relazione annuale della Commissione sul funzionamento dei mercati dei prodotti e dei capitali (nota anche come la relazione 'Cardiff').

9.2 Giustificazione dell'azione

La comunicazione viene presentata in risposta alla richiesta del Consiglio europeo di Lisbona di definire una strategia globale per il mercato interno al fine di rimuovere gli ostacoli ai servizi. La comunicazione prende in considerazione il fatto che la società dell'informazione avrà un grosso impatto sulla modalità di prestazione dei servizi, non solo nel mondo on-line ma anche in quello off-line. La più rapida diffusione dell'innovazione influenzerà tutti gli aspetti della prestazione dei servizi, in quanto aumenterà la concorrenza e diminuirà i tempi a disposizione per ottenere una remunerazione degli investimenti. La necessità di disporre di mercati geografici più ampi per compensare tale tendenza è oggi più avvertita che mai.

9.3 Controllo e valutazione dell'azione

La Commissione prevede di presentare al Parlamento europeo ed al Consiglio le sue conclusioni intermedie sulle azioni necessarie per la fine del 2001 e le eventuali proposte legislative ed una valutazione definitiva per la fine del 2002.

10. SPESE AMMINISTRATIVE (SEZIONE III, PARTE A DEL BILANCIO)

Il fabbisogno di risorse umane e amministrative deve esser coperto nell'ambito dello stanziamento assegnato alla Direzione generale responsabile della gestione.

10.1 Incidenza sull'organico

Tipo di posto		Personale da assegnare alla gestione dell'azione		di cui		Durata
		posti permanenti	posti temporanei	mediante risorse esistenti nella DG o nel servizio interessati	Mediante risorse supplementari	
Funzionari o agenti temporanei	A	5,5		2,5	3	2 anni
	B	0		0	0	
	C	2		1	1	
Altre risorse di personale (END e ausiliari)		5		1	4	2 anni
Totale		12,5		4,5	8	

La maggior parte del personale sarà richiesta per metà 2001.

10.2 Incidenza finanziaria complessiva delle risorse umane aggiuntive

(in €)

Tipo di posto		Personale da assegnare alla gestione dell'azione		Importo
		Posti permanenti	Posti temporanei	
Funzionari o agenti temporanei	A	5,5 * 108.000 *2 anni		1 188 000
	B			
	C	2 * 108.000*2 anni		432 000
Altri (END)			4 * 40.704 *2 anni	499 580
Altri (ausiliari)			1 * 86. 974*2 anni	
Totale		1 620 000	499 580	2 119 580

10.3 Aumento delle altre spese amministrative determinato dall'azione

(in migliaia di euro)

Linea di bilancio (N. e titolo)			Metodo di calcolo
	2001	2002	
A – 7010 Spese per missioni	19,5	19,5	2 * € 9.750 all'anno visite di una giornata in ciascuna capitale dell'UE = € 650 * 15 capitali = € 9.750 all'anno.
A – 7030, Riunioni (gruppo di esperti aggiunto)	35,4	35,4	(Un massimo di) quattro riunioni all'anno. 15 Stati membri * € 590 *4 = € 35.400
Totale	54,9	54,9	

I fondi proverranno dallo stanziamento esistente assegnato alla DG Mercato interno.