

Πέμπτη, 5ης Φεβρουαρίου 2009

Ευάλωτα άτομα

54. ζητεί από την Επιτροπή να καθορίσει κοινά υποχρεωτικά πρότυπα για τον προσδιορισμό των ευάλωτων ατόμων, ιδίως των θυμάτων βασανιστηρίων ή σωματεμπορίας, των ατόμων που χρήζουν ειδικής ιατρικής θεραπείας, των εγκύων και των ανηλίκων·

55. εκτιμά ότι, λόγω της ιδιαίτερης κατάστασής του, κανένα ευάλωτο άτομο δεν πρέπει να τίθεται υπό διοικητική κράτηση, δεδομένου ότι τούτο έχει σοβαρές επιπτώσεις στην κατάσταση του·

56. παρακινεί τα κράτη μέλη να εξασφαλίσουν ειδική αρωγή στα ευάλωτα άτομα και στα θύματα βασανιστηρίων και σωματεμπορίας, και ειδικότερα ψυχολογική βοήθεια, προκειμένου να διασφαλίσουν την προστασία τους· ζητεί την ειδική κατάρτιση όλων των μελών του προσωπικού που έρχονται σε επαφή με ευάλωτα άτομα, περιλαμβανομένου του προσωπικού που είναι αρμόδιο για τις αιτήσεις ασύλου και της αστυνομίας·

Σύστημα του Δουβλίνου

57. ανησυχεί για την αύξηση του αριθμού των ατόμων που τίθενται υπό διοικητική κράτηση στο πλαίσιο του συστήματος του Δουβλίνου και για τη συστηματική σχεδόν προσφυγή ορισμένων κρατών μελών σε μέτρα στερητικά της ελευθερίας· επιθυμεί τα εν λόγω άτομα να μην τίθενται υπό διοικητική κράτηση εφόσον δεν έχει αποδειχθεί ούτε καταδειχθεί από το κράτος μέλος ο κίνδυνος διαφυγής τους·

58. αποδοκιμάζει το γεγονός ότι ορισμένα κράτη μέλη περιορίζουν την πρόσβαση των υπαγομένων στο σύστημα του Δουβλίνου ατόμων στις απαιτήσεις υποδοχής· ζητεί από την Επιτροπή να ορίσει ρητά ότι η οδηγία περί υποδοχής εφαρμόζεται και στα άτομα αυτά, έτσι ώστε να διασφαλίσει την άσκηση του συνόλου των δικαιωμάτων τους·

*
* *

59. αναθέτει στον Πρόεδρό του να διαβιβάσει το παρόν ψήφισμα στο Συμβούλιο και στην Επιτροπή, καθώς και στις κυβερνήσεις και στα κοινοβούλια των κρατών μελών.

Ενίσχυση του ρόλου των ευρωπαϊκών ΜΜΕ στο διεθνές εμπόριο

P6_TA(2009)0048

Ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 5ης Φεβρουαρίου 2009 σχετικά με την ενίσχυση του ρόλου των ευρωπαϊκών ΜΜΕ στο διεθνές εμπόριο (2008/2205(INI))

(2010/C 67 E/12)

Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο,

- έχοντας υπόψη τον Ευρωπαϊκό Χάρτη για τις Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις, ο οποίος εγκρίθηκε στο Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης στη Santa Maria da Feira στις 19 και 20 Ιουνίου 2000,
- έχοντας υπόψη τα συμπεράσματα της Προεδρίας του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη στρατηγική της Λισαβόνας, τα οποία εγκρίθηκαν στη Λισαβόνα στις 23 και 24 Μαρτίου 2000,
- έχοντας υπόψη τη σύσταση 2003/361/ΕΚ της Επιτροπής, της 6ης Μαΐου 2003, σχετικά με τον ορισμό των πολύ μικρών, των μικρών και των μεσαίων επιχειρήσεων ⁽¹⁾,
- έχοντας υπόψη την ανακοίνωση της Επιτροπής της 21ης Ιανουαρίου 2003 με τίτλο «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις στη διευρυνόμενη Ευρώπη» COM(2003)0026),

⁽¹⁾ ΕΕ L 124, 20.5.2003, σ. 36.

Πέμπτη, 5ης Φεβρουαρίου 2009

- έχοντας υπόψη την ανακοίνωση της Επιτροπής της 10ης Νοεμβρίου 2005 με τίτλο «Εφαρμογή του κοινοτικού προγράμματος της Λισαβόνας - Σύγχρονη πολιτική για τις ΜΜΕ με στόχο την τόνωση της ανάπτυξης και της απασχόλησης» (COM(2005)0551),
- έχοντας υπόψη την ανακοίνωση της Επιτροπής της 4ης Οκτωβρίου 2006 με θέμα «Η Ευρώπη στον κόσμο: η συμμετοχή της στον παγκόσμιο ανταγωνισμό - Συμβολή στη στρατηγική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ανάπτυξη και την απασχόληση» (COM(2006)0567),
- έχοντας υπόψη το ψήφισμά του της 22ας Μαΐου 2007 σχετικά με την Ευρώπη στον κόσμο: εξωτερικές πτυχές της ανταγωνιστικότητας ⁽¹⁾,
- έχοντας υπόψη την ανακοίνωση της Επιτροπής της 4ης Οκτωβρίου 2007 με τίτλο «Μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις – Βασικός παράγοντας για μεγαλύτερη ανάπτυξη και περισσότερες θέσεις απασχόλησης – Ενδιάμεση εξέταση της σύγχρονης πολιτικής για τις ΜΜΕ» (COM(2007)0592),
- έχοντας υπόψη την ανακοίνωση της Επιτροπής της 18ης Απριλίου 2007 με τίτλο «Η Ευρώπη στον κόσμο: ισχυρότερη εταιρική σχέση για την πρόσβαση στην αγορά για ευρωπαίους εξαγωγείς» COM(2007)0183),
- έχοντας υπόψη την έκθεση για τη δημόσια διαβούλευση σχετικά με τη στρατηγική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την πρόσβαση στην αγορά, η οποία υποβλήθηκε από την Επιτροπή (ΓΔ Εμπορίου) στις 28 Φεβρουαρίου 2007,
- έχοντας υπόψη την τελική έκθεση της ομάδας εμπειρογνομόνων για την υποστήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ (Final Report of the Expert Group on supporting the internationalisation of SMEs), που δημοσιεύτηκε από την Επιτροπή (ΓΔ Επιχειρήσεων και Εμπορίου, Προώθηση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ) τον Δεκέμβριο του 2007 ⁽²⁾,
- έχοντας υπόψη την ανακοίνωση της Επιτροπής της 25ης Ιουνίου 2008 με τίτλο «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις. Μια “Small Business Act” για την Ευρώπη» (COM(2008)0394),
- έχοντας υπόψη την ανακοίνωση της Επιτροπής της 6ης Δεκεμβρίου 2006 με τίτλο «Η Ευρώπη στον κόσμο: Τα μέσα εμπορικής άμυνας της Ευρώπης στην μεταβαλλόμενη παγκόσμια οικονομία. Πράσινη Βίβλος για δημόσια διαβούλευση» (COM(2006)0763),
- έχοντας υπόψη το ψήφισμά του της 28ης Σεπτεμβρίου 2006 σχετικά με τις οικονομικές και εμπορικές σχέσεις της ΕΕ με την Ινδία ⁽³⁾,
- έχοντας υπόψη το ψήφισμά του της 25ης Οκτωβρίου 2006 σχετικά με την ετήσια έκθεση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο για τις δραστηριότητες αντανάμπινγκ, αντεπιδοτήσεων και μέτρων διασφάλισης τρίτων χωρών κατά της Κοινότητας (2004) ⁽⁴⁾,
- έχοντας υπόψη το ψήφισμά του της 4ης Απριλίου 2006 σχετικά με την αξιολόγηση του Γύρου της Ντόχα μετά την υπουργική διάσκεψη του ΠΟΕ στο Χονγκ-Κονγκ ⁽⁵⁾,
- έχοντας υπόψη το ψήφισμά του της 12ης Οκτωβρίου 2006 σχετικά με τις οικονομικές και εμπορικές σχέσεις της ΕΕ με τη Mercosur ενόψει της σύναψης διαπεριφερειακής συμφωνίας σύνδεσης ⁽⁶⁾,
- έχοντας υπόψη το ψήφισμά του της 1ης Ιουνίου 2006 σχετικά με τις διατλαντικές οικονομικές σχέσεις ΕΕ-ΗΠΑ ⁽⁷⁾,
- έχοντας υπόψη το ψήφισμά του της 13ης Οκτωβρίου 2005 σχετικά με τις προοπτικές σύναψης εμπορικών σχέσεων μεταξύ της ΕΕ και της Κίνας ⁽⁸⁾,

⁽¹⁾ EE C 102 E, 24.4.2008, σ. 128.

⁽²⁾ http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support_measures/internationalisation/report_internat.pdf

⁽³⁾ EE C 306 E, 15.12.2006, σ. 400.

⁽⁴⁾ EE C 313 E, 20.12.2006, σ. 276.

⁽⁵⁾ EE C 293 E, 2.12.2006, σ. 155.

⁽⁶⁾ EE C 308 E, 16.12.2006, σ. 182.

⁽⁷⁾ EE C 298 E, 8.12.2006, σ. 235.

⁽⁸⁾ EE C 233 E, 28.9.2006, σ.103.

Πέμπτη, 5ης Φεβρουαρίου 2009

- έχοντας υπόψη το ψήφισμά του της 6ης Σεπτεμβρίου 2005 σχετικά με τα κλωστοϋφαντουργικά είδη και τα είδη ένδυσης μετά το 2005 ⁽¹⁾,
 - έχοντας υπόψη το έγγραφο εργασίας των υπηρεσιών της Επιτροπής της 14ης Νοεμβρίου 2006 που συνοδεύει την ανακοίνωση της Επιτροπής με τίτλο «Οικονομικές μεταρρυθμίσεις και ανταγωνιστικότητα: τα βασικά μηνύματα της έκθεσης για την ευρωπαϊκή ανταγωνιστικότητα 2006» (SEC(2006)1467),
 - έχοντας υπόψη τα συμπεράσματα της Προεδρίας του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου που πραγματοποιήθηκε στις Βρυξέλλες στις 23 και 24 Μαρτίου 2006 (7775/1/2006),
 - έχοντας υπόψη το ψήφισμά του της 15ης Μαρτίου 2006 σχετικά με τη συμβολή στο Εαρινό Ευρωπαϊκό Συμβούλιο του 2006 όσον αφορά τη Στρατηγική της Λισαβόνας ⁽²⁾,
 - έχοντας υπόψη τη δήλωση που εγκρίθηκε με κοινή συναίνεση στις 2 Δεκεμβρίου 2006 με αφορμή την ετήσια σύνοδο της κοινοβουλευτικής διάσκεψης για τον ΠΟΕ,
 - έχοντας υπόψη το ψήφισμά του της 24ης Απριλίου 2008 σχετικά με την πορεία προς μεταρρύθμιση του Παγκοσμίου Οργανισμού Εμπορίου ⁽³⁾,
 - έχοντας υπόψη το ψήφισμά του της 6ης Ιουλίου 2006 σχετικά με την αναγραφή της χώρας καταγωγής σε ορισμένα προϊόντα που εισάγονται από τρίτες χώρες («σήμανση καταγωγής») ⁽⁴⁾,
 - έχοντας υπόψη τα συμπεράσματα του Συμβουλίου Γενικών Υποθέσεων και Εξωτερικών Σχέσεων της 12ης Φεβρουαρίου 2007 σχετικά με τη ΣΔΣ του ΠΟΕ και τις ΜΜΕ,
 - έχοντας υπόψη το άρθρο 45 του Κανονισμού του,
 - έχοντας υπόψη την έκθεση της Επιτροπής Διεθνούς Εμπορίου και τις γνωμοδοτήσεις της Επιτροπής Βιομηχανίας, Έρευνας και Ενέργειας και της Επιτροπής Εσωτερικής Αγοράς και Προστασίας των Καταναλωτών (Α6-0001/2009),
- A. λαμβάνοντας υπόψη ότι οι ΜΜΕ της ΕΕ, που ορίζονται ως οι επιχειρήσεις που δεν υπερβαίνουν τους 250 υπαλλήλους και των οποίων ο κύκλος εργασιών δεν ξεπερνά τα 50 εκατομμύρια ευρώ, αντιπροσωπεύουν 23 εκατομμύρια επιχειρήσεις (99% του συνόλου) και 75 εκατομμύρια θέσεις εργασίας (70%) στην Ευρωπαϊκή Ένωση,
- B. λαμβάνοντας υπόψη ότι το 96% και πλέον των ΜΜΕ στην ΕΕ απασχολούν λιγότερους από 50 υπαλλήλους και ότι ο κύκλος εργασιών τους δεν υπερβαίνει τα 10 εκατομμύρια ευρώ, γεγονός το οποίο περιορίζει τις δυνατότητές τους για την εξαγωγή αγαθών και υπηρεσιών εκτός των εθνικών τους συνόρων λόγω των υψηλών παγίων δαπανών που συνεπάγονται οι διεθνείς εμπορικές δραστηριότητες,
- Γ. λαμβάνοντας υπόψη ότι οι διεθνείς επιδόσεις τους παρουσιάζουν επομένως διαρθρωτικές αδυναμίες, αν και το 8% των ΜΜΕ της Ευρωπαϊκής Ένωσης των 27 εξάγει εκτός των εθνικών του συνόρων και σχεδόν το 3% των ΜΜΕ θεωρεί την εξαγωγή αγαθών εκτός της ΕΕ προτεραιότητα· λαμβάνοντας υπόψη ότι, στον αντίποδα, οι 10 κορυφαίες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις πραγματοποιούν από μόνες τους το 96% των εξαγωγών και των άμεσων ξένων επενδύσεων (ΑΞΕ) της ΕΕ,
- Δ. λαμβάνοντας υπόψη ότι η προβλεπόμενη ανάπτυξη των τρίτων χώρων αναμένεται να είναι υψηλότερη σε σχέση με την αντίστοιχη ανάπτυξη της εσωτερικής αγοράς δημιουργώντας νέες ευκαιρίες για τις εξαγωγές των ΜΜΕ,
- Ε. λαμβάνοντας υπόψη ότι οι ΜΜΕ θα αντιμετωπίσουν πιο έντονο ανταγωνισμό στο εσωτερικό της ΕΕ από ανταγωνιστές τρίτων χωρών,

⁽¹⁾ ΕΕ C 193 E, 17.8.2006, σ. 110.

⁽²⁾ ΕΕ C 291 E, 30.11.2006, σ. 321.

⁽³⁾ Κείμενα που εγκρίθηκαν, P6_TA(2008)0180.

⁽⁴⁾ ΕΕ C 303 E, 13.12.2006, σ. 881.

Πέμπτη, 5ης Φεβρουαρίου 2009

- ΣΤ. λαμβάνοντας υπόψη ότι η ανοιχτή αγορά και ο ισότιμος ανταγωνισμός θα διασφαλίσουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις ευκαιρίες για τις ΜΜΕ στην παγκοσμιοποιημένη οικονομία,
- Ζ. εκτιμώντας ότι οι διεθνοποιημένες εταιρίες έχουν επιδείξει καλύτερη ικανότητα καινοτομίας· εκτιμώντας ότι η διεθνοποίηση και η καινοτομία συνιστούν καίριους παράγοντες της ανταγωνιστικότητας και της ανάπτυξης, οι οποίες είναι κρίσιμες για την επίτευξη των στόχων της Στρατηγικής της Λισαβόνας όσον αφορά την ανάπτυξη και την απασχόληση,
- Η. λαμβάνοντας υπόψη ότι η διεθνοποίηση αφενός μεν επιφέρει ανταγωνιστικότητα και ανάπτυξη, αφετέρου δε, συμβάλλει στην επέκταση των επιχειρήσεων και επομένως και της απασχόλησης, και ότι οι ΜΜΕ δημιουργούν το 80% των νέων θέσεων απασχόλησης στην ΕΕ,
- Θ. λαμβάνοντας υπόψη ότι οι ΜΜΕ οφείλουν να αντιμετωπίσουν συγκεκριμένα προβλήματα για να δρομολογήσουν τις διαδικασίες της διεθνοποίησής τους, όπως π.χ. την έλλειψη της διεθνούς πείρας, τις δυσχέρειες πρόσβασης στη χρηματοδότηση, την ανεπάρκεια εμπειρου ανθρώπινου δυναμικού, το πολύ περίπλοκο διεθνές κανονιστικό πλαίσιο και τις επιβαρύνει με δυσανάλογες δαπάνες και αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα για τη διεθνοποίησή τους,
- Ι. λαμβάνοντας υπόψη ότι οι ΜΜΕ που συμμετέχουν στο διεθνές εμπόριο είναι αυτές που πρόκειται να ανανεώσουν το οικονομικό τοπίο της ΕΕ και να γίνουν οι επόμενες μεγάλες επιχειρήσεις που χρειάζεται η Ευρωπαϊκή Ένωση για να επιτύχει το όριο του 3% του ΑΕγχΠ στην έρευνα και ανάπτυξη,
- ΙΑ. λαμβάνοντας υπόψη ότι οι ΜΜΕ της ΕΕ έχουν ζωτικό συμφέρον στις πιο κοντινές γεωγραφικά και πολιτισμικά αγορές, δηλαδή στις περιοχές που συνορεύουν με την Ευρωπαϊκή Ένωση, όπως π.χ. τα κράτη της Μεσογείου και των Δυτικών Βαλκανίων,
- ΙΒ. λαμβάνοντας υπόψη ότι η ανταγωνιστικότητα εξαρτάται μεταξύ άλλων από την ικανότητα διασφάλισης επαρκούς προστασίας για τις ΜΜΕ από τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, και λαμβάνοντας υπόψη ότι η βιοτεχνική παραγωγή αποτελεί σημαντικό τομέα για την οικονομική ανάπτυξη και την απασχόληση στην Ευρωπαϊκή Ένωση,

Το πολυμελές πλαίσιο και ο ΠΟΕ

1. τονίζει την ανάγκη να διασφαλιστεί ότι το σύστημα του ΠΟΕ λαμβάνει περισσότερο υπόψη τον ρόλο των ΜΜΕ και τα συμφέροντά τους· υπενθυμίζει ότι οι ΜΜΕ έχουν ανάγκη από σαφές και λειτουργικό νομοθετικό πλαίσιο·
2. καλεί την Επιτροπή να θεσπίσει στο πλαίσιο των διαπραγματεύσεων του ΠΟΕ απλοποιημένους κανόνες ειδικά για τις ΜΜΕ εντός των ζωνών ελεύθερων συναλλαγών, καθώς επίσης και ειδικές ρήτρες για τις ανάγκες των ΜΜΕ·
3. καλεί την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να αναθεωρήσουν τις προτεραιότητές τους στο πολυμελές πλαίσιο διευκολύνοντας την κατάργηση των δασμολογικών και μη δασμολογικών φραγμών, την προώθηση του διεθνούς εμπορίου με κατάλληλα μέτρα απλοποίησης και την κανονιστική εναρμόνιση·
4. θεωρεί απαραίτητο να καταστεί το σύστημα του διεθνούς εμπορίου λιγότερο δαπανηρό για τις ΜΜΕ και να εξεταστεί η δημιουργία ταχέος και οικονομικού συστήματος διατητηκών δικαστηρίων, το οποίο θα επιτρέπει στις ΜΜΕ να αποφεύγουν τις καθυστερήσεις και τις δυσκολίες που συνεπάγεται σε ορισμένες τρίτες χώρες διαφορά με τις τελωνειακές ή εμπορικές αρχές·

Πέμπτη, 5ης Φεβρουαρίου 2009

5. καλεί την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να προσπαθήσουν με όλες τους τις δυνάμεις για την επίτευξη πολυμερούς διεθνούς συμφωνίας για ζητήματα «Εμπορικής διευκόλυνσης», η οποία, μεταξύ άλλων, θα επιτρέπει στις ΜΜΕ της ΕΕ να εκμεταλλευθούν πλήρως την παγκοσμιοποίηση και το άνοιγμα των αγορών τρίτων χωρών·
6. υποστηρίζει συγκεκριμένα με ένθερμο τρόπο, στο πλαίσιο των διαπραγματεύσεων για τις διαδικασίες διευκόλυνσης του εμπορίου, τη μείωση του κόστους των τελωνειακών διαδικασιών, το οποίο μπορεί να ανέρχεται και στο 15% της αξίας των διακινούμενων αγαθών, μέσω της διαφάνειας και της απλοποίησης των διαδικασιών, της εναρμόνισης των διεθνών προτύπων, της αποτελεσματικής καταχώρισης της προέλευσης των αγαθών και του εκσυγχρονισμού των τελωνειακών ελέγχων·
7. υπογραμμίζει τη σημασία που έχει για τις ΜΜΕ η κατάληξη των διαπραγματεύσεων όλων των κεφαλαίων του Γύρου της Ντόχα·

Η ανακοίνωση για την «Ευρώπη στον κόσμο»

8. υποστηρίζει τις προσπάθειες της Επιτροπής για να αποκτήσει η ΕΕ γενική στρατηγική που θα καλύπτει όλες τις εξωτερικές πτυχές της ευρωπαϊκής ανταγωνιστικότητας και θα συμβάλλει στη διασφάλιση της επίτευξης των στόχων της Στρατηγικής της Λισαβόνας, αλλά σημειώνει μετά λύπης την απουσία ειδικών πρωτοβουλιών υπέρ των ΜΜΕ που εξασφαλίζουν τα 2/3 της απασχόλησης στην Ευρωπαϊκή Ένωση· καλεί την Επιτροπή και το Συμβούλιο να λάβουν χωρίς καθυστέρηση τα κατάλληλα μέτρα, θέτοντας φιλόδοξους, αλλά συγχρόνως ρεαλιστικούς στόχους για τη διασφάλιση των συμφερόντων των ΜΜΕ και παρέχοντας τα αναγκαία μέσα και πόρους για την υλοποίησή τους· εκτιμά τη σημασία αποτελεσματικού κανονισμού για τα εμπορικά εμπόδια γι' αυτό το σκοπό·
9. εκτιμά ότι η αμοιβαία εμπορική απελευθέρωση είναι αναγκαία για τις ΜΜΕ και έχοντας αυτό υπόψη φρονεί ότι η Επιτροπή θα πρέπει ανταποκριθεί χωρίς περιστροφές στις συγκεκριμένες δυσκολίες των ευρωπαϊκών ΜΜΕ σε ό,τι αφορά τις εξαγωγές, αποσαφηνίζοντας με ποια εθνικά ή ευρωπαϊκά μέσα θα μπορούσε η Ένωση να βοηθήσει τις ΜΜΕ για τη βελτίωση της απόδοσής τους στις παγκόσμιες αγορές·

Μεταρρύθμιση των μέσων εμπορικής άμυνας

10. χαιρετίζει την απόφαση της Επιτροπής να αποσύρει τις προτάσεις μεταρρύθμισης των μέσων εμπορικής άμυνας που υπέβαλε στην προαναφερθείσα Πράσινη Βίβλο για δημόσιες διαβουλεύσεις·
11. θεωρεί ότι η μεταρρύθμιση δεν θα ωφελούσε την εξωτερική ανταγωνιστικότητα της βιομηχανίας της ΕΕ, αλλά θα επέφερε περαιτέρω βαρύ πλήγμα στους βιομηχανικούς τομείς της ΕΕ που κινδυνεύουν από ξένα προϊόντα τα οποία επιδοτούνται παρανόμως ή πριμοδοτούνται από την πρακτική του ντάμπινγκ· τονίζει ότι το σύστημα των μέσων εμπορικής άμυνας πρέπει να συνεχίσει να αποτελεί οιονεί δικαστική διαδικασία που βασίζεται σε αντικειμενικές και πραγματικές εκτιμήσεις, έτσι ώστε να παρέχεται προβλεψιμότητα και νομική ασφάλεια·
12. θεωρεί ότι, ελλείψει διεθνώς αναγνωρισμένων κανόνων για τον ανταγωνισμό, το υφιστάμενο ευρωπαϊκό σύστημα μέσων εμπορικής άμυνας είναι η καλύτερη απάντηση για να διασφαλιστούν ισότιμοι όροι ανταγωνισμού για όλους τους παράγοντες, ειδικά για τις ΜΜΕ που υφίστανται σε μεγαλύτερο βαθμό τις στρεβλωτικές επιπτώσεις στο διεθνές εμπόριο·
13. υπογραμμίζει ότι το σύστημα των μέσων εμπορικής άμυνας χρησιμεύει για την προστασία των συμφερόντων των παραγωγών και των εργαζομένων από τις δυσλειτουργίες που προκαλούνται από το ντάμπινγκ ή από τις παράνομες επιδοτήσεις· δεδομένης της σημασίας των μέσων εμπορικής άμυνας, καλεί την Επιτροπή να αυξήσει τη διαφάνεια, την προβλεψιμότητα και την προσβασιμότητα της διαδικασίας των ερευνών, ιδιαίτερα για τις ΜΜΕ, και να επισπεύσει και να απλοποιήσει διαδικασίες·

Πέμπτη, 5ης Φεβρουαρίου 2009

14. συνιστά στην Επιτροπή και στα κράτη μέλη να αναλάβουν πρωτοβουλίες ενημέρωσης και κατάρτισης για τις ΜΜΕ προκειμένου να τις ενθαρρύνουν να κάνουν χρήση των μέσων εμπορικής άμυνας· θεωρεί ότι η Επιτροπή, διατηρώντας ουδέτερη στάση, πρέπει να παρέχει στοχευμένη βοήθεια στις ΜΜΕ στα διάφορα στάδια των ερευνών για την εμπορική άμυνα· εν προκειμένω, θεωρεί αναγκαίο να βελτιωθούν οι υπηρεσίες που παρέχονται από το κέντρο πληροφοριών των ΜΜΕ για τα μέσα εμπορικής άμυνας
15. εκφράζει τη λύπη του γιατί μικρός μόνον αριθμός ερευνών αφορούσε βιομηχανικούς τομείς με υψηλή συγκέντρωση ΜΜΕ· καλεί την Επιτροπή να λάβει χωρίς καθυστέρηση όλα τα αναγκαία για την τρέχουσα κατάσταση μέτρα, τα οποία θα μπορούσαν να διασφαλίσουν αποτελεσματικότερη προστασία των δικαιωμάτων των ΜΜΕ και την ευκολότερη πρόσβασή τους στις προστασίες που παρέχουν τα μέσα εμπορικής άμυνας·
16. θεωρεί για το σκοπό αυτό ότι η έννοια της «αναλογίας της συνολικής κοινοτικής παραγωγής» στον κανονισμό για τα εμπορικά εμπόδια ⁽¹⁾ προσφέρει ήδη δυνατότητες για την υποβολή καταγγελιών από τις ΜΜΕ, αλλά, ωστόσο, ζητεί από την Επιτροπή να διασφαλίσει ότι οι επαγγελματικές οργανώσεις όπου είναι περισσότερο παρούσες οι ΜΜΕ να μπορούν να εκπροσωπηθούν κατάλληλα ενώπιον της Επιτροπής χωρίς αλλαγή του υφιστάμενου κατωτάτου ορίου·
17. καλεί την Επιτροπή να αντιδράσει δρόντως και άμεσα κατά των τρίτων χωρών που χρησιμοποιούν αυθαίρετα τα μέσα εμπορικής άμυνας, ιδίως όταν τα εν λόγω μέτρα πλήττουν τις ΜΜΕ της ΕΕ·

Δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας και σήμανση καταγωγής

18. επισημαίνει ότι οι ΜΜΕ χρειάζονται ουσιαστική προστασία των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας, ως προϋπόθεση για την ανάπτυξη νέων τεχνολογιών, προκειμένου να είναι σε θέση να αναλαμβάνουν διεθνή δραστηριότητα· επισημαίνει, στο πλαίσιο αυτό, ότι το απλό και αποδοτικό σύστημα δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας αποτελεί βασικό μέσο για την προώθηση της διεθνοποίησης των ΜΜΕ·
19. εφιστά την προσοχή στο γεγονός ότι οι παραβιάσεις των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας που πλήττουν τις ΜΜΕ της ΕΕ έχουν αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια και ότι η παραποίηση/απομίμηση δεν αφορά μόνο τη μεγάλη βιομηχανία, αλλά και τις ΜΜΕ που έχουν καταφέρει να παράγουν ποιοτικά και ανταγωνιστικά προϊόντα και που υφίστανται τις σοβαρές συνέπειες της παραποίησης/απομίμησης, οι οποίες σε ορισμένες περιπτώσεις μπορούν να θέσουν σε κίνδυνο ακόμα και την επιβίωσή τους·
20. προτρέπει την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να αναλάβουν νέες δυναμικές πρωτοβουλίες για την πρόληψη και την καταστολή του φαινομένου της παραποίησης/απομίμησης τόσο με κατάλληλες εσωτερικές πολιτικές όσο και με διεθνείς πολυμερείς πρωτοβουλίες (όπως η συμφωνία ACTA – Anti Counterfeiting Trade Agreement) και διμερείς συμφωνίες (νέες συμφωνίες οικονομικής συνεργασίας με τρίτες χώρες)· υπογραμμίζει ότι, για τις ΜΜΕ, η προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων και των δικαιωμάτων των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας είναι εξίσου, αν όχι και περισσότερο, σημαντική από την προστασία των εμπορικών σημάτων και των πνευματικών δικαιωμάτων· ζητεί από την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να διασφαλίσουν ότι τα υψηλά πρότυπα προστασίας δεδομένων στην ΕΕ δεν παραβιάζονται από αυτά τα μέτρα·
21. προτρέπει την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να ενθαρρύνουν τις ΜΜΕ, προκειμένου να κάνουν χρήση των μέσων προστασίας του πλούτου των γνώσεών τους, όπως των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, για να προστατευθούν από φαινόμενα παραποίησης και απομίμησης·
22. προτρέπει επίσης την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να παρακολουθούν και να αντιδρούν σε περίπτωση παραβιάσεων των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας και να καλούν τους εμπορικούς τους εταίρους σε αυστηρότερη εφαρμογή της συμφωνίας TRIPS και των εθνικών νομοθεσιών που προστατεύουν την πνευματική ιδιοκτησία·

⁽¹⁾ Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 3286/94 του Συμβουλίου, της 22ας Δεκεμβρίου 1994, που καθορίζει κοινοτικές διαδικασίες στον τομέα της κοινής εμπορικής πολιτικής για να διασφαλιστεί η άσκηση των δικαιωμάτων της Κοινότητας στο πλαίσιο των κανόνων του διεθνούς εμπορίου, ιδίως αυτών που έχουν θεσπιστεί στο πλαίσιο του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (ΕΕ L 349, 31.12.1994, σ. 71).

Πέμπτη, 5ης Φεβρουαρίου 2009

23. καλεί την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να βελτιώσουν τον έλεγχο των εισαγωγών από τις τελωνειακές αρχές, προκειμένου να διασφαλιστεί πιο αποτελεσματικό επίπεδο προστασίας κατά των προϊόντων που παραβιάζουν τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας που κατέχουν οι εταιρείες της ΕΕ·

24. εκφράζει τη λύπη του για την καθυστερημένη θέσπιση του κοινοτικού συστήματος σήμανσης καταγωγής για ορισμένα αγαθά που προέρχονται από τρίτες χώρες (όπως υφάσματα και υποδήματα) ⁽¹⁾ και εκφράζει ανησυχία για αυτήν την κατάφωρη παράβαση των δικαιωμάτων των ευρωπαϊών καταναλωτών· καλεί την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να καταργήσουν χωρίς χρονοτριβή τα εμπόδια που έχουν παρεμβληθεί μέχρι σήμερα στην έναρξη ισχύος αυτής της νομοθεσίας και να αξιοποιήσουν την ευρωπαϊκή προέλευση αυτών των προϊόντων, την οποία συχνά οι καταναλωτές θεωρούν εγγύηση ποιότητας, ασφάλειας και τήρησης υψηλών προτύπων παραγωγής·

Στρατηγική πρόσβασης στις αγορές των τρίτων χωρών

25. υπενθυμίζει ότι η διευκόλυνση της πρόσβασης στις διεθνείς αγορές, ιδίως για τις ΜΜΕ, μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, στην προστασία και στην προστιθέμενη αξία των υπαρχουσών, στη διατήρηση και ανταλλαγή της τεχνογνωσίας και των ιδιαίτερων στοιχείων της βιομηχανίας της ΕΕ, προσφέροντας τη βάση σταθερής και βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης για τα κράτη μέλη·

26. χαιρετίζει τις προσπάθειες που καταβάλλει η Επιτροπή στον τομέα της πρόσβασης στις αγορές των τρίτων χωρών· καλεί την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να διασφαλίσουν την εύρυθμη λειτουργία των Ομάδων της ΕΕ για την Πρόσβαση στην Αγορά των τρίτων χωρών, ιδίως στις αναδυόμενες οικονομίες, εγκαθιδρύοντας για τον σκοπό αυτόν διάλογο με τις επαγγελματικές οργανώσεις·

27. καλεί την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να βελτιώσουν την ενημέρωση σχετικά με τις αγορές των τρίτων χωρών, δημιουργώντας, μεταξύ άλλων, ειδικές ενότητες για τις ΜΜΕ που θα αναβαθμίζουν τη Βάση Δεδομένων για την Πρόσβαση στην Αγορά, έτσι ώστε να επιτρέπεται η ευκολότερη πρόσβαση κυρίως για τους φορείς εκμετάλλευσης των ΜΜΕ·

28. καλεί την Επιτροπή να απλοποιήσει τη Βάση Δεδομένων για την Πρόσβαση στην Αγορά, καθιστώντας ευκολότερη την πρόσβαση για τις ΜΜΕ· καλεί επίσης την Επιτροπή να αναλάβει πρωτοβουλίες διαφήμισης της εν λόγω Βάσης Δεδομένων·

29. θεωρεί ότι θα πρέπει να ενισχυθούν οι Ομάδες για την Πρόσβαση στην Αγορά, που δημιούργησε η Επιτροπή στο πλαίσιο των αντιπροσωπειών της στις τρίτες χώρες και να δημιουργηθεί στο εσωτερικό τους κέντρο ειδικά για να παρακολουθεί τα προβλήματα που αφορούν τις ΜΜΕ, το οποίο θα επανδρώνεται από ειδικούς στον τομέα των επιχειρήσεων·

30. υποστηρίζει τη δημιουργία ευρωπαϊκών κέντρων επιχειρήσεων στις πρωτοπόρες αγορές της Ινδίας και της Κίνας που θα συνεργάζονται με τα εθνικά εμπορικά επιμελητήρια και τις αντιπροσωπείες των επιχειρήσεων, επιτρέποντας στις ΜΜΕ να βρίσκουν ικανούς εταίρους για την πρόσβασή τους σε αυτές τις τοπικές αγορές·

31. εκτιμά ότι η επιτυχία της στρατηγικής πρόσβασης στις αγορές εξαρτάται, μεταξύ άλλων, από τη στήριξη στον τομέα της ενημέρωσης και από την αύξηση των εξουσιών επιρροής των εθνικών εμπορικών επιμελητηρίων που βρίσκονται εκτός της ΕΕ· υποστηρίζει τα διμερή προγράμματα που ενθαρρύνουν την ειδική πρόσβαση των ΜΜΕ στις τρίτες αγορές, λαμβάνοντας υπόψη την επιτυχία που σημείωσε το AL INVEST (Λατινική Αμερική), το MEDINVEST (Μεσόγειος) και το PROINVEST (χώρες ΑΚΕ)·

32. επισημαίνει ότι η τυποποίηση μπορεί να οδηγήσει στην καινοτομία και στην ανταγωνιστικότητα διευκολύνοντας την πρόσβαση στις αγορές και καθιστώντας δυνατή τη διαλειτουργικότητα· προτρέπει την Επιτροπή να ενισχύσει την προώθηση των ευρωπαϊκών προτύπων διεθνώς·

⁽¹⁾ Πρόταση κανονισμού του Συμβουλίου για την αναφορά της χώρας προέλευσης σε ορισμένα προϊόντα που εισάγονται από τρίτες χώρες (COM(2005)0661).

Πέμπτη, 5ης Φεβρουαρίου 2009

Ευρωπαϊκή «Small Business Act», ανταγωνιστικότητα και διεθνές εμπόριο

33. χαιρετίζει την πρωτοβουλία Small Business Act της Επιτροπής ως σημαντική ευκαιρία για την αποτελεσματική προσαρμογή όλων των πολιτικών της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις ΜΜΕ· θεωρεί ότι για τον σκοπό αυτόν είναι αναγκαία η πλήρης συμμετοχή των κρατών μελών και των θεσμικών οργάνων, προκειμένου να εφαρμοστεί η αρχή «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις»·

34. σημειώνει ότι υπάρχουν ανταγωνιστικότερες ΜΜΕ της ΕΕ, οι οποίες κατέχουν εξέχουσα θέση παγκοσμίως σε πολύ εξειδικευμένες αγορές και αποτελούν επομένως κινητήρια δύναμη για την προώθηση της Στρατηγικής της Λισαβόνας·

35. εκτιμά ότι η διεθνοποίηση των ΜΜΕ είναι πρωταρχικός στόχος της εμπορικής πολιτικής και πρέπει να συνιστά ακρογωνιαίο λίθο της ευρωπαϊκής «Small Business Act», που αποτελεί το σταθερό, ενιαίο, δεσμευτικό και συνολικό πλαίσιο των κοινοτικών πολιτικών για τις ΜΜΕ·

36. θεωρεί ότι για να ενισχυθεί η παρουσία τους σε αγορές τρίτων χωρών, οι ΜΜΕ θα πρέπει να διαθέτουν αφοσιωμένους εργαζόμενους στην ιδέα της διεθνοποίησης, κάτι όμως που σπανίως συμβαίνει· καλεί την Επιτροπή και τα κράτη μέλη, για να ξεπεράσουν αυτό το εμπόδιο, να παράσχουν κίνητρα για τη δημιουργία εταιρειών παροχής υπηρεσιών για την υποστήριξη των ΜΜΕ στη διαδικασία διεθνοποίησης·

37. ενθαρρύνει την ενίσχυση όλων των πολιτικών καινοτομίας και δημιουργίας ΜΜΕ· υποστηρίζει τη δημιουργία ευρωπαϊκών πόλων ανταγωνιστικότητας που θα ενσωματώνουν τις ΜΜΕ, έχοντας έτσι τη δυνατότητα να αποκτήσουν σημαντικό μέγεθος για να αντιμετωπίσουν επαρκώς τον διεθνή ανταγωνισμό· υποστηρίζει, επίσης, την επέκταση και την ανανέωση των προγραμμάτων που επιτρέπουν στις ΜΜΕ να έχουν πρόσβαση στη χρηματοδότηση διεθνούς ανάπτυξης, καθώς και όλα τα μέτρα που αποσκοπούν στη μείωση του σταθερού κόστους λειτουργίας τους· υπενθυμίζει ότι, το συντομότερο δυνατόν, πρέπει να θεσπιστεί αφενός ενιαίο ευρωπαϊκό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, αφετέρου το καθεστώς της ευρωπαϊκής επιχείρησης για να διευκολυνθεί η μετάβαση στις εμπορικές συναλλαγές εκτός της κοινοτικής αγοράς·

38. θεωρεί τόσο την πολιτική και χρηματοδοτική στήριξη για την τόνωση της καινοτομίας ως προς τα προϊόντα και τις διαδικασίες, όσο και την ερευνητική συνεργασία και τη μεταφορά τεχνολογίας, τα καταλληλότερα μέσα για την αύξηση της παραγωγικότητας των ΜΜΕ, που αποτελεί τη βάση για κάθε επιτυχή στρατηγική διεθνοποίησης των ΜΜΕ·

39. θεωρεί ότι οι πολιτικές της εσωτερικής αγοράς θα πρέπει να εστιάζονται στην βελτίωση της κατάστασης των ΜΜΕ της ΕΕ δημιουργώντας φιλικό επιχειρηματικό περιβάλλον για τις ΜΜΕ και διασφαλίζοντας ότι οι ΜΜΕ μπορούν να ωφεληθούν πλήρως από τις ευκαιρίες που προσφέρει η εσωτερική αγορά· θεωρεί επιπλέον ότι, ενδεχομένως, αυτές οι πολιτικές θα ενισχύσουν επίσης τον διεθνή ρόλο των ΜΜΕ·

40. καλεί την Επιτροπή να εξετάσει πώς η εσωτερική αγορά μπορεί να βοηθήσει περαιτέρω τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις να ανταγωνίζονται διεθνώς·

41. χαιρετίζει τη σύμβαση που συνήφθη και υπεγράφη από την Επιτροπή για τη διεξαγωγή μελέτης για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ· θεωρεί ότι η μελέτη αυτή θα παράσχει λεπτομερή επισκόπηση του βαθμού διεθνοποίησης των ΜΜΕ της ΕΕ· ζητεί από την Επιτροπή να λάβει αποτελεσματικά μέτρα προκειμένου να διευκολύνει τις επιδόσεις των ΜΜΕ στον παγκοσμιοποιημένο κόσμο·

42. επισημαίνει τη σημασία των ειδικευμένων και καταρτισμένων επιχειρηματιών στην αντιμετώπιση των διεθνών προκλήσεων για τις επιχειρήσεις· ζητεί επομένως από την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να ενισχύσουν την παροχή προγραμμάτων κατάρτισης για επιχειρηματίες στο παγκοσμιοποιημένο επιχειρηματικό περιβάλλον (όπως το «Enterprise Europe Network» ή το σχέδιο «Gateway to China»)· ζητεί την ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ των ΜΜΕ και των πανεπιστημίων, προκειμένου να βελτιωθούν η έρευνα και η καινοτομία· καλεί την Επιτροπή να εξετάσει το ενδεχόμενο δημιουργίας ειδικού προγράμματος ανταλλαγών της ΕΕ για νέους επιχειρηματίες, βασισμένου στα προγράμματα Erasmus / Leonardo da Vinci·

Πέμπτη, 5ης Φεβρουαρίου 2009

43. εκφράζει την ικανοποίησή του για την οργάνωση «Ευρωπαϊκής Εβδομάδας ΜΜΕ» το Μάιο του 2009, και προτείνει να αξιοποιηθεί το γεγονός αυτό για την παροχή πληροφόρησης στις ΜΜΕ σχετικά με τρόπους ανάπτυξης των εξαγωγικών δραστηριοτήτων τους εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης·

Συμφωνίες ελεύθερων συναλλαγών

44. καλεί την Επιτροπή να αξιολογήσει με εντεινόμενο ενδιαφέρον τις επιπτώσεις που μπορεί να έχει η νέα γενιά συμφωνιών ελεύθερων συναλλαγών με τρίτες χώρες για τις ΜΜΕ της ΕΕ και να το λάβει υπόψη της στη φάση των διαπραγματεύσεων·

45. θεωρεί ότι η Επιτροπή θα πρέπει να στοχεύει στη σύναψη συμφωνιών ελεύθερων συναλλαγών ή άλλων εμπορικών συμφωνιών, οι οποίες είναι ευνοϊκές για το σύνολο της ευρωπαϊκής οικονομίας και τις ΜΜΕ ειδικότερα ή που προβλέπουν εμπορικές παραχωρήσεις του ίδιου επιπέδου, εξαιρώντας τις λιγότερο αναπτυγμένες χώρες·

46. εξαιρεί τη σημασία της προαγωγής των οικονομικών και εμπορικών σχέσεων μεταξύ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των τρίτων χωρών που είναι μέλη της Συμφωνίας Ελεύθερων Συναλλαγών της Κεντρικής Ευρώπης (CEFTA) και καλεί την Επιτροπή να δώσει ιδιαίτερη προσοχή σε ό,τι αφορά τις εμπορικές σχέσεις των ΜΜΕ με αυτές τις χώρες·

47. συνιστά στην Επιτροπή να διασφαλίσει τη συνεχή παρακολούθηση αυτών των συμφωνιών για να παρεμβαίνει άμεσα σε περίπτωση μη τήρησης των υποχρεώσεων που αναλαμβάνουν τα δύο μέρη·

48. εμμένει στη σημασία των γεωγραφικά πλησιέστερων αγορών για τις ΜΜΕ και καλεί την Επιτροπή να δώσει ιδιαίτερη προσοχή στις ΜΜΕ στις εμπορικές σχέσεις με τις χώρες αυτές· στο πλαίσιο αυτό, χαίρεται με ικανοποίηση την αναφορά στην Πρωτοβουλία Ανάπτυξης για την Επιχειρηματική Δραστηριότητα στη Μεσόγειο, στις Δηλώσεις της Διάσκεψης Κορυφής του Παρισιού της 13ης Ιουλίου 2008 σχετικά με την Ένωση για τη Μεσόγειο·

49. επισημαίνει τον σημαντικό ρόλο που διαδραματίζουν οι ΜΜΕ ως προς τη μεταφορά τεχνολογίας για την καταπολέμηση της αλλαγής του κλίματος και τη σημασία της ενεργού συμμετοχής των ΜΜΕ στην αναπτυξιακή βοήθεια·

Δημόσιες συμβάσεις

50. υπενθυμίζει ότι οι δημόσιες συμβάσεις αποτελούν έναν από τους πλέον υποσχόμενους τομείς για την ευρωπαϊκή οικονομία και τις ΜΜΕ ειδικότερα· εκφράζει ανησυχία για τους συνεχιζόμενους περιορισμούς που εφαρμόζουν πολλές τρίτες χώρες, οι οποίες αρνούνται στις επιχειρήσεις της ΕΕ ισότιμη πρόσβαση στις διαδικασίες ανάθεσης ή εφαρμόζουν συχνά αδιαφανή και μη δίκαια πρότυπα·

51. θεωρεί ότι οι ΜΜΕ της ΕΕ θα πρέπει να έχουν αντίστοιχο επίπεδο πλεονεκτημάτων και δυνατοτήτων σε ό,τι αφορά τις δημόσιες συμβάσεις στις κυριότερες βιομηχανικές χώρες (μεταξύ των οποίων οι Ηνωμένες Πολιτείες, ο Καναδάς και η Ιαπωνία) με το επίπεδο που απολαμβάνουν στο εσωτερικό της Ευρωπαϊκής Ένωσης· ως εκ τούτου, καλεί την Επιτροπή να διασφαλίσει ότι οι ευρωπαϊκές ΜΜΕ θα έχουν καλύτερη πρόσβαση στις αγορές των δημόσιων συμβάσεων στις τρίτες χώρες και θα απολαμβάνουν ίσους όρους ανταγωνισμού στον τομέα των δημόσιων συμβάσεων εφαρμόζοντας, αν κρίνεται απαραίτητο, την αρχή της αμοιβαιότητας·

52. θεωρεί ότι τα ίσα δικαιώματα για τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, και ειδικά τις ΜΜΕ, απαιτούν στοχευμένες και αποτελεσματικές δράσεις από την πλευρά της Ευρωπαϊκής Ένωσης·

Πέμπτη, 5ης Φεβρουαρίου 2009

53. καλεί την Επιτροπή να υποβάλει ρεαλιστικές και εποικοδομητικές προτάσεις ενόψει της μελλοντικής αναδιαπραγμάτευσης και ενίσχυσης της συμφωνίας του ΠΟΕ για τις δημόσιες συμβάσεις·

54. θεωρεί ότι οι δημόσιες συμβάσεις θα πρέπει να αποτελούν κεφάλαιο καίριας σημασίας σε όλες τις εμπορικές διμερείς και περιφερειακές διαπραγματεύσεις που διεξάγει η ΕΕ, έτσι ώστε να επιτευχθεί ισορροπημένο άνοιγμα αυτών των συμβάσεων·

55. χαιρετίζει με ικανοποίηση την πρόταση της Επιτροπής που περιέχεται στην ανακοίνωση «Η Ευρώπη στον κόσμο», για την εφαρμογή στοχευμένων περιορισμών στις ευρωπαϊκές συμβάσεις έναντι των χωρών που δεν παρέχουν πρόσβαση στις δικές τους δημόσιες συμβάσεις· καλεί την Επιτροπή να ενημερώσει το Κοινοβούλιο για τα αποτελέσματα που έχουν επιτευχθεί μέχρι τώρα και για τις πρωτοβουλίες που προτίθεται να αναλάβει για την επίτευξη καλύτερης πρόσβασης των ΜΜΕ της ΕΕ στις δημόσιες συμβάσεις των τρίτων χωρών·

Γεωργικά προϊόντα και γεωγραφικές ενδείξεις

56. υπενθυμίζει τη σημασία που έχει για τις ευρωπαϊκές ΜΜΕ η πρόσβαση στις γεωργικές αγορές και καλεί την Επιτροπή να μην «ξεπουλήσει» στο πλαίσιο των μελλοντικών πολυμερών και διμερών εμπορικών διαπραγματεύσεων τις εναπομένουσες δασμολογικές προστασίες που παρέχονται στον τομέα και να εξασφαλίσει, αντιθέτως, ότι τα ανταγωνιστικότερα και γνωστότερα ευρωπαϊκά γεωργικά προϊόντα δεν θα τίθενται σε μειονεκτική θέση από τις αθέμιτες αντιανταγωνιστικές πρακτικές που εφαρμόζουν άλλα μέλη του ΠΟΕ· θεωρεί ότι είναι απαραίτητο να σημειωθεί πρόοδος στον τομέα των γεωγραφικών ενδείξεων για ισόρροπη έκβαση των γεωργικών διαπραγματεύσεων στο πλαίσιο του Γύρου της Ντόχα, όσον αφορά τη γεωργία·

57. υποστηρίζει τις πρωτοβουλίες της Επιτροπής που αποβλέπουν στη δημιουργία σαφέστερου και πιο ισορροπημένου διεθνούς πλαισίου αναφοράς για θέματα γεωγραφικών ενδείξεων· θεωρεί απαράδεκτο να χρησιμοποιούνται αθέμιτα οι γεωγραφικές ονομασίες και ενδείξεις πολλών γεωργικών προϊόντων διατροφής εις βάρος κυρίως των ΜΜΕ της ΕΕ· παροτρύνει την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να παρέμβουν αποφασιστικά στις χώρες που χρησιμοποιούν αυτούς τους μη δασμολογικούς φραγμούς για να προστατεύσουν με αθέμιτα μέσα τις αγορές τους·

58. υποστηρίζει τη δημιουργία πολυμερούς διεθνούς μητρώου των γεωγραφικών ενδείξεων, το οποίο θα επιτρέπει στις ΜΜΕ να προστατεύουν με απλό και οικονομικό τρόπο τις γεωγραφικές τους ενδείξεις· θεωρεί αναγκαίο να συμπληρωθεί και να επεκταθεί ο κατάλογος των προστατευμένων γεωγραφικών ενδείξεων σε όλα τα προϊόντα της ΕΕ τα οποία, λόγω φύσεως, τόπου ή μεθόδου παραγωγής, παρέχουν στις ΜΜΕ της ΕΕ «συγκριτικό πλεονέκτημα» έναντι παρόμοιων προϊόντων από τρίτες χώρες·

59. παροτρύνει τα άλλα μέλη του ΠΟΕ να διασφαλίσουν πλήρη πρόσβαση στα προϊόντα της ΕΕ που προστατεύονται από γεωγραφικές ενδείξεις, αποσύροντας, εν ανάγκη, από την αγορά τα εγχώρια προϊόντα που χρησιμοποιούν αθέμιτα αυτές τις ονομασίες ή παρέχοντας πλήρη πρόσβαση σε προστατευόμενες από την ΕΕ γεωγραφικές ενδείξεις και προστατευόμενες ονομασίες καταγωγής που χρησιμοποιούνταν στο παρελθόν ή έχουν μετατραπεί σε κοινές ονομασίες·

Στήριξη για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ

60. θεωρεί ότι τα προγράμματα στήριξης για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ εθνικού ή περιφερειακού επιπέδου αποτελούν πολύ χρήσιμο εργαλείο και αποδίδουν καλά αποτελέσματα· ζητεί τη συνέχιση της συγχρηματοδότησής τους από πόρους του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης και τη διάθεση περισσότερων χρηματοδοτικών μέσων για προγράμματα συνεργασίας σε διακρατικό επίπεδο που θα αναπτύσσονται μεταξύ των κλαδικών ενώσεων, με στόχο αφενός τη στήριξη της εξαγωγικής ικανότητας και τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ, αφετέρου το από κοινού άνοιγμα νέων αγορών και την ανάπτυξη κοινών στρατηγικών διάθεσης στο εμπόριο στις τρίτες χώρες·

Πέμπτη, 5ης Φεβρουαρίου 2009

61. εμμένει στην αναγκαιότητα βελτίωσης της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση, ειδικά στις μικροπιστώσεις· πιστεύει ότι τα κοινοτικά μέσα, όπως το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων, το πρόγραμμα πλαίσιο για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία και η πρωτοβουλία κοινοί ευρωπαϊκοί πόροι για τις πολύ μικρές έως μεσαίες επιχειρήσεις (JEREMIE), μπορούν να συμβάλουν στη διαμόρφωση πιο ευνοϊκού πλαισίου για την πρόσβαση στη χρηματοδότηση των ΜΜΕ με προγράμματα διεθνοποίησης·

62. θεωρεί ότι πρέπει να ενθαρρύνεται η σύσταση κοινοπραξιών ή άλλων συμφωνιών εταιρικής σχέσης μεταξύ των ΜΜΕ ως στρατηγική διείσδυσης σε νέες αγορές, ανάπτυξης προγραμμάτων άμεσων επενδύσεων σε τρίτες χώρες και συμμετοχής σε προσκλήσεις για την ανάθεση δημοσίων συμβάσεων· ζητεί από την Επιτροπή να διαθέσει πόρους, ιδίως μέσω του στόχου της ευρωπαϊκής εδαφικής συνεργασίας, για την ενθάρρυνση της συνεργασίας σε διακρατικό επίπεδο μεταξύ των ΜΜΕ και της Ευρωπαϊκής Ένωσης·

Τελικές παρατηρήσεις

63. θεωρεί ότι η ανάπτυξη και η διεθνοποίηση των ΜΜΕ της ΕΕ απαιτεί την εκδήλωση ιδιαίτερου ενδιαφέροντος και υποστήριξης στο πλαίσιο της διαμόρφωσης της εμπορικής πολιτικής της ΕΕ·

64. καλεί την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να στηρίξουν πλήρως τις ΜΜΕ κατά την τρέχουσα χρηματοπιστωτική κρίση, μεριμνώντας ώστε να συνεχίσουν να έχουν πρόσβαση σε πιστώσεις για να ενισχύσουν την ανάπτυξή τους·

65. καλεί την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να συνεργαστούν με σκοπό τη διαμόρφωση συνεκτικής πολιτικής ευρείας εμβέλειας που θα επιτρέπει στις ΜΜΕ της ΕΕ να αναπτυχθούν αρμονικά και με ταχύτερους ρυθμούς και να κατακτήσουν νέες αγορές και, γενικότερα, να ενισχύσουν τις εξαγωγές τους και τη διεθνοποίησή τους·

66. ζητεί από την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να διασφαλίσουν μέσω κατάλληλης πολιτικής και οικονομικής υποστήριξης την ανάπτυξη των ΜΜΕ της ΕΕ, τόσο στον τομέα του εκσυγχρονισμού τους όσο και στην κατάρτιση των στελεχών και των εργαζομένων τους· για τον σκοπό αυτόν τονίζει με έμφαση τη σημασία της συνεχούς κατάρτισης του προσωπικού των ΜΜΕ, με τη δημιουργία ευνοϊκών συνθηκών για την ανάπτυξη αυτών των δραστηριοτήτων· εκτιμά ότι είναι απαραίτητο να αναλάβει η Ευρωπαϊκή Ένωση πλήρως την υπεράσπιση του πλούτου των γνώσεων, των παραδόσεων και της τεχνογνωσίας που κατόρθωσαν να διαφυλάξουν και να αξιοποιήσουν μέχρι σήμερα οι ΜΜΕ·

67. θεωρεί αναγκαία τη διασφάλιση καλύτερου συντονισμού τόσο στο εσωτερικό της Κοινότητας όσο και μεταξύ της Επιτροπής, των κρατών μελών και άλλων ενδιαφερομένων· ζητεί να ενημερώνεται εγκαίρως για κάθε μελλοντική πρωτοβουλία σχετικά με την εξωτερική ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ και να συμμετέχει στενά σε όλες τις μελλοντικές πρωτοβουλίες που θα θελήσει να αναλάβει η Ευρωπαϊκή Ένωση·

*
* *

68. αναθέτει στον Πρόεδρό του να διαβιβάσει το παρόν ψήφισμα στο Συμβούλιο, στην Επιτροπή, στις κυβερνήσεις και στα κοινοβούλια των κρατών μελών, στις κυβερνήσεις και στα κοινοβούλια των μελών του ΠΟΕ, καθώς και στον ΠΟΕ.
