



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ
ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Βρυξέλλες, 31.1.2013
COM(2013) 36 final

**ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΣΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ, ΤΟ
ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ
ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ**

ΧΑΡΑΞΗ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΔΡΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

(Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ)

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

1.	ΕΙΣΑΓΩΓΗ	2
2.	ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΤΗΣ ΕΝΙΑΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ ΛΙΑΝΙΚΗΣ	4
2.1	Αλλαγή στον κλάδο του λιανικού εμπορίου	4
2.2	Ο τομέας λιανικής πώλησης αντιμετωπίζει πολλαπλές προκλήσεις.....	5
2.3	Ενιαία αγορά λιανικής προς όφελος όλων των παραγόντων	5
3.	ΠΕΝΤΕ ΒΑΣΙΚΟΙ ΚΙΝΗΤΗΡΙΟΙ ΜΟΧΛΟΙ ΓΙΑ ΠΙΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	6
3.1	Ενδυνάμωση των καταναλωτών	7
3.1.1	Πληροφόρηση των καταναλωτών.....	8
3.1.2	Πιο βιώσιμες επιλογές των καταναλωτών	8
3.2	Πρόσβαση σε πιο ανταγωνιστικές υπηρεσίες λιανικού εμπορίου	9
3.2.1	Εμπορική εγκατάσταση.....	9
3.2.2	Ηλεκτρονικό εμπόριο.....	10
3.3	Ανάπτυξη μιας πιο ισορροπημένης αλυσίδας εφοδιασμού μεταξύ επιχειρήσεων τροφίμων και άλλων καταναλωτικών προϊόντων	12
3.3.1	Αντιμετώπιση των ΑθΕΠ.....	13
3.4	Ανάπτυξη μιας πιο βιώσιμης αλυσίδας εφοδιασμού λιανικής.....	13
3.4.1	Πιο βιώσιμη παραγωγή και κατανάλωση	13
3.4.2	Μείωση της σπατάλης τροφίμων	14
3.5	Ανάπτυξη πιο καινοτόμων λύσεων	15
3.5.1	Επισήμανση των προϊόντων.....	17
3.5.2	Ηλεκτρονικές πληρωμές	17
3.6	Δημιουργία καλύτερου εργασιακού περιβάλλοντος.....	19
3.6.1	Αναντιστοιχία δεξιοτήτων-αναγκών	20
3.6.2	Άτυπη οικονομία.....	21
3.7	Διεθνής διάσταση.....	22
4.	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: ΣΥΝΕΧΗΣ ΔΙΑΛΟΓΟΣ ΜΕ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....	23

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι υπηρεσίες λιανικής και χονδρικής, γνωστές επίσης ως διανεμητικό εμπόριο, αντιπροσωπεύουν το 11% του ΑΕΠ της ΕΕ και καλύπτουν σχεδόν το 15% της συνολικής απασχόλησης της ΕΕ. Πάνω από 6 εκατομμύρια εταιρείες, δηλαδή το 29% του συνόλου των επιχειρήσεων της ΕΕ, δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτόν. Ο τομέας των λιανικών πωλήσεων χαρακτηρίζεται από πολύ υψηλό μερίδιο των ΜΜΕ, ιδίως των πολύ μικρών επιχειρήσεων (πάνω από το 95%)¹. Οι υπηρεσίες λιανικής και χονδρικής συνδέονται στενά μεταξύ τους, καθώς και με άλλους οικονομικούς τομείς, όπως η γεωργία, η μεταποιητική βιομηχανία, οι υπηρεσίες ΤΠ, η ενέργεια, η εφοδιαστική και οι μεταφορές². Οι τομείς αυτοί καθίστανται όλο και πιο ολοκληρωμένοι, και η διάκριση μεταξύ τους είναι ολοένα και πιο δυσδιάκριτη, δεδομένου ότι ορισμένοι έμποροι λιανικής πώλησης ενεργούν πλέον επίσης ως έμποροι χονδρικής πώλησης, ή ακόμη και ως κατασκευαστές.

Οι τομείς λιανικής και χονδρικής διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην τόνωση της ανάπτυξης και τη δημιουργία θέσεων εργασίας στο πλαίσιο της στρατηγικής Ευρώπη 2020: περιλαμβάνονται στους βασικούς τομείς που μπορούν να είναι κινητήριες δυνάμεις για τη μετάβαση σε μια πιο βιώσιμη οικονομία και σε πιο βιώσιμα καταναλωτικά πρότυπα. Η αποτελεσματικότητα του τομέα αυτού έχει συνέπειες για τον ανταγωνισμό, την καινοτομία, τις τάσεις των τιμών και την ανταγωνιστικότητα.

Οι επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο, προσφέροντας στους καταναλωτές της ΕΕ πρόσβαση στην ενιαία αγορά. Ωστόσο, εξακολουθούν να παρεμβάλλονται εμπόδια που παρεμποδίζουν τη δημιουργία μιας αποτελεσματικής και ανταγωνιστικής ενιαίας αγοράς στον χώρο του λιανικού εμπορίου. Σύμφωνα με τον πίνακα αποτελεσμάτων για τις καταναλωτικές συνθήκες του Μαΐου 2012, η ενιαία αγορά λιανικής της ΕΕ «ακόμα απέχει πολύ από το να καταστεί πλήρως ολοκληρωμένη»³. Υπάρχουν επίσης διάφορα εμπόδια που παρακωλύουν διαδικασίες όπως οι διασυνοριακές προμήθειες ή η είσοδος στην αγορά από τους ίδιους τους λιανοπωλητές. Εμπόδια στην ανάπτυξη της ενιαίας αγοράς λιανικού εμπορίου εντοπίστηκαν από την Επιτροπή στην Έκθεση παρακολούθησης της αγοράς εμπορίου και διανομής⁴, την έκθεση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου με τίτλο «Προς μια πιο αποτελεσματική και πιο δίκαιη αγορά λιανικού εμπορίου»⁵ και τα εργαστήρια⁶ που διοργανώθηκαν από την Επιτροπή κατά τη διάρκεια της προετοιμασίας του παρόντος σχεδίου δράσης. Ενώ η οδηγία για τις υπηρεσίες⁷ και τα σχετικά μέτρα παρακολούθησης⁸

¹ Πηγή: Eurostat SBS (2010).

² Το παρόν σχέδιο δράσης περιλαμβάνει όλες τις διανεμητικές συναλλαγές (Τομέας Ζ της ταξινόμησης NACE αναθ. 2: NACE, όπου συμπεριλαμβάνεται η εμπορία και επισκευή αυτοκινήτων και το χονδρικό και λιανικό εμπόριο. Συνεπώς, ο τίτλος «Σχέδιο δράσης για το λιανικό εμπόριο» στοχεύει να έχει ευρύτερο πεδίο εφαρμογής από ό, τι το «λιανικό εμπόριο» υπό τη στενή έννοια του όρου.

³ http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/editions/docs/7th_edition_scoreboard_en.pdf.

⁴ Έκθεση παρακολούθησης της αγοράς εμπορίου και διανομής, «Προς μια πιο αποτελεσματική και πιο δίκαιη εσωτερική αγορά εμπορίου και διανομής για το 2020» (COM(2010) 355 τελικό, 5 Ιουλίου 2010).

⁵ Ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, της 5ης Ιουλίου 2011, σχετικά με μια πιο αποτελεσματική και πιο δίκαιη αγορά λιανικής (2010/2109(INI)).

⁶ Διοργανώθηκαν το πρώτο τρίμηνο του 2012 με εκπροσώπους των κυριότερων ενδιαφερόμενων μερών στην αλυσίδα εφοδιασμού του λιανικού εμπορίου (περιλήψεις των συνεδριάσεων διαθέσιμες στη διεύθυνση http://ec.europa.eu/internal_market/retail/index_en.htm).

⁷ Οδηγία 2006/123/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 12ης Δεκεμβρίου 2006, σχετικά με τις υπηρεσίες στην εσωτερική αγορά (ΕΕ L 376 της 27ης Δεκεμβρίου 2006, σ. 36).

καθορίζουν μια γενική στρατηγική στον τομέα των υπηρεσιών, το παρόν σχέδιο δράσης στοχεύει συγκεκριμένα στο λιανικό και χονδρικό εμπόριο. Παρέχει ένα χάρτη πορείας προς μια ενιαία αγορά λιανικού εμπορίου.

Τα σημεία συμφόρησης που έχουν εντοπιστεί στον τομέα του λιανικού εμπορίου – συχνά μεταξύ διαφόρων τομέων πολιτικής – θα πρέπει να αντιμετωπιστούν μέσω ενός συνεκτικού σχεδίου για την ενίσχυση των οικονομικών, των κοινωνικών και των περιβαλλοντικών επιδόσεων του τομέα, και θα πρέπει να διασφαλιστεί ότι θα συμβάλει πλήρως στην επίτευξη των στόχων της στρατηγικής «Ευρώπη 2020». Όπως έχει ήδη επισημανθεί στο πλαίσιο των ειδικών ανά χώρα συστάσεων (ΕΧΑ), που εξέδωσε το Συμβούλιο τον Ιούλιο του 2012, υπάρχουν δύο μεγάλες προκλήσεις στον τομέα των λιανικών πωλήσεων στην ΕΕ: i) περιορισμοί στην εγκατάσταση και γενικότερα, ii) έλλειψη ανταγωνιστικότητας στον τομέα της λιανικής, ιδίως σε ορισμένα κράτη μέλη, καθώς και ανάγκη μείωσης των φραγμών και μείωσης των λειτουργικών περιορισμών.

Το παρόν σχέδιο δράσης αποσκοπεί στην αντιμετώπιση των προαναφερόμενων βασικών εμποδίων για την επίτευξη μιας ενιαίας αγοράς λιανικής, με τη χάραξη στρατηγικής για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τομέα του λιανικού εμπορίου και την ενίσχυση των οικονομικών, περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιδόσεων του τομέα. Οι στρατηγικοί του στόχοι δεν μπορούν, ωστόσο, να επιτευχθούν μόνο με δράσεις που αποφασίζονται σε ανώτερο επίπεδο, αλλά θα απαιτηθεί η ενεργή συνεργασία και η πρωτοβουλία του τομέα του λιανικού εμπορίου. Για παράδειγμα, η ευθύνη για επενδύσεις σε δεξιότητες θα πρέπει να μοιράζεται, και ο τομέας του λιανικού εμπορίου πρέπει να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στο θέμα αυτό, παράλληλα με τις κυβερνήσεις, τα άτομα και τον εκπαιδευτικό τομέα.

Οι ευρωπαϊκές υπηρεσίες λιανικής παρουσιάζουν μια πολύμορφη και σύνθετη εικόνα. Ως εκ τούτου, δεν υπάρχει λύση ή προσέγγιση «ενιαίου μεγέθους» για τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν. Η ποικιλομορφία του τομέα λιανικής πώλησης περιλαμβάνει διαφορές όσον αφορά το είδος των παρόχων (ΜΜΕ ή μεγάλες εταιρείες), την οργάνωση (ομάδες ανεξάρτητων εμπόρων λιανικής, συνεταιρισμοί, εταιρείες, κ.λπ.), τα μεγέθη των καταστημάτων, τους μορφότευπους, τις σειρές προϊόντων, τις αλυσίδες εφοδιασμού, τις τοποθεσίες, τα επιχειρηματικά μοντέλα, τα επίπεδα κάθετης ολοκλήρωσης, τις δομές ιδιοκτησίας και το μέγεθος των δραστηριοτήτων.

Τα επίπεδα παραγωγικότητας στον τομέα του διανεμητικού εμπορίου χρειάζεται να βελτιωθούν στην Ευρώπη, με παράλληλη διατήρηση της ποιότητας των θέσεων εργασίας και των τρεχόντων επιπέδων απασχόλησης. Οι μικροεπιχειρήσεις και οι ΜΜΕ συνεισφέρουν ένα σχετικά μεγάλο ποσοστό της προστιθέμενης αξίας στην ΕΕ, και γι' αυτόν τον λόγο θα πρέπει να γίνουν ενέργειες που θα τονώσουν ακόμη περισσότερο την παραγωγικότητα, ώστε να αποφέρει μεγαλύτερη ανάπτυξη και περισσότερες θέσεις εργασίας στην ΕΕ. Ορισμένα από τα μέτρα που προτείνονται στο παρόν σχέδιο δράσης (π.χ. το μέτρο για την επισήμανση) θα βοηθήσουν τις εταιρείες να ανακατανείμουν πόρους στις δραστηριότητες που δημιουργούν πραγματική ανάπτυξη, προωθώντας έτσι την παραγωγικότητά τους. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τις ΜΜΕ, οι οποίες συχνά είναι αναγκασμένες να αφιερώνουν μεγάλο ποσοστό των ανθρώπινων και οικονομικών πόρων τους για τη συλλογή πληροφοριών, ιδίως σχετικά με

⁸ Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας για τις υπηρεσίες: «Η εταιρική σχέση για τη νέα ανάπτυξη στον τομέα των υπηρεσιών 2012-2015» (COM(2012) 261 τελικό της 8ης Ιουνίου 2012)· επίσης, έγγραφα εργασίας των υπηρεσιών της Επιτροπής (2012) 146 τελικό, 147 τελικό και 148 τελικό της 8ης Ιουνίου 2012.

τους κανόνες που ισχύουν σε άλλα κράτη μέλη. Ορισμένα από τα μέτρα που προτείνονται στο παρόν σχέδιο δράσης (π.χ., το μέτρο για τις ηλεκτρονικές πληρωμές) θα ενθαρρύνει τις πωλήσεις εξ αποστάσεως μέσω του Διαδικτύου και, κατά συνέπεια, θα δημιουργήσει ευκαιρίες, ιδίως για τις ΜΜΕ, να διευρύνουν την καταναλωτική βάση τους, πιθανώς πέραν των εθνικών συνόρων. Θα επιτρέψουν επίσης την επίτευξη των στόχων που καθορίζονται στην ανακοίνωση «Ψηφιακό θεματολόγιο για την Ευρώπη»⁹ και το «Σχέδιο δράσης για το ηλεκτρονικό εμπόριο»¹⁰.

2. ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΤΗΣ ΕΝΙΑΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ ΛΙΑΝΙΚΗΣ

Κατά τις τελευταίες δεκαετίες, ο τομέας του λιανικού εμπορίου της ΕΕ είχε υποστεί ριζικές αλλαγές, και σήμερα αντιμετωπίζει πολλές προκλήσεις, οι οποίες παρεμποδίζουν την ικανότητα του τομέα να συμβάλει πλήρως στην επίτευξη των στόχων της στρατηγικής «Ευρώπη 2020» για την ανάπτυξη και την απασχόληση.

Επομένως, έχει ουσιαστική σημασία να προταθεί μια στρατηγική για την ολοκλήρωση μιας ομαλά λειτουργούσας ενιαίας αγοράς λιανικής, συμβάλλοντας έτσι στην εδαφική και κοινωνική συνοχή της ΕΕ – μέσω της βελτιωμένης πρόσβασης σε πιο βιώσιμες και ανταγωνιστικές λιανικές υπηρεσίες. Μια τέτοια στρατηγική θα συμβάλει σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη και θα δώσει τη δυνατότητα στους εμπόρους λιανικής να προσφέρουν ακόμη μεγαλύτερη αξία στους ευρωπαίους καταναλωτές.

2.1 Αλλαγή στον κλάδο του λιανικού εμπορίου

Κατά τις δύο τελευταίες δεκαετίες, ο εκσυγχρονισμός της οικονομίας της ΕΕ προκάλεσε πολλές αλλαγές στο λιανικό εμπόριο. Εμφανίστηκαν δίκτυα καταστημάτων που πωλούν πολλαπλές σειρές προϊόντων. Η κάθετη ολοκλήρωση επέτρεψε στους λιανοπωλητές να επωφεληθούν από την αύξηση της αποτελεσματικότητας στη διανομή και στην εφοδιαστική. Οι μεγάλοι λιανοπωλητές έχουν επιτύχει σημαντικές οικονομίες κλίμακας κατά τη διαδικασία της αγοράς εμπορευμάτων, αυξάνοντας τη διαπραγματευτική τους ισχύ έναντι των προμηθευτών. Τα συγκεντρωτικά συστήματα προμηθειών έχουν οδηγήσει σε σταδιακή διεθνοποίηση του εφοδιασμού, τόσο στο εσωτερικό της ΕΕ όσο και κατά την αγορά εμπορευμάτων από τρίτες χώρες. Έχουν δημιουργηθεί συμμαχίες για από κοινού προμήθειες, καθώς και ομάδες ανεξάρτητων ΜΜΕ λιανικού εμπορίου, προκειμένου να συγκεντρώσουν την εμπειρογνομοσύνη τους και να επωφελούνται από τις οικονομίες κλίμακας. Τέλος, η επιδίωξη των λιανοπωλητών να ανταποκρίνονται καλύτερα στη ζήτηση από πλευράς των καταναλωτών είχε ως αποτέλεσμα να αυξήσουν τον έλεγχό τους επί της αλυσίδας εφοδιασμού (π.χ. μέσω προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας)¹¹.

Από κοινού, οι αλλαγές αυτές οδήγησαν σε αύξηση του αριθμού των σημείων πώλησης, των μορφοτύπων και των σειρών προϊόντων, και σε σχετική μείωση των τιμών τελικού

⁹ Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών, με τίτλο «Ψηφιακό θεματολόγιο για την Ευρώπη» (COM(2010) 245 τελικό, της 26ης Αυγούστου 2010).

¹⁰ Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών, με τίτλο «Ένα συνεκτικό πλαίσιο για την ενίσχυση της εμπιστοσύνης στην ενιαία ψηφιακή αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου και διαδικτυακών υπηρεσιών» (COM(2011) 942 τελικό της 11ης Ιανουαρίου 2012, επίσης γνωστό ως Σχέδιο δράσης για το ηλεκτρονικό εμπόριο).

¹¹ Έγγραφο εργασίας των υπηρεσιών της Επιτροπής που συνοδεύει την έκθεση παρακολούθησης της αγοράς εμπορίου και διανομής (SEC(2010) 807), σ. 11.

καταναλωτή. Ωστόσο, η αύξηση του ανταγωνισμού και η άσκηση πιέσεων στα περιθώρια κέρδους ανάγκασαν επίσης πολλά μικρά ανεξάρτητα καταστήματα και ΜΜΕ παραγωγούς/προμηθευτές να εγκαταλείψουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Η αυξημένη πίεση στις συνθήκες εργασίας δεν είχε αναγκαστικά ως αποτέλεσμα μόνο πλεονεκτήματα για τους καταναλωτές, και ενίοτε οδηγεί ακόμη και σε αύξηση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος της ΕΕ.

2.2 Ο τομέας λιανικής πώλησης αντιμετωπίζει πολλαπλές προκλήσεις

Επί του παρόντος, οι λιανοπωλητές αντιμετωπίζουν ποικίλες προκλήσεις, οι οποίες εξαρτώνται από το μέγεθός τους και τους τομείς της δραστηριότητάς τους. Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου επίσης ασκεί πίεση στον τομέα λιανικού εμπορίου να επανεφεύρει τα επιχειρηματικά μοντέλα του. Επιπλέον, η ασάφεια των ορίων μεταξύ των τομέων (η εμβέλεια των λιανικών υπηρεσιών εξακολουθεί να διευρύνεται με τη συνεχή προσθήκη νέων προϊόντων και υπηρεσιών, όπως οι χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, οι υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών και ταξιδιών, οι υπηρεσίες κοινής ωφελείας κ.λπ.) σημαίνει ότι τα επιχειρηματικά μοντέλα γίνονται όλο και πιο πολύπλευρα. Παγκόσμια φαινόμενα, όπως οι συνέπειες της χρηματοπιστωτικής κρίσης για την αγοραστική δύναμη των καταναλωτών, η αύξηση των τιμών των βασικών προϊόντων, οι δημογραφικές τάσεις, ιδίως η γήρανση του πληθυσμού της ΕΕ, και οι προσπάθειες που καταβάλλονται για την αειφορία, θέτουν προκλήσεις για τη λειτουργία των υφιστάμενων επιχειρηματικών μοντέλων και διαδικασιών.

Όπως εξηγείται ανωτέρω, οι προκλήσεις στον τομέα του λιανικού εμπορίου μπορεί να είναι διαφορετικές για διάφορους τύπους λιανικού εμπορίου και μπορεί να διαφέρουν μεταξύ των κρατών μελών, λόγω των διαφορών στις εθνικές αγορές. Για παράδειγμα, εμφανίζονται νέες τεχνολογίες πληρωμών μέσω έξυπνων τηλεφώνων (πληρωμές μέσω κινητού τηλεφώνου). Ωστόσο, κάτι τέτοιο απαιτεί τη συγκρότηση της απαραίτητης υποδομής για την αποδοχή των εν λόγω πληρωμών στο σημείο πώλησης. Για τους μεγάλους λιανοπωλητές, που ασκούν δραστηριότητα σε περισσότερα από ένα κράτη μέλη, μία από τις κυριότερες προκλήσεις είναι η απουσία πανευρωπαϊκών προτύπων για την αποδοχή των πληρωμών μέσω κινητού τηλεφώνου. Οι μικρότερες επιχειρήσεις λιανικής πώλησης ενδέχεται να μην διαθέτουν πάντα τις απαραίτητες δεξιότητες για την αντιμετώπιση των νέων τεχνολογιών.

2.3 Ενιαία αγορά λιανικής προς όφελος όλων των παραγόντων

Η αντιμετώπιση των βασικών σημείων συμφόρησης για την ολοκλήρωση της ενιαίας αγοράς στον τομέα του λιανικού εμπορίου έχει τη δυνατότητα να αποφέρει οφέλη σε όλους τους ενδιαφερόμενους παράγοντες, καθώς και στο περιβάλλον:

- Καταναλωτές: η βελτίωση της πρόσβασης σε ποιοτικές υπηρεσίες και προϊόντα λιανικής, ανταγωνιστικότερες τιμές και καλύτερη ενημέρωση σχετικά με την ποιότητα και τις τιμές, καθώς και σχετικά με τα περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά των προϊόντων, θα συμβάλει στην αύξηση των επιλογών των καταναλωτών και στις δύο μορφές εμπορίου: συμβατικό και ηλεκτρονικό.
- Επιχειρήσεις: οι έμποροι λιανικής πώλησης και οι προμηθευτές τους, ιδίως οι ΜΜΕ, θα επωφεληθούν αισθητά από την ενιαία αγορά, μέσω της ανάπτυξης ενός πιο προβλέψιμου νομικού περιβάλλοντος, που θα τους επιτρέπει να προσφέρουν ακόμη μεγαλύτερη αξία σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού. Ομοίως, με την αντιμετώπιση των αθέμιτων πρακτικών στην αλυσίδα εφοδιασμού, οι φορείς ανάντη και κατόντη θα απολαμβάνουν πιο βιώσιμες σχέσεις και θα ενθαρρυνθούν να αυξήσουν τόσο την καινοτομία όσο και τις επενδύσεις. Η περαιτέρω ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου

θα ωφελήσει τους λιανοπωλητές, παρέχοντάς τους περισσότερες ευκαιρίες να βρουν νέες αγορές.

- Εργαζόμενοι: Ο τομέας της λιανικής αναμένεται να επωφεληθεί από πιο ειδικευμένο προσωπικό και από τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας, γεγονός που θα οδηγήσει σε αύξηση της ικανοποίησης από την εργασία. Η βελτίωση της κατάρτισης των εργαζομένων θα βοηθήσει στην παροχή καλύτερων ευκαιριών απασχόλησης, ιδίως για τους νέους και τους λιγότερο ειδικευμένους.

Αυτά τα ποικίλα θέματα δεν μπορούν να εξεταστούν μεμονωμένα. Οι δράσεις πολιτικής που προτείνονται πρέπει να επιτύχουν τη σωστή ισορροπία μεταξύ των οικονομικών ελευθεριών και των στόχων δημοσίου συμφέροντος. Για την επίτευξη των εν λόγω στόχων, η παρούσα ανακοίνωση παρουσιάζει ένα ευρωπαϊκό σχέδιο δράσης για το λιανικό εμπόριο που βασίζεται σε 11 συγκεκριμένες δράσεις, που αποτελούν μια συνεκτική και ολοκληρωμένη ευρωπαϊκή στρατηγική¹².

Επιπλέον, η Επιτροπή θα συγκροτήσει μια μόνιμη **Ομάδα για την ανταγωνιστικότητα στο λιανικό εμπόριο**, στην οποία θα συμμετέχουν τα κράτη μέλη και όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, ιδίως οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, προκειμένου να συμβάλει ώστε να ενεργοποιηθεί ένα «ανακλαστικό λιανικής» στο πολιτικό θεματολόγιο, αυξάνοντας την ευαισθητοποίηση για ζητήματα και ανησυχίες σχετικά με το λιανικό εμπόριο. Η ομάδα αυτή θα συμβάλει στην περαιτέρω ανάπτυξη ειδικών στόχων για τους τομείς που επισημαίνονται, θα παρακολουθεί την επιτευχθείσα πρόοδο, θα διατυπώνει συστάσεις προκειμένου να εξασφαλιστεί η πλήρης υλοποίηση των ενεργειών που περιλαμβάνονται στο παρόν σχέδιο και, όπου είναι αναγκαίο, θα συμβουλεύει την Επιτροπή σχετικά με πρόσθετες νέες δράσεις που θα μπορούσαν να προταθούν.

3. ΠΕΝΤΕ ΒΑΣΙΚΟΙ ΚΙΝΗΤΗΡΙΟΙ ΜΟΧΛΟΙ ΓΙΑ ΠΙΟ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Η Επιτροπή έχει προσδιορίσει τις ακόλουθες πέντε βασικές προτεραιότητες:

- (1) *Ενδυνάμωση των καταναλωτών* - μέσω, μεταξύ άλλων, πιο διαφανών, πιο αξιόπιστων και πιο άμεσα συγκρίσιμων πληροφοριών για τις τιμές και την ποιότητα των προϊόντων.
- (2) *Βελτιωμένη πρόσβαση σε πιο βιώσιμες και ανταγωνιστικές υπηρεσίες λιανικού εμπορίου* - τόσο το συμβατικό όσο και το ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο θα μπορούσαν να επωφεληθούν από τη βελτιωμένη πρόσβαση στην αγορά, ιδίως με τη θέσπιση σαφέστερων και πιο διαφανών κανόνων για τα καταστήματα.
- (3) *Δικαιότερες και πιο βιώσιμες εμπορικές σχέσεις σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού λιανικής* - τα ενδιαφερόμενα μέρη θα αποκόμιζαν οφέλη από ένα

¹²

Η προτεινόμενη προσέγγιση είναι σύμφωνη με τις αρχές που εξαγγέλθηκαν με την ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών με τίτλο «Καταλληλότητα του κανονιστικού πλαισίου της ΕΕ» (COM(2012) 746 τελικό της 12ης Δεκεμβρίου 2012). Στο πλαίσιο αυτό, η Επιτροπή έχει δεσμευτεί για την αναθεώρηση της υπάρχουσας νομοθεσίας στον τομέα του λιανικού εμπορίου, με στόχο να εντοπίσει τις δυνατότητες για απλούστευση της νομοθεσίας και μείωση του ρυθμιστικού κόστους για τις επιχειρήσεις και τους πολίτες, χωρίς να θέτει σε κίνδυνο τους στόχους της δημόσιας πολιτικής.

πλαίσιο για την αποτελεσματική αντιμετώπιση των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών.

- (4) *Πιο καινοτόμες λύσεις* - τα ενδιαφερόμενα μέρη θα ωφεληθούν αν τα αποτελέσματα της έρευνας εμφανίζονται ταχύτερα στην αγορά.
- (5) *Καλύτερο εργασιακό περιβάλλον* - οι εργαζόμενοι και οι εργοδότες θα ωφεληθούν από τη δημιουργία καλύτερων συνθηκών εργασίας και την αντιμετώπιση των αναντιστοιχιών μεταξύ των απαιτούμενων και των διαθέσιμων δεξιοτήτων.

3.1 Ενδυνάμωση των καταναλωτών

Το Ευρωπαϊκό θεματολόγιο για τους καταναλωτές¹³ τόνισε ότι η ενίσχυση της θέσης των καταναλωτών σε μια ολοκληρωμένη ενιαία αγορά απαιτεί ένα σταθερό σύνολο αρχών και εργαλείων. Το πλαίσιο αυτό εξασφαλίζει τη σωστή εφαρμογή των δικαιωμάτων των καταναλωτών, καθώς και την πρόσβαση σε αποτελεσματική έννομη προστασία, αξιόπιστη και πρόσφορη πληροφόρηση και βελτίωση της εκπαίδευσης των καταναλωτών.

Οι ενδυναμωμένοι καταναλωτές μπορούν να λαμβάνουν καλύτερες αγοραστικές αποφάσεις. Αναζητούν πληροφορίες και τις χρησιμοποιούν. Επίσης έχουν γνώση και κάνουν χρήση των δικαιωμάτων τους. Οι καταναλωτές που έχουν περισσότερες γνώσεις και είναι πιο ενεργοί δεν είναι μόνο περισσότερο ικανοί να εντοπίζουν την «πλέον συμφέρουσα προσφορά», αλλά επίσης ενδιαφέρονται περισσότερο για βιώσιμη κατανάλωση που υπόκειται σε κανόνες δεοντολογίας. Οι επιλογές και οι προτιμήσεις των καταναλωτών αποτελούν βασικούς παράγοντες που καθορίζουν την ανάπτυξη του τομέα του λιανικού εμπορίου. Οι λιανοπωλητές είναι στην κατάλληλη θέση για να παρέχουν θετικές πληροφορίες σχετικά με τις αγοραστικές αποφάσεις των καταναλωτών: με την καθημερινή επαφή με τους πελάτες τους και την επιρροή τους στους άλλους φορείς της αλυσίδας εφοδιασμού, οι λιανοπωλητές μπορούν να ενημερώνουν τους καταναλωτές για προϊόντα που να είναι υψηλότερης ποιότητας, που παράγονται τηρώντας τη δεοντολογία παραγωγής, ή που διακρίνονται από τις καλύτερες περιβαλλοντικές ή/και κοινωνικές επιδόσεις τους.

Βελτιώνοντας τη διαφάνεια για τους καταναλωτές, ο τομέας του λιανικού εμπορίου έχει τη δυνατότητα να δημιουργήσει μια πραγματικά ενιαία αγορά λιανικού εμπορίου. Εφόσον οι καταναλωτές θα αποκτήσουν ευκολότερη πρόσβαση σε αξιόπιστες, πρόσφορες και χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με την ποικιλία της προσφοράς που διατίθεται σε ολόκληρη την ΕΕ θα είναι σε θέση να επωφεληθούν πλήρως από την ενιαία αγορά. Η διευκόλυνση της σύγκρισης των προσφορών θα βοηθή τους καταναλωτές να επιλέγουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες τους, ώστε να προωθηθεί ο υγιής ανταγωνισμός. Σε συνδυασμό με άλλα μέτρα που μπορούν να αντιμετωπίσουν τις επανειλημμένες περιπτώσεις κατακερματισμού της αγοράς της ΕΕ, αυτό αναμένεται να συμβάλει στη σύγκλιση των τιμών σε επίπεδο ΕΕ. Οι ενέργειες για τη βελτίωση της διαφάνειας και της αξιοπιστίας των πληροφοριών για τους καταναλωτές θα είναι ιδιαίτερα επωφελείς εάν εφαρμοστούν σε επίπεδο ΕΕ, δεδομένου ότι τα αμιγώς εθνικά μέτρα, όσο και αν είναι καλά σχεδιασμένα, θα αδυνατούν να αντλήσουν τα οφέλη που θα μπορούσαν να προκύψουν από μια πραγματικά ολοκληρωμένη ενιαία αγορά.

¹³

Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών «Ευρωπαϊκό θεματολόγιο για τους καταναλωτές — Προώθηση της εμπιστοσύνης και της ανάπτυξης» (COM(2012) 225 τελικό της 22ας Μαΐου 2012).

3.1.1 Πληροφόρηση των καταναλωτών

Σύμφωνα με τις υφιστάμενες έρευνες, η πλειονότητα των Ευρωπαίων που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο αναζητεί πληροφορίες για να συγκρίνει την τιμή ή την ποιότητα, πριν από την αγορά εμπορευμάτων από καταστήματα ή μέσω διαδικτύου. Αντιμέτωποι με έναν κατατρεγισμό πληροφόρησης, οι καταναλωτές συχνά απευθύνονται σε ενδιάμεσους φορείς, όπως τα επιγραμμικά εργαλεία σύγκρισης, που μπορούν να τους βοηθήσουν να εντοπίσουν τις καλύτερες διαθέσιμες προσφορές. Αν και αυτό το είδος των δικτυακών τόπων μπορεί να βοηθήσει τους καταναλωτές να συγκρίνουν τις προσφορές, οι πρακτικές αυτών των διαμεσολαβητών πληροφόρησης εμφανίζουν επίσης σημαντικές ελλείψεις¹⁴. Προκειμένου να είναι πραγματικά επωφελή για τους καταναλωτές, τα εργαλεία σύγκρισης θα πρέπει να ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους, καθώς και να είναι διαφανή, αξιόπιστα και περιεκτικά και εύκολα προσβάσιμα. Η ενσωμάτωση της διασυνοριακής προσφοράς των δικτυακών τόπων σύγκρισης είναι σημαντική για να είναι σε θέση οι καταναλωτές να αξιοποιήσουν πλήρως την ενιαία αγορά.

Επιπλέον, η καλύτερη πληροφόρηση των καταναλωτών περιλαμβάνει όχι μόνο την ευαισθητοποίηση των καταναλωτών, ώστε να υποστηριχθεί η ικανότητά τους να υπερασπίζονται τα δικαιώματά τους, αλλά και τη συνειδητοποίηση των επιχειρήσεων όσον αφορά τις υποχρεώσεις τους, που απορρέουν από τη νομοθεσία για τους καταναλωτές που εφαρμόζεται σε ολόκληρη την ενιαία αγορά.

Όπως επισημαίνεται στο ευρωπαϊκό θεματολόγιο για τους καταναλωτές και το σχέδιο δράσης για το ηλεκτρονικό εμπόριο, η Επιτροπή θα συνεργαστεί με τους διαμεσολαβητές και τους εμπόρους με σκοπό την ανάπτυξη κωδίκων δεοντολογίας, κατευθυντηρίων γραμμών σχετικά με ορθές πρακτικές, ή/και άλλων εργαλείων για τη σύγκριση των τιμών, κατά περίπτωση.

Επιπλέον, στο πλαίσιο του ψηφιακού θεματολογίου, ο κώδικας ηλεκτρονικών δικαιωμάτων στην ΕΕ παραθέτει τα νόμιμα δικαιώματα των καταναλωτών που προβλέπονται στη νομοθεσία της ΕΕ και τα οποία αφορούν το ψηφιακό περιβάλλον με διαφανή και συνεκτικό τρόπο. Ο κώδικας είναι ένα σημαντικό εργαλείο για να εμπνεύσει εμπιστοσύνη στους καταναλωτές και να συμβάλει σε αύξηση της χρήσης των ηλεκτρονικών υπηρεσιών¹⁵.

3.1.2 Πιο βιώσιμες επιλογές των καταναλωτών

Οι περιβαλλοντικές επιδόσεις των οργανισμών και των προϊόντων σήμερα μετρώνται και ανακοινώνονται μέσω διαφόρων διαύλων και μορφοτύπων, στο πλαίσιο διάφορων ιδιωτικών και δημόσιων πρωτοβουλιών, με διαφορετικά επίπεδα φιλοδοξίας, και με διάφορες μεθοδολογίες αξιολόγησης. Αυτό οδηγεί σε ένα ποικιλόμορφο τοπίο σημάτων, απαιτήσεων και συστημάτων αναφοράς. Η καθιέρωση εναρμονισμένων ευρωπαϊκών μεθοδολογιών θα προσδώσει μεγαλύτερη διαφάνεια για τους καταναλωτές. Παράλληλα με την ανάπτυξη των εν λόγω μεθοδολογιών, η Επιτροπή θα διασφαλίσει ότι υπάρχουν ισότιμοι όροι ανταγωνισμού για τις επιχειρήσεις και ότι οι δαπάνες διατηρούνται στο ελάχιστο, ιδίως για τις ΜΜΕ.

Δράσεις:

¹⁴ Consumer market study on the functioning of e-commerce and internet market and selling techniques in the retail of goods, CIVIC consulting, 2011:

http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/market_studies/e_commerce_study_en.htm.

¹⁵ <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/code-eu-online-rights>.

- | | |
|-----|---|
| (1) | <i>Μέσω του διαλόγου με τους ενδιαφερόμενους, η Επιτροπή θα αναπτύξει κατευθυντήριες γραμμές ορθής πρακτικής ή/και κώδικες δεοντολογίας για να διευκολύνει την πρόσβαση των καταναλωτών σε διαφανείς και αξιόπιστες πληροφορίες, διευκολύνοντας τη σύγκριση των τιμών, της ποιότητας και της βιωσιμότητας των αγαθών και των υπηρεσιών.</i> |
| (2) | <i>Η Επιτροπή θα προτείνει ευρωπαϊκές μεθοδολογίες μέτρησης και δημοσιοποίησης των συνολικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων των προϊόντων και των οργανισμών.</i> |

3.2 Πρόσβαση σε πιο ανταγωνιστικές υπηρεσίες λιανικού εμπορίου

Η προσβασιμότητα σε υπηρεσίες λιανικού εμπορίου έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, από άποψη τόσο θέσης όσο και διαθεσιμότητας. Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου έχει καταστεί αναπόσπαστο μέρος των επιχειρηματικών μοντέλων των λιανοπωλητών, αυξάνοντας το φάσμα των προϊόντων/υπηρεσιών που διατίθενται και διευκολύνοντας τη σύγκριση των τιμών. Ωστόσο, παραμένουν ορισμένα θέματα που θα πρέπει να αντιμετωπιστούν για την προώθηση του ανταγωνισμού στις υπηρεσίες λιανικού εμπορίου.

Η ανάγκη να εξαλειφθούν τα υφιστάμενα εμπόδια για την εγκατάσταση και, γενικότερα, να ενισχυθεί ο ανταγωνισμός στον τομέα του λιανικού εμπορίου, υπήρξε μια από τις σημαντικότερες ειδικές συστάσεις ανά χώρα που προέκυψαν από το Ευρωπαϊκό Εξάμηνο του 2012, σκοπός των οποίων ήταν να επιτευχθεί μεγαλύτερη ανάπτυξη και περισσότερες θέσεις εργασίας στην Ευρώπη. Η θέσπιση μέτρων προς όφελος του ανταγωνισμού, ιδίως εκείνων που συνδέονται με το ηλεκτρονικό εμπόριο, θα συμβάλει στην εδραίωση της ενιαίας αγοράς, ιδίως για τις ΜΜΕ. Επιπλέον, σύμφωνα με πρόσφατες εκτιμήσεις¹⁶, ο οικονομικός αντίκτυπος της οδηγίας για τις υπηρεσίες θα μπορούσε να οδηγήσει σε αύξηση έως 2,6% του ΑΕΠ της ΕΕ, εάν εφαρμοστεί πλήρως. Δεδομένου ότι οι τομείς λιανικής και χονδρικής αντιπροσωπεύουν το ένα τέταρτο της προστιθέμενης αξίας όλων των τομέων που καλύπτονται από την οδηγία για τις υπηρεσίες, ο αντίκτυπος της κατάργησης των εμποδίων που παραμένουν στους τομείς αυτούς αναμένεται να είναι σημαντικός.

3.2.1 Εμπορική εγκατάσταση

Ο ανταγωνισμός μεταξύ εμπόρων λιανικής μπορεί να ενισχυθεί με τη διευκόλυνση της εισόδου στις αγορές. Η επιλογή της σωστής θέσης για τη ανάπτυξη του λιανικού εμπορίου και την έγκαιρη έναρξη των δραστηριοτήτων έχει αποφασιστική σημασία για την επιτυχία των επιχειρήσεων. Η εκτέλεση δεν εξαρτάται μόνο από την ύπαρξη κατάλληλων ακινήτων, αλλά και από την ύπαρξη κανόνων και διαδικασιών εμπορικού και χωροταξικού σχεδιασμού που δεν παρεμποδίζουν αθέμιτα τον ανταγωνισμό.

Η ευθύνη για την εξασφάλιση ισόρροπης και βιώσιμης εδαφικής ανάπτυξης βαρύνει κυρίως τα κράτη μέλη. Η δράση τους ενδέχεται να οδηγήσει σε περιορισμούς σχετικά με την τοποθεσία ή το φάσμα των προϊόντων/υπηρεσιών που μπορούν να προσφέρουν οι λιανοπωλητές. Οι περιορισμοί αυτού του είδους έχουν μεγάλο αντίκτυπο στα εξής: i) εδαφική οργάνωση (π.χ. κυκλοφορία και υποδομή μεταφορών)· ii) δυνατότητες που έχουν οι επιχειρήσεις να ανοίγουν και να χρησιμοποιούν καταστήματα· iii) μορφότευποι των εταιρειών λιανικής πώλησης· και iv) επιλογή των καταναλωτών. Όπως αναγνωρίστηκε από το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι περιορισμοί της ελευθερίας εμπορικής εγκατάστασης μπορεί να δικαιολογείται από επιτακτικούς λόγους δημοσίου συμφέροντος,

¹⁶

http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/economic_paper/2012/ecp456_en.htm .

όπως η προστασία του περιβάλλοντος, η χωροταξία και η προστασία των καταναλωτών, με τον όρο ότι αυτοί θα είναι κατάλληλοι και αναλογικοί¹⁷.

Επομένως, είναι σημαντικό να εξασφαλιστεί, αφενός, ο σεβασμός της ελευθερίας της εγκατάστασης και να αποφεύγεται η στρέβλωση του ανταγωνισμού, και, αφετέρου, ο σεβασμός προς άλλους σχετικούς στόχους και συμφέροντα που κατοχυρώνονται στις γενικές πολιτικές της ΕΕ. Υπάρχει ανάγκη για μια ισορροπημένη προσέγγιση η οποία μπορεί να λαμβάνει υπόψη, μεταξύ άλλων, τον προγραμματισμό για τη βιώσιμη ανάπτυξη, για την εδαφική συνοχή, και για μια υψηλή ποιότητα ζωής τόσο στις πόλεις όσο και στην ύπαιθρο, με παράλληλη ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων¹⁸.

Η οδηγία για τις υπηρεσίες, η οποία εφαρμόζεται στον τομέα αυτόν, περιέχει επίσης μια σειρά σαφών υποχρεώσεων για τα κράτη μέλη. Μία από αυτές είναι η υποχρέωση κατάργησης των απαιτήσεων που απαγορεύονται από την οδηγία για τις υπηρεσίες, όπως οι οικονομικές δοκιμές, με τις οποίες η χορήγηση άδειας για τη διεξαγωγή μιας δραστηριότητας παροχής υπηρεσιών εξαρτάται από την αποδεδειγμένη ύπαρξη οικονομικής ανάγκης ή ζήτησης στην αγορά, η εκτίμηση του δυνητικού ή πραγματικού οικονομικού αντικτύπου της δραστηριότητας ή η εκτίμηση της καταλληλότητας της δραστηριότητας σε σχέση με τους στόχους του οικονομικού προγραμματισμού που καθορίζει η αρμόδια αρχή. Στην ανακοίνωσή της σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας για τις υπηρεσίες¹⁹, η Επιτροπή ανακοίνωσε πολιτική μηδενικής ανοχής προκειμένου να εξαλειφθούν οι εναπομένουσες περιπτώσεις μη συμμόρφωσης με αδιαμφισβήτητες υποχρεώσεις, όπως η υποχρέωση κατάργησης των οικονομικών δοκιμών, οι οποίες εξακολουθούν να εφαρμόζονται σε ορισμένα κράτη μέλη, παρά το γεγονός ότι απαγορεύονται από την οδηγία για τις υπηρεσίες. Η πολιτική μηδενικής ανοχής δεν αφορά, ωστόσο, τις απαιτήσεις σχεδιασμού που εξυπηρετούν επιτακτικούς λόγους που συνδέονται με το δημόσιο συμφέρον²⁰.

Κατά συνέπεια, λαμβανομένων υπόψη ορισμένων σημαντικών στόχων της ΕΕ, όπως η εδαφική συνοχή και η προστασία του περιβάλλοντος, θα πρέπει να καταβληθούν προσπάθειες για να εντοπιστούν και να διαδοθούν ορθές πρακτικές εμπορικού προγραμματισμού ώστε να εξασφαλιστεί ο επιτυχής γάμος μεταξύ ενός ανταγωνιστικού τομέα λιανικού εμπορίου και της δίκαιης και βιώσιμης ανάπτυξης των πόλεων, των κωμοπόλεων και των αγροτικών περιοχών σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση.

3.2.2 Ηλεκτρονικό εμπόριο

Η σημαντική εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου έχει οδηγήσει στην τόνωση του ανταγωνισμού μεταξύ των παραδοσιακών διαύλων λιανικής πώλησης και της επιγραμμικής διανομής, και δημιουργεί νέες ευκαιρίες που μπορούν να απελευθερώσουν σημαντικό αναπτυξιακό δυναμικό. Ωστόσο, το ηλεκτρονικό εμπόριο αντιπροσωπεύει επί του παρόντος

¹⁷ Απόφαση του Δικαστηρίου της ΕΕ στην υπόθεση C-400/08, *Επιτροπή κατά Ισπανίας*, της 24ης Μαρτίου 2011.

¹⁸ Για την αξιολόγηση της καταλληλότητας των περιβαλλοντικών μέτρων θα χρησιμοποιηθούν διάφορα εργαλεία, περιλαμβανομένης της οδηγίας για τη στρατηγική περιβαλλοντική εκτίμηση (ΣΠΕ) (οδηγία 2001/42/ΕΚ). Επιπλέον, για συγκεκριμένα έργα, όπως η κατασκευή εμπορικών κέντρων και χώρων στάθμευσης αυτοκινήτων, πρέπει να διενεργείται έλεγχος σύμφωνα με το άρθρο 4 παράγραφος 2 της οδηγίας για την εκτίμηση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων (ΕΠΕ) (οδηγία 2011/92/ΕΕ), βάσει του οποίου θα αποφασίζεται αν είναι αναγκαία η πλήρης διαδικασία ΕΠΕ.

¹⁹ COM(2012) 261 τελικό.

²⁰ Έγγραφο εργασίας των υπηρεσιών της Επιτροπής για την ανακοίνωση σχετικά με την εφαρμογή της οδηγίας για τις υπηρεσίες (SWD(2012) 148 τελικό της 8ης Ιουνίου 2012).

μόνο το 5% των συνολικών πωλήσεων λιανικής στην ΕΕ²¹, και μόνο το 10% των πολιτών της ΕΕ έχουν προβεί σε αγορές μέσω του διαδικτύου σε άλλο κράτος μέλος, ενώ 39% το πράττουν στο δικό τους κράτος μέλος²². Οι αριθμοί αυτοί αποδεικνύουν το τεράστιο ανεκμετάλλευτο δυναμικό της ψηφιακής οικονομίας. Η προσαρμογή στις νέες αυτές πραγματικότητες, με την ανάπτυξη στρατηγικών πολλαπλών διαύλων θα ανοίξει τον δρόμο ώστε οι ΜΜΕ να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες για ανάπτυξη που συνδέονται με την επιγραμμική διανομή. Πράγματι, οι ΜΜΕ που επιτυγχάνουν ουσιαστική χρήση των τεχνολογιών του διαδικτύου εμφανίζουν διπλάσια ανάπτυξη και διπλάσιες εξαγωγές από τις άλλες. Δημιουργούν επίσης διπλάσιες θέσεις εργασίας²³. Για παράδειγμα, το 97% των «εμπορικών πωλητών» του eBay, συμπεριλαμβανομένου του 94% του μικρότερου 10% των «εμπορικών πωλητών», πωλούν προϊόντα στην αλλοδαπή²⁴. Αυτό αποδεικνύει ότι, με περιορισμένες επενδύσεις, οι ΜΜΕ μπορούν να χρησιμοποιούν μια επιγραμμική πλατφόρμα για να αποκτούν πρόσβαση σε ξένες αγορές και να αναπτύσσουν δυνητικά σημαντικές διασυννοριακές δραστηριότητες. Σε αυτό το μεταβαλλόμενο περιβάλλον, η Επιτροπή θα παρακολουθεί εκ του σύνεγγυς τις εξελίξεις τόσο στην ηλεκτρονική όσο και στη συμβατική αγορά λιανικής, θα εξετάσει τους αντίστοιχους ρόλους τους στις σύγχρονες λιανικές πωλήσεις, και θα διαμορφώσει τις πιθανές δράσεις της, ούτως ώστε να ανταποκριθεί θετικά στη δυναμική αυτή.

Στο πλαίσιο αυτό, είναι σημαντικό να εξακριβωθεί ότι οι νέες νομοθετικές προτάσεις δεν θα έχουν αρνητική επίπτωση ούτε στο παραδοσιακό ούτε στο ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο, ιδίως όσον αφορά τις διασυννοριακές πωλήσεις. Είναι, ως εκ τούτου, απαραίτητη η προσεκτική μελέτη, όταν σχεδιάζεται κάθε νέα νομοθετική πρόταση. Η Επιτροπή θα μεριμνά για την ενεργή εξέταση των θεμάτων αυτών κατά τις προπαρασκευαστικές εργασίες σχετικά με όλες αυτές τις νέες προτάσεις.

Δράσεις:

(3) *Τα κράτη μέλη πρέπει να καταργήσουν όλες τις εναπομένουσες περιπτώσεις μη συμμόρφωσης με αδιαμφισβήτητες υποχρεώσεις στο πλαίσιο της οδηγίας για τις υπηρεσίες που αφορούν την πρόσβαση σε δραστηριότητες λιανικού εμπορίου, καθώς και με την άσκηση των εν λόγω δραστηριοτήτων, συμπεριλαμβανομένης της εξάλειψης των εξετάσεων οικονομικών αναγκών, κατά την έννοια του άρθρου 14 παράγραφος 5 της οδηγίας για τις υπηρεσίες. Η Επιτροπή θα εφαρμόσει τη δική της πολιτική μηδενικής ανοχής μέσω διαδικασιών επί παραβάσει, όταν κρίνεται σκόπιμο.*

(4) *Η Επιτροπή:*

α) Θα δρομολογήσει έλεγχο επιδόσεων στον τομέα του λιανικού εμπορίου προκειμένου να διερευνήσει τον τρόπο με τον οποίο οι αρμόδιες αρχές εφαρμόζουν στην πράξη τους κανόνες εμπορικού και χωροταξικού σχεδιασμού, όταν ένας πιθανός πάροχος υπηρεσιών επιθυμεί να συστήσει ένα μικρό, μεσαίο ή μεγάλο σημείο λιανικής πώλησης.

β) Μέσω της ανταλλαγής βέλτιστων πρακτικών, θα εξασφαλίσει μεγαλύτερη

²¹ Πηγή: Eurostat, χρήση ΤΠΕ και ηλεκτρονικό εμπόριο στις επιχειρήσεις, 2011.

²² Πηγή: Eurostat, χρήση ΤΠΕ από τα νοικοκυριά και τους ιδιώτες, 2011.

²³ Internet Matters, the net's sweeping impact on growth, jobs, and prosperity, McKinsey Global institute, Μάιος 2011.

²⁴ Πηγή: Μελέτη eBay, «Enabling traders to enter and grow on the global stage», Ιούνιος 2012.

σαφήνεια όσον αφορά τη σωστή ισορροπία μεταξύ της ελευθερίας εγκατάστασης, του χωροταξικού/εμπορικού σχεδιασμού και της περιβαλλοντικής και κοινωνικής προστασίας.

3.3 Ανάπτυξη μιας πιο ισορροπημένης αλυσίδας εφοδιασμού μεταξύ επιχειρήσεων τροφίμων και άλλων καταναλωτικών προϊόντων

Οι αθέμιτες εμπορικές πρακτικές (ΑΘΕΠ) είναι πρακτικές και όροι που δεν συνάδουν με την ορθή εμπορική συμπεριφορά και αντιβαίνουν στην καλή πίστη και τη συναλλακτική δεοντολογία στις σχέσεις μεταξύ επιχειρήσεων (business-to-business - B2B). Η αλυσίδα εφοδιασμού B2B τροφίμων και άλλων καταναλωτικών προϊόντων για λιανική πώληση είναι η αλυσίδα συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων ή μεταξύ επιχειρήσεων και δημόσιων αρχών, η οποία οδηγεί στην παράδοση αγαθών που προορίζονται κυρίως για το ευρύ κοινό για προσωπική ή οικιακή κατανάλωση ή χρήση. Αποτελείται από μια σειρά παραγόντων (παραγωγών/μεταποιητών/διανομέων). Μια αλυσίδα εφοδιασμού B2B τροφίμων και άλλων καταναλωτικών προϊόντων που λειτουργεί εύρυθμα είναι το κλειδί για τη μέγιστη αξιοποίηση του οικονομικού δυναμικού των εν λόγω κλάδων. Οι ΑΘΕΠ συνήθως επιβάλλονται σε μια κατάσταση ανισορροπίας ισχύος από ένα ισχυρότερο μέρος σε ένα ασθενέστερο.

Η θεμιτή συμπεριφορά στις σχέσεις B2B εξασφαλίζει την ορθή λειτουργία της αλυσίδας εφοδιασμού B2B τροφίμων και άλλων καταναλωτικών προϊόντων. Λέγεται ότι οι αρνητικές επιπτώσεις των ΑΘΕΠ μπορούν να επηρεάσουν την ικανότητα των επιχειρήσεων, και ιδίως των ΜΜΕ, να επενδύουν και να καινοτομούν. Ως παράδειγμα ΑΘΕΠ μπορεί να αναφερθεί η περίπτωση πρακτικών που επιτρέπουν στους λιανοπωλητές να μετακυλύνουν στους προμηθευτές μέρος του επιχειρηματικού κινδύνου του λιανικού εμπορίου. Αυτό μπορεί να εφαρμοστεί σε περίπτωση χαμηλών πωλήσεων, εκπτώσεων επί της τιμής, απογραφής τέλους εποχής κ.λπ. Περαιτέρω παράδειγμα ΑΘΕΠ θα μπορούσε να είναι η περίπτωση στην οποία εδαφικοί περιορισμοί εφοδιασμού που επιβάλλονται από ορισμένους πολυεθνικούς προμηθευτές εμποδίζουν τους εμπόρους λιανικής να προμηθεύονται εμπορεύματα πανομοιότυπα διασυνοριακά από μια κεντρική πηγή από όπου μπορούν να διανεμηθούν στα υπόλοιπα κράτη μέλη. Τέτοιοι περιορισμοί προκαλούν κατακερματισμό της αγοράς και μπορεί να οδηγήσουν σε σημαντικές διαφορές τιμών χονδρικής πώλησης μεταξύ των χωρών. Η αντιμετώπιση των εν λόγω ζητημάτων θα μειώσει τις διαφορές αυτές και βοηθά τους λιανοπωλητές να αξιοποιήσουν τα οφέλη της ενιαίας αγοράς για τους καταναλωτές.

Υπάρχουν διαφορετικές προσεγγίσεις για την αντιμετώπιση των ΑΘΕΠ σε εθνικό επίπεδο. Όταν αντιμετωπίζονται οι ΑΘΕΠ, οι εθνικοί κανόνες (ρυθμιστικοί ή αυτορρυθμιστές) διαφέρουν από το ένα κράτος μέλος στο άλλο. Στα κράτη μέλη όπου δεν υπάρχουν ειδικά πλαίσια για τις ΑΘΕΠ, το σκεπτικό είναι ότι η γενική νομοθεσία περί ανταγωνισμού είναι επαρκώς αποτελεσματική για την αντιμετώπιση του προβλήματος ή ότι υπάρχει μια κάποια απροθυμία να παρακωλυθεί η συμβατική ελευθερία των μερών, ιδίως εφόσον δεν υπάρχει παράβαση των κανόνων ανταγωνισμού.

Στον τομέα των τροφίμων, οι εργασίες του φόρουμ υψηλού επιπέδου για τη βελτίωση της λειτουργίας της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων αντιπροσώπευε μια συντονισμένη προσπάθεια από τους ενδιαφερόμενους φορείς να εμφανίσουν μια λύση αυτορρύθμισης για το πρόβλημα αυτό. Η πλατφόρμα εμπειρογνομόνων για τις συμβατικές πρακτικές B2B εξέδωσε μια σειρά αρχών ορθών πρακτικών στις κάθετες σχέσεις στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων, που υπογράφεται από 11 οργανώσεις που εκπροσωπούν διαφορετικά συμφέροντα

σε ολόκληρη την ευρωπαϊκή αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων²⁵, και μελετά επίσης το θέμα του μηχανισμού επιβολής. Παρά τις κοινές προσπάθειες, το προτεινόμενο πλαίσιο δεν υποστηρίχθηκε από εκπροσώπους ολόκληρης της αλυσίδας εφοδιασμού και δεν κατόρθωσε να εντοπίσει αποτελεσματικά μέσα έννομης προστασίας σε περιπτώσεις μη συμμόρφωσης. Συνεχίζονται οι εργασίες για την εξεύρεση συμβιβασμού με την παρούσα τομεακή προσέγγιση, και η Επιτροπή θα συνεχίσει να παρακολουθεί τις ειδικές εξελίξεις στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων.

Προκειμένου να εξασφαλιστεί η εξεύρεση αποτελεσματικών λύσεων, το ζήτημα των ΑΘΕΠ στις σχέσεις σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού B2B πρέπει να προσεγγιστεί μέσα από μια ευρύτερη προοπτική. Η εξέλιξη στον τομέα του λιανικού εμπορίου, ιδίως η εμφάνιση «μικτών» μορφοτύπων, σημαίνει ότι ΑΘΕΠ μπορούν να εμφανιστούν σε άλλους κλάδους της αλυσίδας εφοδιασμού B2B τροφίμων και άλλων καταναλωτικών προϊόντων.

3.3.1 Αντιμετώπιση των ΑΘΕΠ

Στο πλαίσιο του παρόντος σχεδίου δράσης, η Επιτροπή εκδίδει παράλληλα μια Πράσινη Βίβλο για τις ΑΘΕΠ στην αλυσίδα εφοδιασμού B2B τροφίμων και άλλων καταναλωτικών προϊόντων. Η Πράσινη Βίβλος θα δρομολογήσει διαβούλευση σχετικά με το θέμα αυτό, τα αποτελέσματα της οποίας αναμένεται να είναι διαθέσιμα έως το τέλος της άνοιξης του 2013. Με βάση τα αποτελέσματα της διαβούλευσης, η Επιτροπή θα εξετάσει τα επόμενα κατάλληλα βήματα το 2013.

Δράση:

- (5) *Η Επιτροπή πρόκειται να εκδώσει Πράσινη Βίβλο σχετικά με τα κοινά χαρακτηριστικά των ΑΘΕΠ στην αλυσίδα εφοδιασμού B2B τροφίμων και άλλων καταναλωτικών προϊόντων και να ανοίξει διαβούλευση, της οποίας τα αποτελέσματα θα είναι διαθέσιμα έως το τέλος της άνοιξης του 2013. Τα αποτελέσματα της διαβούλευσης θα συμπεριληφθούν σε εκτίμηση των επιπτώσεων των διαφόρων επιλογών που έχουν προσδιοριστεί για την αντιμετώπιση του ζητήματος σε επίπεδο ΕΕ.*

3.4 Ανάπτυξη μιας πιο βιώσιμης αλυσίδας εφοδιασμού λιανικής

Η βελτιστοποίηση των περιβαλλοντικών επιδόσεων του τομέα λιανικού και χονδρικού εμπορίου της ΕΕ (π.χ. με τη μείωση των αποβλήτων που συνδέονται με τα τρόφιμα και των περιττών συσκευασιών, καθώς και με την προώθηση βιώσιμων πηγών εφοδιασμού) θα μπορούσε να οδηγήσει σε ανοδο του βιοτικού επιπέδου και βελτίωση της ποιότητας της ζωής στην ΕΕ, ενώ ταυτόχρονα θα εξασφαλίζει εξοικονόμηση πόρων και υποστήριξη καινοτόμων ΜΜΕ που προωθούν φιλικές προς το περιβάλλον δραστηριότητες.

3.4.1 Πιο βιώσιμη παραγωγή και κατανάλωση

Οι έμποροι λιανικής πώλησης κατέχουν καίρια θέση ώστε να προωθήσουν πιο βιώσιμα καταναλωτικά πρότυπα, όχι μόνο μέσω της καθημερινής επαφής τους με εκατομμύρια ευρωπαίους καταναλωτές, αλλά και μέσω των ενεργειών τους και των εταιρικών σχέσεων τους με προμηθευτές. Τα αποτελέσματα ερευνών²⁶ αποδεικνύουν ότι είναι εξαιρετικά

²⁵ AIM, CEJA, CELCAA, CLITRAVI, Copa-Cogeca, ERRT, EuroCommerce, EuroCoop, FoodDrinkEurope, UEAPME και UGAL.

²⁶ Π.χ. EMAS Sectoral Reference Document on Best Environmental Management Practices (BEMPs) in the Retail Trade Sector.- έγγραφο της ΕΕ.

σημαντικό να προσπαθούν οι λιανοπωλητές να προσφέρουν σειρές προϊόντων που είναι πιο βιώσιμες και φιλικές προς το περιβάλλον και συνεπώς να μετακινηθούν προς πιο πράσινες αλυσίδες εφοδιασμού²⁷. Ορισμένοι έμποροι λιανικής έχουν ήδη αναπτύξει τέτοιες στρατηγικές και τις έχουν εφαρμόσει επιτυχώς στο πλαίσιο των καθημερινών τους επιχειρηματικών πρακτικών.

Οι έμποροι λιανικής πώλησης μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στον προσανατολισμό των καταναλωτών ώστε να προβαίνουν σε πιο βιώσιμες επιλογές και στην αντιμετώπιση της σύγχυσης που προκαλείται από πολλαπλά οικολογικά σήματα και ισχυρισμούς, προωθώντας σαφείς και συγκρίσιμες πρακτικές περιβαλλοντικού αποτυπώματος²⁸ και την ευαισθητοποίηση του κοινού όσον αφορά το οικολογικό σήμα της ΕΕ.

Ένα άλλο βασικό θέμα είναι το ζήτημα της εξοικονόμησης ενέργειας. Οι δυνατότητες των λιανοπωλητών τροφίμων να βελτιώσουν την ενεργειακή τους απόδοση είναι ιδιαίτερα μεγάλες. Τα πιο σημαντικά μέτρα είναι η κάλυψη των προθηκών και η ανάκτηση της απόβλητης θερμότητας από ψυγεία προκειμένου να χρησιμοποιηθεί για τη θέρμανση χώρων, καθώς και η χρήση φυσικών ψυκτικών μέσων²⁹.

3.4.2 Μείωση της σπατάλης τροφίμων

Η αύξηση της ευαισθητοποίησης και η βοήθεια στους καταναλωτές για την καταπολέμηση της σπατάλης τροφίμων είναι ζωτικής σημασίας για την επίτευξη βιώσιμων προτύπων για τις επιλογές των καταναλωτών. Η σπατάλη τροφίμων οφείλεται κυρίως σε: i) αναποτελεσματικότητα της αλυσίδας εφοδιασμού· ii) αναποτελεσματικότητα της διαχείρισης αποθεμάτων· iii) στρατηγικές μάρκετινγκ· και iv) πρότυπα εμπορίας (απόρριψη προϊόντων λόγω θεμάτων συσκευασίας, όπου ούτε η ποιότητα ούτε η ασφάλεια των τροφίμων επηρεάζεται). Για την αντιμετώπιση αυτού του επείγοντος θέματος, η Επιτροπή αξιολογεί τον τρόπο με τον οποίο είναι δυνατόν να περιοριστεί η σπατάλη τροφίμων σε όλο το μήκος της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων, ώστε να επιτευχθεί ο ενδιάμεσος στόχος της μείωσης κατά 50% των εδώδιμων αποβλήτων τροφίμων μέχρι το 2020 που έχει καθοριστεί στον χάρτη πορείας για την αποδοτικότητα των πόρων.

Ο ρόλος των λιανεμπόρων ως διαμεσολαβητών είναι καθοριστικός για τη μείωση της σπατάλης τροφίμων. Το φόρουμ λιανικού εμπορίου για τη βιωσιμότητα³⁰ αποτελεί πλατφόρμα πολλών φορέων, που έχει συσταθεί με σκοπό την ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών σχετικά με τη βιωσιμότητα στον τομέα του λιανικού εμπορίου στην ΕΕ και τον εντοπισμό ευκαιριών και εμποδίων που μπορούν να προωθήσουν ή να εμποδίσουν την

²⁷ JRC/IPTS Pilot Reference Document on Best Environmental Management Practice in the Retail Trade Sector (2011), <http://susproc.jrc.ec.europa.eu/activities/emas/documents/RetailTradeSector.pdf> and JRC/IPTS (Styles et al), Environmental Improvement of Product Supply Chains: A Review of European Retailer' Performance, Resources, Conservation and Recycling 65 (2012) 57-78, και Environmental Improvement of Product Supply Chains: Proposed Best Practice Techniques, Quantitative Indicators and Benchmarks of Excellence for Retailers, Journal of Environmental Management 110 (2012) 135-150.

²⁸ Όπως ανακοινώθηκε στην Πράξη για την Ενιαία Αγορά, η Επιτροπή το 2013 θα εκδώσει ανακοίνωση σχετικά με την Ενιαία Αγορά για οικολογικά προϊόντα, συμπεριλαμβανομένων των εναρμονισμένων κριτηρίων και μεθοδολογιών για προσδιορισμό του περιβαλλοντικού αποτυπώματος για ορισμένες κατηγορίες προϊόντων.

²⁹ JRC/IPTS Pilot Reference Document on Best Environmental Management Practice in the Retail Trade Sector for a description of techniques to explore the Retail Sector's significant energy-saving potential.

³⁰ http://ec.europa.eu/environment/industry/retail/index_en.htm .

επίτευξη της βιώσιμης κατανάλωσης και παραγωγής. Συστάθηκε μετά το Σχέδιο Δράσης για τη βιώσιμη κατανάλωση και παραγωγή και τη βιώσιμη βιομηχανική πολιτική³¹ και ήδη ασχολείται με την αντιμετώπιση βασικών περιβαλλοντικών ζητημάτων, συμπεριλαμβανόμενης της σπατάλης τροφίμων, μέσω κοινών εθελοντικών ενεργειών³².

Δράσεις:

- (6) Στο πλαίσιο των υφιστάμενων πλατφορμών της ΕΕ, η Επιτροπή θα υποστηρίξει τους λιανοπωλητές να υλοποιήσουν δράσεις για τη μείωση της σπατάλης τροφίμων, χωρίς να τίθεται σε κίνδυνο η ασφάλεια των τροφίμων (ευαισθητοποίηση, επικοινωνία, διευκόλυνση της αναδιανομής σε τράπεζες τροφίμων κλπ.), π.χ. μέσω της συμφωνίας για τα απόβλητα στον τομέα του λιανικού εμπορίου· επίσης, θα αρχίσει εργασίες για την ανάπτυξη μιας μακροπρόθεσμης πολιτικής για τη σπατάλη τροφίμων, συμπεριλαμβανόμενης ανακοίνωσης για τα βιώσιμα τρόφιμα, που θα εκδοθεί το 2013.
- (7) Μέσω του διαλόγου με τους ενδιαφερομένους, η Επιτροπή θα ορίσει βέλτιστες πρακτικές προκειμένου να καταστούν οι αλυσίδες εφοδιασμού πιο φιλικές προς το περιβάλλον και πιο βιώσιμες, και να ελαχιστοποιηθεί η κατανάλωση ενέργειας των σημείων λιανικής πώλησης. Η Επιτροπή θα ενθαρρύνει τους εμπόρους λιανικής πώλησης στο πλαίσιο των υφιστάμενων φόρουμ να εφαρμόσουν τις εν λόγω βέλτιστες πρακτικές.

3.5 Ανάπτυξη πιο καινοτόμων λύσεων

Η καινοτομία είναι ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες για την εξασφάλιση της οικονομικής μεγέθυνσης. Οι λιανοπωλητές είναι σημαντική κινητήρια δύναμη για την καινοτομία. Παρακολουθούν στενά τις τάσεις των καταναλωτών, στη διαμόρφωση των οποίων επίσης συμβάλλουν, και διαβιβάζουν τις πληροφορίες αυτές στους προμηθευτές. Ενεργούν ως «πολλαπλασιαστές καινοτομίας» που υιοθετούν και χρησιμοποιούν ταχέως καινοτόμες τεχνολογίες σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού. Οι λιανοπωλητές είναι πρώιμοι λήπτες νέων τεχνολογιών, φέρνοντας καινοτομία και προστιθέμενη αξία στο σύνολο της αλυσίδας λιανικού εμπορίου. Στον τομέα της εφοδιαστικής, για παράδειγμα, οι ευφυείς αποθήκες των λιανοπωλητών επιτρέπουν την απρόσκοπτη και ταχύτερη μετακίνηση βαρέων φορτίων σε σύγκριση με τη μετακίνηση με το χέρι, πράγμα που είναι πιο αποτελεσματικό, μειώνοντας έτσι τον κίνδυνο εργατικών ατυχημάτων, ενώ παράλληλα αυξάνεται η παραγωγικότητα. Ορισμένοι έμποροι λιανικής πώλησης έχουν αναπτύξει επίσης ειδικές εγκαταστάσεις, που επιτρέπουν την ανάληψη και την παράδοση αγαθών που έχουν παραγγελθεί μέσω του διαδικτύου, συμβάλλοντας σε μια πιο βιώσιμη αλυσίδα εφοδιασμού.

Ωστόσο, πολλοί λιανοπωλητές της ΕΕ δεν έχουν επαναπροσδιορίσει τον ρόλο τους αρκετά γρήγορα ώστε να αξιοποιήσουν πλήρως τις δυνατότητες των νέων τεχνολογιών. Αυτό μπορεί

³¹ Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών με τίτλο «Σχέδιο Δράσης για τη βιώσιμη κατανάλωση και παραγωγή και τη βιώσιμη βιομηχανική πολιτική» (COM(2008) 397 τελικό της 16ης Ιουλίου 2008).

³² Η συμφωνία για τα απόβλητα στον τομέα του λιανικού εμπορίου (http://ec.europa.eu/environment/industry/retail/event_2012/pdf/retail-agreement-on-waste.pdf) υπογράφηκε τον Οκτώβριο του 2012 στην ετήσια εκδήλωση του φόρουμ λιανικού εμπορίου από 19 εταιρείες και ενώσεις λιανικού εμπορίου που ανέλαβαν τη δέσμευση να εφαρμόσουν τουλάχιστον δύο πρωτοβουλίες ευαισθητοποίησης για τη μείωση των αποβλήτων έως τα μέσα του 2014.

να οφείλεται εν μέρει στις ιδιαιτερότητες των λιανικών υπηρεσιών (π.χ. εύκολη αντιγραφή, πάντοτε με γνώμονα τις ανάγκες των πελατών, συχνά μη τεχνολογικές και προσανατολισμένες στην παροχή υπηρεσιών). Ωστόσο, σε ένα διεθνές πλαίσιο, οι περισσότεροι φορείς στις Ηνωμένες Πολιτείες μπορούν να θεωρηθούν ότι έχουν επενδύσει σε μεγάλο βαθμό στην καινοτομία στον τομέα της λιανικής.

Ως εκ τούτου, θα πρέπει να εφαρμοστούν επαρκείς μηχανισμοί προκειμένου να βελτιωθεί η συμμετοχή των λιανεμπόρων στην εμβληματική πρωτοβουλία «Ένωση καινοτομίας», η οποία προβλέπει μια συνολική στρατηγική για την καινοτομία από την έρευνα έως την αγορά³³. Θα πρέπει να διερευνηθούν καινοτόμες τεχνολογικές λύσεις που θα συμβάλουν στην αντιμετώπιση του κατακερματισμού των αγορών λόγω αποκλινόντων ρυθμιστικών καθεστώτων μεταξύ των κρατών μελών, και θα χαλαρώσουν τους επαχθείς και δαπανηρούς υποχρεωτικούς κανόνες. Η ταχύτερη μεταφορά των αποτελεσμάτων και των ιδεών από την έρευνα στην αγορά, χάρη στην καλύτερη συμμετοχή των λιανοπωλητών στη διαδικασία αυτή, θα συμβάλει επίσης στην ενίσχυση των επιπέδων παραγωγικότητας στον τομέα του λιανικού εμπορίου.

Η επίτευξη ισότιμων όρων ανταγωνισμού για τους φορείς στον τομέα της καινοτομίας θα συμβάλει στην προώθηση της ακόμη στενότερης ολοκλήρωσης της ενιαίας αγοράς, ενώ ταυτόχρονα θα εξασφαλίσει την προαγωγή των βέλτιστων πρακτικών που προέρχονται από τις καινοτόμες ΜΜΕ. Οι περισσότερες ΜΜΕ έχουν μεγάλη ικανότητα για καινοτομία, ανεξάρτητα από το αν αυτοί είναι νέες εταιρείες υψηλής τεχνολογίας ή παραδοσιακές βιοτεχνικές επιχειρήσεις, ασχέτως του αν δραστηριοποιούνται κυρίως σε τοπικές αγορές ή έχουν πελάτες σε όλο τον κόσμο. Μόνο το 2008, περισσότερο από το ένα τέταρτο (27%) των ΜΜΕ που ασκούν δραστηριότητες καινοτομίας στην ΕΕ εισήγαγαν νέα ή βελτιωμένα προϊόντα στην αγορά³⁴.

Στον τομέα του λιανικού εμπορίου, οι ΜΜΕ διαδραματίζουν πολύ σημαντικό ρόλο όσον αφορά την εξασφάλιση της διαθεσιμότητας (από άποψη χώρου, χρόνου και ποικιλίας) προϊόντων και υπηρεσιών για τους καταναλωτές. Δεδομένου ότι το λιανικό εμπόριο είναι τομέας προσανατολισμένος στον καταναλωτή, η εμπειριστατωμένη γνώση των ΜΜΕ για την αγορά τους επιτρέπει να εντοπίζουν ταχέως τις περιπτώσεις όπου νέες τεχνολογίες μπορούν να συμβάλουν στην ικανοποίηση της καταναλωτικής ζήτησης. Επιπλέον, λόγω της οργανωτικής ευελιξίας τους, οι ΜΜΕ μπορούν εύκολα να αναπτύσσουν νέα προϊόντα και υπηρεσίες, ή να τροποποιούν αυτά που ήδη υφίστανται, έτσι ώστε να ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες των καταναλωτών.

3.5.1 *Επισήμανση των προϊόντων*

Οι διαφορετικές υποχρεωτικές απαιτήσεις επισήμανσης μπορούν να παρεμποδίσουν τους επιχειρηματίες να εφοδιάζονται ελεύθερα σε ολόκληρη την ΕΕ, όταν αναζητούν καλύτερη τιμή. Το υφιστάμενο ρυθμιστικό καθεστώς της ΕΕ σχετικά με την επισήμανση των

³³ Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών με τίτλο «Εμβληματική πρωτοβουλία στο πλαίσιο της στρατηγικής Ευρώπη 2020 – Ένωση καινοτομίας» (COM(2010) 546 τελικό της 6ης Οκτωβρίου 2010).

³⁴ Έκθεση για την ανταγωνιστικότητα της Ένωσης καινοτομίας (2011); http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm?section=competitiveness-report&year=2011.

τροφίμων³⁵ εναρμονίζει τις υποχρεωτικές πληροφορίες για τα τρόφιμα. Ωστόσο, προβλέπει επίσης την εισαγωγή πρόσθετων υποχρεωτικών απαιτήσεων επισήμανσης σε εθνικό επίπεδο για κάποιους συγκεκριμένους λόγους. Συνεπώς, ακόμη και αν οι κανόνες που εφαρμόζονται στα κράτη μέλη είναι παρόμοιοι, σε ορισμένες περιπτώσεις για την εμπορία ενός προϊόντος απαιτείται αξιολόγηση συμμόρφωσης ανά χώρα. Η επακόλουθη νομική πολυπλοκότητα μπορεί να παρεμποδίσει τις διασυνοριακές προμήθειες, και δυσχεραίνει την εξασφάλιση των οφελών των οικονομιών κλίμακας.

Η αυξημένη διαφάνεια στον τομέα αυτόν θα αποφέρει οφέλη σε όλους τους ενδιαφερομένους. Θα εκπονηθεί μελέτη σκοπιμότητας για μια πιλοτική βάση δεδομένων που θα συγκεντρώνει τόσο τις απαιτήσεις επισήμανσης της ΕΕ όσο και τις εθνικές απαιτήσεις επισήμανσης στον τομέα των τροφίμων, προκειμένου να καταστούν προσιτές σε όλους οι πληροφορίες για τους κανόνες επισήμανσης. Μπορούν να διερευνηθούν καινοτόμες τεχνολογικές λύσεις (π.χ. χρήση οπτικών ανιχνευτών γραμμωτού κώδικα στα καταστήματα για την παροχή των απαιτούμενων πληροφοριών αντί των παραδοσιακών ετικετών), που θα μπορούσαν να παρέχουν αποδοτικές λύσεις περισσότερο προσανατολισμένες προς τον καταναλωτή.

3.5.2 Ηλεκτρονικές πληρωμές

Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη που δημοσιεύθηκε από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα³⁶, το κόστος της παροχής λιανικών υπηρεσιών πληρωμών το οποίο βαρύνει την κοινωνία είναι σημαντικό. Κατά μέσο όρο, ανέρχεται σε 1% του ΑΕΠ, ή περίπου 130 δισεκατ. ευρώ για το 2009. Περίπου το μισό από αυτό το κοινωνικό κόστος προκύπτει από τράπεζες και υποδομές πληρωμών, ενώ το 46% βαρύνει τους εμπόρους λιανικής πώλησης. Το κοινωνικό κόστος δεν περιλαμβάνει τις αμοιβές που καταβάλλονται σε άλλους παράγοντες της αγοράς στο πλαίσιο της αλυσίδας συναλλαγών υπηρεσιών πληρωμών. Αν συμπεριληφθούν οι εν λόγω αμοιβές, το συνολικό κόστος των πληρωμών για τους λιανοπωλητές είναι ακόμη υψηλότερο από ό,τι για τις τράπεζες και τις υποδομές. Ως εκ τούτου, οι πληρωμές αντιπροσωπεύουν μια σημαντική συνιστώσα του κόστους της επιχειρηματικής δραστηριότητας για τους εμπόρους της ΕΕ.

Οι ηλεκτρονικές πληρωμές προσφέρουν σημαντικές ευκαιρίες στον τομέα αυτόν. Η αγορά των λιανικών πληρωμών είναι δυναμική και σημειώθηκαν σημαντικές εξελίξεις με την εμφάνιση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Ενώ οι τράπεζες και τα συστήματα με κάρτες εξακολουθούν να κυριαρχούν στις λιανικές πληρωμές, εμφανίστηκαν άλλες μέθοδοι πληρωμής, όπως οι διαδικτυακές πληρωμές που δεν βασίζονται σε κάρτες και οι πληρωμές μέσω κινητών τηλεφώνων, ωθούμενες από την αυξανόμενη διείσδυση των έξυπνων συσκευών κινητής τηλεφωνίας, και παρουσιάζουν σημαντικές μελλοντικές δυνατότητες ανάπτυξης³⁷.

Η Πράσινη Βίβλος της Επιτροπής για τις κάρτες πληρωμών, τις πληρωμές μέσω διαδικτύου και κινητών³⁸ προσπαθεί να προωθήσει μια ενοποιημένη ευρωπαϊκή αγορά στους τομείς

³⁵ Η οδηγία 2000/13/ΕΚ εναρμονίζει τις γενικές διατάξεις για την επισήμανση των τροφίμων. Θα αντικατασταθεί από τον κανονισμό 1169/2011 από τις 13 Δεκεμβρίου 2014.

³⁶ «The social and private costs of retail payment instruments: a European perspective», Occasional Paper Series, ΕΚΤ, αριθ. 137, Φρανκφούρτη, Σεπτέμβριος 2012.

³⁷ Έκθεση της ομάδας εργασίας για τις καινοτομίες στις λιανικές πληρωμές — Τράπεζα Διεθνών Διακανονισμών, Μάιος 2012.

³⁸ Πράσινη Βίβλος «Προς ενοποιημένη ευρωπαϊκή αγορά πληρωμών με κάρτα, μέσω του Διαδικτύου και μέσω κινητών τηλεφώνων», (COM(2011) 941 τελικό της 11ης Ιανουαρίου 2011).

αυτούς προς όφελος των καταναλωτών και των εμπόρων. Τα οφέλη που απορρέουν από τη μεγαλύτερη ενοποίηση περιλαμβάνουν τα εξής:

- Περισσότερο ανταγωνισμό μεταξύ των παρόχων υπηρεσιών πληρωμών, και ισότιμους όρους ανταγωνισμού μεταξύ κατεστημένων και νέων παραγόντων.
- Περισσότερες επιλογές και διαφάνεια στον τομέα των υπηρεσιών πληρωμών για τους καταναλωτές και τους εμπόρους.
- Περισσότερη καινοτομία στον τομέα των υπηρεσιών πληρωμών, καθώς και βελτίωση της ασφάλειας που υποστηρίζει την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Η Πράσινη Βίβλος και οι επακόλουθες διαβουλεύσεις με τους ενδιαφερόμενους φορείς εντόπισαν μια σειρά από πιθανά εμπόδια για την ενοποίηση της αγοράς πληρωμών με κάρτες, μέσω διαδικτύου και μέσω κινητών τηλεφώνων. Τα εμπόδια αυτά περιλαμβάνουν τα εξής:

- Περιορισμένη πρόσβαση στην αγορά για νέους παρόχους υπηρεσιών πληρωμών, με βάση κάρτες ή όχι· (π.χ. πρόσβαση σε πληροφορίες για πληρωμή λογαριασμών από τρίτους παρόχους, ή πρόσβαση σε συστήματα εκκαθάρισης και διακανονισμού για νέους παρόχους υπηρεσιών πληρωμής).
- Μεγάλες διακυμάνσεις (μεταξύ των κρατών μελών), και ενδεχομένως υπερβολικά επίπεδα πολυμερών διαπραγματικών προμηθειών (ΠΔΠ) για τις πληρωμές με κάρτα. Τα τέλη αυτά αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο μέρος των τελών που χρεώνονται από τους αποδέκτες συναλλαγών στους εμπόρους για την αποδοχή των καρτών πληρωμών.
- Εμπόδια που εμποδίζουν τους εμπόρους να επωφελούνται από τη διασυνοριακή ή κεντρική αποδοχή πληρωμών με κάρτα.
- Κενά τυποποίησης και διαλειτουργικότητας για την παροχή πληρωμών με κάρτες, μέσω διαδικτύου ή μέσω κινητών επικοινωνιών, και επακόλουθα αντικίνητρα για να επενδύουν οι έμποροι στην αναγκαία υποδομή, όπως τερματικά πληρωμής.

Ορισμένα από τα μέτρα για την αντιμετώπιση των εν λόγω ζητημάτων θα μπορούσαν να θεσπιστούν μέσω της αναθεώρησης της οδηγίας για τις υπηρεσίες πληρωμών³⁹ και με την καθιέρωση ενός βελτιωμένου μοντέλου διακυβέρνησης για τις λιανικές πληρωμές στην ΕΕ. Η Επιτροπή έχει επίσης εξαγγείλει νομοθετική πρόταση σχετικά με τις ΠΔΠ στην ανακοίνωσή της σχετικά με την «Πράξη για την ενιαία αγορά» II⁴⁰.

Δράσεις:

- (8) *Η Επιτροπή το 2013 θα δρομολογήσει πρωτοβουλία για την καινοτομία στον τομέα του λιανικού εμπορίου με την οποία η Επιτροπή, με τη βοήθεια εμπειρογνομόνων υψηλού επιπέδου, θα διερευνήσει τον τρόπο με τον οποίο θα εξασφαλιστεί ότι ο τομέας του λιανικού εμπορίου μπορεί να συμβάλει σε καινοτόμα προϊόντα, υπηρεσίες και τεχνολογίες και να επωφεληθεί από αυτά. Σε αυτή τη βάση, η Επιτροπή θα σχεδιάσει συγκεκριμένες δράσεις εστιασμένες στην τόνωση της*

³⁹ Οδηγία 2007/64/EK, της 13ης Νοεμβρίου 2007, σχετικά με τις υπηρεσίες πληρωμών στην εσωτερική αγορά και την τροποποίηση των οδηγιών 97/7/EK, 2002/65/EK, 2005/60/EK και 2006/48/EK και την κατάργηση της οδηγίας 97/5/EK (ΕΕ L 319 της 5ης Δεκεμβρίου 2007, σ. 1).

⁴⁰ Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών με τίτλο «Ενιαία αγορά - Πράξη II Μαζί για μια νέα ανάπτυξη», (COM(2011) 573 τελικό της 3ης Οκτωβρίου 2012).

ανταγωνιστικότητας στον τομέα του λιανικού εμπορίου, όπως η ταχύτερη μεταφορά των αποτελεσμάτων της έρευνας στην αγορά, η ενοποίηση του συμβατικού και του ηλεκτρονικού περιβάλλοντος, νέοι τρόποι πληροφόρησης των καταναλωτών σχετικά με τα προϊόντα, ανάπτυξη φιλικών προς την καινοτομία κανονισμών και προτύπων, κλπ.

(9) Η Επιτροπή θα εξετάσει τη σκοπιμότητα της δημιουργίας ειδικής βάσης δεδομένων, η οποία θα περιέχει όλους τους κανόνες, της ΕΕ και εγχώριους, κανόνες για την επισήμανση των τροφίμων και θα αποτελεί έναν απλό τρόπο εντοπισμού των απαιτήσεων επισήμανσης ανά προϊόν.

(10) Η Επιτροπή θα λάβει μέτρα ώστε να διασφαλιστεί καλύτερη ενοποίηση της αγοράς για πληρωμές με κάρτες, μέσω διαδικτύου και μέσω κινητής τηλεφωνίας με τους εξής τρόπους:

α) Αναθεώρηση τις οδηγίας για τις υπηρεσίες πληρωμών·

β) Ενισχυμένο μοντέλο διακυβέρνησης για υπηρεσίες πληρωμής μικρών ποσών και,

γ) Νομοθετική πρόταση σχετικά με τις πολυμερείς διαπραγματευτικές προμήθειες για τις κάρτες πληρωμής.

3.6 Δημιουργία καλύτερου εργασιακού περιβάλλοντος

Η ρευστότητα της αγοράς εργασίας είναι εξαιρετικά σημαντικός παράγοντας που επιτρέπει στον τομέα του λιανικού εμπορίου να παρέχει πρόσβαση σε θέσεις εργασίας για νέους, ανειδίκευτους ή/και εποχικά εργαζόμενους (το 32% του συνόλου των εργαζομένων στο λιανικό εμπόριο είναι ανειδίκευτοι ή ημι-ειδικευμένοι, σε σύγκριση με 27% κατά μέσο όρο για το σύνολο του εργατικού δυναμικού). Οι υπηρεσίες λιανικής χρησιμεύουν συχνά ως σημείο εκκίνησης για όσους εισέρχονται ή επανεισέρχονται στην αγορά εργασίας (15% του συνόλου των εργαζομένων του τομέα λιανικού εμπορίου είναι ηλικίας κάτω των 24 ετών, σε σύγκριση με τον μέσο όρο του 9%· 30% των εργαζομένων στον τομέα του λιανικού εμπορίου εργάζονται με καθεστώς μερικής απασχόλησης σε σύγκριση με τον μέσο όρο του 20%)⁴¹.

Με δεδομένο το σημαντικό εργατικό δυναμικό που απασχολείται στον κλάδο του λιανικού εμπορίου, ο τομέας θα πρέπει να επωφελείται πλήρως από διευκόλυνση της κινητικότητας των εργαζομένων, έτσι ώστε οι δεξιότητες να μπορούν να χρησιμοποιηθούν όπου είναι πιο χρήσιμες. Αυτό είναι σημαντικό προκειμένου να μεγιστοποιηθεί η συμβολή του τομέα στην ανάπτυξη της ΕΕ. Τα προτεινόμενα μέτρα θα συμβάλουν στην καλύτερη χρήση των διαθέσιμων δεξιοτήτων, ιδίως για τις ΜΜΕ, λόγω του υψηλού ποσοστού αυτοαπασχολούμενων στον τομέα.

3.6.1 Αναντιστοιχία δεξιοτήτων-αναγκών

Οι υφιστάμενες αναντιστοιχίες μεταξύ των δεξιοτήτων του εργατικού δυναμικού και των αναγκών του τομέα του λιανικού εμπορίου αποτελούν σημαντικές προκλήσεις για τη βέλτιστη λειτουργία του τομέα. Για την κάλυψη της έλλειψης αυτής, το σημερινό και το μελλοντικό εργατικό δυναμικό θα πρέπει να έχει το κατάλληλο χαρτοφυλάκιο δεξιοτήτων, πράγμα το οποίο θα απαιτήσει ακριβή εκ των προτέρων ανάλυση των αναγκών σε δεξιότητες.

⁴¹ *Structural features of distributive trades and their impact on prices in the euro area*, EKT, Occasional Paper, αριθ. 128, Σεπτέμβριος 2011.

Ο προσδιορισμός των αναγκών σε δεξιότητες και των αναντιστοιχιών είναι ιδιαίτερα σημαντικός προκειμένου να βελτιωθεί η απασχολησιμότητα των νέων που εισέρχονται στην αγορά εργασίας, των μακροχρόνια ανέργων, των ηλικιωμένων εργαζομένων, των μεταναστών και των ατόμων με ειδικές ανάγκες. Επιπλέον, η συνεχής καινοτομία και η συνακόλουθη αύξηση των επιπέδων αυτοματισμού στον τομέα του λιανικού εμπορίου θα απαιτούν από τους εργαζομένους να επικαιροποιούν συχνά τις δεξιότητές τους προκειμένου να προσαρμόζονται στην εξέλιξη των εργασιών και των καθηκόντων.

Για να επιτευχθούν οι ανωτέρω στόχοι, οι δημόσιες επενδύσεις και μόνο δεν θα είναι επαρκείς. Η ευθύνη για τις επενδύσεις σε δεξιότητες θα πρέπει να μοιράζονται, και ο τομέας του λιανικού εμπορίου πρέπει να διαδραματίζει μεγαλύτερο ρόλο παράλληλα με τις κυβερνήσεις, τα άτομα και τον εκπαιδευτικό τομέα. Ακόμη και στη σημερινή κατάσταση, όπου το επίκεντρο είναι ο έλεγχος των δημοσιονομικών δαπανών, δεν θα πρέπει να ξεετάζεται το ενδεχόμενο της μείωσης των επενδύσεων στην εκπαίδευση και την κατάρτιση. Αντίθετα, οι σημαντικές και έξυπνες επενδύσεις στην ανάπτυξη δεξιοτήτων όχι μόνο θα εξασφαλίσουν τη βέλτιστη «συμφέρουσα προσφορά», αλλά θα βοηθήσουν επίσης να αξιοποιηθούν τα οφέλη του δυναμικού των ατόμων. Όπως τονίζεται στην ανακοίνωση με τίτλο «Ανασχεδιασμός της εκπαίδευσης»⁴², προκειμένου να εξασφαλιστεί εργατικό δυναμικό με επαρκείς και κατάλληλες δεξιότητες, οι προσπάθειες για τον εκσυγχρονισμό των συστημάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης θα πρέπει να πολλαπλασιαστούν. Οι επιχειρήσεις του τομέα του λιανικού εμπορίου θα πρέπει να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των νέων προγραμμάτων σπουδών, την ανάπτυξη προγραμμάτων κατάρτισης και μαθητείας και τη στενή συνεργασία με τα εκπαιδευτικά συστήματα για τον εντοπισμό των τομέων στους οποίους θα πρέπει να επικεντρωθούν οι προσπάθειες, όπως η αύξηση των περιβαλλοντικών δεξιοτήτων των εργαζομένων, ή η επίτευξη καλύτερων σχέσεων με προμηθευτές. Η ενίσχυση των εταιρικών σχέσεων σχολών-επιχειρήσεων, συμπεριλαμβανομένων των διπλών συστημάτων κατάρτισης για μαθητευομένους που υποστηρίζονται από την Ευρωπαϊκή Συμμαχία για θέσεις μαθητείας⁴³, και η καθιέρωση διάφορων μορφών πρακτικής άσκησης και υποτροφιών, μπορούν να είναι χρήσιμα για αμφότερα τα μέρη: οι επιχειρήσεις του τομέα του εμπορίου και της διανομής θα μπορούν έτσι να εξασφαλίσουν ότι θα έχουν πρόσβαση σε ένα καλά καταρτισμένο εργατικό δυναμικό με τις σωστές δεξιότητες, ενώ τα σχολεία θα μπορούν να προσελκύουν περισσότερους σπουδαστές εάν τα προγράμματα σπουδών τους παρέχουν ένα δίπλωμα που έχει μεγαλύτερη αξία στην αγορά εργασίας. Επιπλέον, σε επίπεδο ΕΕ, έχουν πρόσφατα αναπτυχθεί και δοκιμαστεί ειδικά τομεακά μέσα για τη στήριξη ισχυρότερων και πιο διαρθρωμένων εταιρικών σχέσεων μεταξύ των παρόχων δεξιοτήτων και των επιχειρήσεων. Μία από αυτές, οι τομεακές συμμαχίες δεξιοτήτων⁴⁴ που προτείνεται στο πλαίσιο του νέου προγράμματος Erasmus για όλους⁴⁵, ενδέχεται να είναι ιδιαίτερα κατάλληλη για την αντιμετώπιση των

⁴² Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών «Ανασχεδιασμός της εκπαίδευσης: επενδύοντας στις δεξιότητες για καλύτερα κοινωνικοοικονομικά αποτελέσματα» (COM(2012) 669 τελικό της 20ής Νοεμβρίου 2012).

⁴³ Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών «Ωθώντας τη νεολαία προς την απασχόληση» (COM(2012) 727 τελικό της 5ης Δεκεμβρίου 2012).

⁴⁴ http://ec.europa.eu/education/news/20120425_en.htm.

⁴⁵ Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών «ERASMUS ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ: Το πρόγραμμα της ΕΕ για την εκπαίδευση, την κατάρτιση, τη νεολαία και τον αθλητισμό» (COM(2011) 787 τελικό της 23ης Νοεμβρίου 2011).

ειδικών αναγκών του τομέα του λιανικού εμπορίου. Τα έργα ανάπτυξης είναι καλά παραδείγματα του τρόπου με τον οποίο οι λιανοπωλητές μπορούν να συνεργαστούν με τις τοπικές αρχές για την αντιμετώπιση της μακροχρόνιας ανεργίας.

Οι αναντιστοιχίες δεξιοτήτων ποικίλλουν σημαντικά μεταξύ των τομέων και σε ολόκληρη την ΕΕ, και επίσης διαφέρουν ως προς τη διάρκειά τους. Προκειμένου να μειωθεί το χάσμα δεξιοτήτων που αντιμετωπίζουν οι εταιρείες και τα άτομα που αναζητούν εργασία, όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, συμπεριλαμβανομένων των εταιρειών και των κοινωνικών εταίρων στον τομέα του λιανικού εμπορίου, θα πρέπει να συμμετέχουν στον καθορισμό των ποιοτικών και ποσοτικών αναγκών του τομέα σε δεξιότητες βραχυπρόθεσμα, μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα.

Η συγκρότηση, το 2012, ενός ευρωπαϊκού συμβουλίου τομεακών δεξιοτήτων για τον τομέα του εμπορίου – που καλύπτει το λιανικό και το χονδρικό εμπόριο – αναμένεται να διαδραματίσει κρίσιμο ρόλο στην συγκέντρωση πληροφοριών για δεξιότητες ανά τομέα από κοινού με εθνικά συμβούλια δεξιοτήτων στον τομέα αυτόν. Τροφοδοτώντας το πανόραμα δεξιοτήτων στην ΕΕ⁴⁶ που δρομολογήθηκε πρόσφατα, το έργο αυτών των συμβουλίων δεξιοτήτων θα συμβάλει στην πρόβλεψη και την αποφυγή κενών και αναντιστοιχιών, παρέχοντας στους ενδιαφερομένους πληροφορίες σχετικά με την εξέλιξη των αναγκών για δεξιότητες και απασχόληση. Η καλύτερη πρόβλεψη θα επιτρέψει στις εταιρείες των κρατών μελών, καθώς και στα άτομα, θα κάνουν πιο συνειδητές επιλογές και επενδύσεις.

3.6.2 Άτυπη οικονομία

Η αδήλωτη εργασία αποτελεί σημαντικό ζήτημα για τον τομέα του λιανικού εμπορίου. Οι εργαζόμενοι στην άτυπη οικονομία⁴⁷ είναι αποκλεισμένοι από την υφιστάμενη υγειονομική κάλυψη και τις κοινωνικές παροχές. Αυτό συνεπάγεται υψηλούς κοινωνικούς κινδύνους, καθώς και χαμηλό εισόδημα και έλλειψη κοινωνικής προστασίας για τους εργαζομένους αυτούς. Επιπλέον, η ύπαρξη μιας άτυπης οικονομίας οδηγεί σε απώλειες δημοσιονομικών εσόδων λόγω της μείωσης της φορολογίας και των εισφορών κοινωνικής ασφάλισης που καταβάλλονται. Ως εκ τούτου, προσθέτει μεγαλύτερη φορολογική επιβάρυνση στους νόμιμους εργαζομένους και επηρεάζει την ανταγωνιστικότητα των κρατών μελών.

Η Επιτροπή θα αρχίσει διάλογο με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη για την αξιολόγηση του αντικτύπου της άτυπης οικονομίας στις συνθήκες εργασίας και για να καθοριστεί πώς πρέπει να σχεδιαστεί μια κοινοτική προσέγγιση για την καταπολέμησή της⁴⁸.

Οι υπηρεσίες της Επιτροπής θα συνεργαστούν για να εξασφαλίσουν ότι οι ιδιαιτερότητες του τομέα του λιανικού εμπορίου θα λαμβάνονται υπόψη κατά την εφαρμογή κάθε ενέργειας που αποσκοπεί στην καταπολέμηση της άτυπης οικονομίας.

⁴⁶ <http://euskillspace.ec.europa.eu/>.

⁴⁷ Δραστηριότητες και εισοδήματα που βρίσκονται πλήρως ή εν μέρει εκτός των κυβερνητικών ρυθμίσεων και της φορολογίας.

⁴⁸ Ειδικότερα το πρόγραμμα εργασίας της Επιτροπής του 2013 αναφέρει τη σύσταση μιας «ευρωπαϊκής πλατφόρμας για την καταπολέμηση της αδήλωτης εργασίας». Η πλατφόρμα αυτή θα αποσκοπεί να καλύψει όλους τους βασικούς τομείς που επηρεάζονται από την αδήλωτη εργασία και να προωθήσει την πιο αποτελεσματική καταπολέμηση της αδήλωτης εργασίας μέσω της βελτίωσης της συνεργασίας, της ανταλλαγής βέλτιστων πρακτικών και τον εντοπισμό κοινών αρχών. Η πρωτοβουλία αυτή εξαγγέλθηκε στην ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών με τίτλο «Στοχεύοντας σε μια ανάκαμψη με άφθονες θέσεις απασχόλησης» (COM(2011) 173 τελικό της 18ης Απριλίου 2012 γνωστή επίσης ως «δέσμη μέτρων για την απασχόληση»).

Δράση:

- (11) *Η Επιτροπή θα ενισχύσει τη συνεργασία με τους κοινωνικούς εταίρους προκειμένου να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις που θα καταστήσουν δυνατή την αντιστοίχιση των δεξιοτήτων με τις ανάγκες της αγοράς εργασίας στον τομέα του λιανικού εμπορίου, ιδίως με τον εντοπισμό και την πρόβλεψη των αναγκών για δεξιότητες, με ένα ευρωπαϊκό συμβούλιο τομεακών δεξιοτήτων και με τη βελτίωση των πολιτικών κατάρτισης και επανειδίκευσης των λιανοπωλητών.*

3.7 Διεθνής διάσταση

Οι διεθνείς εμπορικοί φραγμοί για το λιανικό εμπόριο (για την εγκατάσταση και άλλους τρόπους προμηθειών, όπως οι περιορισμοί για τη δικαιόχρηση και το ηλεκτρονικό εμπόριο) συνιστούν σημαντικό εμπόδιο για την ανάπτυξη και τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Σήμερα, έως 36 εκατομμύρια θέσεις εργασίας στην ΕΕ εξαρτώνται, άμεσα ή έμμεσα, από το εμπόριο. Η πρόσβαση σε αγορές τρίτων χωρών ανοίγει σημαντικούς διαύλους για τους ευρωπαϊκούς φορείς, ιδιαίτερα τις ΜΜΕ, που θα τους επιτρέψουν να αξιοποιήσουν την ανάπτυξη αυτών των αγορών. Η πρόσβαση του τομέα του λιανικού εμπορίου στις αγορές τρίτων χωρών έχει σημαντικό δυναμικό πολλαπλασιασμού της μεγέθυνσης για την οικονομία της ΕΕ. Οι ευρωπαίοι έμποροι λιανικής μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο ως κινητήριοι μοχλοί των εξαγωγών, με την προμήθεια προϊόντων του μεταποιητικού τομέα της ΕΕ σε τρίτες χώρες, ανοίγοντας τον δρόμο για την πρόσβαση των ΜΜΕ σε αγορές εκτός της ΕΕ. Συνεπώς, προτείνεται να δημιουργηθεί, σε στενό διάλογο με τον τομέα λιανικής πώλησης, μια στρατηγική της ΕΕ για το άνοιγμα των διεθνών συναλλαγών και την αντιμετώπιση των υφιστάμενων εμποδίων, ειδικότερα με τους εξής τρόπους:

- Καλύτερη συλλογή πληροφοριών για τους φραγμούς των τρίτων χωρών για το λιανικό εμπόριο, προκειμένου να διευκολυνθούν οι αρμόδιες υπηρεσίες της Επιτροπής να παρακολουθούν την εφαρμογή των υφισταμένων συμφωνιών ελεύθερων συναλλαγών και να προετοιμάζουν μελλοντικές διαπραγματεύσεις· και,
- Βελτίωση του γραφείου εξυπηρέτησης των ΜΜΕ⁴⁹, καθώς και του γραφείου στήριξης των εξαγωγών και των βάσεων δεδομένων για την πρόσβαση στην αγορά, προκειμένου να επεκταθούν τα αντίστοιχα πεδία εφαρμογής τους ώστε να συμπεριλάβουν τις υπηρεσίες.

4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: ΣΥΝΕΧΗΣ ΔΙΑΛΟΓΟΣ ΜΕ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Λόγω του δυναμικού για ανάπτυξη και απασχόληση που μπορούν να συνεισφέρουν οι λιανικές υπηρεσίες στην οικονομία της ΕΕ συνολικά, υπάρχει ανάγκη για μια συνεκτική και ολιστική στρατηγική για την αντιμετώπιση των εμποδίων που παρακωλύουν επί του παρόντος την πλήρη ανάπτυξή τους.

Η εξασφάλιση πρόσβασης σε πιο ανταγωνιστικές και βιώσιμες υπηρεσίες λιανικού εμπορίου, η παροχή στους καταναλωτές της δυνατότητας να κάνουν επιλογές έχοντας καλύτερη γνώση των πραγμάτων όσον αφορά τα προϊόντα που επιθυμούν να αγοράσουν, η ανάπτυξη μιας πιο ισορροπημένης αλυσίδας εφοδιασμού λιανικής, η στήριξη καινοτόμων λύσεων, η ταχύτερη

⁴⁹ Μια ειδική διευκόλυνση την οποία διαχειρίζεται η Επιτροπή για την αντιμετώπιση των ανησυχιών και των ερωτήσεων των εμπόρων με τη βελτίωση της στοχευμένης προσέγγισης προς τις ΜΜΕ.

μεταφορά των αποτελεσμάτων της έρευνας στην αγορά και η δημιουργία ενός καλύτερου εργασιακού περιβάλλοντος στον τομέα του λιανικού εμπορίου θα συμβάλουν στην επίτευξη του στόχου αυτού.

Οι 11 συγκεκριμένες δράσεις⁵⁰ που παρουσιάζονται στο παρόν σχέδιο δράσης θα πρέπει να εφαρμοστούν έως το 2014 προκειμένου να επιτευχθεί μια ενιαία αγορά λιανικού εμπορίου. Είναι σημαντικό να εκτελεστεί το παρόν σχέδιο δράσης παράλληλα με άλλες πρωτοβουλίες, ιδίως εκείνες που αφορούν την πλήρη εφαρμογή της οδηγίας για τις υπηρεσίες, το σχέδιο δράσης για το ηλεκτρονικό εμπόριο και τις εν εξελίξει πρωτοβουλίες στον τομέα των πληρωμών.

Η Επιτροπή θα παρακολουθεί τις εξελίξεις και θα αναφέρει σχετικά με την πρόοδο της εφαρμογής του παρόντος σχεδίου δράσης με την υποβολή έκθεσης το 2015. Η εν λόγω παρακολούθηση θα γίνεται με βάση τις διεξαγόμενες συζητήσεις στο πλαίσιο των θεσμικών οργάνων της ΕΕ, με τα κράτη μέλη, καθώς και με τους εκπροσώπους του τομέα του λιανικού εμπορίου και άλλων αρμόδιων φορέων, μέσω της ομάδας για την ανταγωνιστικότητα του τομέα του λιανικού εμπορίου.

⁵⁰

Όλες οι δράσεις που προτείνεται να αναληφθούν από την Επιτροπή στο παρόν έγγραφο είναι συνεπείς και συμβατές με το ισχύον πολυετές δημοσιονομικό πλαίσιο (2007-2013) και με την πρόταση για το νέο πολυετές δημοσιονομικό πλαίσιο 2014-2020.