ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ

Βρυξέλλες, 4.10.2007
COM(2007) 592 τελικό

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΣΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΣΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ, ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ

Μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις – Βασικός παράγοντας για μεγαλύτερη ανάπτυξη και περισσότερες θέσεις απασχόλησης – Ενδιάμεση εξέταση της σύγχρονης πολιτικής για τις ΜΜΕ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ 3

2. ΕΠΙΤΕΥΓΜΑΤΑ ΤΗΣ ΣΥΓΧΡΟΝΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΜΕ 3

2.1. Μείωση της γραφειοκρατείας 5

2.2. Βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ στις αγορές 7

2.3. Προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος 9

2.4. Αναβάθμιση του αναπτυξιακού δυναμικού των ΜΜΕ με βιώσιμο τρόπο 10

2.5. Ενίσχυση της επικοινωνίας και της διαβούλευσης με τα εμπλεκόμενα μέρη στο πλαίσιο της πολιτικής για τις ΜΜΕ 12

3. Μελλοντικές Κατευθύνσεις 13

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι μικρές και οι μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αποτελούν την κινητήρια δύναμη της οικονομίας της ΕΕ. Η ευημερία τους αποτελεί θεμελιώδη παράγοντα για την επίτευξη μεγαλύτερης ανάπτυξης και περισσότερων και καλύτερων θέσεων εργασίας στην ΕΕ. Γι' αυτόν το λόγο η πολιτική για τις ΜΜΕ έχει αναχθεί σε βασικό στοιχείο της ανανεωμένης εταιρικής σχέσης της Λισσαβόνας για την ανάπτυξη και την απασχόληση από τότε που δρομολογήθηκε εκ νέου το 2005.

Ο κύριος στόχος της σύγχρονης πολιτικής της Επιτροπής για τις ΜΜΕ είναι η ενσωμάτωση των ζητημάτων που αφορούν τις ΜΜΕ[1] στις κοινοτικές και στις εθνικές πολιτικές με την εφαρμογή της αρχής «Think Small First» (σκέψου πρώτα σε μικρή κλίμακα). Επιπλέον, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο του Μαρτίου 2006 συμφώνησε σε σειρά δράσεων προτεραιότητας προς υλοποίηση έως τα τέλη του 2007 με σκοπό την απελευθέρωση του επιχειρηματικού δυναμικού των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ.

Η παρούσα ανακοίνωση παρουσιάζει τα επιτεύγματα της διετίας που μεσολάβησε από τη δρομολόγηση της σύγχρονης πολιτικής για τις ΜΜΕ και παρουσιάζει παραδείγματα του τρόπου εφαρμογής της αρχής «σκέψου πρώτα σε μικρή κλίμακα». Ενώ επιβεβαιώνει την ορθότητα της κατεύθυνσης της νέας ευρωπαϊκής πολιτικής για τις ΜΜΕ, η ανακοίνωση παράλληλα επισημαίνει την ανάγκη για ουσιαστική ενίσχυση των πολιτικών με σκοπό την υποστήριξη των ΜΜΕ σε επίπεδο ΕΕ και σε εθνικό επίπεδο δεδομένης της οικονομικής και της κοινωνικής τους βαρύτητας.

2. ΕΠΙΤΕΥΓΜΑΤΑ ΤΗΣ ΣΥΓΧΡΟΝΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΜΕ

Η σύγχρονη ευρωπαϊκή πολιτική για τις ΜΜΕ έχει υλοποιηθεί στο πλαίσιο της αυξανόμενης οικονομικής ανάπτυξης: Το 2006 η αύξηση του ΑΕγχΠ της ΕΕ ανήλθε σε 3,0%, δηλαδή σχεδόν διπλάσιο ποσοστό σε σχέση με το 2005, και δημιουργήθηκαν περίπου 3,5 εκατομμύρια νέες θέσεις εργασίας[2]. Πράγματι, οι ΜΜΕ αποτελούν την κύρια κινητήρια δύναμη για την ανάπτυξη της απασχόλησης, συγκεκριμένα σε τομείς όπως ο κατασκευαστικός τομέας, οι μεταφορές, οι επικοινωνίες ή ο τουρισμός[3].

Η δράση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής κατευθύνεται από δεσμεύσεις πολιτικής και στους **πέντε βασικούς τομείς**:

– μείωση της γραφειοκρατίας

– βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ στις αγορές

– προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος και των δεξιοτήτων

---

1 http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/sme_policy.htm

2 Εαρινές οικονομικές προβλέψεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής 2007-2008.

3 Statistics in Focus, 24/2006, Eurostat.

– αναβάθμιση του αναπτυξιακού δυναμικού των ΜΜΕ

– ενίσχυση του διαλόγου και της διαβούλευσης με τα εμπλεκόμενα στις ΜΜΕ μέρη.

Κατά συνέπεια, οι ΜΜΕ έχουν πλέον ενταχθεί πλήρως στο πλαίσιο των κοινοτικών πολιτικών, όπως οι πολιτικές που προωθούν τον ανταγωνισμό, την έρευνα, τη συνοχή και την αγροτική ανάπτυξη. Τα συμφέροντα των ΜΜΕ έχουν επίσης ενσωματωθεί στο πλαίσιο πρόσφατων πρωτοβουλιών στους κλάδους της καινοτομίας[4] και των βιομηχανικών πολιτικών[5].

Η Επιτροπή έχει τοποθετήσει τις ΜΜΕ στο επίκεντρο βασικών **κοινοτικών προγραμμάτων δαπανών** για την περίοδο 2007-2013. Τα διαρθρωτικά ταμεία παραμένουν τα μεγαλύτερα κοινοτικά χρηματοδοτικά μέσα υπέρ των ΜΜΕ[6]. Περίπου 16-18% της συνολικής κατανομής για την πολιτική συνοχής που ανέρχεται σε 347,4 δισεκατομμύρια ευρώ προβλέπεται να δαπανηθεί για τις ΜΜΕ. Επιπλέον, το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ)[7] θα δαπανήσει έως 10 δισεκατομμύρια ευρώ για την υποστήριξη της δημιουργίας και της ανάπτυξης μη γεωργικών επιχειρήσεων στις αγροτικές περιοχές, της απόκτησης δεξιοτήτων και της κατάρτισης, καθώς και για τις ΜΜΕ στους τομείς της γεωργίας, της βιομηχανίας τροφίμων και της δασοκομίας.

Το έβδομο πρόγραμμα πλαίσιο έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης (ΠΠ7) περιλαμβάνει αρκετά κίνητρα για τη συμμετοχή των ΜΜΕ, συμπεριλαμβανομένου ενός αυξημένου υψηλού ποσοστού απόδοσης για δραστηριότητες έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης από 50% σε 70%. Το πρόγραμμα πλαίσιο για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία (ΠΑΚ)[8], με προϋπολογισμό περίπου 3,6 δις. ευρώ παρέχει καλύτερη πρόσβαση στη χρηματοδότηση για τις ΜΜΕ και στην υποστήριξη για την επιχειρηματικότητα, την καινοτομία, τις ΤΠΕ, καθώς και σε μια ευρύτερη καθιέρωση νέων και ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και στη βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης. Η Επιτροπή επίσης υποστηρίζει δυναμικά πρωτοβουλίες ώστε να καταστεί η εκπαίδευση και η κατάρτιση διαθέσιμη για όλους μέσω του προγράμματος για τη δια βίου μάθηση.

Επιπλέον, **τα συμπεράσματα του εαρινού ευρωπαϊκού συμβουλίου του 2006** ενίσχυσαν και συμπλήρωσαν την προσέγγιση της σύγχρονης πολιτικής για τις ΜΜΕ καλώντας τα κράτη μέλη να αποδεσμεύσουν το επιχειρηματικό δυναμικό της ΕΕ με την υλοποίηση των ακόλουθων πέντε δράσεων προτεραιότητας:

(1)	*Καθιέρωση ενιαίου φορέα εξυπηρέτησης για τη σύσταση εταιρείας με ταχύ και απλό τρόπο και μείωση του μέσου χρόνου σύστασης επιχείρησης σε μία εβδομάδα.*

4 Ανακοίνωση της Επιτροπής με τίτλο «Κάνοντας τη γνώση πράξη: μια στρατηγική καινοτομίας ευρείας βάσης για την ΕΕ» COM (2006) 502.

5 Ανακοίνωση της Επιτροπής με τίτλο «Ενδιάμεση εξέταση της βιομηχανικής πολιτικής: συνεισφορά στη στρατηγική της ΕΕ για την ανάπτυξη και την απασχόληση» COM (2007) 374.

6 http://ec.europa.eu/regional_policy/index_en.htm

7 Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1698/2005 του Συμβουλίου, της 20 Σεπτεμβρίου 2005.

8 http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/cip/index_en.htm

(2)	*Ενθάρρυνση του επιχειρηματικού πνεύματος, μεταξύ άλλων μέσω της επιχειρηματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης.*
(3)	*Για την πρόσληψη του πρώτου υπαλλήλου πρέπει να χρειάζεται επαφή με μία μόνο υπηρεσία της δημόσιας διοίκησης.*
(4)	*Η αρχή «σκέψου πρώτα σε μικρή κλίμακα» πρέπει να καθοδηγεί όλη τη σχετική νομοθεσία και να εφαρμόζεται συστηματικά.*
(5)	*Διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜΜΕ στις κρατικές προμήθειες.*

Η συντονισμένη ευρωπαϊκή ατζέντα για τη μεταρρύθμιση που καταρτίστηκε στο πλαίσιο της ανανεωμένης εταιρικής σχέσης της Λισσαβόνας για την ανάπτυξη και την απασχόληση ενθάρρυνε **περισσότερα κράτη μέλη να ενσωματώσουν τα συμφέροντα των ΜΜΕ στο πλαίσιο των διαδικασιών τους για τη χάραξη πολιτικής.** Αυτό επιτεύχθηκε με διάφορους τρόπους, όπως η δημιουργία συγκεκριμένου φορέα για την εκπροσώπηση των συμφερόντων των ΜΜΕ, η πιο εμπεριστατωμένη αξιολόγηση του αντίκτυπου της νομοθεσίας στις ΜΜΕ, οι συστηματικές διαβουλεύσεις με τις ΜΜΕ και μια σταδιακή βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Ο τακτικός **διάλογος με τα κράτη μέλη όσον αφορά την πολιτική για τις ΜΜΕ είχε ως αποτέλεσμα καλύτερη συμπληρωματικότητα** μεταξύ των εθνικών μέτρων και των μέτρων της ΕΕ. Η Επιτροπή παρείχε υποστήριξη στην εν λόγω διαδικασία με τη διευκόλυνση της αμοιβαίας μάθησης και της ανταλλαγής των βέλτιστων πρακτικών. Στο πλαίσιο της εκπόνησης ευρωπαϊκού χάρτη για τις μικρές επιχειρήσεις, η Επιτροπή έχει συλλέξει και έχει δημοσιεύσει στο διαδίκτυο περισσότερες από 250 ορθές πρακτικές από τα κράτη μέλη, π.χ. στους τομείς της βελτίωσης της πρόσβασης στο διαδίκτυο, της φορολογίας και της καλύτερης νομοθετικής ρύθμισης[9].

Ωστόσο, διαπιστώνεται η ανάγκη για περαιτέρω βελτίωση όσον αφορά την **ενσωμάτωση των πτυχών που αφορούν τις ΜΜΕ στο πλαίσιο των πολιτικών των κρατών μελών και της ΕΕ.**

Οι παράγραφοι που ακολουθούν παρουσιάζουν με περισσότερες λεπτομέρειες την πρόοδο που έχει συντελεστεί σε καθέναν από τους πέντε θεμελιώδεις τομείς της σύγχρονης πολιτικής για τις ΜΜΕ, συμπεριλαμβανομένων των δράσεων προτεραιότητας που καθόρισε το εαρινό ευρωπαϊκό συμβούλιο του 2006.

2.1. Μείωση της γραφειοκρατείας

Η Επιτροπή έχει προβεί σε σημαντικά βήματα όσον αφορά τη δημιουργία ενός **ρυθμιστικού περιβάλλοντος φιλικότερου προς τις ΜΜΕ**.

Για παράδειγμα, η αναθεώρηση των **κοινοτικών κανόνων για τις κρατικές ενισχύσεις** είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση σε 200.000 ευρώ του *ελάχιστου* κατώτατου ορίου κάτω του οποίου δεν είναι υποχρεωτική η δήλωση της ενίσχυσης[10].

---

9 http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/charter/gp/

10 Ένα διαφορετικό ελάχιστο κατώτατο όριο εφαρμόζεται σε ορισμένους τομείς όπως η αλιεία.

Οι νέοι κανόνες επίσης περιλαμβάνουν προτάσεις για την αύξηση της έντασης της ενίσχυσης προς τις ΜΜΕ, συγκεκριμένα για τις μικρές επιχειρήσεις. **Επιπλέον,** ένα νέο **κοινοτικό πλαίσιο κρατικών ενισχύσεων για την έρευνα και την καινοτομία**[11] εισάγει πιο ευέλικτους κανόνες για τις δαπάνες των ΜΜΕ που συνδέονται με τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας (ΔΠΙ) για την πρόσληψη προσωπικού υψηλής εξειδίκευσης και για την αξιολόγηση των υπηρεσιών υποστήριξης της καινοτομίας. Με αυτόν τον τρόπο επίσης καθίσταται ευκολότερο για τις ΜΜΕ να αποκτήσουν χρηματοδότηση για την έρευνα, την ανάπτυξη και την καινοτομία καθώς και να επωφεληθούν από τη μεταφορά τεχνολογίας.

Η Επιτροπή επίσης έχει δημοσιεύσει πρόταση οδηγίας του Συμβουλίου ώστε να επιτραπεί στα κράτη μέλη να απαλλάσσουν από το ΦΠΑ επιχειρήσεις με ετήσιο κύκλο εργασιών κατώτερο από 100.000 ευρώ και να θεσπίσουν **σύστημα ενιαίας εξυπηρέτησης για το ΦΠΑ** με στόχο να απλουστεύσει τις υποχρεώσεις που σχετίζονται με τον ΦΠΑ για τις επιχειρήσεις με εμπορικές συναλλαγές σε κράτος μέλος στο οποίο δεν είναι εγκατεστημένες. Επιπλέον, η πρόταση περιλαμβάνει απλουστευμένους κανόνες για την αξίωση επιστροφών ΦΠΑ σε άλλα κράτη μέλη με αποτέλεσμα τη μείωση της επιβάρυνσης για τις ΜΜΕ και την ενθάρρυνσή τους να αυξήσουν το ενδοκοινοτικό τους εμπόριο. Η Επιτροπή ασκεί πιέσεις για την εσπευσμένη έγκριση της εν λόγω οδηγίας και ορισμένα μέρη της πρότασης ενδέχεται να εγκριθούν έως τις 31 Δεκεμβρίου 2007.

Η Επιτροπή αξιολογεί τακτικά **τον αντίκτυπο κάθε μιας κοινοτικής νομοθετικής πράξης** με σκοπό τη μείωση του διοικητικού φόρτου για τις επιχειρήσεις και η νεοϊδρυθείσα επιτροπή εκτίμησης του αντίκτυπου έχει συμβάλλει στην απτή βελτίωση της συνολικής ποιότητας των αξιολογήσεων αντίκτυπου της Επιτροπής.

Παρά τις εν λόγω αξιοσημείωτες βελτιώσεις, πρέπει να γίνουν πολλά ακόμη ώστε να απελευθερωθούν οι ΜΜΕ από τον περιττό διοικητικό φόρτο και να απλουστευθούν περαιτέρω οι ρυθμιστικές απαιτήσεις. Κατά συνέπεια, η Επιτροπή θα συνεχίσει τις προσπάθειές της για την παρακολούθηση των δράσεων προτεραιότητας του εαρινούν ευρωπαϊκού συμβουλίου του 2006 με σκοπό να αναχθεί η αρχή «σκέψου πρώτα σε μικρή κλίμακα» σε καθοδηγητική αρχή στο πλαίσιο όλης της σχετικής νομοθεσίας, και να εξασφαλιστεί η συστηματική εφαρμογή της.

Στο θεματολόγιο της ΕΕ για τη **βελτίωση της νομοθεσίας** καθορίζεται ήδη ο στόχος για τη μείωση του διοικητικού φόρτου που προκύπτει απ' την κοινοτική νομοθεσία κατά 25% έως το 2012 σε αρκετούς τομείς προτεραιότητας. Ως πρώτο βήμα προς αυτή την κατεύθυνση, η Επιτροπή πρότεινε ήδη 10 ενέργειες ταχείας υλοποίησης σε τομείς όπου ενδέχεται να έχουν το μεγαλύτερο αντίκτυπο, όπως το εταιρικό δίκαιο και οι εργασιακές σχέσεις. Οι εν λόγω 10 ενέργειες ταχείας υλοποίησης που εγκρίθηκαν από το εαρινό συμβούλιο του 2007 θα κάνουν τη ζωή ευκολότερη για τις ΜΜΕ και ενδέχεται να εξοικονομίσουν έως 1,3 δισεκατομμύρια ευρώ σε διοικητικές δαπάνες.

Η Επιτροπή έχει πλήρη επίγνωση του γεγονότος ότι οι μικρές και οι μεσαίες επιχειρήσεις επιβαρύνονται με δυσανάλογο ρυθμιστικό και διοικητικό φόρτο σε σχέση με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Εκτιμάται ότι, όταν μια μεγάλη εταιρεία

---

[11] http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/oj/2006/c_323/c_32320061230en00010026.pdf

δαπανά 1 ευρώ ανά υπάλληλο λόγω ρυθμιστικού καθήκοντος, μια μικρή επιχείρηση ενδέχεται να πρέπει να δαπανήσει κατά μέσο όρο έως και 10 ευρώ[12]. Με σκοπό την ελάφρυνση του εν λόγω δυσανάλογου φόρτου για τις ΜΜΕ, η Επιτροπή άρχισε να υποβάλλει πρόταση για συγκεκριμένους κανόνες όσον αφορά τις πολύ μικρές και τις μικρές επιχειρήσεις. Η Επιτροπή και τα κράτη μέλη επιπλέον καλούνται να αποφύγουν την επιβολή λεπτομερών διοικητικών απαιτήσεων στις ΜΜΕ σε ευρωπαϊκό επίπεδο στις περιπτώσεις που το κρίνουν σκόπιμο, προσφέροντας τη δυνατότητα στα κράτη μέλη να επιτύχουν από κοινού καθορισμένους στόχους πολιτικής με μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα και με τα δικά τους μέσα, αντικατοπτρίζοντας καλύτερα τις συγκεκριμένες ανάγκες των ΜΜΕ στις υφιστάμενες τοπικές, περιφερειακές ή κρατικές περιστάσεις.

Τέλος, η Επιτροπή επικροτεί τη δέσμευση των κρατών μελών κατά το εαρινό συμβούλιο του 2007 για τη συμμετοχή τους στη μείωση του διοικητικού φόρτου, συγκεκριμένα, με στόχο να μειωθούν επίσης οι ισχύουσες απαιτήσεις λογοδοσίας και τεκμηρίωσης των ΜΜΕ σε εθνικό επίπεδο, ιδίως για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις.

2.2. Βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ στις αγορές

Σήμερα, το 18% των ΜΜΕ δραστηριοποιούνται διεθνώς και ακόμα λιγότερες εξάγουν τα προϊόντα τους στο εξωτερικό[13]. Επίσης, οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν εμπόδια σχετικά με την πρόσβαση στις αγορές δημοσίων συμβάσεων, στις διασυνοριακές πωλήσεις σε καταναλωτές ή στην εφαρμογή προτύπων. Συνεπώς, παραμένει η ζωτική η σημασία **της διευκόλυνσης της πρόσβασης των ΜΜΕ στις αγορές** και συγκεκριμένα στην εσωτερική αγορά.

Παρά τη θεμελιώδη αρχή της ελεύθερης κυκλοφορίας των αγαθών, πολλές εταιρείες εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν **τεχνικούς φραγμούς** κατά τις εξαγωγές σε άλλο κράτος μέλος, καθώς οι αρχές απαιτούν να προσαρμόζονται τα αγαθά που προέρχονται από άλλα κράτη μέλη στους **εθνικούς τεχνικούς κανόνες τους.** Κατά συνέπεια, η Επιτροπή υπέβαλε πρόταση κανονισμού βάση της οποίας θα απαιτείται από τις εθνικές αρχές που αρνούνται την πρόσβαση στην αγορά να τεκμηριώνουν δεόντως την απόφασή τους[14]. Έτσι, το βάρος της αντιμετώπισης των εν λόγω φραγμών θα μετατεθεί στις εθνικές αρχές και όχι στις εταιρείες.

Ένα ενοποιημένο δίκτυο υποστήριξης των επιχειρήσεων και της καινοτομίας συγκροτείται το 2007 και θα καταστεί πλήρως λειτουργικό το 2008, με σκοπό τη στήριξη των ΜΜΕ ώστε να επωφελούνται περισσότερο από τις ευκαιρίες της ενιαίας αγοράς. Προωθεί την εδραίωση εταιρικών σχέσεων μεταξύ των ΜΜΕ, τη μεσιτεία τεχνολογίας και την αναζήτηση εταίρων, τη διοργάνωση ανάδρασης από τις ΜΜΕ σχετικά με τη νομοθεσία και τα πρότυπα της ΕΕ καθώς και την υποστήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ. Το εν λόγω δίκτυο καλύπτει 2.000.000 ΜΜΕ μέσω περίπου 600 ευρωπαϊκών οργανώσεων επιχειρήσεων και καινοτομίας.

---

12 «Μοντέλα για τη μείωση του δυσανάλογου ρυθμιστικού φόρτου στις ΜΜΕ. Έκθεση της ομάδας εμπειρογνωμόνων», Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Μάιος 2007.

13 http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/analysis/doc/smes_observatory_2003_report4_en.pdf)

14 http://ec.europa.eu/enterprise/regulation/goods/mutrec_en.htm

Νέα οδηγία για τις υπηρεσίες[15] θα απελευθερώσει την παροχή **υπηρεσιών** που αντιστοιχούν σε 70% της προστιθέμενης αξίας της ΕΕ και έχουν σημαντικές δυνατότητες για την ενθάρρυνση της ανάπτυξης και της απασχόλησης. Θα διευκολύνει τις επιχειρήσεις στην παροχή υπηρεσιών και στη δημιουργία εγκαταστάσεων σε άλλες χώρες της ΕΕ με τη μείωση της γραφειοκρατίας και με την παροχή στήριξης σε ξένες επιχειρήσεις που επιθυμούν να κάνουν το ίδιο. Ομοίως, ένας ορισμένος βαθμός εναρμόνισης της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών θα μπορούσε επίσης να βοηθήσει τις ΜΜΕ να πωλούν τα προϊόντα τους στο εξωτερικό.

Η τυποποίηση διαδραματίζει θεμελιώδη ρόλο στην ενθάρρυνση της ανταγωνιστικότητας και της ανάπτυξης των ΜΜΕ, στην αναβάθμιση της ποιότητας των προϊόντων τους, καθώς και της εμπιστοσύνης των καταναλωτών. Κατά συνέπεια, η Επιτροπή αυξάνει την συγχρηματοδότησή της για να στηρίξει τη συμμετοχή των εμπειρογνωμόνων που εκπροσωπούν τα συμφέροντα των ΜΜΕ στο πλαίσιο της διαδικασίας κατάρτισης των ευρωπαϊκών προτύπων. Επίσης, η Επιτροπή υποστηρίζει πλήρως τις πρωτοβουλίες των ευρωπαϊκών οργανισμών τυποποίησης που αφορούν τις ΜΜΕ. Τέλος, στο πλαίσιο των εργασιών της για τα πρότυπα και την καινοτομία, η Επιτροπή εξετάζει τρόπους αναβάθμισης της δυναμικής των προτύπων ως προς την ενθάρρυνση της καινοτομίας από τις ΜΜΕ.

Οι οδηγίες για τις δημόσιες συμβάσεις παρέχουν πλαίσιο για την ενθάρρυνση ανταγωνιστικών αγορών δημοσίων συμβάσεων προς όφελος των ΜΜΕ. Σε συνέχεια του εαρινού Ευρωπαϊκού Συμβουλίου του 2006, η Επιτροπή έχει αναλάβει δράση για την ανάλυση των τρόπων με τους οποίους μπορούν να αξιοποιηθούν καλύτερα οι **αγορές δημοσίων συμβάσεων**, που καλύπτουν περίπου το 16% του ΑΕγχΠ της ΕΕ, με σκοπό την προώθηση της ανάπτυξης και της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ. Πρόσφατα διαπιστώθηκε ελαφρά βελτίωση όσον αφορά τη συμμετοχή των ΜΜΕ στις αγορές δημοσίων συμβάσεων τα τελευταία έτη, παρά το γεγονός ότι η εν λόγω τάση δεν είναι ομοιόμορφη σε ολόκληρη την ΕΕ.

Η Επιτροπή επίσης δημοσίευσε **πρακτικό οδηγό για την προώθηση της καινοτομίας**[16]. Τα κράτη μέλη θεσπίζουν μέτρα για την αύξηση της ευαισθητοποίησης των επιχειρήσεων σε ό,τι αφορά τις ευκαιρίες των δημοσίων συμβάσεων και για τη βελτίωση της πρόσβασης σε πληροφορίες για τις δημόσιες συμβάσεις. Ωστόσο, πολύ λίγες χώρες όπως το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ιταλία και η Γαλλία, έχουν ήδη θεσπίσει συγκεκριμένη στρατηγική για τη στήριξη των ΜΜΕ ώστε να συμμετέχουν στη διαδικασία δημοσίων συμβάσεων.

Τέλος, η ανανεωμένη στρατηγική της ΕΕ για την πρόσβαση στην αγορά τονίζει τις πολυμερείς προσπάθειες στήριξης των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων, συμπεριλαμβανομένων των ΜΜΕ, για την εξουδετέρωση των φραγμών που αντιμετωπίζουν κατά την **πρόσβαση σε αγορές τρίτων χωρών**[17]. Οι ενέργειες περιλαμβάνουν την εκπόνηση διατάξεων διευκόλυνσης του εμπορίου στο πλαίσιο μελλοντικών συμφωνιών ελεύθερων συναλλαγών (ΣΕΣ) και του ΠΟΕ, καθώς και διαλόγους με τρίτες χώρες για τη ρυθμιστική και βιομηχανική πολιτική με σκοπό την

---

15 Οδηγία 2006/123/ΕΚ της 12ης Δεκεμβρίου 2006.

16 http://ec.europa.eu/enterprise/innovation/documents_en.htm

17 «Η Ευρώπη στον κόσμο» η συμμετοχή της στον παγκόσμιο ανταγωνισμό» COM (2006) 567.

εξουδετέρωση ρυθμιστικών φραγμών στο εμπόριο. Επιπλέον, συγκεκριμένα μέτρα όπως οι εκστρατείες ενημέρωσης και αύξησης της ευαισθητοποίησης και οι εκδηλώσεις αναζήτησης εταίρων για τη διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜΜΕ στις αγορές των τρίτων χωρών, όπως η AL-INVEST, MEDINVEST και η PROINVEST, έχουν αποδειχθεί επιτυχείς και πρόκειται να συνεχιστούν.

2.3. Προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος

Τα **κράτη μέλη** έχουν επίσης καταβάλει σημαντικές προσπάθειες για την παράδοση, έως το τέλος του 2007 των **δράσεων προτεραιότητας της επιχειρηματικότητας** όπως ζητήθηκαν από το εαρινό Εαρινό Ευρωπαϊκό Συμβούλιο του 2006.

Οι περισσότερες χώρες έχουν θεσπίσει **ενιαία υπηρεσία εξυπηρέτησης** ή αντίστοιχη διευθέτηση για τη σύσταση εταιρείας, παρά το γεγονός ότι σε ορισμένες περιπτώσεις δεν καλύπτουν όλα τα είδη εταιρειών. Γενικά, οι χρόνοι καταχώρησης στα μητρώα έχουν βελτιωθεί και σε πολλά κράτη μέλη και περιφέρειες είναι πλέον δυνατή η καταχώρηση στα μητρώα μιαςεταιρεία εντός μιας εβδομάδας. Ωστόσο, υπάρχει ακόμα προοπτική και ανάγκη για μεγαλύτερη απλούστευση. Τέλος, η οδηγία για τις υπηρεσίες υποχρεώνει τα κράτη μέλη να συγκροτούν «ενιαία κέντρα εξυπηρέτησης» μέσω των οποίων οι πάροχοι υπηρεσιών μπορούν να ολοκληρώνουν όλες τις διατυπώσεις σε σχέση με τις δραστηριότητές τους.

Σε ό,τι αφορά την ανάπτυξη των **επιχειρηματικών δεξιοτήτων** μέσω της σχολικής εκπαίδευσης, η πλειονότητα των κρατών μελών έχει λάβει ορισμένα ορισμένα μέτρα στον τομέα αυτό. Ωστόσο, η πρόοδος είναι μάλλον αργή όσον αφορά τη ρητή ενσωμάτωση της ανάπτυξης επιχειρηματικού πνεύματος ως βασικής ικανότητας στα εθνικά (ή περιφερειακά) προγράμματα σπουδών της γενικής δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Αυτό έχει επιτευχθεί σε ορισμένα κράτη μέλη, ενώ άλλα αρχίζουν την εφαρμογή ή προγραμματίζουν μεταρρυθμίσεις προς την ίδια κατεύθυνση.

Από την πλευρά της, το Φεβρουάριο του 2006, η Επιτροπή ενέκρινε **ανακοίνωση για την προώθηση της επιχειρηματικής νοοτροπίας μέσω της εκπαίδευσης και της μάθησης**[18], με την παροχή παραδειγμάτων ορθών πρακτικών που συζητήθηκαν στη διάσκεψη του Όσλο για την επιχειρηματική εκπαίδευση. Επιπλέον, εκτιμάται ότι περισσότεροι από 200.000 μαθητές της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης συμμετέχουν σε προγράμματα κατάρτισης πρακτικών κατευθύνσεων που δρομολογούνται από την Επιτροπή και στα πλαίσια των οποίων διοικούν πολύ μικρές επιχειρήσεις ώστε να εξοικειωθούν με τις βασικές επιχειρηματικές έννοιες και δεξιότητες. Οι εν λόγω μαθητές έχουν τέσσερις φορές μεγαλύτερες πιθανότητες να συγκροτήσουν τη δική τους επιχείρηση σε σχέση με άλλους.

Μέχρι σήμερα, περίπου το ένα τρίτο των κρατών μελών φαίνεται να έχουν θεσπίσει **σύστημα ενιαίας εξυπηρέτησης για την πρόσληψη υπαλλήλων** (π.χ. σε συνδυασμό με υπηρεσίες ενιαίας εξυπηρέτησης για σύσταση επιχειρήσεων) ή να διαθέτουν διαδικασίες πρόσληψης που είναι τόσο απλές ώστε να μπορούν να θεωρηθούν ως ενιαία εξυπηρέτηση. Έχει επιτευχθεί πρόοδος όσον αφορά τη μείωση του αριθμού των διαδικασιών.

---

18 http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support_measures/training_education/commplan.htm

Τέλος, με σκοπό τη διασφάλιση των κατ' εκτίμηση 2,8 εκτατομμυρίων θέσεων εργασίας που διακυβεύονται μέσω της **μεταβίβασης επιχειρήσεων** ετησίως, η Επιτροπή προωθεί ορθές πρακτικές για τον τρόπο σχεδιασμού των υπηρεσιών που αφορούν την καθιέρωση επαφών μεταξύ των δυνητικών πωλητών και αγοραστών μεταβιβάσιμων επιχειρήσεων. Εκτός της ανακοίνωσης της Επιτροπής[19], αναπτύσσεται πιλοτική ενέργεια για την προώθηση των προγραμμάτων καθοδήγησης στα κράτη μέλη της ΕΕ με σκοπό την αναβάθμιση των γνώσεων και των βασικών ικανοτήτων που είναι ουσιώδεις για την επιτυχή μεταβίβαση της ιδιοκτησίας μιας επιχείρησης.

Η εικόνα των επιχειρηματιών και συγκεκριμένα η αντιμετώπιση του στίγματος που συνδέεται με την πτώχευση των επιχειρήσεων εξακολουθεί να αποτελεί θέμα ανησυχίας. Πολύ μικρός αριθμός επιχειρηματιών που πτώχευσαν επιχειρούν εκ νέου να συγκροτήσουν μια επιχείρηση παρά το γεγονός ότι συχνά διατηρούν προτίμηση για επιχειρηματικά εγχειρήματα. Ωστόσο, αυτοί που προβαίνουν σε νέα προσπάθεια ενδέχεται να ωφεληθούν από την προηγούμενη εμπειρία τους και έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες επιτυχίας. Ορισμένοι τομείς δράσης για την διευκόλυνση της νέας εκκίνησης έντιμων επιχειρηματιών που πτώχευσαν περιλαμβάνονται κατά συνέπεια στην ανακοίνωση της Επιτροπής «εξουδετέρωση του στίγματος της πτώχευσης της επιχείρησης – για μια πολιτική δεύτερης ευκαιρίας»[20].

Το ευρύ δυναμικό των **γυναικών επιχειρηματιών, των ηλικιωμένων επιχειρηματιών και επιχειρηματιών μελών εθνοτικών μειονοτήτων** δεν έχει ακόμη αξιοποιηθεί πλήρως.

2.4. Αναβάθμιση του αναπτυξιακού δυναμικού των ΜΜΕ με βιώσιμο τρόπο

Για να βελτιωθεί η **πρόσβαση των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση,** έχουν δεσμευθεί περισσότερα από 1 δισεκατομμύρια ευρώ για χρηματοδοτικά μέσα στο πλαίσιο του **προγράμματος πλαισίου για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία (ΠΑΚ)** για την περίοδο 2007-2013. Το εν λόγω ποσό θα παράσχει τη δυνατότητα στα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα να χορηγήσουν περίπου 30 δισεκατομμύρια ευρώ στο πλαίσιο της νέας χρηματοδότησης για τις ΜΜΕ καθώς κάθε ευρώ που δαπανάται από τον προϋπολογισμό της ΕΕ συμπληρώνεται με πόρους ιδιωτικών επενδύσεων, καθιστώντας έτσι δυνατό ένα σημαντικό αποτέλεσμα μόχλευσης. Κατά συνέπεια, από τους εν λόγω πόρους θα ωφεληθούν κατ' εκτίμηση 400.000 ΜΜΕ στην ΕΕ, από τις οποίες οι περισσότερες είναι πολύ μικρές ή μικρές επιχειρήσεις.

Σημαντικό μερίδιο των διαρθρωτικών ταμείων (2007-2013) θα δαπανηθεί για την υποστήριξη της δημιουργίας και της ανάπτυξης των ΜΜΕ, ιδίως για τη βελτίωση της καινοτομικής τους ικανότητας, καθώς και των επενδύσεών του σε ΕΤΑ και σε δεξιότητες. Προκειμένου να βελτιωθεί η διαθεσιμότητα βιώσιμης χρηματοδότησης για μικροεπιχειρήσεις και ΜΜΕ σε περιφερειακό επίπεδο, η Επιτροπή με την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (ΕΤΕπ) και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων (ΕΤΕ) δρομολόγησαν την **πρωτοβουλία JEREMIE**[21]**,** η οποία προσφέρει στα κράτη μέλη την επιλογή της αξιοποίησης πόρων από τα διαρθρωτικά ταμεία για

---

19 «Εφαρμογή του κοινοτικού προγράμματος της Λισσαβόνας για την ανάπτυξη και την απασχόληση: μεταβίβαση επιχειρήσεων – εξασφάλιση της συνέχειας με μια νέα αρχή» COM (2006)117.

20 COM (2007) 584.

21 http://ec.europa.eu/regional_policy/funds/2007/jjj/jeremie_en.htm

χρηματοπιστωτικά προϊόντα όπως το κεφάλαιο επιχειρηματικού κινδύνου, οι εγγυήσεις και η μικροχρηματοδότηση. Η Επιτροπή ενθαρρύνει τα κράτη μέλη να αξιοποιήσουν δυναμικά τις εν λόγω ευκαιρίες χρηματοδότησης.

Η Επιτροπή έχει επίσης ενθαρρύνει τον ενεργητικό **διάλογο και τη συνεργασία μεταξύ των τραπεζιτών και των ΜΜΕ** που είχε ως αποτέλεσμα τη βελτίωση της αμοιβαίας κατανόησης και τη μεγαλύτερη διαφάνεια. Το πέμπτο στρογγυλό τραπέζι τραπεζιτών και ΜΜΕ[22] κάλυψε θέματα διαφάνειας, καθώς και καινοτόμα χρηματοδοτικά εργαλεία όπως η ενδιάμεση χρηματοδότηση και η χρεωγράφηση των ΜΜΕ, γεγονός που θα καταστήσει ευκολότερη την πρόσβαση σε συμπληρωματικές πηγές χρηματοδότησης των ΜΜΕ. Τέλος, η Επιτροπή, μαζί με τα κράτη μέλη και τον κλάδο των ΜΜΕ, προσδιόρισε τα κύρια εμπόδια στην ανάπτυξη διασυνοριακών κεφαλαιαγορών με σκοπό την ενθάρρυνση της ανάπτυξης μιας πραγματικά ευρωπαϊκής **αγοράς κεφαλαίου επιχειρηματικού κινδύνου.**

Η πολιτική καινοτομίας της Επιτροπής και συγκεκριμένες ενέργειες υποστήριξης συνέβαλαν στην αύξηση της συμμετοχής των ΜΜΕ στην καινοτομία με την αντιμετώπιση των ανεπαρκειών της αγοράς και την προώθηση της συνεργασίας μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών. Η δρομολόγηση μίας νέας στρατηγικής για την καινοτομία με ευρεία βάση και με σχέδιο δράσης δέκα σημείων καλύπτει αρκετά βασικά ζητήματα για τις ΜΜΕ, συμπεριλαμβανομένων των δεξιοτήτων, της τυποποίησης και των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Επίσης, η Επιτροπή προωθεί ενεργητικά τις **πολιτικές των συμπράξεων** στα κράτη μέλη και εξασφαλίζει το συντονισμό των συμπράξεων σε επίπεδο ΕΕ ώστε να συμβάλλει στην ανάδειξη ευρωπαϊκών συμπράξεων παγκοσμίου επιπέδου.

Με σκοπό την περαιτέρω αναβάθμιση της **πρόσβασης στη χρηματοδότηση** για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις ή τις βιοτεχνίες, η Επιτροπή προωθεί την παροχή **μικροπιστώσεων** στην Ευρώπη. Επίσης δόθηκε μεγαλύτερη προσοχή στην ενίσχυση της πρόσβασης των ΜΜΕ στα ίδια κεφάλαια, ιδίως κατά την φάση ανάπτυξής τους. Οι επενδύσεις ιδίων κεφαλαίων στις ΜΜΕ δεν πρέπει να υστερούν, για παράδειγμα λόγω λιγότερο ευνοϊκής φορολογικής μεταχείρισης σε αντίθεση με άλλες πηγές κεφαλαίου.

Προκειμένου να αποφευχθεί ο αρνητικός αντίκτυπος στις ΜΜΕ και συγκεκριμένα στις βιοτεχνίες από την έλλειψη **εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού** και από την έλλειψη διαχειριστικών δεξιοτήτων, η Επιτροπή δρομολόγησε πιλοτική δράση για **πρόγραμμα ανταλλαγής τύπου ERASMUS** για τους ειδικευόμενους με σκοπό την ενθάρρυνσή τους να αποκτήσουν επαγγελματική εμπειρία σε άλλο κράτος μέλος. Η εν λόγω δράση βρίσκεται στο στάδιο της αξιολόγησης.

Οι δεξιότητες και οι ικανότητες έχουν ουσιώδη σημασία για τις ΜΜΕ και συγκεκριμένα για το τομέα της βιοτεχνίας. Η καλύτερη πρόβλεψη των μελλοντικών απαιτήσεων σε δεξιότητες εξακολουθεί να αποτελεί πρόκληση, καθώς οι ανάγκες σε δεξιότητες που προκύπτουν, οι μηχανισμοί ώθησης για την ανανέωση θέσεων εργασίας, και οι απαιτούμενες βελτιώσεις στο στρατηγικό σχεδιασμό των συστημάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης θα έχουν αντίκτυπο σε ευρύ φάσμα

[22] Βλ. τελική έκθεση στη διεύθυνση http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/financing/round_table.htm

βιομηχανικών δραστηριοτήτων. Με σκοπό τη διευκόλυνση της αξιοποίησης των ηλεκτρονικών δεξιοτήτων, ιδίως από τις ΜΜΕ, η Επιτροπή υπέβαλε νέο θεματολόγιο πολιτικής για τις ηλεκτρονικές δεξιότητες[23].

Τέλος, οι φιλόδοξοι περιβαλλοντικοί στόχοι για την αύξηση της ενεργειακής αποδοτικότητας και τη μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου κατά τουλάχιστον 20% έως το 2020 και η προώθηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας προϋποθέτουν τη διαμόρφωση ενός νέου επιχειρηματικού παραδείγματος. Η πρόκληση συνίσταται στην παροχή στήριξης στις ΜΜΕ ώστε να υιοθετήσουν πρότυπα βιώσιμης παραγωγής και επιχειρήσεων και ως εκ τούτου να εξελιχθούν οι ΜΜΕ σε δυναμικούς συντελεστές ώστε να μετατοπιστεί το βάρος της ευρωπαϊκής οικονομίας προς την παραγωγή και την κατανάλωση που είναι φιλικότερες με το περιβάλλον, ενώ παράλληλα θα μπορούν οι ΜΜΕ να εκμεταλλευτούν τα σχετικά οικονομικά οφέλη. Αυτό θα βασιστεί στην εμπειρία της υποστήριξης κοινωνικά υπεύθυνων πρακτικών μεταξύ των ΜΜΕ. Ως πρώτο στάδιο, η Επιτροπή προτείνει πρόγραμμα για την στήριξη των ΜΜΕ ώστε να εντάξουν τα περιβαλλοντικά θέματα στις διαδικασίες παραγωγής και τα προϊόντας τους να αποκτήσουν μεγαλύτερη συμμόρφωση με την περιβαλλοντική νομοθεσία[24]. Επιπλέον, τα προβλεπόμενα σχέδια δράσης για τη βιώσιμη βιομηχανική πολιτική και τη βιώσιμη κατανάλωση και παραγωγή επίσης θα συμβάλλουν στην προώθηση της ανταγωνιστικότητας και της βιωσιμότητας των ΜΜΕ.

2.5. Ενίσχυση της επικοινωνίας και της διαβούλευσης με τα εμπλεκόμενα μέρη στο πλαίσιο της πολιτικής για τις ΜΜΕ

Οι τακτικές συνεδριάσεις ενημέρωσης και συζήτησης με ευρωπαϊκούς οργανισμούς επιχειρήσεων υπό την προεδρία του εκπροσώπου για τις ΜΜΕ[25] αποτελούν φόρουμ για την τακτική ανταλλαγή πληροφοριών σχετικά με τις κύριες νομοθετικές και πολιτικές πρωτοβουλίες της Επιτροπής και τον αντίκτυπό τους στις ΜΜΕ. Αυτό συνέβαλε στην ενίσχυση του καθήκοντος εποπτείας του εκπροσώπου για τις ΜΜΕ, με την τροφοδότηση των ζητημάτων των ΜΜΕ στην ευρωπαϊκή διαδικασία για τη χάραξη πολιτικών και τη θέσπιση της νομοθεσίας σε πρώιμο στάδιο, προσφέροντας τη δυνατότητα στα εμπλεκόμενα μέρη να αποτελέσουν αναπόσπαστο μέρος της ευρωπαϊκής διαδικασίας χάραξης πολιτικής για τις ΜΜΕ.

Επιπλέον, σε ορισμένες **διασκέψεις εμπλεκόμενων μερών υψηλού επιπέδου** έχουν συγκεντρωθεί διάφοροι αντιπρόσωποι από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, τα κράτη μέλη και την επιχειρηματική κοινότητα, επεκτείνοντας τη δέσμευση όλων των βασικών συντελεστών για την εφαρμογή της σύγχρονης πολιτικής για τις ΜΜΕ. Η Επιτροπή επίσης ενθαρρύνει νέο διάλογο μεταξύ των αντιπροσώπων της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και των επιχειρήσεων, στο πλαίσιο του οποίου θα τεθούν συγκεκριμένα ζητήματα που αφορούν τις ΜΜΕ.

Τα «**Ευρωπαϊκά βραβεία επιχειρήσεων**», που διοργανώθηκαν για πρώτη φορά το 2006, συνέβαλαν στην αύξηση της ευαισθητοποίησης για το επιχειρηματικό πνεύμα και την πολιτική των ΜΜΕ και για τους ποικίλους και δημιουργικούς τρόπους με

---

23 Ηλεκτρονικές δεξιότητες για τον 21ο αιώνα: ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας, της ανάπτυξης και της απασχόλησης (2007-2010).

24 COM (2007) 379.

25 http://ec.europa.eu/enterprise/sme/envoy_en.htm

τους οποίους οι περιφέρειες ενθαρρύνουν, υποστηρίζουν και προωθούν τις μικρές επιχειρήσεις ώστε να επιτύχουν. Δεύτερη διοργάνωση των βραβείων θα πραγματοποιηθεί το Δεκέμβριο 2007 παράλληλα με την πορτογαλική προεδρία του Συμβουλίου. Τέλος, η νέα **διαδικτυακή πύλη για τις ΜΜΕ** της Επιτροπής (http://ec.europa.eu/enterprise/sme/) έχει διευκολύνει σημαντικά την πρόσβαση σε πληροφορίες για τις ΜΜΕ.

3. ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

Η σύγχρονη πολιτική για τις ΜΜΕ που δρομολογήθηκε το 2005 **άρχισε να αποφέρει καρπούς.** Μια συνεκτική, ολοκληρωμένη και προνοητική πολιτική για τις ΜΜΕ έχει δώσει υψηλή θέση στις ΜΜΕ στο πλαίσιο της ατζέντας ευρωπαϊκής και εθνικής μεταρρύθμισης και έχει αυξήσει τη δέσμευση των εμπλεκόμενων μερών σχετικά με κοινώς συμφωνημένους στόχους. Τόσο τα κράτη μέλη όσο και η Επιτροπή έχουν σημειώσει σημαντική πρόοδο ως προς την εφαρμογή μέτρων για τη δημιουργία ενός καλύτερου επιχειρηματικού περιβάλλοντος, την ενσωμάτωση **των θεμάτων ΜΜΕ σε κύριους τομείς πολιτικής** και την ενθάρρυνση περισσότερων ατόμων να γίνουν επιχειρηματίες.

Ως αποτέλεσμα έχει γίνει ευκολότερη η σύσταση εταιρείας, η επιχειρηματική εκπαίδευση εντάσσεται όλο και περισσότερο στα σχολικά προγράμματα σπουδών, διαπιστώνεται όλο και μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση σχετικά με το επιχειρηματικό πνεύμα και τα θέματα ΜΜΕ εντός της ΕΕ και η αρχή «σκέψου πρώτα σε μικρή κλίμακα» εντάσσεται στο πλαίσιο των κοινοτικών και των εθνικών πολιτικών. Ωστόσο, υπάρχουν ακόμα περιθώρια για βελτίωση, τόσο σε κοινοτικό επίπεδο όσο και εντός των κρατών μελών.

Η «κουλτούρα» βελτίωσης της νομοθετικής ρύθμισης έχει επίσης αρχίσει να ριζώνει σε ολόκληρη την ΕΕ. Τα θεσμικά όργανα πρέπει να ηγηθούν της προσπάθειας. Η Επιτροπή έχει προβεί σε σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο αναπτύσσει νέες προτάσεις και παρακολουθεί την εφαρμογή του υφιστάμενου κεκτημένου. Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο έχει επίσης αρχίσει να χρησιμοποιεί αξιολογήσεις αντίκτυπου αλλά το Συμβούλιο αναμένεται να αρχίσει να το χρησιμοποιεί ως εργαλείο εργασίας.

Ωστόσο, τα **οφέλη της βελτίωσης της νομοθετικής ρύθμισης πρέπει να διαπιστωθούν σε όλα τα επίπεδα.** Όλα τα κράτη μέλη συμφώνησαν να ορίσουν στόχους για τη μείωση των διοικητικών δαπανών κατά 25% έως το 2012. Για να μειωθεί ο φόρτος για τις ΜΜΕ που επηρεάζονται δυσανάλογα από τον εν λόγω φόρτο, πρέπει να υπάρχει προϋπόθεση ότι οι ΜΜΕ δεν θα καλύπτονται από διοικητικές απαιτήσεις της νομοθεσίας της ΕΕ, εκτός εάν διαπιστώνεται σαφής σχετική ανάγκη και το ζήτημα δεν μπορεί να αντιμετωπιστεί καλύτερα σε εθνικό, περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο. Όταν οι ΜΜΕ καλύπτονται από τη νομοθεσία της ΕΕ, πρέπει να προβλέπονται ειδικά μέτρα για τη στήριξή τους. Γενικότερα, η ΕΕ πρέπει να αναζητήσει τρόπους για την εξάλειψη των υφιστάμενων φραγμών, όταν το επιτρέπουν οι περιστάσεις.

Η Επιτροπή έχει εισακούσει σημαντικούς εμπλεκόμενους φορείς με σκοπό την περαιτέρω ανάπτυξη και την ενδυνάμωση της σύγχρονης πολιτικής για τις ΜΜΕ. Ανέλυσε τα αποτελέσματα πρόσφατων διασκέψεων υψηλού επιπέδου, ιδίως της 4ης

ευρωπαϊκής διάσκεψης βιοτεχνίας και μικρών επιχειρήσεων[26] και της διάσκεψης υψηλού επιπέδου για την πολιτική ΜΜΕ[27], εμπνεύστηκε από τις πρωτοβουλίες που εφαρμόστηκαν ή προτάθηκαν από τα κράτη μέλη και από πρόσφατες εκθέσεις άλλων θεσμικών οργάνων της ΕΕ.

Στόχος είναι πλέον η πλήρης απελευθέρωση των δυνατοτήτων ανάπτυξης και δημιουργίας θέσεων εργασίας των ΜΜΕ και η πλήρης αξιοποίηση των καινοτομικών τους ικανοτήτων. Η Επιτροπή είναι πεπεισμένη για την ανάγκη να δοθεί **ακόμη μεγαλύτερη έμφαση στις ΜΜΕ στο πλαίσιο του νέου κύκλου της Λισσαβόνας** 2008-2010. Θα ζητήσει τις απόψεις των μικρών επιχειρήσεων και των αντιπροσώπων τους καθώς εξετάζει το ενδεχόμενο εκπόνησης σχετικής πρωτοβουλίας («Small Business Act») για την Ευρώπη με σκοπό την υποβολή συγκεκριμένων προτάσεων για την περαιτέρω υποστήριξη των ΜΜΕ.

Με την νέα σειρά προτάσεων για τις ΜΜΕ στο πλαίσιο του επόμενου κύκλου της Λισσαβόνας, η Επιτροπή θα **λάβει υπόψη την ποικιλομορφία** της κοινότητας των ΜΜΕ: βιοτεχνίες και μικρές επιχειρήσεις, επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας και οικογενειακές ΜΜΕ, όλες δείχνουν δυνατότητες για την ενίσχυση της ευρωπαϊκής ανάπτυξης και λειτουργούν ως κινητήρια δύναμη για την καινοτομία, την τοπική ανάπτυξη, την κατάρτιση και την απασχόληση, ενώ ορισμένες φορές παρουσιάζουν ιδιαίτερα προβλήματα και ανάγκες.

Τέλος, είναι εξίσου σημαντικό τα κράτη μέλη επίσης να επιταχύνουν τις προσπάθειές τους και να δώσουν μεγαλύτερη προτεραιότητα στην πολιτική για τις ΜΜΕ στο πλαίσιο των εθνικών μεταρρυθμιστικών τους προγραμμάτων.

---

26 http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/craft/4th_conference.htm

27 Βρυξέλλες, 14 Σεπτεμβρίου 2007