

DIGITAL MARKET SYSTEM

SISTEMA MERCATO DIGITALE

DMS Infrastruttura (IoT)

del Commercio

DMS progetto

Equilibrio Economia

Circolare Ecosostenibile

Cosa è la sostenibilità?

La sostenibilità è un principio guida che mira a soddisfare le necessità del presente senza compromettere la capacità delle future generazioni di soddisfare le proprie esigenze.

Si concentra sull'equilibrio tra ambiente, società ed economia, cercando di ridurre l'impatto negativo sul pianeta e promuovere il benessere delle persone.

La sostenibilità implica l'adozione di pratiche responsabili e a lungo termine, come l'uso razionale delle risorse naturali, l'efficienza energetica, la tutela della biodiversità e l'inclusione sociale.

È una sfida globale che richiede la collaborazione di individui, imprese, governi e organizzazioni per creare un futuro sostenibile e prospero per tutti.

Per il suo sviluppo e la consapevolezza è importante che le generazioni possano formarsi per approfondire l'applicazione dei principi di sostenibilità specificamente nel contesto della produzione e consumo di beni.

Le 4 Componenti della Sostenibilità. Fondamenta per un Futuro Equilibrato:

La sostenibilità è una priorità globale nel contesto di una crescente consapevolezza riguardo all'impatto delle attività umane sull'ambiente e sulla società.

Affrontare le sfide ambientali, sociali ed economiche richiede un approccio olistico che prenda in considerazione le diverse componenti della sostenibilità.

Le quattro principali componenti fondamentali sono: ambiente, economia, società e cultura.

1. Ambiente:

L'ambiente è il fulcro della sostenibilità. Riguarda la conservazione delle risorse naturali, la biodiversità e la riduzione dell'impatto ambientale delle attività umane. Questa componente si concentra sulla gestione responsabile delle risorse naturali, la transizione verso fonti di energia rinnovabile e la riduzione dell'inquinamento e delle emissioni di gas serra.



2. Economia:

La sostenibilità economica mira a garantire che le attività umane siano redditizie e resilienti nel lungo termine. Le pratiche economiche sostenibili considerano gli aspetti finanziari, ma anche l'equità e la giustizia sociale. L'economia sostenibile promuove l'uso responsabile delle risorse, l'inclusione sociale e la creazione di opportunità lavorative durature.



3. Società:

La componente sociale si riferisce al benessere delle persone e delle comunità. Una società sostenibile si basa su equità, accesso all'istruzione, alla sanità e a servizi di base per tutti. Promuove la diversità, la partecipazione democratica e la lotta contro la discriminazione. Investire nell'istruzione, nella sicurezza sociale e nel benessere è essenziale per un futuro equo e sostenibile.



4. Cultura:

La cultura è spesso trascurata, ma è una componente vitale della sostenibilità. Riguarda l'identità, le tradizioni, la creatività e il patrimonio culturale. La conservazione delle culture locali e delle conoscenze tradizionali può contribuire alla resilienza delle comunità e alla promozione di pratiche sostenibili radicate nel rispetto dell'ambiente e delle persone.



Conclusion:

L'interconnessione tra queste quattro componenti è cruciale. Un approccio sostenibile deve bilanciare gli interessi e le esigenze di tutte le componenti, evitando soluzioni a breve termine a scapito di quelle a lungo termine.

Solo integrando l'ambiente, l'economia, la società e la cultura, possiamo sperare di costruire un futuro equilibrato e prospero per le generazioni presenti e future. La sostenibilità è una sfida, ma è anche una straordinaria opportunità per plasmare un mondo migliore per tutti.

A tal proposito, riflettiamo su quanto segue e giungeremo alla consapevolezza riguardo a chi e cosa, nel giro di appena un ventennio, ha conquistato il settore del commercio danneggiando l'intera economia, la società, la cultura e l'ambiente dell'intero pianeta.

Impatto economico ed ecologico CO₂ dell'e-commerce

Influenza degli algoritmi degli e-commerce sui consumatori:

Con l'avvento dei social media e delle piattaforme e-commerce dotate delle più avanzate tecnologie, algoritmi e supercomputer con capacità di calcolo illimitate, hanno plasmato sempre più l'economia, il commercio, i servizi e le abitudini e preferenze degli abitanti, allineandoli ai loro interessi commerciali. In pochi anni, gli algoritmi dei social media, con la loro infallibile capacità di influenzare cultura, stili di vita e decisioni, hanno stimolato l'approccio della "scelta", influenzando gli utenti fino a far loro perdere la capacità "decisionale", sedendo il pensiero del punto di vista e delle proprie convinzioni, necessità e preferenze personali. È importante essere consapevoli di questi fattori e adottare strategie per migliorare la propria capacità di prendere decisioni in modo consapevole e autentico. Sebbene l'obiettivo può essere o sembrare quello di migliorare l'esperienza utente o di fornire raccomandazioni personalizzate basate sui dati, è importante essere consapevoli del potenziale impatto delle tecnologie sulla nostra capacità di prendere decisioni in modo autonomo e critico. Gli utenti dovrebbero essere incoraggiati a esaminare in modo critico le informazioni che ricevono e ad assumersi la responsabilità delle proprie scelte, anziché affidarsi ciecamente alle raccomandazioni delle tecnologie o delle piattaforme digitali, e, "di chi le detiene". A tal fine è imprescindibile sostenere politiche e regolamentazioni che promuovano la trasparenza delle pratiche aziendali delle piattaforme digitali riguardo l'impatto ambientale dall'emissione di CO₂ ed economico del commercio. Questo cambiamento di comportamento dei consumatori ha portato alla chiusura di molte attività commerciali tradizionali, contribuendo alla desertificazione di negozi e attività in sede fissa, soprattutto nelle aree meno trafficate o nelle piccole comunità.

Ruolo dei Social Media nell'e-commerce

Si prevede che il mercato dell'e-commerce raggiungerà i 20.35 trilioni di dollari entro il 2030, crescendo a un CAGR del +15%. Le piattaforme di social media svolgono un ruolo cruciale nel promuovere le vendite e-commerce, offrendo alle aziende un modo efficace per aumentare la presenza del marchio e migliorare la visibilità attraverso post coerenti, contenuti interessanti e interazioni con i follower. Le decisioni di acquisto sono significativamente influenzate dagli influencer dei social media, consentendo alle società di e-commerce di espandere il proprio pubblico e acquisire sempre più il mercato del commercio. Inoltre, molte piattaforme hanno integrato funzionalità di e-commerce direttamente nelle loro interfacce, rendendo il processo di acquisto più semplice e migliorando l'esperienza complessiva, nota come social commerce. Le opzioni pubblicitarie altamente mirate consentono alle aziende di raggiungere specifici dati demografici, interessi e comportamenti, aumentando la probabilità di conversione dei potenziali clienti.

Sostenibilità nel Commercio Elettronico

I consumatori non sono sempre consapevoli della sostenibilità e delle pratiche etiche. Le aziende devono adottare politiche per ridurre l'impronta di carbonio, collaborare con fornitori e produttori sostenibili, e comunicare in modo trasparente le loro pratiche .

Stretta della Francia al fast fashion

Il fast fashion è da tempo sotto i riflettori per le pratiche lavorative discutibili delle aziende, con disumani turni di lavoro e numeri non confortanti in termini di impatto ambientale. Da poco ha ricevuto una stretta ulteriore in Francia, che potrebbe metterne a repentaglio il business futuro. Risale a qualche giorno fa, infatti, la decisione dell'Assemblea nazionale francese che ha approvato una proposta di legge, presentata a fine febbraio dalla parlamentare Anne-Cécile Violland, secondo cui verrà imposto un sovrapprezzo ai venditori di fast fashion, che venderanno nel Paese i loro capi. Ora, dopo l'approvazione dell'Assemblea, la proposta dovrà passare in Senato.

Il sovrapprezzo iniziale sarà di 5 euro per tutti i capi prodotti in questo settore, e potrà arrivare fino a 10 euro per un singolo capo di abbigliamento entro il 2030, sul modello della tassa che è già stata applicata in Francia alle automobili più inquinanti. La motivazione è chiara: mettere in ginocchio la vendita e l'acquisto di abiti a basso costo e con un alto impatto sul Pianeta.

La proposta di legge nel dettaglio

Sono tre gli articoli che compongono la proposta di legge. Si parte dal primo che prevede, oltre al prezzo, l'inserimento in tutti gli e-commerce di fast fashion di messaggi che incoraggino al riuso e alla riparazione e diano informazioni sul loro impatto ambientale.

Nel secondo, invece, viene introdotta la tassa secondo il principio di EPR ovvero responsabilità estesa del produttore: con questa metodica si incoraggiano le aziende a progettare prodotti più riciclabili e a seguire processi di fabbricazione sostenibili. Infine, il terzo articolo limita la pubblicità sull'acquisto di abiti e accessori prodotti da marchi di fast fashion.

Shein ancora nel mirino

Se risale a poco tempo fa la notizia secondo cui Shein starebbe discutendo di una potenziale quotazione a Londra dopo i problemi riscontrati alla Borsa statunitense, uno dei marchi citati nel disegno di legge è proprio l'e-commerce cinese di abiti e accessori.

Come emerge dal testo, Shein registra in media più di 7.200 nuovi modelli di abbigliamento al giorno e mette a disposizione dei consumatori più di 470mila prodotti diversi. Numeri 900 volte superiori a quelli di un rivenditore tradizionale francese.

L'intento della norma è virtuoso: gli introiti generati dalle sanzioni, infatti, verranno utilizzati per gestire la raccolta, lo smistamento e il trattamento dei rifiuti tessili, ma anche per erogare dei bonus alle aziende che scelgono di produrre i capi partendo da principi di circolarità e finanziare campagne pubbliche sull'impatto ambientale (il *bonus réparation* andrà dai 6 ai 25 euro).

Il fast fashion oggi

Se una recente direttiva del Parlamento europeo, approvata con 593 voti favorevoli, potrebbe migliorare l'etichettatura dei prodotti e vietare l'uso di dichiarazioni ambientali fuorvianti (la disposizione dovrà ricevere l'approvazione del Consiglio, e gli Stati membri avranno 24 mesi di tempo per recepirla nel diritto nazionale), nel frattempo i numeri dell'impatto ambientale generato dall'industria della moda non fanno ben sperare.

Secondo uno studio pubblicato sulla rivista scientifica *Nature*, ad esempio, l'industria tessile produce da sola il 10% delle emissioni di gas serra mondiali, consuma 1,5 mila miliardi di acqua all'anno, ed è responsabile dell'inquinamento delle falde acquifere, contribuendo alla diffusione delle microplastiche. Facile, quindi, immaginare in tal senso il contributo del segmento fast fashion.

PRODUZIONE TESSILE

La produzione globale
di fibre tessili è quasi
raddoppiata:



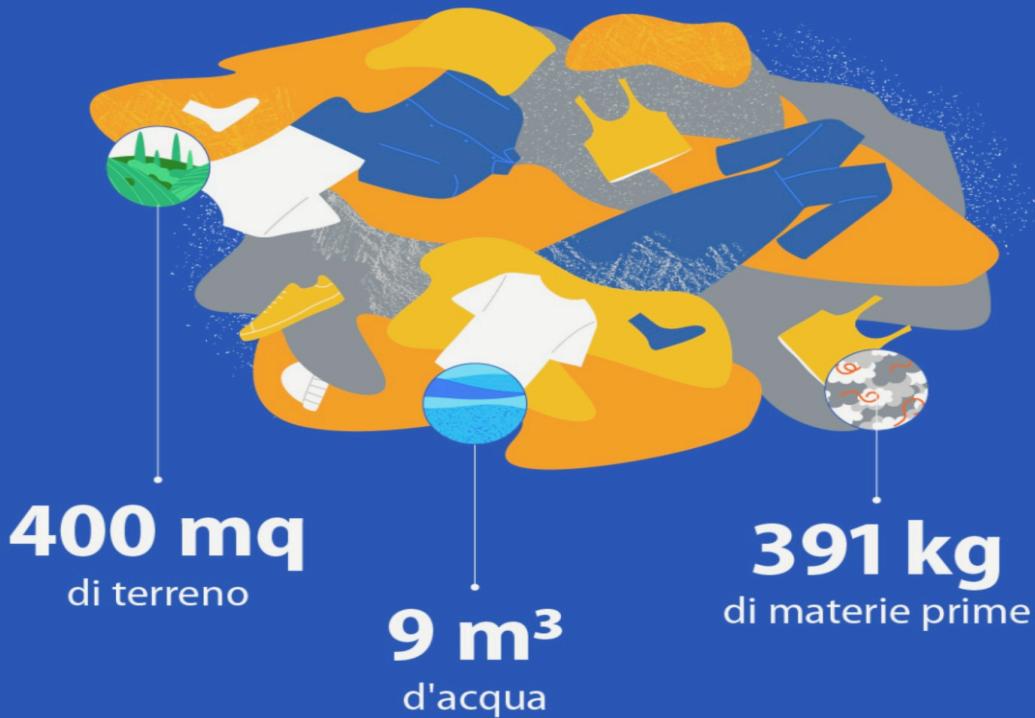
- da **58 milioni di tonnellate** nel 2000
- a **109 milioni di tonnellate** nel 2020
- e si prevede che crescerà fino a **145 milioni di tonnellate** entro il 2030

Fonte: Agenzia europea dell'ambiente (AEA) - Rapporto ETC-CE 2023/5, 2023



L'IMPATTO AMBIENTALE DEL TESSILE

Nel 2020 il consumo medio di prodotti tessili per persona nell'UE ha richiesto:



e ha causato un'impronta
di carbonio di circa **270 kg**

Fonte: Agenzia europea dell'ambiente (AEA), 2023



I player del fast fashion

I protagonisti del fast fashion non si limitano a Shein: altri importanti attori del settore includono il gigante Inditex, che gestisce marchi come Zara, Bershka e Stradivarius, e H&M.

È evidente il grave impatto ambientale ed economico che questi attori provocano sulla popolazione! È fondamentale agire senza indugi e utilizzare tutti i mezzi disponibili per invertire questo modello sempre più diffuso, che danneggia migliaia di imprese e l'economia della comunità europea, a vantaggio esclusivo di altri stati emergenti. Tuttavia, il danno più insidioso ma anche più grave risiede nel cambiamento di mentalità e nella cultura dei consumatori, influenzati a compiere acquisti compulsivi che contrastano con la necessità di adottare comportamenti eco-sostenibili.

Studio

Risultato dello studio e ricerca condotta da GREENPEACE ITALIA sulla moda in viaggio del fast fashion. I campioni di riferimento sono 3 capi di abbigliamento acquistati online in ognuno degli 8 player principali -AMAZON, OVS, SHEIN, ASOS, H&M, ZALANDO e ZARA- e riguarda i chilometri del viaggio fino la consegna al cliente e quelli del reso.

Il risultato medio per pacco è di 4.000 km.

Traker e Venditore	VIAGGIO DI ANDATA (fino a consegna prima acquisita) Km percorsi e tipologia di trasporto				VIAGGIO DEL/DEI RESOI (percorsi del/degli resoi post acquisto) Km percorsi e tipologia di trasporto				KM		PACKAGING			PAESI E CONTINENTI			
	Tot km in Aereo	Tot km in Nave/RoRo	Tot km in Camion	Tot km in Furgone	Tot km in Aereo	Tot km in Nave/RoRo	Tot km in Camion	Tot km in Furgone	Tutti i tipi di trasporto (consegna + resi)	Tot Km per BRAND	Km medi delle spedizioni dei brand	N. di volte il capo è stato venduto	N. medio di vendite del brand (tutti i capi)	N. di volte che il capo è stato reso	N. Paesi Visitati da spedizione	N. Continenti Visitati	
1-AMZ1 AMAZON	0	0	465	75	0	0	2240	126	2906	3593	2	1	2	4	-	-	
2-AMZ2 AMAZON	1105	0	0	145	74	0	0	2180	89	2195	8684	2895	2	1	2	3	
3-ASO1 AMAZON	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	2007	163	1985	2195	2	1	1	1	1	1	
4-OVS1 OVS	0	0	810	75	0	0	461	103	1148	1148	1	1	1	1	1	1	
5-OVS2 OVS	0	0	510	74	0	0	461	103	1148	3444	1148	1	1	1	1	1	
6-OVS3 OVS	0	0	510	74	0	0	461	103	1148	8070	3	3	3	3	7	-	
7-SHE1 SHEIN	1886	0	145	74	0	0	712	159	2976	10127	22768	7589	3	2,7	3	7	
8-SHE2 SHEIN	1886	0	0	145	74	0	0	712	159	2976	1	1	1	1	1	2	
9-SHE3 SHEIN	1886	0	0	145	74	0	0	712	159	2976	8928	2976	1	1	1	2	
10-ASO3 ASOS	0	0	143	154	0	0	2740	209	4589	9120	2	1	1	2	4	-	
11-ASO2 ASOS	0	0	1473	154	0	0	102	6106	2315	8070	1	1	1	1	1	-	
12-ASO3 ASOS	0	0	1473	154	0	0	7659	841	10127	22768	7589	3	2,7	3	7	-	
13-H&M H&M	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	562	478	1040	1	1	1	1	1	1	1	
14-H&M H&M	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	2773	464	3237	1	1	1	1	1	2	4	
15-H&M H&M	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	2401	177	2968	6945	2315	2	1	1	2	3	
16-TEM1 TEMU	9120	0	0	145	74	0	0	870	288	10297	1	1	1	1	1	2	
17-TEM2 TEMU	9120	0	0	145	74	0	0	870	288	10297	30891	10297	1	1	1	2	
18-TEM3 TEMU	9120	0	0	145	74	0	0	870	288	10297	1	1	1	1	1	2	
19-ZAL1 ZALANDO	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	809	1288	180	2377	1	1	1	1	1	2	
20-ZAL2 ZALANDO	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	3347	225	3572	1	1	1	1	1	2	5	
21-ZAR1 ZARA	N/A	N/A	N/A	N/A	0	0	909	510	13287	4429	3	2,3	2	3	3	-	
22-ZAR1 ZARA	0	0	516	74	0	0	501	152	1245	1	1	1	1	1	1	-	
23-ZAR2 ZARA	0	390	115	115	0	0	534	381	1510	1	1	1	1	1	2	3	
24-ZAR3 ZARA	0	0	516	74	0	0	485	170	1245	4000	1333	1	1,3	1	1	1	
TOTALE	34123	390	8576	1499	44588	0	1920	45646	6791	54387	98945	46	29	40	66		
TOT KM PER VETTORE CONSEGNA + Resi	TOT KM e KM MEDICI IN FUORGONE per BRAND				Tot KM e Km MEDICI IN CAMION per BRAND				Tot KM e Km MEDICI IN AEREO RORO per BRAND		CHILOMETRAGGIO MEDIO DI TUTTE LE SPEDIZIONI: 4123 km			N. medio di vendite per tutti i brand: 1,7		N. totale spedimenti visitati da tutti le spedizioni: 13	
	Tot km in Aereo: 43.123 km	Tot. Km nave: 2.310 km	Tot km in Camion: 54.222 km	Tot km in Furgone: 8.290 km												- 11 EU-IT,PT,ES-BE,AT,D,E,IE,PL,DK,SE,NL,PL; - 2 extra EU: CH e CN.	
TOT KM e KM MEDICI IN FUORGONE per BRAND				Tot KM e Km MEDICI IN CAMION per BRAND				Tot KM e Km MEDICI IN AEREO RORO per BRAND		CHILOMETRAGGIO MEDIO DI TUTTE LE SPEDIZIONI: 4123 km			N. medio di vendite per tutti i brand: 1,7		N. totale spedimenti visitati da tutti le spedizioni: 13		
AMZ furgone				AMZ camion				AMZ camion		AMZ camion			N. medio dei resi: 1,2		N. totale spedimenti visitati da tutti le spedizioni: 13		
Km totali	177	1189	2092	8629	176	373	231	1942	368	0	0	0					
Km medi																	
OVS furgone	SHE furgone				OVS camion				SHE camion		OVS camion			N. medio dei resi: 1,2		N. totale spedimenti visitati da tutti le spedizioni: 13	
Km totali	531	699	2913	2571	0	0	0	0	0	0	0	0					
Km medi	177	233	971	857	0	0	0	0	0	0	0	0					
ASO furgone	TEM furgone				ASO camion				TEM camion		ASO camion			N. medio dei resi: 1,2		N. totale spedimenti visitati da tutti le spedizioni: 13	
Km totali	176	1086	563	963	0	0	0	0	0	0	0	0					
Km medi	581	293	674	815	1886	9120	34	0	0	0	0	0					
ZAL furgone	ZAR furgone				ZAL camion				ZAR camion		ZAL camion			N. medio dei resi: 1,2		N. totale spedimenti visitati da tutti le spedizioni: 13	
Km totali	1643	943	9826	2667	0	0	0	0	1818	0	0	0					
Km medi	548	314	3275	889	0	0	0	0	806	0	0	0					

Premessa

Per “ecosostenibilità” si intende un insieme di fattori -ambiente, economia, società e cultura- che, se mantenuti in equilibrio, riducono l'impatto negativo sul pianeta e promuovono il benessere delle persone, senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare le proprie esigenze.

Equilibrio Economia Circolare Ecosostenibile

Fidelity DMS:

Fidelity DMS è un sistema di fedeltà che fidelizza il cliente alla rete (infrastruttura DMS) del commercio e all'impresa del punto vendita.

Punto vendita: il cliente accumula punti in base gli acquisti, caricati dal punto vendita sull'APP DMS riservata ai clienti e spendibili nello stesso punto vendita.

Rete del commercio: il cliente può spendere i punti in qualsiasi punto vendita della rete del commercio, ma il valore dei punti è dimezzato.

Concorso della rete: il cliente partecipa automaticamente al concorso premi della rete del commercio, con estrazioni a cadenza (da definire).

In parallelo al “Sistema Fidelity DMS”, con un adeguato sostegno legislativo all'introduzione del “Sistema Premiante DMS Carbon Credit” si istituirebbe un potentissimo strumento promozionale per incentivare comportamenti eco-sostenibili e offrire un tangibile supporto economico ai consumatori e un potente sostento alle attività commerciali locali e l'economia dell'intero paese.

DMS TOKEN CARBON CREDIT Sistema Premiante Fidelity.

Scopo

Promozione di comportamenti sostenibili attraverso un sistema di incentivazione basato sulle emissioni di CO₂.

Il progetto mira a promuovere comportamenti eco-sostenibili tra i cittadini e a contrastare la crisi climatica, incentivando l'adozione di azioni che riducano le emissioni di CO₂ e contribuiscano alla sostenibilità ambientale.

DMS Carbon Credit - Sistema Premiante Fidelity

È uno strumento di equilibrio ecosostenibile, il Sistema DMS Carbon Credit è un Sistema Premiante Fidelity basato sulle emissioni di CO₂ volto a bilanciare in modo equo ed efficace, garantendo un approccio standardizzato e coordinato per affrontare le emissioni di carbonio in vari settori, compreso il settore del consumo. Il sistema di incentivazione eco-sostenibile è basato sul meccanismo del Sistema di Scambio delle Quote di Emissione (ETS) dell'Unione Europea (UE), integrato con la tecnologia della blockchain.

Il sistema mira a promuovere comportamenti virtuosi attraverso l'assegnazione di token carbon credit (TCC) e a garantire la copertura economica tramite un meccanismo di valore variabile.

DMS Token

DMS Token Emission CO₂ = <TCO₂> = contributo azioni che implicano emissioni di CO₂ nell'ambiente.

DMS Token Carbon Credit = <TCC> = credito per azioni ecosostenibili ad evitare l'emissioni di CO₂ nell'ambiente.

Destinatari e Modalità di Implementazione

1. Cittadini: I cittadini sono i principali attori coinvolti, poiché sono incentivati a compiere azioni sostenibili per accumulare token carbon credit.
2. Governo: Il governo svolge un ruolo chiave nell'implementazione e nella regolamentazione del sistema, garantendo la sua efficacia e sostenibilità nel tempo.
3. Imprese e Comunità Locali: Le imprese e le comunità locali beneficiano dell'aumento delle attività economiche e della vitalità delle aree urbane.

Meccanismo del Sistema

1. Assegnazione dei Token Carbon Credit <TCC>: I cittadini accumulano <TCC> attraverso azioni eco-sostenibili come gli acquisti nei negozi fisici e nei mercati, l'utilizzo di trasporto pubblico e il riciclo dei rifiuti.
2. Valutazione delle Emissioni di CO₂: Le azioni dei cittadini vengono valutate in base alle emissioni di CO₂ evitate o ridotte rispetto a un'azione non sostenibile equivalente. Questo calcolo è basato sulle metodologie standard del meccanismo ETS.

3. Contributo <TCO2> di compensazione: contributo per le azioni non sostenibili di emissioni CO2 come gli acquisti su piattaforme e-commerce, viene calcolata l'emissione di CO2 generata e viene richiesto un pagamento del, o dei <TCO2> calcolati per compensare queste emissioni.
4. Registrazione su Blockchain: Le transazioni e le assegnazioni di <TCC> e il contributo <TCO2> vengono registrate su una blockchain pubblica o privata per garantire trasparenza, immutabilità e tracciabilità.
5. Meccanismo di Valore Variabile: Il valore dei <TCC> è determinato dal meccanismo ETS, ma può variare in base alla domanda e all'offerta sul mercato. Un algoritmo intelligente regola il valore in base alla quantità di <TCC> assegnati dalle emissioni di CO2 evitate e dai <TCO2> richiesti per far fronte a compensare l'azione che genera l'emissione di CO2 ambientale.
6. Equilibrio del Sistema: Il sistema è progettato per mantenere un equilibrio tra le entrate e le uscite, garantendo la copertura economica per gli incentivi eco-sostenibili <TCC>. Se la domanda di <TCC> aumenta, il valore dei <TCO2> aumenta, fornendo entrate supplementari per coprire i costi di assegnazione dei <TCC>. In questo modo, le compensazioni richieste per le azioni non sostenibili contribuiscono a mantenere l'equilibrio finanziario del sistema.
7. Regolamentazione e Sorveglianza: Un'agenzia governativa o un'autorità di regolamentazione sovrintende al funzionamento del sistema, garantendo la sua trasparenza, equità e efficacia.
8. Trasparenza e Tracciabilità: Tutte le transazioni di Carbon Credit vengono registrate su una blockchain per garantire la trasparenza e la tracciabilità delle operazioni. Ciò consente ai consumatori di monitorare il loro contributo alla riduzione delle emissioni di CO2 e l'utilizzo dei loro Token Carbon Credit.
9. Sensibilizzazione e Pubblicità: Sarà visibile all'interno del programma di fidelity il dato giornaliero e annuale di contributo pagate sulle emissioni di CO2 e il dato di Token Carbon Credit rilasciati alla compensazione.
10. Contributo ambientale: ogni consumatore potrà visualizzare il dato personale giornaliero e annuale del proprio contributo ambientale di compensazione e il dato totale dei consumatori.
11. Comunicazione e Sensibilizzazione: Il Sistema di Punti di Fedeltà include campagne di comunicazione e sensibilizzazione per informare i consumatori sui benefici del programma e sulle azioni sostenibili che possono intraprendere. Questo aiuta a promuovere la partecipazione e l'adesione al sistema.

12. Monitoraggio e Valutazione: Il Ministero dell'Ambiente è responsabile del monitoraggio e della valutazione dell'efficacia del Sistema di Punti di Fedeltà nel raggiungere gli obiettivi di riduzione delle emissioni di CO₂ e promozione di comportamenti sostenibili. Vengono effettuati aggiustamenti e miglioramenti al sistema sulla base dei risultati delle valutazioni.

Addebito contributo <TCO₂>

- 1. Calcolo automatico:** Durante il processo di checkout sull'e-commerce, viene aggiunta automaticamente al totale dell'ordine il contributo <TCO₂> proporzionale alle emissioni di CO₂ associate agli articoli acquistati. Questo calcolo potrebbe essere basato su dati standardizzati sulle emissioni di CO₂ per tipo di prodotto e sulla distanza di spedizione.
- 2. Visualizzazione trasparente:** Durante il processo di checkout, si fornisce ai clienti informazioni trasparenti sul motivo per cui viene addebitato il contributo <TCO₂> sulle emissioni di CO₂ e su come contribuisce alla compensazione attraverso l'acquisizione di Token Carbon Credit <TCC>.
- 3. Comunicazione chiara:** Si comunica chiaramente ai clienti che il contributo sulle emissioni di CO₂ è destinato a compensare l'impatto ambientale del loro acquisto e a promuovere azioni più sostenibili.

Implementando questo metodo, si garantisce che il pagamento del contributo sulle emissioni di CO₂ sia un processo trasparente e accessibile per i clienti durante il checkout sull'e-commerce. Ciò contribuisce a sensibilizzare i consumatori sull'impatto ambientale dei loro acquisti e li incoraggia a prendere decisioni più consapevoli e sostenibili.

Trasparenza

Comunicazione chiara e trasparente ai clienti riguardo il motivo dell'addebito del contributo sulle emissioni di CO₂ durante il checkout sull'e-commerce, si possono seguire questi passaggi:

- 1. Aggiunta di un messaggio esplicativo:** Durante il processo di checkout, includiamo un messaggio chiaro e informativo che spieghi ai clienti il motivo per cui viene addebitata la tassa sulle emissioni di CO₂. Ad esempio: "Gentile cliente, per contribuire alla compensazione delle emissioni di CO₂ associate al trasporto dei tuoi acquisti, stiamo addebitando un piccolo contributo sulle emissioni di CO₂. Questo ci aiuta a promuovere comportamenti sostenibili e a proteggere l'ambiente."
- 2. Dettagli sui Token Carbon Credit:** Forniamo ai clienti informazioni dettagliate su come il contributo sulle emissioni di CO₂ contribuisce all'acquisizione di Token Carbon Credit e alla compensazione delle emissioni di CO₂. Possiamo spiegare che ogni euro pagato di

contributo Token CO₂ corrisponde al numero di Token Carbon Credit, che vengono assegnati ai clienti che compiono azioni per ridurre l'impatto ambientale dei loro acquisti.

3. Opzione per ulteriori informazioni: Offriamo ai clienti la possibilità di ottenere ulteriori informazioni sul programma di compensazione delle emissioni di CO₂ e sui Token Carbon Credit, ad esempio fornendo un link a una pagina informativa sul sito web dell'e-commerce o al Ministero dell'Ambiente.

4. Trasparenza sui benefici: Comunichiamo chiaramente ai clienti i benefici del programma di compensazione delle emissioni di CO₂, come la riduzione dell'impatto ambientale dei loro acquisti e il sostegno all'economia urbana di tutto il paese.

5. Risposta alle domande: Assicuriamoci di avere un servizio clienti disponibile per rispondere alle eventuali domande o preoccupazioni dei clienti riguardo al contributo sulle emissioni di CO₂ e al programma di compensazione.

Comunicando in modo trasparente ai clienti il motivo dell'addebito del contributo sulle emissioni di CO₂ e i benefici del programma di compensazione, possiamo incoraggiarli a prendere decisioni d'acquisto più consapevoli e a sostenere azioni più sostenibili.

Bilanciando ambiente, economia, società e cultura si innesca un circolo vizioso sostenibile a vantaggio di tutti gli abitanti.

Potenziamento obiettivi

1. Tetto Massimo di Token <TCO₂>: Stabilire un limite massimo al numero totale di token CO₂ che possono essere emessi nel sistema. Questo limite dovrebbe essere basato sugli obiettivi climatici di riduzione delle emissioni nell'arco degli anni e sulla capacità finanziaria del sistema.

2. Sanzioni per il Superamento del Tetto: Imporre sanzioni finanziarie per le aziende o i consumatori che superano il tetto massimo di Token CO₂.

3. Aumento del Valore dei Token Carbon Credit <TCC>: Si potrebbe destinare una percentuale (derivato dall'aumento del prezzo dei token <TCO₂>, necessario per finanziare la creazione di nuovi token carbon credit), al <TCC>. Questo contribuirebbe ad aumentare il loro valore, incentivando ulteriormente le azioni sostenibili.

4. Contributo <TCO₂> Carbon Footprint prodotto: Si potrebbe raggiungere l'ambizioso obiettivo di applicare l'effettivo Contributo <TCO₂> al Carbon Footprint reale del prodotto. "Carbon Footprint Labels" (etichetta impronta carbonica)

Altri possibili sviluppi futuri

La “Carbon Footprint Labels”: Specificata con il termine “ etichetta impronta di carbonio”, consiste in un’etichetta RFID univoca (rappresenta la quantità di emissioni di gas a effetto serra generate nell’intero ciclo di vita di un prodotto o servizio), contenente la descrizione specifica di valori energetici e ingredienti per gli alimenti, consumi energetici per elettrodomestici, composizione e percentuale di fibre per capi d’abbigliamento, eccipienti e principi, effetti collaterali per farmaci, ecc...

Estensione su tutti i prodotti : L'estensione su tutto ciò che viene prodotto e commercializzato (alimentari, cosmetici, abbigliamento, accessori, prodotti casa, elettrodomestici, bevande, ecc..) , della Carbon Footprint Labels - CO₂, renderebbe così consapevole il consumatore finale, dell'impatto che ogni suo acquisto di beni o servizi incide sull'ambiente.

Futuro non troppo lontano: Si giungerebbe ad avere la lista di ogni acquisto memorizzata sul WALLET ID associato al cittadino, contenente l'ammontare del valore di CO₂ delle spese quotidiane.

Benefici

1. Promozione della Sostenibilità Ambientale: Il sistema incentiva comportamenti eco-sostenibili, contribuendo alla riduzione delle emissioni di CO₂ e al contrasto del cambiamento climatico.
2. Sviluppo Economico Locale: Favorisce l'economia urbana attraverso l'incremento delle attività commerciali locali e il rilancio dei negozi fisici e dei mercati ambulanti.
3. Aumento delle Entrate Fiscali: L'incremento delle attività commerciali locali porta a una maggiore riscossione di imposte sulle vendite e sul reddito, beneficiando lo Stato e le autorità locali.
4. Miglioramento della Qualità della Vita Urbana: Contribuisce alla creazione di comunità più vivaci e coese, promuovendo legami sociali più forti e una migliore qualità della vita nelle aree urbane.
5. Contrastò all'evasione fiscale: L'acquisizione dei Token <TCC> dei clienti, avviene attraverso un pagamento elettronico, tramite APP del sistema DMS o APP IO ID WALLET. Al contempo i Token <TCC> acquisiti vengono accumulati nel ID WALLET.

6. Comunicazione istantanea: Comunicazione istantanea effettiva dei dati DAC7 come da Decreto legislativo n. 32 del 1° marzo 2023 di attuazione della direttiva (UE) 2021/514 del Consiglio del 22 marzo 2021, recante modifica della direttiva 2011/16/UE per quanto riguarda lo scambio automatico obbligatorio di informazioni nel settore fiscale.

7. Contrasto al Fast Fashion: La Francia a fine febbraio ha presentato una “proposta di legge n°2129 volta a ridurre l'impatto ambientale dell'industria tessile”, applicando una tassa secondo il principio di EPR ovvero responsabilità estesa del produttore. A tal proposito il DMS Carbon Credit e i Token <TCO2>, sarebbe lo strumento ideale per applicarla efficacemente.

Esempi e Calcoli

1. Costo Medio per Tonnellata di CO₂: Supponiamo che il costo medio per tonnellata di CO₂ nel mercato ETS sia di 80,00 €.
2. Valore Iniziale di un <TCO2>: Supponiamo che il valore iniziale di un <TCO2> al lancio del sistema sia pari all'1% di un Certificato ETS, ovvero 0,80 €.
3. Valore Iniziale di un <TCC>: Supponiamo che il valore di un <TCC> al lancio del sistema sia uguale a quello di un <TCO2>, ovvero 0,80 €.
4. Contributo per Articolo su e-commerce: Supponiamo che al lancio del sistema ogni articolo acquistato su e-commerce richieda un contributo di un <TCO2> per compensare le emissioni di CO₂ nell'ambiente.
5. Accreditamento di <TCC> per Acquisti Fisici: Supponiamo che per ogni articolo acquistato in un negozio fisico o in un mercato ambulante venga rilasciato un <TCC>, accreditato automaticamente nel ID-Wallet App IO del cliente a fine transazione.
6. Esempio di Acquisto su e-commerce: Per un acquisto di 3 articoli su e-commerce, verrà richiesto un contributo di 3 <TCO2> al momento del pagamento, per un totale di 2,40 €.
7. Esempio di Acquisto in Negozio Fisico: Un acquisto di 3 articoli in un negozio fisico comporta l'accordo di 3 <TCC> nel ID-Wallet App IO del cliente, con un valore corrispondente di 2,40 €.
8. Simulazione Giornaliera del Sistema: Consideriamo una media di 2 articoli per vendita a cliente, con un contributo di 2 <TCO2>, moltiplicato per il numero di consegne giornaliere su territorio nazionale degli e-commerce, stimate in 2.500.000. Il totale di <TCO2> è 5.000.000, moltiplicato per il valore di 0,80 € (ipotizzato al lancio del sistema), corrispondente a un contributo versato di 4.000.000,00 € giornaliero.
9. Contributo Annuale: Le consegne nazionali di e-commerce annuali sono 840.000.000, moltiplicate per 2 articoli a vendita, quindi due a pacco. Il totale contributo di <TCO2> è di 1.680.000.000, corrispondente a un versamento annuale di 1.344.000.000,00 €.

Questo esempio serve per comprendere la sostenibilità e il potenziale del sistema. Con l'implementazione di algoritmi specifici gestiti da un modello di intelligenza artificiale, il sistema potrebbe diventare un potente strumento per equilibrare l'economia europea e fornire una fonte di dati in tempo reale, aperto la strada a numerosi altri progetti volti a promuovere l'equilibrio eco-sostenibile, anche dal punto di vista fiscale.

Ipotesi di mercato quotato

DMS Carbon Credit - Sistema Premiante Fidelity, è un sistema basato sul meccanismo ETS e potrebbe funzionare in modo simile a un titolo in borsa, con Token <TCO2> e Token <TCC> che hanno un valore determinato dalla domanda e dall'offerta sul mercato, ma con l'obiettivo principale di promuovere la sostenibilità ambientale.

Funzionamento:

1. Valutazione del Mercato: Il valore dei Token <TCO2> e dei Token Carbon Credit <TCC> sarebbe determinato dalla domanda e dall'offerta sul mercato. Se la domanda di azioni sostenibili è alta e c'è scarsità di Token Carbon Credit <TCC>, il valore potrebbe aumentare. Al contrario, se la domanda è bassa e c'è un eccesso di Token <TCO2>, il valore potrebbe diminuire.
2. Scambi sul Mercato: I Token <TCO2> e i Token Carbon Credit <TCC> potrebbero essere scambiati su piattaforme di scambio specializzate, dove gli acquirenti e i venditori possono incontrarsi per negoziare prezzi e transazioni. Queste piattaforme potrebbero essere simili ai mercati azionari tradizionali, con grafici e indicatori di prestazioni.
3. Speculazione: Come con i titoli, ci potrebbe essere un elemento di speculazione nel mercato dei Token <TCO2> e dei Token Carbon Credit <TCC>. Gli investitori potrebbero acquistare e vendere i token con l'obiettivo di ottenere profitto dalla variazione dei prezzi nel tempo.
4. Regolamentazione: Sarebbe necessaria una regolamentazione adeguata per garantire la trasparenza, la sicurezza e l'equità nel mercato dei Token <TCO2> e dei Token Carbon Credit <TCC>. Le autorità di regolamentazione potrebbero stabilire regole e linee guida per il funzionamento del mercato e per proteggere gli investitori da pratiche fraudolente o manipolative.
5. Impatto Ambientale: Anche se il mercato dei Token <TCO2> e dei Token Carbon Credit <TCC> funziona come un titolo in borsa, il suo scopo principale è quello di incentivare comportamenti sostenibili e ridurre le emissioni di CO₂. Pertanto, il suo impatto ambientale positivo è un aspetto chiave da considerare nella sua progettazione e implementazione.

Conclusione

Overview del Progetto

1. Innovazione e Integrazione: Il progetto propone un sistema di incentivazione innovativo basato sulle emissioni di CO₂ per stimolare comportamenti sostenibili, affrontando in maniera integrata la crisi climatica e promuovendo uno sviluppo urbano sostenibile.

2. Meccanismo di Incentivazione: Incrementando le azioni eco-sostenibili, si aumenta la necessità di Token <TCO2>, facendo salire il loro costo. Questo disincentiva le pratiche non sostenibili e crea un circolo virtuoso che aumenta costantemente il valore dei Token <TCO2>, incentivando ulteriormente comportamenti sostenibili e riducendo le emissioni di CO₂.

Impatti Economici e Benefici Ambientali

3. Rivitalizzazione Economica Urbana: La promozione di azioni sostenibili, come fare acquisti nei negozi fisici, stimola l'economia urbana, supporta i negozi locali, e contribuisce a contrastare la desertificazione urbana causata dalla chiusura dei negozi fisici a favore degli e-commerce.

4. Vantaggi Fiscali e Crescita Economica: L'aumento delle transazioni nei negozi fisici migliora non solo la raccolta delle imposte locali ma anche stimola la crescita economica delle comunità, aumentando l'occupazione e i redditi locali.

Challenges e Opportunità di Regolamentazione

5. Equilibrio Fiscale tra e-commerce e Commercio Tradizionale: Analizzare e possibilmente riformare le politiche fiscali per garantire un campo di gioco equilibrato tra e-commerce e negozi fisici, considerando le diverse strategie fiscali che possono avvantaggiare ingiustamente gli e-commerce.

6. Politiche di Incentivazione Governative: Proporre e implementare politiche pubbliche che incentivino le attività commerciali locali e promuovano il consumo sostenibile, come incentivi fiscali specifici per i negozi fisici e sostegno alle piccole imprese.

Conclusioni e Raccomandazioni

7. Effetti Positivi Estesi: L'approccio del progetto non solo riduce l'impronta carbonica ma contribuisce anche al rafforzamento sociale e economico delle aree urbane, migliorando la qualità della vita e coesione sociale.

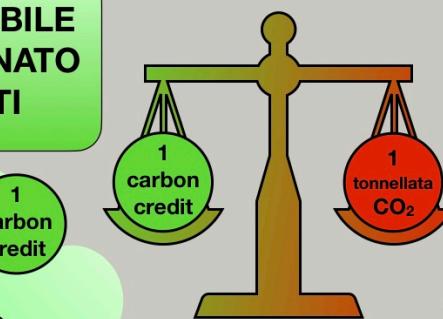
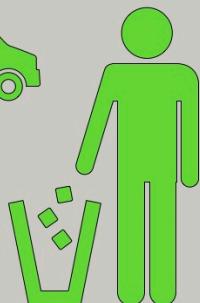
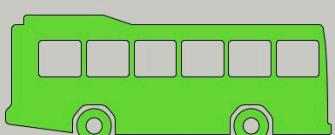
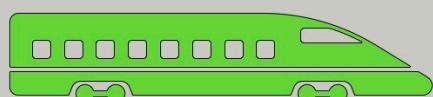
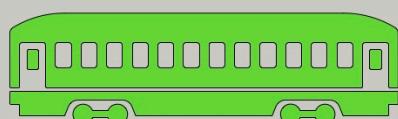
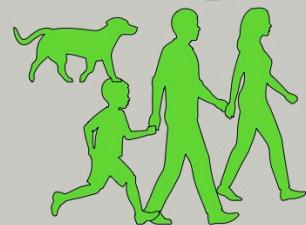
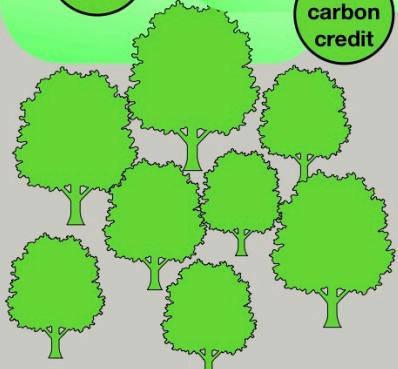
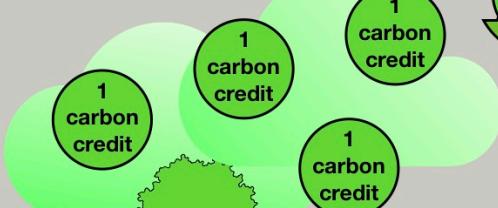
8. Importanza dell'Engagement Stakeholder: È essenziale coinvolgere attivamente tutti gli stakeholder, inclusi governi, aziende, ONG, e comunità, per assicurare che il sistema sia supportato, efficace e sostenibile nel tempo.

Questo approccio dettagliato evidenzia il potenziale del progetto di trasformare non solo l'ambiente ma anche la dinamica economica e sociale delle comunità urbane, delineando una strada verso un futuro più sostenibile e equo.

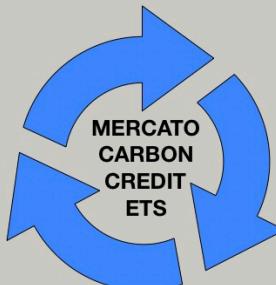
DMS TOKEN CARBON CREDIT

Sistema premiante fidelity

**ECONOMIA SOSTENIBILE
COMMERCIO DI VICINATO
AZIONI PREMIANTI**



COMPENA LE EMISSIONI DI CO₂



TOKEN CARBON CREDIT

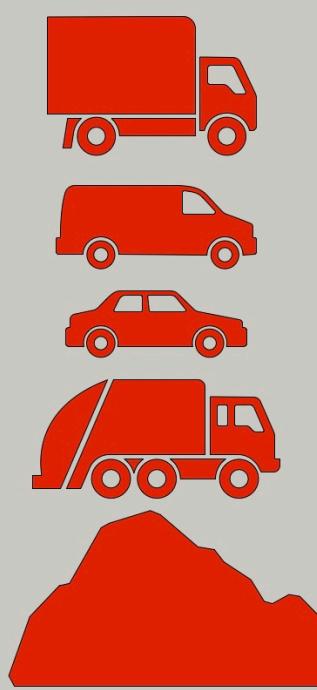
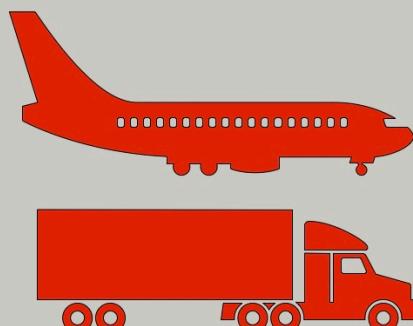
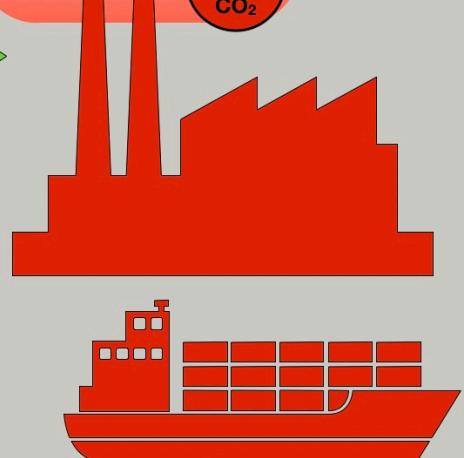
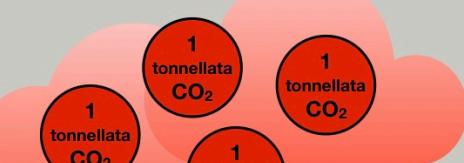


Paradigma "European Union Emissions Trading System - EU ETS".

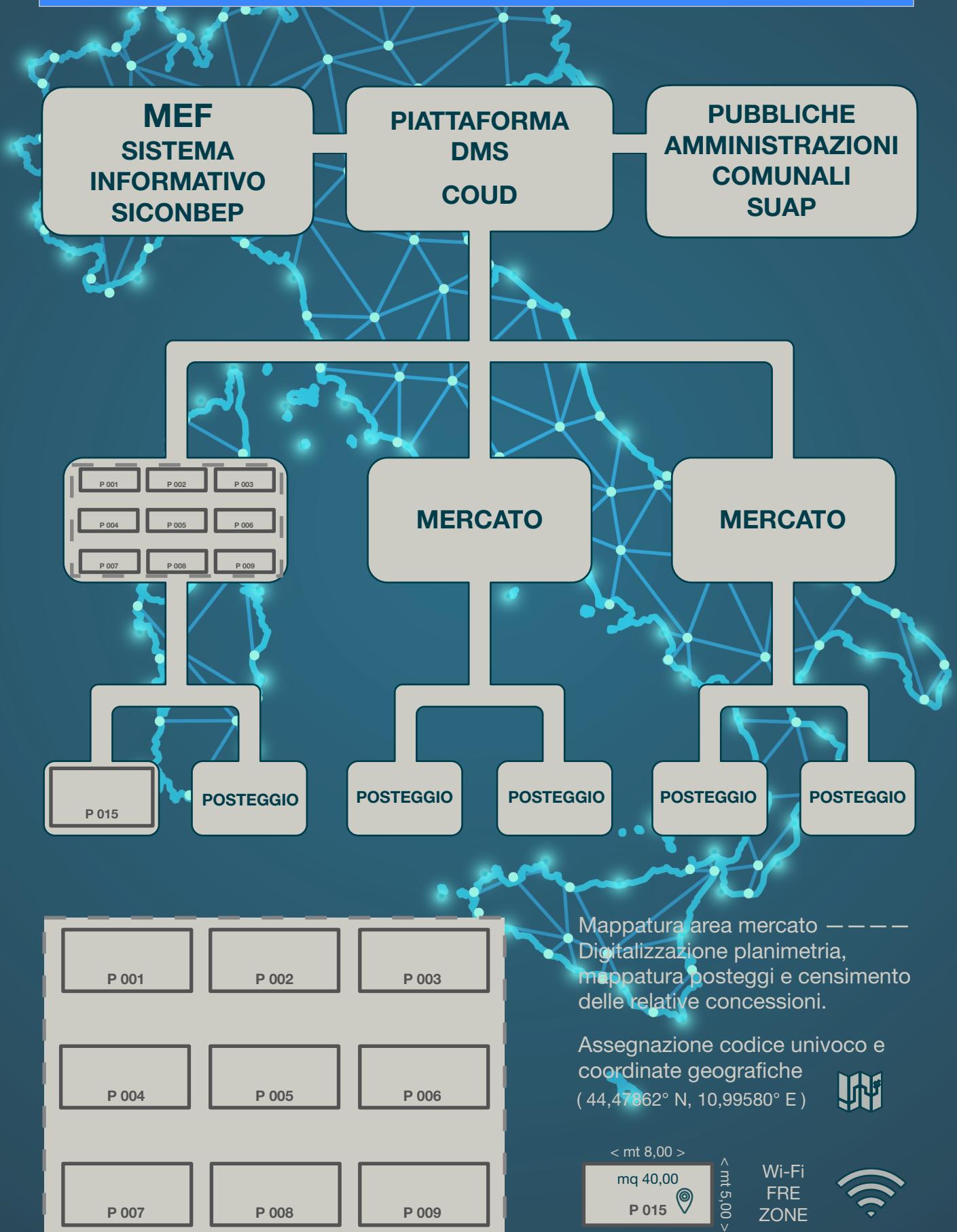
**DMS Token Carbon Credit
sistema premiante compensazione
emissioni CO₂**

Il sistema consiste nel premiare i clienti o gli abitanti che acquistano presso i negozi in sede fissa e nei mercati ambulanti, contribuendo allo sviluppo dell'economia del paese e, nel contempo, affermando la cultura storica che caratterizza l'Italia.

**ECONOMIA NON SOSTENIBILE
PIATTAFORME E-COMMERCE
GRANDI EMISSIONI DI CO₂**



DMS Infrastruttura (IoT)



Che cos'è DMS ?

DMS (SaaS) “Software-as-a-Service” è un servizio di cloud computing che offre un'applicativo web alle Pubbliche Amministrazioni

È una piattaforma CLOUD computing (SaaS) per l'innovazione e la digitalizzazione del commercio.

È un sistema e kit internet of things (IoT), un'infrastruttura di rete interconnessa.

È un ecosistema IoT completo delle imprese di commercio del paese Italia. Commercio su aree pubbliche e Commercio in sede fissa.

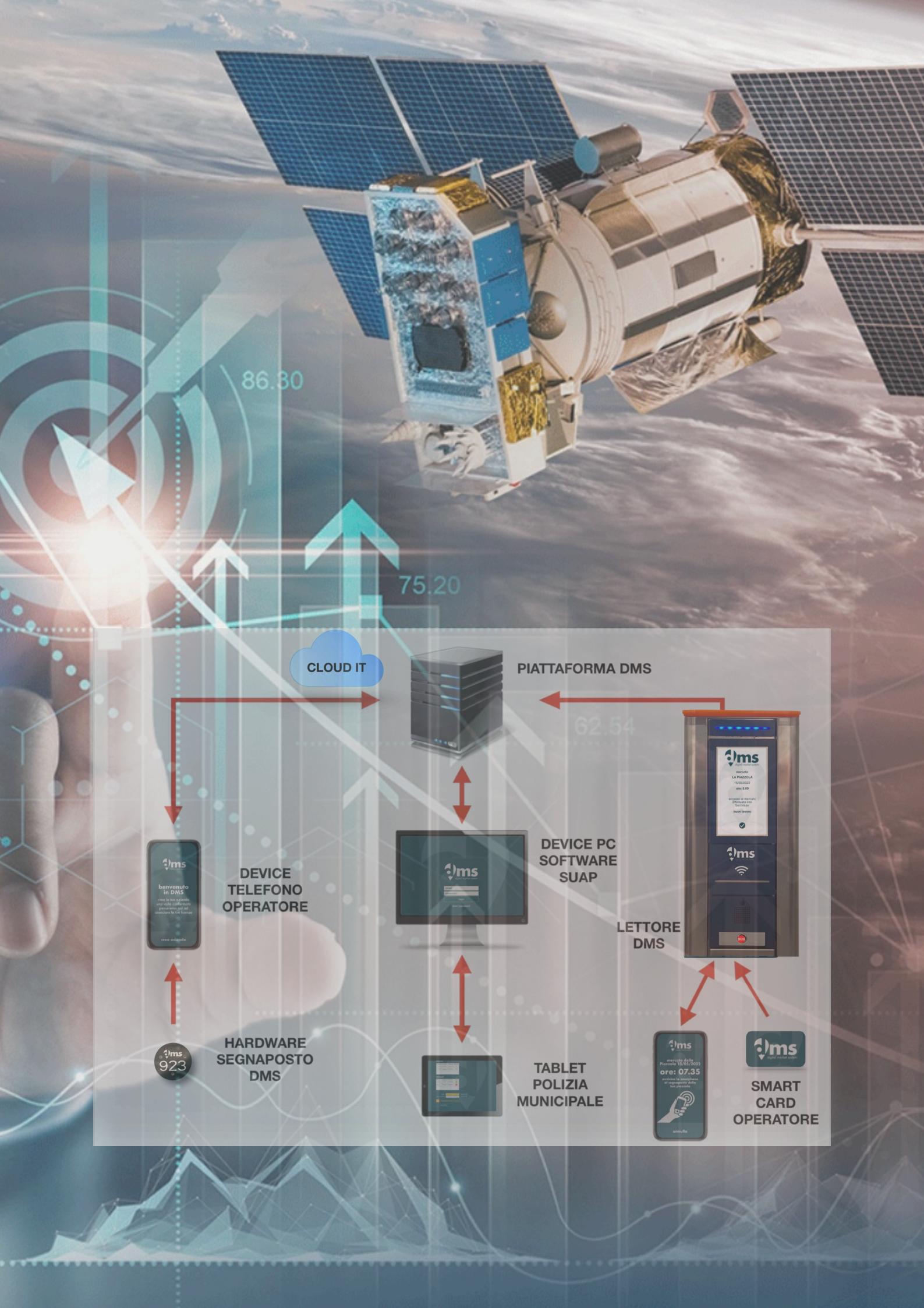
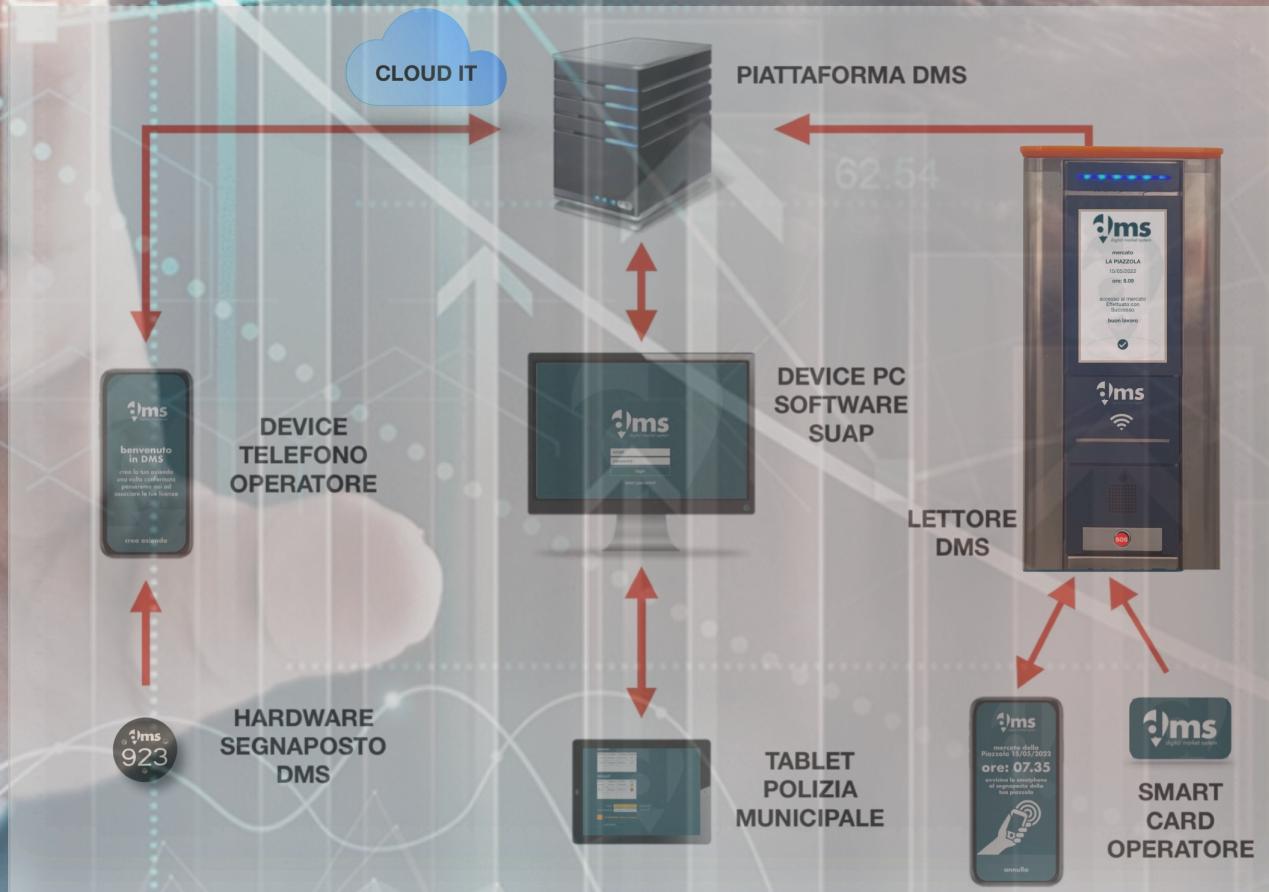
DMS per la Pubblica Amministrazione

Il sistema DMS è stato progettato e sviluppato per automatizzare autonomamente tutte le operazioni necessarie per gestire i mercati, sia in loco che in ufficio, eseguite dalla Polizia Municipale, nonché le operazioni di verifica per il rilascio delle concessioni di occupazione dell'area pubblica, svolte dal SUAP (Sportello Unico Attività Produttive).

Durante la fase di progettazione e sviluppo, si è posta particolare attenzione nel creare un sistema altamente versatile e configurabile dalle singole Amministrazioni Comunali, in modo da allinearsi ai diversi regolamenti mercatali e non entrare in conflitto con i software già utilizzati dalla Polizia Municipale o con i servizi di riscossione del canone unico affidati ai concessionari della riscossione tributi. In sintesi, il sistema può gestire tutte le operazioni, ma può essere configurato solo per eseguire le attività ripetitive di verifica delle presenze e gestione delle operazioni di spunta, fornendo successivamente i dati rilevati attraverso l'interoperabilità con i software già in uso.

Mappatura, censimento e interoperabilità SICONBEP

Il Sistema DMS è progettato per elaborare la planimetria dell'area mercatale, includendo l'organizzazione dei posteggi con relative coordinate geografiche e codici univoci assegnati. I SUAP delle Pubbliche Amministrazioni, attraverso questo strumento unificato, andrebbero a costituire la mappatura nazionale completa del commercio su aree pubbliche. Grazie alla fruibilità del cloud e all'interoperabilità, DMS garantirebbe l'aggiornamento in tempo reale e la raccolta delle concessioni di commercio su aree pubbliche, compresi i dati dei proprietari o gestori, alimentando efficacemente il sistema informativo di rivelazione delle concessioni dei beni pubblici SICONBEP, al fine di promuovere la massima pubblicità e trasparenza. Il sistema SICONBEP è affidato al Ministero dell'Economia e delle Finanze, art. 1 del decreto legislativo 26 luglio 2023 n. 126 Attuazione della delega di cui all'articolo 2 della legge 5 agosto 2022, n. 118, per la mappatura e la trasparenza dei regimi concessori di beni pubblici.



Infrastruttura (IoT)

Le fasi per avviare la creazione dell'infrastruttura (IoT) DMS del Commercio su Aree Pubbliche, consistono in:

1. Registrazione dell'Amministrazione - Sportello Unico Attività Produttive (SUAP) attraverso l'applicativo web della piattaforma DMS:

- Inserimento concessioni e anagrafica operatori
- Inserimento file planimetria mercato (verrà elaborata in formato digitale per indicare i posizionamenti di ogni posteggio)
- Inserimento concessioni posteggi isolati
- Inserimento file planimetria posteggi isolati
- Configurazione sistema

2. Area mercato - installazione KIT DMS:

- installazione colonnina lettore smart card
- Installazione targhette punto deposito immondizia
- Rilevazione coordinate geografiche dei posteggi e del mercato
- Rilevazione coordinate geografiche dei posteggi isolati

Con la fase al punto 1 e 2 il sistema DMS è già operativo. Le concessioni di posteggio e le imprese sono censite, il mercato è mappato e connesso all'infrastruttura IoT fruibile sul cloud.

3. Assetto area mercatale - contestualmente o in seguito a discrezione della Pubblica Amministrazione è raccomandabile la riorganizzazione dell'area mercatale:

- Sopprimere i posteggi non occupati
- Ampliare i posteggi rimasti ove possibile
- Spostare i posteggi dalle posizioni critiche per la sicurezza veicolare
- Arieggiare il mercato conformando le corsie e le vie di fuga con misure di sicurezza
- Delimitare i posteggi con chiodi ancoraggio acciaio inox, norma sicurezza sul lavoro
- Installare per ogni posteggio il segnaposto univoco DMS

4. Piano sicurezza area mercato - contestualmente con la fase al punto 3:

- È raccomandabile per rendere completa la documentazione relativamente a quanto in vigore per il rispetto delle norme in materia di sicurezza, (riferimento alla normativa sulla sicurezza del lavoro e sulla prevenzione dei rischi connessi con i luoghi di lavoro)
- È necessaria la redazione di un apposito piano con relative planimetrie che siano basate su modelli corrispondenti al territorio compresi i relativi sotto servizi e presidi in materia di sicurezza antincendio ove presenti. Defibrillatori AED salvavita.
- Il Piano di gestione della Sicurezza, dell' Emergenza ed Evacuazione è lo strumento operativo mediante il quale vengono studiate e pianificate le operazioni da compiere in caso di emergenza, al fine di consentire l'intervento dei soccorsi ed un esodo ordinato e sicuro a tutti gli occupanti dell'area e delle strutture

5. Implementazioni accessorie area mercato - apparecchiature mezzi per la comunicazione, per i servizi e per la sicurezza :

- Colonnine ricarica auto
- Colonnine allaccio elettrico
- Totem video informativi
- Maxi schermi Led-wall informativi
- Filodiffusione audio
- Video sorveglianza
- Smart Lockers
- Toilet autopulente

Approccio

DMS si presenta come un elemento chiave per creare un'opzione nel presente, consentendo di trarre ispirazione dal passato per plasmare il futuro dell'economia urbana.

Il sistema economico del commercio in Italia è caratterizzato da micro e piccole imprese. Tuttavia, nell'ultimo ventennio, con l'emergere di nuovi canali commerciali, le grandi aziende del settore dell'e-commerce hanno conquistato una fetta significativa del mercato, provocando la chiusura di numerosi negozi al dettaglio e contribuendo alla desertificazione urbana.

A tal proposito, nell'attuale periodo contraddistinto da un'accelerazione esponenziale di nuove tecnologie e servizi digitali, è essenziale analizzare gli investimenti dei grandi gruppi e le strategie adottate per giungere a delle conclusioni evidenti. Entro pochi anni, ci troveremo completamente immersi in un mondo prevalentemente virtuale, dominato dai grandi conglomerati, il che potrebbe portare alla scomparsa della storica cultura del paese, con la chiusura sempre più diffusa di negozi e botteghe artigiane nei centri abitati, generando un crescente distacco sociale nella popolazione.

In questo contesto, l'obiettivo principale di Digital Market System S.r.l è quello di sviluppare tecnologie e servizi innovativi mirati a riequilibrare l'economia urbana del commercio e dei servizi, nonché a influenzare le abitudini di acquisto, gli spostamenti e lo stile di vita dei cittadini, promuovendo un approccio sostenibile e consapevole per rilanciare un'economia circolare.

Per avviare questo percorso e offrire un'alternativa all'inevitabile futuro prevalentemente digitale, ci siamo concentrati sulla creazione di uno strumento inoppugnabile con il potenziale di diventare essenziale per il commercio e per monitorare in tempo reale le attività delle imprese commerciali e i comportamenti di acquisto e spostamento dei cittadini su tutto il territorio: questo strumento è DMS.

DMS prevede le irregolarità delle imprese anticipando i loro obblighi e guidandole verso soluzioni adeguate. Inoltre, promuove l'inclusione, l'integrazione e la coesione degli operatori di tutte le imprese commerciali attraverso la piattaforma principale, sfruttando la fruibilità del cloud e le app DMS per gli operatori del commercio su aree pubbliche, insieme all'applicativo web DMS per il commercio in sede fissa.

Questa mole di dati elaborati in tempo reale da un modello di intelligenza artificiale e un gemello digitale offrirebbe possibilità di simulazioni volte a rilanciare il commercio e l'economia urbana, nonché a promuovere un comportamento ecosostenibile della popolazione.

"Il presente documento e le informazioni in esso contenute, salvo quelle di pubblico dominio, sono da intendersi strettamente riservate, pertanto non potranno essere divulgati e/o comunicate a terzi, né potranno essere oggetto di riproduzione, copia, trasferimento, in qualunque forma, senza il consenso scritto di Digital Market System S.R.L."