



ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ

**Βρυξέλλες, 20.11.1996
COM(96) 530 τελικό**

ΠΡΑΣΙΝΗ ΒΙΒΛΟΣ

ΓΙΑ ΤΟ

ΕΜΠΟΡΙΟ

(υποβληθέν από την Επιτροπή)

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

I- ΕΙΣΑΓΩΓΗ

II- ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

- 1- Οικονομική και κοινωνική σημασία του εμπορίου*
- 2- Συγκέντρωση και ανταγωνισμός στο εμπόριο*
- 3- Η ανάπτυξη του ανεξάρτητα οργανωμένου εμπορίου*
- 4- Ανάπτυξη της εσωτερικής αγοράς και διεθνοποίηση*
 - 4.1- Διασυνοριακό εμπόριο στην ενιαία αγορά*
 - 4.2- Διασυνοριακό εμπόριο με χώρες εκτός της ΕΕ*

III- Ο ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ Η ΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΚΡΑΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΕ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

- 1- Ενέργειες που αναλαμβάνονται από τα κράτη μέλη*
- 2- Ρόλος και δράσεις της ΕΕ*
 - 2.1- Δράσεις υπέρ του εμπορίου*
 - 2.2- Το πλαίσιο διαβούλευσης*

IV- ΝΕΕΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΙ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

- 1- Εξασφάλιση της αποτελεσματικότητας της ενιαίας αγοράς*
 - 1.1- Εμπόδια στην ενιαία αγορά*
 - 1.2- Ανησυχίες των καταναλωτών*
 - 1.3- Η εισαγωγή του Εύρω*
- 2- Επιχειρηματικό περιβάλλον*
 - 2.1- Διοικητικές επιβαρύνσεις και απλούστευση της νομοθεσίας*
 - 2.2- Κατάρτιση*
 - 2.3- Στατιστικές πληροφορίες*
- 3- Απασχόληση, ανταγωνιστικότητα και συνοχή*
 - 3.1- Το αγροτικό περιβάλλον*
 - 3.2- Το αστικό περιβάλλον*
- 4- Η Κοινωνία των Πληροφοριών και το Εμπόριο*

V- ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: ΤΟΜΕΙΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΑΜΕΣΑ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ
ΚΑΙ ΥΠΟΚΕΙΝΤΑΙ ΣΕ ΕΘΝΙΚΟΥΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥΣ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΚΟΙΝΟΤΙΚΩΝ
ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΩΝ ΜΕΤΡΩΝ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ: ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΣΕ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ
ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε: ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΟΡΓΑΝΩΝ

I- ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1 - Κάθε μέρα, σχεδόν 370 εκατομμύρια πολίτες της ΕΕ καταναλώνουν και χρησιμοποιούν αγαθά - τρόφιμα, ενδύματα, έπιπλα, βιβλία, αυτοκίνητα, υπολογιστές - που παράγονται από 58 εκατομμύρια άτομα τα οποία απασχολούνται στη γεωργία και στη μεταποίηση σε όλη την ΕΕ, καθώς και εκατομμύρια άλλα άτομα που απασχολούνται εκτός των τομέων αυτών. Όμως, χάρη στα 22 εκατομμύρια άτομα που απασχολούνται στο εμπόριο εντός της ΕΕ οι πολίτες της μπορούν να έχουν πρόσβαση σ' αυτό το τεράστιο φάσμα προϊόντων, όπου και όταν θέλουν, σε προσιτές τιμές και με σίγουρη εξυπηρέτηση. Επιπλέον, το εμπόριο αποτελεί την πύλη μέσω της οποίας ένας πλούτος αγαθών από άλλες χώρες εισέρχεται στην εγχώρια αγορά και επεκτείνει την ποικιλία των προσφερόμενων ειδών. Αυτό ισχύει όχι μόνο για τα αγαθά από τρίτες χώρες αλλά και για τα αγαθά από άλλα κράτη μέλη που έχουν ωφεληθεί από την ανάπτυξη της εσωτερικής αγοράς.

2- Ο ζωτικός αυτός οικονομικός τομέας, ο δεύτερος μεγαλύτερος στην Κοινότητα, αντιμετωπίζει, την παραμονή της τρίτης χιλιετίας, ποικίλες προκλήσεις στις οποίες πρέπει να αντιδράσει άμεσα προκειμένου να διατηρήσει τη συμβολή του στην οικονομική και κοινωνική ευημερία των πολιτών μας.

3- Οι προκλήσεις αυτές περιλαμβάνουν: τον αυξημένο ανταγωνισμό που προκύπτει από ευκαιρίες εμπορικών συναλλαγών σ' ολόκληρη την επικράτεια της ενιαίας αγοράς· τα εμπόδια που παρεμβάλουν στην ανάπτυξη του πλήρους δυναμικού της ενιαίας αγοράς οι ανομοιογενείς διατάξεις σε εθνικό, περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο· η εισαγωγή του ενιαίου νομίσματος που θα προσφέρει άμεσα πλεονεκτήματα αλλά δημιουργεί και ορισμένα πρακτικά προβλήματα τα οποία αφορούν ειδικά τον εν λόγω τομέα· την εξελισσόμενη σχέση μεταξύ καταναλωτών και προμηθευτών· τη συνεχιζόμενη αναδιάρθρωση του τομέα προκειμένου να προσαρμοστεί στο ανταγωνιστικό περιβάλλον και τις συνέπειές της στις κοινότητες που εξαρτώνται ή εξυπηρετούνται από τις υφιστάμενες δομές· την ανάγκη εξασφάλισης ενός περιβάλλοντος εντός του οποίου μπορούν να αναπτυχθούν επιχειρήσεις· την ταχεία εξάπλωση της χρήσης της υφιστάμενης τεχνολογίας και της εκμετάλλευσης της νέας τεχνολογίας για τον εκσυγχρονισμό της παροχής υπηρεσιών και τη διευκόλυνση νέων μορφών άμεσων συναλλαγών· την ανάγκη διατήρησης μιας ανταγωνιστικής ευρωπαϊκής βιομηχανίας στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης του εμπορίου μέσω της επανάστασης της κοινωνίας των πληροφοριών (ηλεκτρονικό εμπόριο).

4- Παρά τη θέση που κατέχει στην καρδιά της οικονομίας, ο τομέας πάσχει από έλλειψη άμεσα διαθέσιμων πληροφοριών και αναλυτικών στοιχείων. Το κενό αυτό πρέπει να πληρωθεί δεδομένου ότι η ταχεία μεταφορά πληροφοριών έχει καθοριστική σημασία για τη διατήρηση του ανταγωνισμού και την προσαρμογή στις τάσεις της αγοράς.

5- Ο εμπορικός τομέας, αν και περιλαμβάνει δραστηριότητες οι οποίες επηρεάζουν πολύ άμεσα την καθημερινή ζωή των ανθρώπων, φαίνεται να έχει παραμεληθεί. Είναι καιρός να ξεκινήσει πλήρης διαβούλευση σχετικά με τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει το εμπόριο και τις πιθανές επιλογές αντίδρασης στις προκλήσεις αυτές. Σκοπός της παρούσας Πράσινης Βίβλου είναι να δώσει το έναυσμα για την έναρξη της διαδικασίας διαβούλευσης.

6- Οι όροι "εμπόριο" και "διανομή" χρησιμοποιούνται συχνά ως συνώνυμα αν και το πρώτο θεωρείται μερικές φορές επιμελυντεία ως αναφερόμενο περισσότερο στην πώληση ενώ το δεύτερο περισσότερο στη λογιστική. Στο παρόν έγγραφο ο όρος "εμπόριο" χρησιμοποιείται και για τα δύο είδη δραστηριοτήτων και ιδίως για το χονδρικό και το λιανικό εμπόριο. Ο εμπορικός τομέας, με τον οποίο ασχολείται το έγγραφο, καλύπτει ολόκληρη την εμπορική δραστηριότητα από την αγορά αγαθών από τον παραγωγό έως την παράδοση των αγαθών αυτών στον τελικό καταναλωτή. Το έγγραφο δεν ασχολείται ειδικά με το εμπόριο υπηρεσιών, παρόλο που γίνεται αναφορά σε ορισμένες υπηρεσίες οι οποίες συνδέονται άμεσα με προϊόντα του εμπορίου, π.χ. τουρισμός/βιοτεχνία.

ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΒΙΒΛΟΥ

7- Σκοπός της παρούσας Πράσινης Βίβλου για το εμπόριο είναι να δώσει το έναυσμα για την έναρξη προσεκτικής συζήτησης σχετικά με τη σημασία αυτού του τομέα της οικονομίας και των προκλήσεων που αντιμετωπίζει την παραμονή του 21ου αιώνα:

- εξετάζει τη διάρθρωση και την ανάπτυξη του εμπορίου·
- περιγράφει τις δράσεις και τους αντίστοιχους ρόλους των κρατών μελών και της ΕΕ·
- προσδιορίζει τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο τομέας και θίγει ζητήματα που απαιτούν δημόσιο διάλογο.

8- Η συζήτηση την οποία θα προκαλέσει η Πράσινη Βίβλος αναμένεται να οδηγήσει στον προσδιορισμό των δράσεων που πρέπει να αναληφθούν από τις ίδιες τις επιχειρήσεις, από τις δημόσιες διοικήσεις στα κράτη μέλη ή από την ΕΕ, οι οποίες θα βοηθήσουν τον τομέα να αντιδράσει στις προκλήσεις αυτές ενώ, ταυτόχρονα, θα παραμείνει ανταγωνιστικός και θα συμβάλει στην απασχόληση και στην κοινωνική συνοχή.

II- ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

1- Οικονομική και κοινωνική σημασία του εμπορίου

9- Το εμπόριο είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος τομέας οικονομικής δραστηριότητας εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αποτελεί ουσιαστική συνιστώσα στη μέτρηση του επιπέδου και της δύναμης μιας εθνικής οικονομίας και βασικό τομέα για τη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης και ανάπτυξης. Ακόμα, παράλληλα με τις καθαρώς οικονομικές λειτουργίες του, το εμπόριο έχει σημαντικές κοινωνικές λειτουργίες. Είναι ένα σημείο επαφής των πολιτών με την τοπική τους κοινότητα ή κοινωνία μέσω του οποίου μεταβιβάζονται οι τελευταίες πληροφορίες για τον τρόπο ζωής, τα πολιτιστικά προγράμματα και τη δραστηριότητα της κοινότητάς τους. Ως σημαντικός καθοριστικός παράγοντας των κοινωνικών και πολιτιστικών συνηθειών, του τρόπου ζωής και της χωροταξίας, το εμπόριο αποτελεί τη βάση για το ευρωπαϊκό κοινωνικοοικονομικό πρότυπο. Η λειτουργία κοινωνικής ένταξης που επιτελεί το εμπόριο θα αποκτήσει ακόμη μεγαλύτερη σημασία στο μέλλον λόγω της προοδευτικής γήρανσης του ευρωπαϊκού πληθυσμού.

10- Η ευημερία του εμπορίου έχει σημαντικό αντίκτυπο στην απασχόληση σ' ολόκληρη την ΕΕ: πάνω από 22 εκατομμύρια άνθρωποι στην ΕΕ εργάζονται στο εμπόριο - σχεδόν 16% της συνολικής απασχόλησης της ΕΕ. Σε δέκα χρόνια, μεταξύ 1982 και 1992, το εμπόριο δημιούργησε περίπου 2,3 εκατομμύρια θέσεις εργασίας στα 15 κράτη μέλη, αριθμός που ισοδυναμεί με αύξηση κατά 12%. Την ίδια περίοδο, η συνολική απασχόληση στην ΕΕ μειώθηκε κατά 7%. Συνεπώς, το εμπόριο δημιούργησε ένα πολύ υψηλότερο ποσοστό θέσεων απασχόλησης απ' ό,τι η οικονομία στο σύνολό της. Η αύξηση της απασχόλησης στο εμπόριο, δηλαδή το ποσοστό δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, διέφερε μεταξύ των κρατών μελών¹: Ισπανία +25%, Κάτω Χώρες +23%, Αυστρία +20%, Ιταλία +15%, Γερμανία +14%, Ηνωμένο Βασίλειο +10%, Γαλλία +1%. Τα στοιχεία ποικίλλουν σημαντικά από το ένα κράτος μέλος στο άλλο και ένα από τα σημεία του διαλόγου μετά την έκδοση της παρούσας Πράσινης Βίβλου θα είναι η ανάλυση των αιτίων των διακυμάνσεων αυτών².

11- Η συνεισφορά του εμπορίου στο ΑΕγχΠ της οικονομίας της ΕΕ παρέμεινε σταθερή από το 1982 έως το 1992, στο 13% περίπου. Κατά τη διάρκεια της περιόδου αυτής, ο μέσος όρος του ΑΕγχΠ και η προστιθέμενη αξία του εμπορικού τομέα αυξήθηκαν με τον ίδιο ρυθμό, κατά 25% περίπου. Η παραγωγικότητα στο εμπόριο αυξήθηκε 13% περίπου κατά τη διάρκεια των δέκα αυτών ετών.

¹ Δεδομένα Eurostat.

² Μια έκθεση του 1994 για τα αποτελέσματα στον τομέα της απασχόλησης ("1994 Report on Employment Performance"), που εκπονήθηκε από το Mc Kinsey Global Institute, διαπιστώνει καθυστέρηση της Ευρώπης σε σχέση με τις ΗΠΑ όσον αφορά τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης και συμπεραίνει ότι το φαινόμενο αυτό οφείλεται στα εμπόδια που παρακωλύουν την είσοδο. Τα συμπεράσματα αυτά πρέπει να μελετηθούν περαιτέρω.

Εμπόριο, ο δεύτερος μεγαλύτερος εργοδότης στην ΕΕ³ το 1994:

- 4,5 εκατομμύρια εμπορικές επιχειρήσεις
- ένα τρίτο όλων των επιχειρήσεων της ΕΕ, 95% των οποίων απασχολούν λιγότερους από 10 εργαζομένους
- 22 εκατομμύρια θέσεις εργασίας
- 16% του εργατικού δυναμικού της ΕΕ
- 55% των απασχολούμενων στο λιανικό εμπόριο είναι γυναίκες
- 3,4 εκατομμύρια επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου που απασχολούν 15 εκατομμύρια άτομα
- 1,1 εκατομμύρια επιχειρήσεις χονδρικού εμπορίου που προσφέρουν 7 εκατομμύρια θέσεις εργασίας
- 13% κατά μέσο όρο της προστιθέμενης αξίας στην οικονομία της ΕΕ

12- Οι γυναίκες αντιπροσωπεύουν ένα σημαντικό τμήμα του εργατικού δυναμικού του λιανικού εμπορίου, ήτοι 55% των εργαζομένων στον εν λόγω τομέα. Αυτό συνέβαλε στην εξασφάλιση εισόδου στην αγορά εργασίας για πολλές γυναίκες. Το διανεμητικό εμπόριο περιλαμβάνει επίσης υψηλό αριθμό θέσεων εργασίας με μερική απασχόληση. Ωστόσο, παρόλο που πολλές γυναίκες είναι πρόθυμες να δεχτούν εργασία με μερική απασχόληση προκειμένου να συμβιβάσουν επαγγελματικές και οικογενειακές ευθύνες, το ένα τρίτο των γυναικών που εργάζονται με μερική απασχόληση επιλέγουν αυτή τη λύση διότι δεν υπάρχουν ευκαιρίες για πλήρη απασχόληση την οποία θα προτιμούσαν. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα τελευταία χρόνια παρατηρήθηκε αύξηση της εργασίας με μερική απασχόληση σε πολλά κράτη μέλη, στον τομέα του λιανικού εμπορίου όπως και σε άλλους τομείς. Η μεγαλύτερη χρήση της δυνατότητας εργασίας με μειωμένο ωράριο μπορεί να είναι προς το συμφέρον και των εργοδοτών και των εργαζομένων: μπορεί να επιτρέψει στους εργοδότες να είναι περισσότερο ευέλικτοι, ενώ το μειωμένο ωράριο εξυπηρετεί πολλούς εργαζομένους. Ωστόσο, είναι σημαντικό να διασφαλιστεί ότι οι εργαζόμενοι με μειωμένο ωράριο τυγχάνουν ανάλογης μεταχείρισης με τους εργαζομένους πλήρους απασχόλησης. Προσφάτως, ξεκίνησαν διαπραγματεύσεις μεταξύ των κοινωνικών εταίρων για την ελαστικότητα του χρόνου εργασίας και την ασφάλεια της απασχόλησης. Οι συζητήσεις αναμένεται να καλύψουν την εργασία με μειωμένο ωράριο.

13- Το εμπόριο προσφέρει επίσης την ευκαιρία σε κάθε ευρωπαίο πολίτη να δημιουργήσει και να διαχειρίζεται την επιχείρησή του, συνήθως αφού αποκτήσει πρώτα πείρα σε μια εμπορική εταιρεία. Το μικρό ποσό κεφαλαίου που είναι

³

Δεδομένα Eurostat: βλέπε παράρτημα Α.

απαραίτητο για τη δημιουργία μιας εμπορικής επιχείρησης, σε σχέση με αυτό που απαιτείται από άλλες οικονομικές δραστηριότητες, συμβάλλει σημαντικά σ' αυτή την ευκαιρία που προσφέρει το εμπόριο.

14- Το εμπόριο καλύπτει όλη τη δραστηριότητα εμπορικών συναλλαγών από την αγορά αγαθών από τον παραγωγό έως την παράδοση των αγαθών αυτών στον τελικό καταναλωτή. Βασικό καθήκον των εμπόρων είναι να ανταποκρίνονται στην καταναλωτική ζήτηση και ως εκ τούτου να αυξάνουν τη δυνατότητα κέρδους. Οι εξελίξεις τα τελευταία χρόνια έχουν οδηγήσει σε αξιοσημείωτη αύξηση της επιρροής του εμπορίου στους κατασκευαστές, με ανταγωνιστές επιχειρηματίες να ενώνουν τις δυνάμεις τους προκειμένου να διαπραγματευτούν με τους κατασκευαστές από θέση ισχύος.

15- Η καθημερινή επαφή μεταξύ των εμπόρων και των πελατών τους επιτρέπει στους πρώτους να προσαρμοστούν στη ζήτηση και να ανταποκριθούν καλύτερα σ' αυτή, χάρη στη διατήρηση ενός ελάχιστου αριθμού απούλητων εμπορευμάτων, αποφεύγοντας έτσι τυχόν σπατάλη των παραγόντων παραγωγής. Το εμπόριο πρέπει επομένως να συμβάλλει σημαντικά στην πρώιμη της αποτελεσματικής χρήσης των πόρων και, κατά συνέπεια, στην ενθάρρυνση της αιφόρου ανάπτυξης. Επί πλέον, λόγω του μεσολαβητικού ρόλου του, ο εμπορικός τομέας μπορεί να επηρεάσει τόσο τους κατασκευαστές όσο και τους καταναλωτές. Μπορεί να ενθαρρύνει τους κατασκευαστές να αναπτύσσουν και να παράγουν "πιο οικολογικά" προϊόντα, ενώ μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με το περιβάλλον. Αυτό συνεπάγεται την ανάπτυξη ευέλικτων εταιρικών σχέσεων τόσο με τους καταναλωτές όσο και με τους προμηθευτές και μια συνεχή εξέλιξη του κανονιστικού πλαισίου που στοχεύει στην εξασφάλιση ικανοποιητικής ισορροπίας μεταξύ των εννόμων συμφερόντων των εμπόρων και των εννόμων συμφερόντων των καταναλωτών.

16- Όλο και περισσότερο αναγνωρίζεται ο κεντρικός ρόλος που διαδραματίζει το εμπόριο στη διατήρηση μιας ισορροπημένης ζωής στο πλαίσιο μιας κοινότητας, είτε πρόκειται για καταστήματα που βρίσκονται σε κέντρα πόλεων, ή τοπικά καταστήματα της γειτονιάς, τόσο σε αστικές όσο και σε αγροτικές περιοχές. Ένα δυναμικό τοπικό εμπορικό κέντρο λειτουργεί συχνά ως πολιτιστικό κέντρο μιας κοινότητας προσδίδοντας στο εμπόριο μια σημαντική λειτουργία κοινωνικής συνοχής. Τα καταστήματα, μικρά ή μεγάλα, δίδουν ζωή στα κέντρα των πόλεων και αναχαιτίζουν το αυξανόμενο πρόβλημα της αστικής ερήμωσης, η οποία ενθαρρύνει τη διάδοση του εγκλήματος.

17- Το εμπόριο διαδραματίζει επίσης σημαντικό κοινωνικοοικονομικό ρόλο ως μέσο που επιτρέπει τη συνάντηση, την επικοινωνία, την αλληλεπίδραση και την κοινωνικοποίηση των ατόμων, χρησιμεύει ως διεπαφή όχι μόνο μεταξύ διαφόρων τομέων και ομάδων της κοινωνίας αλλά και μεταξύ διαφόρων εθνών, πολιτισμών και χωρών. Σε προσωπικό επίπεδο, για πολλά άτομα, τα ψώνια δεν είναι μια αγγαρία αλλά μια ευχάριστη κοινωνική δραστηριότητα, σε μεγάλο βαθμό λόγω των προσπαθειών που καταβάλλονται από τους εμπόρους για να την κάνουν ευχάριστη και να τονώσουν τη ζήτηση. Για πολλούς, ιδίως τους ηλικιωμένους ή εκείνους που ζουν μόνοι, τα καταστήματα - και συγκεκριμένα τα τοπικά καταστήματα - αποτελούν ενδεχομένως το μόνο τακτικό σημείο επαφών και συζητήσεων με άλλα άτομα και τον εξωτερικό κόσμο.

2- Συγκέντρωση και ανταγωνισμός στο εμπόριο

18- Με στόχο τον εκσυγχρονισμό, το εμπόριο έχει δώσει πολύ έμφαση στη συγκέντρωση και τη διεθνοποίηση. Στην ανακοίνωσή της "Προς μια ενιαία αγορά στον τομέα της διανομής"⁴, του 1991, η Επιτροπή επέστησε την προσοχή στη συγκέντρωση ως ένα από τα φαινόμενα που ενδέχεται να επιταχυνθούν από τη δημιουργία της εσωτερικής αγοράς και τα οποία επηρεάζουν τη χονδρική πώληση, τη λιανική πώληση, καθώς και τη χονδρική πώληση σε βιομηχανικούς καταναλωτές. Αυτό επιβεβαιώνεται στην πρόσφατη μελέτη της Επιτροπής "Αποτελεσματικότητα και αντίκτυπος της ολοκλήρωσης της εσωτερικής αγοράς στην οργάνωση και τη λειτουργία της διανομής"⁵.

19- Η συγκέντρωση στο εμπόριο φαίνεται να είναι αμετάκλητη σε όλα τα κράτη μέλη αλλά είναι πολύ περισσότερο ανεπτυγμένη στα κράτη μέλη του βορρά σε σύγκριση με εκείνα του νότου, ιδίως όσον αφορά τον τομέα των τροφίμων. Για παράδειγμα, το 1994, τα έξι μεγαλύτερα καταστήματα λιανικής πώλησης τροφίμων με το σύστημα της αυτοεξυπηρέτησης, σε κάθε κράτος μέλος, αντιπροσώπευαν ένα σημαντικό μερίδιο της αγοράς στις συνολικές πωλήσεις τροφίμων: 57% στη Γερμανία, 61% στο Βέλγιο, 35% στην Ισπανία, 39% στην Ελλάδα, 28% στην Ιταλία. Στη Φινλανδία, ο μεγαλύτερος όμιλος λιανικής πώλησης τροφίμων κατέχει το 40% της αγοράς και οι τρεις μεγάλοι όμιλοι λιανικής πώλησης τροφίμων συγκεντρώνουν το 80%. Οι τάσεις αυτές επηρεάζονται επίσης από παράγοντες όπως η αύξηση του αριθμού των γυναικών στην αμειβόμενη απασχόληση, η ιδιωτική ιδιοκτησία αυτοκινήτων και η ανάπτυξη της υποδομής.

20- Αρνητική συνέπεια αυτής της ανάπτυξης μπορεί να είναι το ενδεχόμενο καθιέρωσης της de facto κάθετης ολοκλήρωσης ή της εξάρτησης του κατασκευαστή από την διατήρηση ένας μόνο πελάτη. Αυτό, με τη σειρά του, αποτρέπει τον κατασκευαστή να αναζητήσει άλλους πελάτες ή νέους διανομείς που ανταγωνίζονται για τις προμήθειες. Για τους μικρότερους διανομείς με ασήμαντο μερίδιο αγοράς αυτό τους αποτρέπει επίσης να αγοράζουν ανάλογα αγαθά σε ανάλογες τιμές. Η συγκέντρωση ενδέχεται επίσης να ενθαρρύνει τους κατασκευαστές που έχουν κάποια δύναμη στην αγορά να εκμεταλλεύονται τους ασθενέστερους αγοραστές αυξάνοντας τις τιμές, πράγμα που μειώνει την ανταγωνιστικότητά τους και επιταχύνει τη διαδικασία συγκέντρωσης σε επίπεδο λιανικού εμπορίου.

21- Αυτή η διαδικασία συγκέντρωσης αποτελεί μέρος μόνο της ευρύτερης συζήτησης όσον αφορά τις σχέσεις μεταξύ εμπορίου και βιομηχανίας και τους κανόνες ανταγωνισμού που υπάρχουν μεταξύ αυτών. Ο διάλογος αυτός έχει τώρα ξεκινήσει σε πολλά κράτη μέλη και θα αναπτυχθεί σε επίπεδο ΕΕ. Το αποτέλεσμα της τάσης αυτής προς τη συγκέντρωση έχει ενισχύσει τη θέση των διανομέων έναντι των προμηθευτών τους και έχει ενθαρρύνει την ανάπτυξη εμπορικών σημάτων από τους διανομείς. Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο είναι η δημιουργία, ήδη από τις αρχές της

⁴ Ανακοίνωση της Επιτροπής "Προς μια ενιαία αγορά στον τομέα της Διανομής" COM(91) 41 τελικό της 11.03.1991.

⁵ "Αποτελεσματικότητα και αντίκτυπος της ολοκλήρωσης της εσωτερικής αγοράς στην οργάνωση και τη λειτουργία της διανομής", Γενική Διεύθυνση XV, 1996.

δεκαετίας του '80, αγοραστικών συμμαχιών σε εθνικό, ευρωπαϊκό ή ακόμα και διεθνές επίπεδο, που οδήγησαν σε αύξηση της δύναμης μεγάλων ομίλων διανομής, συνενωμένων ή όχι, και, μερικές φορές, σε μάλλον τεταμένες σχέσεις μεταξύ παραγωγών και εμπόρων.

22- Η εξασφάλιση ανταγωνιστικών αγορών στο εμπόριο, όπως και σε άλλους τομείς της οικονομίας, αποτελεί σημαντικό μέσο για την καταπολέμηση της αύξησης των τιμών και ευνοεί τον καταναλωτή. Από την άλλη πλευρά, η συγκέντρωση του μεριδίου της αγοράς στα χέρια λίγων εταιρειών μπορεί να μειώσει τη δυνητική επιρροή του καταναλωτή όσον αφορά, π.χ. το φάσμα των προϊόντων, την επιλογή του σημείου πώλησης (θέση εγκατάστασης των καταστημάτων), ή τα εμπορικά σήματα. Οι κανόνες του ανταγωνισμού διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο για το εμπόριο. Οι ρυθμίσεις σχετικά με τη δικαιόχρηση (franchising), την αποκλειστική αγορά και πώληση καθώς και την επιλεκτική διανομή παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον.

3- Η ανάπτυξη του ανεξάρτητου οργανωμένου εμπορίου

23- Προκειμένου να παραμείνουν ανταγωνιστικές στην αγορά και να δημιουργήσουν το μερίδιο αγοράς τους, οι εμπορικές ΜΜΕ συνεργάζονται όλο και περισσότερο στο πλαίσιο συνδεδεμένων δικτύων με τη μορφή συνεργασιών λιανοπωλητών, όπως κεντρικά γραφεία αγορών και εθελοντικές αλυσίδες ενός ή περισσότερων χονδρεμπόρων και μερικών λιανοπωλητών ή δίκτυα ενοποιημένης παρουσίας. Το φαινόμενο αυτό είναι πιο έντονο στα μη μεσογειακά κράτη μέλη. Η συγκέντρωση δεν είναι ξένη σ' αυτές τις μορφές εμπορικής συνεργασίας. Η νέα αυτή μορφή προμήθειας, γνωστή ως ανεξάρτητο οργανωμένο εμπόριο, γίνεται όλο και περισσότερο διαδεδομένη στην ΕΕ. Η οργάνωση σύμφωνα με αυτές τις γραμμές συνδυάζει την ευελιξία και την εξυπηρέτηση μικρών καταστημάτων ενώ προσφέρει τα οφέλη της αποτελεσματικής επιμελητείας αν συνδυαστεί με μεγαλύτερες δομές. Ωστόσο, η μορφή με την οποία προκύπτουν τέτοιες συγκεντρώσεις μπορεί να προκαλέσει ερωτήματα όσον αφορά τη συμβατότητά τους με τους κανόνες ανταγωνισμού εντός της Ένωσης.

24- Η συνεργασία επιτρέπει στους διευθυντές μιας μικρής εταιρείας να συμμετέχουν σ' ένα φόρουμ λήψης αποφάσεων, να έχουν επαφές με άλλους εμπόρους που τους απασχολούν τα ίδια ζητήματα, να επωφεληθούν από την κατάρτιση και την υποστήριξη άλλων επαγγελματιών με βάση το πραγματικό κοινό συμφέρον, ιδίως στο πλαίσιο μιας κοινής δομής αγοράς και πολιτικής πωλήσεων και μάρκετινγκ που τους επιτρέπει να επιτύχουν μια ικανοποιητική κρίσιμη μάζα. Τα ανταγωνιστικά αυτά πλεονεκτήματα αντισταθμίζουν τη μερική απώλεια αυτονομίας του διευθυντή μιας μικρής εταιρείας, ειδικότερα σε σχέση με τα προηγούμενα στάδια της αλυσίδας διανομής, δηλαδή τους προμηθευτές του.

25- Θα ήταν λάθος να πιστέψει κανείς ότι το ανεξάρτητο εμπόριο είναι καταδικασμένο να εξαφανιστεί μπροστά στον ανταγωνισμό των μεγάλων συνενωμένων εταιρειών. Βέβαια, η εμπορική επανάσταση που εξαπολύεται στα βόρεια κράτη μέλη έχει συνοδευτεί από μια τάση προς τη συγκέντρωση και την ανάπτυξη μεγάλων συνενωμένων εταιρειών, αλλά η γενική τάση δεν είναι αυτή της εξαφάνισης των ανεξάρτητων εμπόρων οι οποίοι συχνά συνδέονται με αυτές μέσω διαφόρων μορφών συμβάσεων όπως η δικαιόχρηση (franchising).

26- Η εμφάνιση του ανεξάρτητου οργανομένου εμπορίου είναι λογικά το σημαντικότερο επίτευγμα στον εμπορικό κόσμο από τότε που παρουσιάστηκε διανομή σε μεγάλη κλίμακα. Σήμερα, το συνεταιριστικό εμπόριο αντιπροσωπεύει το 22% των λιανικών πωλήσεων στη Γερμανία και το 40% στις Κάτω Χώρες. Τα δίκτυα ενοποιημένης παρουσίας (Franchise) αντιπροσωπεύουν μόνα τους το 8% του λιανικού κύκλου εργασιών στη Γαλλία (30% στις Ηνωμένες Πολιτείες).

4- Ανάπτυξη της εσωτερικής αγοράς και διεθνοποίηση

4.1- Διασυνοριακό εμπόριο στην ενιαία αγορά

27- Το εντονότερο χαρακτηριστικό του λιανικού εμπορίου είναι η εξάρτησή του από τα τοπικά σημεία πώλησης και η ανάγκη να λαμβάνει υπόψη τις τοπικές προτιμήσεις και επιφυλάξεις. Η ιδιαιτερότητα αυτή εξηγεί τον πολύ σημαντικό ρόλο που διαδραματίζουν, στη διατήρηση ενός υγιούς επιχειρηματικού περιβάλλοντος, οι εθνικές, περιφερειακές ή τοπικές ρυθμίσεις, καθώς και, σε μεγάλο βαθμό, οι μηχανισμοί που χρησιμοποιούνται από το εμπόριο για τον απευθείας εφοδιασμό των πελατών σε άλλα κράτη μέλη.

28- Ο βασικός μηχανισμός για την καθιέρωση μιας παρουσίας σε άλλα κράτη μέλη, που χρησιμοποιείται από εταιρείες του λιανικού εμπορίου, είναι να γίνονται κάτοχοι της πλειοψηφίας των μετοχών σε τοπικές εταιρείες διανομής. Αυτό ήταν ιδιαίτερα διαδεδομένο κατά τη διάρκεια των τελευταίων 10 ετών στα νότια κράτη μέλη: μέχρι το 1994, όλες οι ισπανικές υπεραγορές ήταν ουσιαστικά στα χέρια εταιρειών που ελέγχονταν εξ ολοκλήρου ή εν μέρει από κεφάλαια βασισμένα σε άλλα κράτη μέλη. Παρόμοια κατάσταση επικρατεί στην Πορτογαλία και στην Ελλάδα και η δραστηριότητα εξαγοράς και συγχώνευσης συνεχίζεται. Ορισμένες μεγάλες επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου έχουν επίσης καθιερώσει μια άμεση παρουσία με το άνοιγμα καταστημάτων αλλά το φαινόμενο αυτό είναι ακόμη περιορισμένο. Ένα άλλος μηχανισμός είναι η δημιουργία εθελοντικών αλυσίδων (voluntary chains) που υποστηρίζονται από χονδρεμπόρους, αλυσίδες ενοποιημένης διανομής και κεντρικά γραφεία αγορών, συγκεντρώνοντας μεγάλο αριθμό εμπορικών ΜΜΕ.

29- Στο χονδρικό εμπόριο η εικόνα είναι διαφορετική διότι οι χονδρέμποροι δεν είναι τόσο στενά συνδεδεμένοι με τα τοπικά σημεία πώλησης. Μια μελέτη που αναλήφθηκε από την Επιτροπή⁶ το 1993 εξηγεί το γεγονός αυτό και υπογραμμίζει ότι πρέπει να γίνει διάκριση μεταξύ της διεθνοποίησης του χονδρικού εμπορίου και της διεθνοποίησης του λιανικού εμπορίου. Όσον αφορά το χονδρικό εμπόριο, η διασυνοριακή διάσταση αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα των στρατηγικών που εφαρμόζονται σαν ανταπόκριση στις διαρθρωτικές αλλαγές στα συστήματα διανομής. Η διεθνοποίηση του χονδρικού εμπορίου εμφανίζεται σε όλους τους τομείς (των τροφίμων, των μη φαγώσιμων ειδών και σε όλους τους κλάδους τη βιομηχανίας) και έχει σημαντικές συνέπειες για τους παραγωγούς, ενεργώντας ως αντίβαρο στην τάση προς τη συγκέντρωση στην παραγωγή που δημιουργείται από την ανάγκη εφοδιασμού μεγαλύτερων αγορών και επιτρέποντας στις ΜΜΕ που

⁶ "Ξένες επενδύσεις στο λιανικό και χονδρικό εμπόριο της ΕΕ", 1993: σειρά "Εμπόριο και Διανομή", ΓΔ XXIII.

συμμετέχουν στην παραγωγή να έχουν πρόσβαση στις αγορές πέρα από τα εθνικά τους σύνορα.

30- Η διεθνοποίηση του λιανικού εμπορίου -όσον αφορά τη δημιουργία καταστημάτων- περιορίζεται επί του παρόντος σε ορισμένους μεγάλους ομίλους επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου που είναι αρκετά μεγάλοι και κατέχουν τις απαραίτητες τεχνικές ώστε να εκμεταλλευτούν τις διεθνείς αγορές και να προσαρμοστούν στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους. Πράγματι, ένα πολύ σημαντικό όφελος είναι η απόκτηση τεχνογνωσίας στην εξυπηρέτηση ποικίλων καταναλωτικών συνθηκών. Η κίνηση αυτή ενδέχεται να συνεχιστεί δεδομένου ότι η επίτευξη μιας κρίσιμης μάζας ως αποτέλεσμα της συνεργασίας των ΜΜΕ ή της συγκέντρωσης, η διεθνοποίηση των αγορών και ο σχετικός κορεσμός των εγχώριων αγορών ενθαρρύνουν τους επιχειρηματίες να στραφούν στη διεθνοποίηση. Θα πρέπει να εξακολουθήσουν να υπάρχουν ευκαιρίες για μικρότερες επιχειρήσεις που ψάχνουν μια θέση στην αγορά μέσω διαλογικών websites στο Internet.

31- Όσον αφορά την Ευρώπη, παρόλο που ορισμένοι λιανοπωλητές έχουν επεκταθεί πέρα από την εσωτερική τους αγορά σε άλλα κράτη μέλη, η μεγάλη πλειοψηφία παραμένει εντός της εσωτερικής αγοράς. Οι πολιτισμικές διαφορές ενδέχεται να διατηρηθούν και θα συνεχίσουν να περιορίζουν τη φυσική εξάπλωση εταιρειών και εμπορικών μορφών εκτός της χώρας τους. Ωστόσο, τα δίκτυα ενοποιημένης παρουσίας (franchise chains) τα οποία συνδέουν τοπικούς εμπόρους στο πλαίσιο ενός διεθνούς συστήματος εξακολουθούν να αναπτύσσονται και αποτελούν αναμφισβήτητο σημαντικό στοιχείο του εξευρωπαϊσμού του εμπορίου. Εντούτοις, εξακολουθούν να υπάρχουν σημαντικές διαφορές τιμών μεταξύ των κρατών μελών, πράγμα που σημαίνει ότι η διεθνοποίηση των εμπορικών ονομασιών δεν οδηγεί οπωσδήποτε στη διεθνοποίηση του εφοδιασμού, ούτε στη σύγκλιση των τιμών για τον καταναλωτή.

32- Η θέση των σημείων λιανικής πώλησης δεν θα έχει ιδιαίτερη σημασία για τις διασυνοριακές συναλλαγές όταν η διασυνοριακή μεταφορά δεν θα αντιπροσωπεύει παρά ένα μικρό μέρος του κόστους των προϊόντων. Ως προς αυτό, οι προτάσεις της Επιτροπής σχετικά με τη βελτίωση της υποδομής των μεταφορών, ιδίως όσον αφορά το διευρωπαϊκό δίκτυο, είναι σημαντικές⁷.

4.2- Διασυνοριακό εμπόριο με χώρες εκτός της ΕΕ

33- Οι ίδιες γενικές τάσεις οι οποίες διαπιστώνονται στο διασυνοριακό εμπόριο εντός της ΕΕ παρατηρούνται και στις πωλήσεις εκτός της Ένωσης. Πράγματι, το χονδρικό εμπόριο κινήθηκε άμεσα για να καθιερώσει την παρουσία του σε τρίτες ευρωπαϊκές χώρες, όπως και στις ΗΠΑ και στην Ασία, ενώ το λιανικό εμπόριο δεν ακολούθησε την πορεία αυτή. Από την άλλη πλευρά, η ευκολότερη πρόσβαση στην πληροφόρηση και τα αγαθά που είναι διαθέσιμα στην διεθνή αγορά μέσω οπτικοακουστικών και πληροφοριακών δικτύων τονώνει την τοπική ζήτηση η οποία, συχνά, μπορεί να ικανοποιηθεί μόνο από προμηθευτές που βρίσκονται εκτός της χώρας των καταναλωτών. Αυτή είναι μια πρόκληση για το ηλεκτρονικό εμπόριο την οποία πρέπει να αντιμετωπίσει επείγοντως η ΕΕ.

⁷

Βλέπε Παράρτημα Δ - "Πολιτική μεταφορών".

34- Ο εκσυγχρονισμός του εμπορίου στις χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης (ΚΑΕ) είναι σημαντικός για την προώθηση της οικονομικής ολοκλήρωσης των χωρών αυτών. Με πρόταση της Επιτροπής Εμπορίου και Διανομής, δημιουργήθηκαν τρεις επιτροπές επαγγελματιών το 1995 και επισκέφθηκαν τη Ρωσία, την Ουκρανία και την Ουγγαρία, για να εντοπίσουν τα βασικά προβλήματα που αντιμετωπίζει το εμπόριο και η διανομή των εν λόγω χωρών και να προσδιορίσουν τους τομείς στους οποίους οι επαγγελματίες και οι ομοσπονδίες τους θα μπορούσαν να τους παράσχουν βοήθεια. Το 1996 θα οργανωθούν νέες αποστολές σε συνδυασμό, στο μέτρο του δυνατού, με τα προγράμματα Phare και Tacis, ιδίως για συγχρηματοδότηση της κατάρτισης σε θέματα διοίκησης επιχειρήσεων και της τεχνικής υποστήριξης για την ανάπτυξη δομών επιμελητείας της διανομής προσαρμοσμένων στις τοπικές ανάγκες.

35- Μια παρόμοια μορφή δράσης θα μπορούσε να εφαρμοστεί για την ενίσχυση των ιστορικών δεσμών μεταξύ των συστημάτων διανομής των μεσογειακών παράκτιων κρατών. Τέτοιες ενέργειες για την κατάρτιση και την τεχνική υποστήριξη θα μπορούσαν να ενταχθούν στο πλαίσιο των αρχών που καθορίστηκαν στη "Διακήρυξη της Βαρκελώνης" η οποία εγκρίθηκε στην ευρωμεσογειακή διάσκεψη της 17ης-18ης Νοεμβρίου 1995.

36- Τίθενται διάφορα ερωτήματα σχετικά με τις συνέπειες της διεθνοποίησης για τις εμπορικές επιχειρήσεις, κυρίως όσον αφορά την επίδραση των εθνικών κανονισμών σχετικά με το εμπόριο, τις εγγυήσεις και την εξυπηρέτηση μετά την πώληση. Οι εμπορικές επιχειρήσεις που είναι εγκατεστημένες στην Κοινότητα θα υπόκεινται σε αυτούς και οι διαφορές τους ενδέχεται να προκαλέσουν εμπόδια στην εσωτερική αγορά τα οποία θα παρακωλύσουν την ανάπτυξη αυτών των εμπορικών επιχειρήσεων που εδρεύουν στην Ευρώπη σε σύγκριση με τους διεθνείς ανταγωνιστές τους. Από την άλλη πλευρά, η δυναμική της διεθνοποίησης ενδέχεται να επιβάλλει την αναθεώρηση των εθνικών αυτών κανόνων, ιδίως αν οι προμηθευτές βρίσκονται εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το ίδιο ισχύει και για την ίση πρόσβαση των επιχειρήσεων στα τηλεπικοινωνιακά δίκτυα.

37- Είναι σημαντικό να επιτραπεί στις επιχειρήσεις όλων των μεγεθών η πρόσβαση στα δίκτυα τηλεπικοινωνιών και πωλήσεων, εξασφαλίζοντας ότι εφαρμόζονται αποτελεσματικά η αρχή της ελεύθερης εγκατάστασης και η πολιτική του ανταγωνισμού. Το διασυνοριακό εμπόριο θα απαιτήσει από τους εμπόρους λιανικής και χονδρικής πώλησης να προσαρμοστούν στον ανταγωνισμό των μη παραδοσιακών πηγών εφοδιασμού. Η αρχή της ελεύθερης κυκλοφορίας των υπηρεσιών στην εσωτερική αγορά ενδέχεται να προκαλέσει συγκρούσεις μεταξύ των τοπικών επιχειρήσεων που υπόκεινται στους τοπικούς κανονισμούς και των αλλοδαπών προμηθευτών που υπακούουν σε λιγότερο αυστηρούς κανόνες στις χώρες προέλευσής τους. Είναι σαφές ότι υπάρχει μεγάλο ενδεχόμενο να εμφανιστούν εμπόδια στην εσωτερική αγορά για την πρόληψη τέτοιων συγκρούσεων και, ως εκ τούτου, πρέπει να εξεταστούν επισταμένως αυτές οι κανονιστικές διαφορές και να αποτελέσουν μια πτυχή της διαβούλευσης που θα προκύψει από την Πράσινη Βίβλο. Ιδίως, πρέπει να εξεταστούν περαιτέρω οι λόγοι για τους οποίους το εμπόριο δεν έχει εξευρωπαϊστεί όσο θα έπρεπε και θα πρέπει να εξευρεθούν λύσεις ώστε να επιτραπεί στην εσωτερική αγορά να λειτουργήσει προς όφελος του καταναλωτή, κυρίως όσον αφορά τις διακυμάνσεις τιμών.

III- Ο ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ Η ΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΚΡΑΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΕ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

38- Η ευελιξία και η ανταγωνιστικότητα του εμπορίου δεν μπορεί να διατηρηθεί εάν ο τομέας υπόκειται σε τόσο έντονους κανονιστικούς περιορισμούς. Λειτουργεί καλύτερα με βάση την τοπική γνώση των αγορών και την ατομική πρωτοβουλία και όχι με κεντρικές ρυθμίσεις. Εντούτοις, όπως συμβαίνει και με άλλους οικονομικούς τομείς, η παγκόσμια αγορά μερικές φορές απαιτεί παγκόσμια αντίδραση και παγκόσμια πρότυπα καθώς η εσωτερική αγορά παρουσιάζει ειδικές προκλήσεις για τις επιχειρήσεις της ΕΕ, που απαιτούν αντιμετώπιση σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

1- Ενέργειες που αναλαμβάνονται από τα κράτη μέλη

39- Το εμπόριο εντός της ΕΕ χαρακτηρίζεται από τα ανόμοια εθνικά οικονομικά, δημογραφικά, νομικά, φορολογικά, διαθρωτικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά κάθε κράτους μέλους. Η αγορά, αν και μέρος μιας ευρύτερης οντότητας, είναι, πάνω απ' όλα τοπική. Το εμπόριο είναι πολύ ευέλικτο στην προσαρμογή του στις κοινωνικοοικονομικές δομές και έτσι οι διαφορές μεταξύ εμπορικών δομών στην ΕΕ ενισχύουν την ετερογένεια των προτύπων κατανάλωσης και συμπεριφοράς.

40- Η ενιαία αγορά προσφέρει νέες ευκαιρίες στους εμπόρους να εισέλθουν σε νέες αγορές με προϊόντα για τα οποία υπάρχει παγκόσμια ζήτηση και να εισαγάγουν νέα προϊόντα από περιφερειακές αγορές σε άλλες περιφέρειες της Ένωσης. Είναι σημαντικό οι ευκαιρίες για την είσοδο στις τοπικές αγορές να μην αναχαιτίζονται από κανονισμούς που παρεμποδίζουν καταχρηστικά τον ανταγωνισμό και το λιανικό εμπόριο να μην αποθαρρύνεται στον εφοδιασμό του από μη παραδοσιακούς προμηθευτές ή να υπόκειται σε περιοριστικούς εμπορικούς όρους από κυρίαρχες τοπικές επιχειρήσεις.

41- Η ρύθμιση των εμπορικών δραστηριοτήτων ανήκει στην αρμοδιότητα των κρατών μελών, υπό την προϋπόθεση της τήρησης του κοινοτικού δικαίου όπως καθορίζεται στις συνθήκες, ιδίως όσον αφορά τον ανταγωνισμό, την ελευθερία εγκατάστασης και την ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων και των υπηρεσιών.

42- Υπάρχουν διαφορετικοί εθνικοί κανόνες σχετικά με τη δημιουργία εμπορικών επιχειρήσεων (όπως εγγραφή σε μητρώα και διάφορες φορολογικές και κοινωνικές υποχρεώσεις), την επιλογή της θέσης εγκατάστασης και του ενοικίου των εμπορικών κτιρίων, τις ώρες λειτουργίας των καταστημάτων, την προστασία των καταναλωτών (όπως λαχειοφόροι αγορές, εκπτώσεις, ειδικές μειώσεις και πωλήσεις σε χαμηλές τιμές, καθώς και η ανάμιξη των καταναλωτών στη διανομή προϊόντων, όπως πυραμιδοειδείς πωλήσεις, επιδείξεις προϊόντων σε σπίτια και δώρα για την προώθηση προϊόντων) και τις αθέμιτες πρακτικές (όπως άρνηση πώλησης, όροι πώλησης και αγοράς, επιβεβλημένες, συνιστώμενες ή μέγιστες τιμές). Το Δικαστήριο θεωρεί ότι: ορισμένες πρακτικές, π.χ. οι ώρες λειτουργίας των καταστημάτων, ανήκουν στην αρμοδιότητα των κρατών μελών· ορισμένες, π.χ. προστασία των καταναλωτών, διέπονται από οδηγίες της ΕΕ καθώς και από εθνικές διατάξεις. Το Παράρτημα Β παρέχει περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τις διαφορές των εθνικών διατάξεων.

2- Ρόλος και δράσεις της ΕΕ

43- Έχοντας επίγνωση της σημασίας την οποία έχει για τη διανομή η δημιουργία της εσωτερικής αγοράς, το Συμβούλιο υπουργών της 14ης Νοεμβρίου 1989 εξέδωσε ψήφισμα⁸ καλώντας την Επιτροπή να παρουσιάσει συγκεκριμένες προτάσεις. Στις 11 Μαρτίου 1991 η Επιτροπή εξέδωσε ανακοίνωση με τίτλο "Προς μια ενιαία αγορά στον τομέα της διανομής"⁹, που υποστηρίχθηκε από το Συμβούλιο των υπουργών στα συμπεράσματά του της 30ής Ιουνίου 1992¹⁰, η οποία υπογραμμίζει το γεγονός ότι η επιτυχία της εσωτερικής αγοράς εξαρτάται από τη δημιουργία μιας ενιαίας αγοράς στον τομέα της διανομής.

44- Πολλά νομοθετικά μέτρα της ΕΕ έχουν αντίκτυπο στο εμπόριο¹¹. Είναι σημαντικό να εξασφαλιστεί ότι υπάρχουν όροι για θεμιτό ανταγωνισμό μεταξύ οικονομικών παραγόντων, διασφαλίζοντας ταυτόχρονα την ύπαρξη ιδίων ευκαιριών στην αγορά. Η Επιτροπή θα συνεχίσει να εξετάζει πώς μπορεί να επιτραπεί σε διάφορες μορφές συνεργασίας, και ιδίως σε ομάδες εμπόρων, η ελεύθερη πρόσβαση στις μορφές οργάνωσης και λειτουργίας που φαίνονται καταλληλότερες για την κατάσταση της αγοράς. Επί του παρόντος, οι υπηρεσίες της Επιτροπής εξετάζουν τον καλύτερο τρόπο συμβιβασμού των εξελίξεων αυτών με την ανάγκη τήρησης των αρχών της ελεύθερης πρόσβασης και της μη διάκρισης που αποτελούν την πεμπτούσια της πολιτικής του ανταγωνισμού.

2.1- Δράσεις υπέρ του εμπορίου

45- Η Επιτροπή ενθαρρύνει τον εκσυγχρονισμό των εμπορικών επιχειρήσεων μέσω της πιλοτικής δράσης COMMERCE 2000. Οι πρωτοβουλίες αυτές, που υποστηρίζονται άμεσα από την Επιτροπή, επιδιώκουν την προώθηση της εμπορικής συνεργασίας μέσω της χρήσης των νέων τεχνολογιών, δίδουν εξέχουσα θέση στις βέλτιστες πρακτικές και παρέχουν βοήθεια στην επιλογή της σωστής τεχνολογίας, λαμβάνοντας υπόψη κάθε κατάσταση. Τα μέχρι τώρα αποτελέσματά έχουν δείξει τον αντίκτυπο των νέων τεχνολογιών στη διαδικασία της εμπορικής συνεργασίας, καθώς και τη σημασία της κατάρτισης που πρέπει να συνοδεύει τις αλλαγές.

46- Οι εμπορικές επιχειρήσεις επωφελούνται επίσης των γενικών μέτρων που λαμβάνονται υπέρ των επιχειρήσεων στο πλαίσιο του πολυετούς προγράμματος κοινοτικών ενεργειών για την ενίσχυση τομέων προτεραιότητας και την εξασφάλιση της συνοχής και της σταθεροποίησης της επιχειρηματικής πολιτικής, ειδικά των ΜΜΕ δεδομένης της σημασίας τους για τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης και την τόνωση της ανάπτυξης¹². Δεδομένου ότι μία στις τρεις ΜΜΕ δραστηριοποιείται στο

⁸ Ψήφισμα του Συμβουλίου σχετικά με το εμπόριο στο πλαίσιο της εσωτερικής αγοράς (89/C 297/02).

⁹ Ανακοίνωση της Επιτροπής "προς μια ενιαία αγορά της διανομής" COM (91) 41 τελικό της 11.03.1991.

¹⁰ Συμπεράσματα του Συμβουλίου της 30.06.1992, δελτίο ΕΚ 6-1992, σημείο 1.3.58.

¹¹ Βλέπε παράρτημα Γ - Αναλυτικός κατάλογος κοινοτικών νομοθετικών μέτρων.

¹² Απόφαση 93/379/ΕΟΚ της 14.06.1993, ΕΕ L 161 της 02.07.1993 και απόφαση του Συμβουλίου σχετικά με ένα τρίτο πολυετές πρόγραμμα για τις ΜΜΕ (1997-2000).

εμπόριο, τα μέτρα που λαμβάνονται υπέρ των ΜΜΕ θα περιλαμβάνουν, κατά κανόνα, δράσεις υπέρ των επιχειρήσεων στον τομέα του εμπορίου.

47- Έχουν ήδη αναληφθεί ειδικές ενέργειες που αποσκοπούν στη βελτίωση της πληροφόρησης, με την αύξηση της διαφάνειας και με την ευαισθητοποίηση των επαγγελματιών που δραστηριοποιούνται στον τομέα του εμπορίου. Η Επιτροπή χρησιμοποιεί επίσης το δίκτυο Ευρωπαϊκών Κέντρων Πληροφόρησης (ΕΚΠ) για τη διανομή αντικειμενικών πληροφοριών σχετικά με τις επιχειρήσεις.

48- Παράλληλα με την υποστήριξη από ειδικές πρωτοβουλίες της πολιτικής επιχειρήσεων, ο εμπορικός τομέας υποστηρίζεται άμεσα και από άλλες κοινοτικές πολιτικές, κυρίως μέσω των διαρθρωτικών πολιτικών και της πολιτικής της κατάρτισης. Τα μέτρα αυτά και άλλες συναφείς κοινοτικές δράσεις περιγράφονται αναλυτικότερα στο Παράρτημα Δ.

2.2- Το πλαίσιο διαβούλευσης

49- Δεδομένης της σημασίας της νομοθεσίας στον τομέα του εμπορίου είναι ουσιώδης η στενή διαβούλευση της Επιτροπής με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Η Επιτροπή, ανταποκρινόμενη στο αίτημα του Συμβουλίου που περιλαμβάνεται στο ψήφισμά του της 14ης Νοεμβρίου 1989 για ενίσχυση "της συνεργασίας μεταξύ της Επιτροπής και των κρατών μελών με συνεδριάσεις υψηλού επιπέδου των ορμοδίων για το εσωτερικό εμπόριο", δημιούργησε και συναντάται τακτικά με μια επιτροπή κυβερνητικών εμπειρογνομόνων για το εσωτερικό εμπόριο, καθώς και με τους γενικούς διευθυντές του εσωτερικού εμπορίου από τις υπηρεσίες των διαφόρων κρατών μελών. Οι συνεδριάσεις συμβάλλουν στην προώθηση της ανταλλαγής πληροφοριών μεταξύ των κρατών μελών και της Επιτροπής.

50- Είναι επίσης απαραίτητο να εξασφαλιστεί ότι ζητείται η γνώμη του εμπορίου όσο το δυνατό περισσότερο στα πρώτα στάδια της αλυσίδας διανομής και, κατά συνέπεια, ότι η Επιτροπή συμβουλευέται τακτικά και ενημερώνει τις επαγγελματικές ενώσεις που εκπροσωπούν εμπορικές επιχειρήσεις σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Έτσι, το εμπόριο εκπροσωπείται σε διάφορες ειδικές επιτροπές, π.χ. στη Συμβουλευτική Επιτροπή για τα Προϊόντα Διατροφής.

51- Προπάντων, η Επιτροπή συμβουλευέται την Επιτροπή Εμπορίου και Διανομής (ΕΕΔ), - η οποία αποτελείται από επιχειρηματίες του εμπορικού τομέα - για όλη την κοινοτική νομοθεσία ή για θέματα που αφορούν το εμπόριο. Η ΕΕΔ έχει ομάδες εργασίας για την εσωτερική αγορά, τα εμπόριο, τα χρηματοοικονομικά θέματα, το περιβάλλον, τα θέματα καταναλωτών, τον τουρισμό και τον ελεύθερο χρόνο, τα κοινωνικά θέματα, τη δια βίου εκμάθηση και την κοινωνία των πληροφοριών. Υπάρχουν επίσης διάφορες υποομάδες που ασχολούνται με θέματα ειδικού ενδιαφέροντος για το εμπόριο, όπως το εταιρικό δίκαιο, οι πωλήσεις εξ αποστάσεως, ο ανταγωνισμός και οι ΜΜΕ. Η ΕΕΔ επικουρεί την Επιτροπή στην εξέταση του αντίκτυπου που έχουν τα σχέδια των νομοθετικών της πράξεων στο εμπόριο και, ως εκ τούτου, στην αναζήτηση των καλύτερων μέσων επίτευξης των στόχων της.

52- Η Επιτροπή σκοπεύει να προωθήσει έντονα το διάλογο μεταξύ καταναλωτών και εμπόρων. Ο στόχος αυτός θα επιδιωχθεί μέσα σε ένα λειτουργικό πλαίσιο με σκοπό

να ενθαρρυνθούν τα δύο μέρη να εξετάσουν τα μέσα βελτίωσης της μεταξύ τους συνεργασίας.

53- Έχει ήδη διεξαχθεί κοινωνικός διάλογος ανά εμπορικό τομέα μεταξύ της Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας που αντιπροσωπεύει το χονδρικό και λιανικό εμπόριο (EuroCommerce) και της Ευρωπαϊκής Συνδικαλιστικής Οργάνωσης που αντιπροσωπεύει τους απασχολούμενους στον εν λόγω τομέα (Eurofiet). Οι δύο αυτές οργανώσεις επιδιώκουν τον κοινωνικό διάλογο από το 1983. Το 1993, οι EuroCommerce και Eurofiet αναγνωρίστηκαν αμοιβαία ως κοινωνικοί εταίροι κατά την έννοια των άρθρων 3 και 4 της συμφωνίας για την κοινωνική πολιτική. Ο κοινωνικός αυτός διάλογος οδήγησε στην υπογραφή, το 1988, ενός υπομνήματος για την κατάρτιση στο λιανικό εμπόριο. Διάφορα σχέδια έχουν τεθεί σε εφαρμογή από τους κοινωνικούς εταίρους και έχουν υποστηριχθεί από επιδοτήσεις της Κοινότητας βάσει μιας διεθνικής εταιρικής σχέσης: για παράδειγμα, ένα σχέδιο στο πλαίσιο του προγράμματος FORCE σχετικά με την εξ αποστάσεως κατάρτιση των εργοδοτών και των εργαζομένων στο εμπόριο και ένα άλλο σχέδιο, με το όνομα ASSIST, σχετικά με την κατάρτιση διευθυντών των ΜΜΕ και νέων υπαλλήλων. Στις 18 Σεπτεμβρίου 1996 η Επιτροπή εξέδωσε μια ανακοίνωση σχετικά με την ανάπτυξη του κοινωνικού διαλόγου σε κοινοτικό επίπεδο¹³.

IV- ΝΕΕΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΙ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

54- Την παραμονή του 21ου αιώνα, το εμπόριο έρχεται αντιμέτωπο με ένα ευρύ φάσμα προκλήσεων. Ο τρόπος με τον οποίο το εμπόριο αντιδρά και προσαρμόζεται σ' αυτές θα έχει αντίκτυπο όχι μόνο στο ίδιο το εμπόριο αλλά και σε ολόκληρη την οικονομία και την κοινωνία της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η σημασία του εμπορίου ως πηγής θέσεων απασχόλησης θα πρέπει να επανεξετάζεται συνεχώς κάθε φορά που εισάγονται νέες μορφές εμπορικών συναλλαγών. Η εξέλιξη της κοινωνίας των πληροφοριών, ενώ παρέχει τα εργαλεία για μια αποτελεσματικότερη διαχείριση της λογιστικής και του προγραμματισμού του τομέα, παρέχει επίσης τα μέσα για την εισαγωγή της άμεσης και εξ αποστάσεως πώλησης στο σπίτι. Ενώ οι τάσεις αυτές δεν είναι πιθανό να αντικαταστήσουν πλήρως τις παραδοσιακές εμπορικές μεθόδους, θα έχουν άμεσο αντίκτυπο στο είδος των διαθέσιμων θέσεων απασχόλησης του τομέα, στις απαιτήσεις κατάρτισης και στην ανταγωνιστικότητα.

1- Εξασφάλιση της αποτελεσματικότητας της ενιαίας αγοράς

55- Η ενιαία αγορά θα τονώσει το εμπόριο και η Οικονομική και Νομισματική Ένωση (ΟΝΕ) θα διευκολύνει ακόμη περισσότερο τις διασυνοριακές συναλλαγές. Ο αντίκτυπος αυτής της ανάπτυξης στις τοπικές επιχειρήσεις και κοινωνίες θα πρέπει να παρακολουθείται προκειμένου να εξασφαλιστεί ότι οι καταναλωτές καθώς και οι επικεφαλές επιχειρήσεων θα αποκομίσουν οφέλη. Τα αναμενόμενα οφέλη συμπεριλαμβάνουν μια μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων προερχόμενα από ένα μεγαλύτερο φάσμα πηγών εφοδιασμού σε ανταγωνιστικότερες τιμές. Η ανάγκη διατήρησης βιώσιμου εμπορικού τομέα θα προκαλέσει πιέσεις για τη βελτίωση της

¹³

COM (96) 448 τελικό της 18.09.96.

ανταγωνιστικότητας η οποία με τη σειρά της θα επισπεύσει περαιτέρω αλλαγές στην κοινωνική και υλικοτεχνική υποδομή του εμπορίου.

1.1- Εμπόδια στην ενιαία αγορά

56- Από τις ενδείξεις που υπάρχουν είναι ήδη εμφανές ότι οι διαφορετικοί νόμοι που επηρεάζουν την καθιέρωση συναλλαγών λιανικού εμπορίου μπορούν να εμποδίσουν σοβαρά τους ομίλους επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους σε ολόκληρη την Ευρώπη δεδομένου ότι οι διαφορετικοί κανονισμοί ενδέχεται να συνεπάγονται ότι πρέπει να αλλάξουν τελείως τη μορφή των καταστημάτων που έχουν αναπτύξει επιτυχώς στις εθνικές αγορές τους. Οι κανονισμοί αυτοί περιλαμβάνουν από διατάξεις σχετικά με τη χωροταξία έως διατάξεις σχετικά με τον αθέμιτο ανταγωνισμό, τη δικαιόχρηση (franchising), τη φερεγγυότητα, την τιμολόγηση κ.τ.λ. Ενδέχεται να είναι γενικοί ή να αφορούν ένα συγκεκριμένο τομέα (π.χ. φαρμακεία). Τέτοιες διαφορές μπορεί να υποσκάψουν τη βιωσιμότητα των επενδύσεων που επιδιώκουν την καθιέρωση νέων συναλλαγών λιανικού εμπορίου σε γειτονικές ευρωπαϊκές αγορές. Το ζήτημα αυτό πρέπει να αντιμετωπιστεί επείγοντως.

57- Ομοίως, η εφαρμογή διαφορετικών εθνικών νόμων όσον αφορά τη διασυνοριακή χρήση μέσων εμπορικής προώθησης (που επηρεάζουν τη διασυνοριακή χρήση σχετικά νέων εννοιών όπως η κάρτα τακτικού πελάτη, καθώς και πιο παραδοσιακά μέσα προώθησης των πωλήσεων) και τις διασυνοριακές εμπορικές επικοινωνίες γενικά, ενδέχεται να περιορίσει τη δυνατότητα για το εμπόριο να επεκταθεί και να επωφεληθεί από ένα χώρο χωρίς σύνορα. Αυτό επηρεάζει τις επιχειρήσεις άμεσης εμπορίας και πώλησης δι'αλληλογραφίας που πρέπει να αλλάξουν το περιεχόμενο (όχι μόνο τη γλώσσα) του εμπορεύσιμου υλικού τους όταν ασκούν διασυνοριακές δραστηριότητες. Επίσης, επηρεάζει τις εμπορικές δραστηριότητες από επιχείρηση προς επιχείρηση που βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στην άμεση εμπορία και τους καταλόγους. Τέλος, μπορεί επίσης να περιορίσει τους λιανοπωλητές που βρίσκονται κοντά στα σύνορα οι οποίοι επιθυμούν να διαφημίσουν τις υπηρεσίες τους στις γειτονικές περιφέρειες εκτός των συνόρων. Η Επιτροπή μελετά επί του παρόντος το αποδιωργανωμένο κανονιστικό σύστημα στην εσωτερική αγορά το οποίο παρεμποδίζει τις αποτελεσματικές σε σχέση με το κόστος διασυνοριακές εμπορικές επικοινωνιακές υπηρεσίες. Το Μάιο εξέδωσε μια Πράσινη Βίβλο για το θέμα αυτό¹⁴.

1.2- Ανησυχίες των καταναλωτών

58- Ο εξευρωπαϊσμός της στάσης των καταναλωτών έχει επίσης επηρεάσει την ανάπτυξη του τομέα στην ενιαία αγορά. Οι καταναλωτές παρουσιάζουν κάποια αλλαγή στη συμπεριφορά τους, δημιουργώντας έτσι νέες προκλήσεις στις οποίες πρέπει να προσαρμοστεί ο εμπορικός τομέας, όπως και ο παραγωγικός τομέας. Όλο και περισσότερο, οι καταναλωτές ευαισθητοποιούνται σχετικά με τις παραγωγικές μεθόδους, τα προβλήματα του περιβάλλοντος, τις συνθήκες παραγωγής σε ορισμένες λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες, ή τη μεταχείριση των ζώων.

¹⁴

«Εμπορικές επικοινωνίες στην εσωτερική αγορά» COM(96) 192 τελικό.

59- Η κατανάλωση τροφίμων προκαλεί ιδιαίτερη ανησυχία: τα προβλήματα που συνδέονται με τη Σπογγιόμορφη Εγκεφαλοπάθεια των Βοοειδών, τα χημικά κατάλοιπα, τις γενετικές μεταλλάξεις και την ακτινοβολία των τροφίμων συμβάλλουν σε μια γενική ανασφάλεια σχετικά με την ποιότητα των τροφίμων, τους συναφείς ελέγχους και τις ευθύνες. Επίσης, η ανάπτυξη κοινοτικής νομοθεσίας σχετικά με την επισήμανση¹⁵ έχει οδηγήσει σε καταιγισμό πληροφοριών σχετικά με τις ετικέτες. Υπάρχουν πολλοί καταναλωτές οι οποίοι αδυνατούν να κατανοήσουν ή να χρησιμοποιήσουν τις λεπτομέρειες αυτές· από την άλλη πλευρά, ορισμένες πληροφορίες τις οποίες θα εκτιμούσαν ενδεχομένως οι καταναλωτές, όπως αυτές σχετικά με την ασφαλή χρήση ή τη θρεπτική αξία του προϊόντος, ελλείπουν. Οι ετικέτες πρέπει να δίνουν ένα σαφές μήνυμα στους καταναλωτές, όπως για παράδειγμα το ευρωπαϊκό οικολογικό σήμα. Μια εναλλακτική λύση για την υπερβολική επισήμανση είναι να παρέχουν τα καταστήματα περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την πολιτική τους σε τομείς που ενδιαφέρουν τον καταναλωτή, όπως το περιβάλλον, π.χ. επισημαίνοντας τα «πράσινα» προϊόντα ή ενθαρρύνοντας την ανακύκλωση.

60- Από την άποψη του καταναλωτή, ο αυξανόμενος εφοδιασμός από διεθνείς πηγές διευρύνει το φάσμα των διαθέσιμων προϊόντων στα τοπικά καταστήματα. Χάρη στον εφοδιασμό σε επίπεδο ΕΕ και στις αποτελεσματικότερες μεθόδους διανομής τα προϊόντα αυτά είναι διαθέσιμα σε χαμηλότερες τιμές. Κάθε τάση προς τη σύγκλιση των τιμών σημαίνει ότι λιγότεροι καταναλωτές θα πληρώνουν παράλογα υψηλές τιμές που χαρακτηρίζουν τις κατακερματισμένες αγορές.

61- Οι καταναλωτές και οι έμποροι δεν έχουν πάντα κοινό συμφέρον αλλά η επιδίωξη των διαφορετικών στόχων τους δεν θα πρέπει να προκαλεί σύγκρουση. Και οι δύο πλευρές έχουν συμφέρον να διατηρήσουν το διάλογο ώστε να εξασφαλίσουν ότι οποιαδήποτε σημαντική διαφορά μπορεί να επιλυθεί. Τόσο το Συμβούλιο των Καταναλωτών όσο και η Επιτροπή Εμπορίου και Διανομής έχουν εκφράσει την επιθυμία κοινών διαβουλεύσεων για ορισμένα ζητήματα. Η Επιτροπή θα λάβει μέτρα για την διοργάνωση τέτοιων διαβουλεύσεων.

Πρέπει να εξεταστούν διάφορα ζητήματα προκειμένου να εξασφαλιστεί ότι ο εμπορικός τομέας επωφελείται πλήρως από την εσωτερική αγορά: π.χ.

- ◆ ποια μέτρα μπορούν να ληφθούν προκειμένου να ενθαρρυνθεί ή να διευκολυνθεί η πρόσβαση των χονδρεμπόρων και των λιανοπωλητών στις διασυνοριακές αγορές;
- ◆ ποιο είδος συνεργασίας θα επιτρέψει στους μικρότερους εμπόρους να είναι ανταγωνιστικοί στην ενιαία αγορά;

1.3- Η εισαγωγή του Εύρω

62- Το δυναμικό αποτέλεσμα της ενιαίας αγοράς θα αυξηθεί σημαντικά με την εισαγωγή του ενιαίου νομίσματος το οποίο θα εξαλείψει τους κινδύνους που συνδέονται με τις διακυμάνσεις των συναλλαγματικών ισοτιμιών και τις συναφείς διοικητικές δαπάνες, ιδίως για τους εμπόρους που εμπλέκονται άμεσα σε

¹⁵

Βλέπε Παράρτημα Γ - Αναλυτικός κατάλογος των κοινοτικών νομοθετικών μέτρων.

διασυννοριακές συναλλαγές. Το Συμβούλιο της Μαδρίτης, του Δεκεμβρίου 1995, ενέκρινε ένα σενάριο τριών φάσεων για την εισαγωγή του ενιαίου νομίσματος. Η ΟΝΕ θα ξεκινήσει την 1η Ιανουαρίου 1999, όταν οι συναλλαγματικές ισοτιμίες θα έχουν παγώσει και το ευρώ θα καταστεί το ενιαίο νόμισμα της νομισματικής ένωσης. Τα τραπεζογραμμάτια και τα κέρματα σε ευρώ θα τεθούν σε κυκλοφορία μέχρι τα τέλη του 2001 το αργότερο.

63- Η εισαγωγή του ενιαίου νομίσματος έχει μεγάλη σημασία για την αλυσίδα διανομής δεδομένου ότι θα είναι ένας από τους πλέον επηρεαζόμενους τομείς ολόκληρης της οικονομίας. Ο ρόλος των εμπόρων θα είναι ουσιαστικός διότι είναι αυτοί που θα κληθούν να "πουλήσουν" το ευρώ στους καταναλωτές, να εξοικειώσουν τους πολίτες με το ευρώ. Για πολλούς πολίτες της ΕΕ, η πρώτη πρακτική τους επαφή με το ευρώ θα είναι κατά τη διάρκεια των εμπορικών συναλλαγών τους.

64- Η προετοιμασία της ΟΝΕ επιταχύνεται. Στις 16 Οκτωβρίου 1996 η Επιτροπή ενέκρινε σχέδιο κανονισμού για την εισαγωγή του ευρώ¹⁶ με στόχο να παράσχει νομική ασφάλεια στους οικονομικούς παράγοντες. Η προτεινόμενη νομοθεσία ορίζει, μεταξύ άλλων, το νομικό καθεστώς του ευρώ και εξασφαλίζει πλήρη νομική ισοτιμία μεταξύ του ευρώ και των μονάδων εθνικού νομίσματος κατά τη διάρκεια της μεταβατικής περιόδου. Επιπλέον, επαναβεβαιώνει την αρχή της συνέχειας των συμβάσεων και ορίζει ένα γενικό κανόνα στρογγυλοποίησης. Αναμένεται ότι θα επιτευχθεί συμφωνία σχετικά με τις προτάσεις αυτές στην επόμενη συνεδρίαση του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου στο Δουβλίνο το Δεκέμβριο του 1996.

65- Οι λιανοπωλητές θα πρέπει να μετατρέπουν τις τιμές από το εθνικό νόμισμα στο ευρώ. Η κατάρτιση ενός τιμοκαταλόγου σε ευρώ δεν είναι απλώς ένα ζήτημα πολλαπλασιασμού με το σταθερό συντελεστή μετατροπής. Οι τιμές θα καθορίζονται σε κατάλληλα επίπεδα, από εμπορική άποψη, και, αναπόφευκτα, ορισμένες τιμές ενδέχεται να πρέπει να εκφραστούν σε πραγματικές τιμές. Τα καταστήματα θα πρέπει να βοηθήσουν τους πελάτες τους να εξοικειωθούν με ένα νέο και ασυνήθιστο σύστημα τιμών σε ευρώ. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στους πολίτες εκείνους οι οποίοι έχουν περισσότερες δυσκολίες στην πραγματοποίηση μετατροπών, όπως οι ηλικιωμένοι και τα άτομα με προβλήματα όρασης. Μια δυνατότητα για την εξοικείωση των πελατών θα μπορούσε να είναι η διπλή αναγραφή τιμών. Άλλες δυνατότητες είναι η ανάρτηση πινάκων μετατροπής, η διανομή ενημερωτικών φυλλαδίων ή η απλή διάθεση αριθμομηχανών στους πελάτες. Η Επιτροπή θα προτείνει σύντομα κατάλληλα μέτρα στον ειδικό αυτό τομέα.

66- Θα υπάρξει νέα ζήτηση για κατάρτιση του προσωπικού και των ατόμων που έρχονται σε επαφή με το κοινό. Τα άτομα αυτά θα πρέπει επίσης να εκπαιδευτούν ώστε να εξοικειωθούν με τις αλλαγές στους λογαριασμούς και τη χρήση νέου εξοπλισμού, ιδίως κατά τη διάρκεια της μεταβατικής περιόδου. Οι διατάξεις για την εισαγωγή των τραπεζογραμμάτων και κερμάτων σε ευρώ και την απόσυρση των εθνικών τραπεζογραμμάτων και κερμάτων από την κυκλοφορία παρουσιάζουν προκλήσεις σε λογιστικό επίπεδο. Η φάση αυτή θα διαρκέσει έξι μήνες το πολύ και πρέπει να ολοκληρωθεί ως την 1η Ιουλίου 2002. Τα μηχανήματα που λειτουργούν με κέρματα και χαρτονομίσματα, όπως αυτόματοι πωλητές και ταμειακές μηχανές,

¹⁶

COM(96) 499 της 16.10.1996.

θα πρέπει να προσαρμοστούν στις τεχνικές προδιαγραφές των τραπεζογραμματίων και κερμάτων σε εύρω.

67- Η ONE θα έχει ως αποτέλεσμα τη μεγαλύτερη διαφάνεια τιμών μεταξύ χωρών καθώς οι καταναλωτές μπορούν ευκολότερα να συγκρίνουν τιμές σε εύρω. Αυτό θα συμβάλει σε αυξημένες διασυνοριακές αγορές, ιδίως εάν υπάρχουν υψηλές διαφορές τιμών μεταξύ κρατών μελών. Το εμπόριο και ιδίως η πώληση εξ αποστάσεως θα αποκομίσουν άμεσα οφέλη και θα ενθαρρυνθεί η ταχύτερη ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου.

68- Ο εμπορικός τομέας πρέπει να προετοιμαστεί για τις ενδεχόμενες ευκαιρίες που προσφέρει η βελτιωμένη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Η παροχή πληροφοριών και βοήθειας στους καταναλωτές θα θεωρηθεί ως σημαντικό εργαλείο εμπορικής προώθησης για την προσέλκυση μεγαλύτερου μεριδίου της αγοράς.

69- Οι δημόσιες αρχές πρέπει να διαδραματίσουν βασικό ρόλο βοηθώντας τους ιδιωτικούς οικονομικούς παράγοντες να εισαγάγουν το εύρω, ιδίως μέσω της παροχής ακριβούς και έγκαιρης ενημέρωσης. Από την πλευρά της, η Επιτροπή σε συνεργασία με το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο έχει ξεκινήσει μια ενημερωτική εκστρατεία σχετικά με την ONE. Η συμμετοχή όλων των ομάδων χρηστών, όπως επιχειρηματικές ενώσεις, είναι καθοριστική για την επιτυχία του προγράμματος. Δεδομένου του κεντρικού ρόλου τους στην υποστήριξη των πολιτών κατά τη μετάβαση στη χρήση του εύρω, οι ενώσεις που αντιπροσωπεύουν το εμπόριο πρέπει να συμμετάσχουν στην πρωτοβουλία αυτή. Η Επιτροπή εξετάζει τον καλύτερο τρόπο επίτευξης του στόχου αυτού.

Οι εθνικές αρχές και η Επιτροπή έχουν υποχρέωση να μελετήσουν πώς η διεξαγόμενη ενημερωτική εκστρατεία μπορεί να ανταποκριθεί στις ανάγκες πληροφόρησης του τομέα αυτού και πως μπορούν να διευκολύνουν την απαραίτητη διαδικασία προσαρμογής.

Ιδίως, ενδέχεται να διερωτώνται για τον ειδικό ρόλο των κρατών μελών, των τραπεζών, των μεγάλων ομίλων καταστημάτων, των επαγγελματικών οργανώσεων και άλλων ειδικών ομάδων, καθώς και για τα προβλήματα προσαρμογής του τομέα τα οποία αφορούν ειδικά τον τομέα του εμπορίου.

2- Επιχειρηματικό περιβάλλον

2.1- Διοικητικές επιβαρύνσεις και απλούστευση της νομοθεσίας

70- Όπως έχει ήδη αναφερθεί¹⁷, δεδομένου ότι μία στις τρεις ΜΜΕ ασχολείται με εμπορικές δραστηριότητες, οι πρωτοβουλίες υπέρ των ΜΜΕ ωφελούν άμεσα τον εμπορικό τομέα. Η Επιτροπή εξέδωσε πρόσφατα μια σειρά ανακοινώσεων και συστάσεων στον τομέα αυτό οι οποίες δεν έχουν δεσμευτικό χαρακτήρα αλλά δρουν ως σήματα και ενδείξεις για να ενθαρρύνονται τα κράτη μέλη να εμπνέονται από τις βέλτιστες πρακτικές άλλων κρατών μελών. Η Επιτροπή έχει επέμβει ως τώρα στα

¹⁷ Βλέπε II- 2.1- Πρωτοβουλίες υπέρ του εμπορίου.

θέματα της βελτίωσης των φορολογικών νόμων και της μεταβίβασης των ΜΜΕ, των προθεσμιών πληρωμής στις εμπορικές συναλλαγές και του ορισμού των ΜΜΕ.

71- Ένα από τα σημαντικότερα απορύθμιση ζητήματα είναι η διοικητική και νομοθετική απλούστευση και η αποκανονιστικοποίηση. Παράλληλα με την έκθεση της Ομάδας Molitor και στο πλαίσιο της Λευκής Βίβλου, του στρατηγικού προγράμματος της Επιτροπής για την ολοκλήρωση της ενιαίας αγοράς και του Ολοκληρωμένου Προγράμματος για τις ΜΜΕ, δημιουργήθηκε επίσης μια επιτροπή για την απλούστευση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, με στόχο την ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών και την επικέντρωση στις δυνατότητες ελάφρυνσης των επιβαρύνσεων των επιχειρήσεων, ιδίως των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ), μέσω της νομοθετικής και διοικητικής απλούστευσης.

72- Επίσης, η Επιτροπή εξέδωσε πρόσφατα μια ανακοίνωση η οποία περιλαμβάνει έκθεση σχετικά με τις πρώτες δράσεις της πρωτοβουλίας SLIM που αποσκοπούν στην απλούστευση της κοινοτικής και εθνικής νομοθεσίας. Η μείωση των διοικητικών επιβαρύνσεων που συνδέεται με υπερβολικές ρυθμίσεις και, ως εκ τούτου, η μείωση του κόστους αναμένεται να ωφελήσουν άμεσα τους καταναλωτές. Η πολυπλοκότητα της εθνικής νομοθεσίας σχετικά με το εμπόριο και τα πιθανά εμπόδια που δημιουργεί στην ταχεία επίτευξη των στόχων της ενιαίας αγοράς καθώς και η ειδική νομοθεσία σχετικά με την επισήμανση χρήζουν ιδιαίτερης προσοχής. Η Επιτροπή θα μελετήσει τις πτυχές της νομοθεσίας που επηρεάζουν τον τομέα αυτό οι οποίες μπορούν να επωφεληθούν από μελλοντικές πρωτοβουλίες SLIM.

2.2- Κατάρτιση

73- Η εξέλιξη στην οργάνωση, την υποδομή, την τεχνογνωσία και τις μεθοδολογίες του τομέα δημιουργούν ζήτηση για νέες και υψηλότερες ειδικεύσεις. Αυτό σημαίνει ότι το εμπόριο πρέπει να προετοιμαστεί να επενδύσει στην κατάρτιση προσωπικού (από τους πωλητές έως τα ανώτερα στελέχη) προκειμένου να επωφεληθεί από τις νέες ευκαιρίες και ιδίως εκείνες που συνδέονται με την εισαγωγή του εύρο και τις νέες τεχνολογίες πληροφοριών. Η Επιτροπή παρέχει ήδη υποστήριξη γι' αυτό το είδος κατάρτισης στο πλαίσιο του κοινοτικού προγράμματος Leonardo da Vinci¹⁸ που παρέχει σημαντική υποστήριξη σε μια σειρά διεθνικών πρότυπων σχεδίων στον τομέα αυτό. Αυτό θα πρέπει να ενισχυθεί, ιδίως όσον αφορά τις ΜΜΕ.

74- Εκτός από την κατάρτιση των υπαλλήλων με συμβατικά μέσα στις νέες τεχνικές και στο νέο περιβάλλον που προκύπτει από τις καινοτομίες, οι εταιρείες μπορούν να εφαρμόσουν την εξ αποστάσεως κατάρτιση μέσω δικτύων υπολογιστών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη διδασκαλία και τη δραστηριοποίηση των επιχειρηματιών και του προσωπικού τους σε σχετικά με την επιχείρηση θέματα. Η εξ αποστάσεως κατάρτιση είναι εξαιρετικά ευέλικτη διότι επιτρέπει την παρακολούθηση των μαθημάτων κατάρτισης χωρίς να χρειάζεται τα άτομα να εγκαταλείψουν το χώρο εργασίας τους.

2.3- Στατιστικές πληροφορίες

¹⁸

Βλέπε παράρτημα Δ - «Υποστήριξη της κατάρτισης».

75- Χωρίς αξιόπιστες πληροφορίες, οι οικονομικοί φορείς μπορούν να λαμβάνουν αποφάσεις μόνο με βάση υποθέσεις ή εκτιμήσεις, μια διαδικασία που οδηγεί σε ανισότητες μεταξύ των οικονομικών φορέων καθώς οι ΜΜΕ δεν έχουν τα μέσα να διεξάγουν έρευνες μεγάλης κλίμακας. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό για όσους ασχολούνται με το εμπόριο, είτε πρόκειται για οικονομικούς φορείς είτε για δημόσιες αρχές, να έχουν στη διάθεσή τους στατιστικές και οικονομικές αναλύσεις για τη διευκόλυνση της λήψης των απαραίτητων αποφάσεων και την ταχύτατη ανταπόκριση στις αναγκαίες προσαρμογές.

76- Κατά συνέπεια, για τη βελτίωση των στατιστικών πληροφοριών¹⁹, ένα παράρτημα σχετικά με το "εμπόριο" ενσωματώθηκε στις προτάσεις ρύθμισης για τις στατιστικές διάρθρωσης των επιχειρήσεων που παρουσίασε η Επιτροπή στις 3 Απριλίου 1995²⁰ και αναμένεται να εγκριθούν από το Συμβούλιο. Οι επαγγελματίες έχουν υποστηρίξει την πρωτοβουλία αυτή στο πλαίσιο της ΕΕΔ: αν οι επιβαρύνσεις των επιχειρήσεων πρέπει να μειωθούν όσο γίνεται περισσότερο, κάποιες αξιόπιστες και λεπτομερείς στατιστικές είναι απαραίτητες στους οικονομικούς παράγοντες. Ορισμένες στατιστικές μελέτες έχουν εκπονηθεί και δημοσιευθεί από τη Eurostat σε συνεργασία με τη ΓΔ ΧΧΙΙΙ²¹. Έχουν εκπονηθεί μεθοδολογικά εγχειρίδια τα οποία διατίθενται στους εθνικούς στατιστικούς προκειμένου να υπάρχουν ακριβή και συγκρίσιμα στατιστικά στοιχεία στις διάφορες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

77- Ωστόσο, στο πλαίσιο της παρούσας Βίβλου πρέπει να εξετάσουμε αν πρέπει να γίνουν περισσότερες ενέργειες ώστε να επιτραπεί στους υπεύθυνους για τη λήψη αποφάσεων τόσο του δημόσιου όσο και του ιδιωτικού τομέα να έχουν σαφή εικόνα της σημερινής κατάστασης και των τάσεων. Οποιαδήποτε δράση αυτού του είδους θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις επιπλέον διοικητικές επιβαρύνσεις που ενδέχεται να προκαλέσει στις επιχειρήσεις η παροχή συμπληρωματικών στατιστικών στοιχείων. Χωρίς τις πληροφορίες αυτές η αυξανόμενη παγκοσμιοποίηση της προσφοράς και της στρατηγικής των σημείων πώλησης κινδυνεύει να αφήσει τους επιχειρηματίες της ΕΕ σε μειονεκτική θέση.

Ο εμπορικός τομέας θα ωφεληθεί από την ενεργητική εφαρμογή της πολιτικής επιχειρήσεων της Επιτροπής και θα πρέπει να αντιμετωπίσει αμέσως μαζί με την Επιτροπή τα προβλήματα υπερβολικών ρυθμίσεων, κυρίως στον τομέα της επισήμανσης, καθώς και τις ανάγκες για σωστά διαρθρωμένη κατάρτιση σε παραδοσιακές και νέες ειδικότητες. Πρέπει επίσης να εξετάσει τον τρόπο με τον οποίο η ροή των πληροφοριών μπορεί να βελτιωθεί ώστε: i) οι υπεύθυνοι για τη λήψη αποφάσεων στις μικρότερες επιχειρήσεις να είναι συνεχώς ενημερωμένοι σχετικά με την αγορά και ii) οι δημόσιες διοικήσεις να διαθέτουν τα απαραίτητα στοιχεία για να κατανοούν και να επιλύουν τα προβλήματα του τομέα.

¹⁹ Βλέπε Παράρτημα Δ - "στατιστική".

²⁰ ΕΕ C-146 της 13.06.95.

²¹ "Το λιανικό εμπόριο στην ευρωπαϊκή ενιαία αγορά του 1993" και "Το λιανικό εμπόριο στον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο", 1993 και 1995, EUROSTAT και ΓΔ ΧΧΙΙΙ.

3- Απασχόληση, ανταγωνιστικότητα και συνοχή

3.1- Το αγροτικό περιβάλλον

78- Η κοινωνία μας εξαρτάται από το εμπόριο χωρίς το οποίο θα έχανε το δυναμισμό και τη συνοχή της. Η διαπίστωση αυτή είναι σαφής στις αγροτικές περιοχές οι οποίες καλύπτουν το 80% της κοινοτικής επικράτειας και παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλομορφία όσον αφορά το χαρακτήρα τους. Πολλές αγροτικές κοινότητες έχουν σήμερα έλλειψη εμπορικών επιχειρήσεων ή πρωτογενών υπηρεσιών, κυρίως σε αραιοκατοικημένες περιοχές με περιορισμένη αστική ανάπτυξη. Το φαινόμενο αυτό δεν είναι νέο αλλά έχει επιδεινωθεί τα τελευταία 15 χρόνια λόγω, κυρίως, των αλλαγών στον τρόπο ζωής, στις καταναλωτικές συνήθειες και στην αλυσίδα διανομής αυτή καθεαυτή.

79- Η παρακμή του καταστήματος της γειτονιάς είναι ένα σύμπτωμα της τάσης οικονομικής φυγής από τις αγροτικές περιοχές (έξοδος της τοπικής κοινότητας, σοβαρή μείωση των πρωτογενών δραστηριοτήτων, ειδικά της απασχόλησης στη γεωργία) και αποτελεί λόγο σοβαρής ανησυχίας. Όταν το τελευταίο κατάστημα κλείνει απειλείται το μέλλον του χωριού αυτού καθεαυτού επειδή το εμπόριο αποτελεί μια μοναδική στο είδος της υπηρεσία.

80- Το τοπικό εμπόριο είναι ένα αποτελεσματικό μέσο στην προσπάθεια μείωσης του κινδύνου περιθωριοποίησης των αγροτικών πληθυσμών που πρέπει να μπορούν να επωφελούνται από ένα ευρύ φάσμα τοπικά παρεχόμενων υπηρεσιών. Το τοπικό εμπόριο έχει μερικές φορές ζωτική σημασία για τη διατήρηση άλλων δραστηριοτήτων, αποτελώντας για παράδειγμα τη φυσική διέξοδο για τους τοπικούς βιοτέχνες, ιδίως σε τουριστικές περιοχές όπου το εμπόριο έχει έντονα εποχιακό χαρακτήρα. Το εμπόριο επιτελεί διάφορους ρόλους: η εμφύχωση της τοπικής κοινότητας και η δημιουργία κοινωνικών δεσμών εκπληρώνεται κατά ένα μεγάλο μέρος από τα τοπικά καταστήματα. Αυτά αποτελούν αξιοθέατο για τους κατοίκους της κοινότητας και της γύρω περιοχής και γίνονται συχνά ο μόνος χώρος συνάντησης. Το εμπόριο επιτελεί αναντικατάστατο κοινωνικό έργο.

81- Τα τοπικά αγροτικά καταστήματα χαρακτηρίζονται συνήθως από περιορισμένη έκταση πωλήσεων, με μειωμένη επιλογή προσφερόμενων αγαθών, κυρίως ειδών διατροφής. Περιορίζονται επίσης σε πελάτες που ζουν εκεί κοντά. Ακόμη, οι εμπορικές ΜΜΕ πρέπει να είναι σε θέση να προσφέρουν ανταγωνιστικές τιμές, επιτρέποντας στον τοπικό πληθυσμό, ιδίως στους ηλικιωμένους, να υπερασπιστεί την αγοραστική του δύναμη και να βελτιώσει το βιωτικό του επίπεδο.

82- Η εξασφάλιση της παράδοσης προϊόντων στις λιγότερο κατοικημένες περιοχές είναι ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν. Πράγματι, μια διαφορά τιμών μεταξύ αγροτικών καταστημάτων και των πλησιέστερων καταστημάτων μεσαίου ή μεγάλου μεγέθους μπορεί να είναι αναπόφευκτη. Μελέτες που εξετάζουν τη θέση εγκατάστασης αυτού του είδους καταστημάτων συμπεραίνουν ότι η διαφορά τιμών δεν πρέπει να υπερβαίνει το 15-20%. Το εμπόριο πρέπει να εξετάσει της επιμελητείας δομής (δικαιόχρηση, εθελοντική αλυσίδα, κεντρικό γραφείο αγορών, ηλεκτρονική παραγγελία) ως μέσο επίτευξης της απαραίτητης ανταγωνιστικότητας.

83- Τα σύγχρονα καταστήματα πωλήσεων στις αγροτικές περιοχές μπορούν να γίνουν επιχειρήσεις παροχής πολλαπλών υπηρεσιών χρησιμεύοντας ως μέσο για ταχυδρομικές ή τραπεζικές εργασίες, ως τμήμα παραγγελιών και παράδοσης για τους ομίλους πώλησης εξ αποστάσεως ή ως σημείο επαφής για τα δίκτυα τηλεπικοινωνιών. Η δημιουργία τέτοιων κέντρων πολλαπλών υπηρεσιών σε αραιοκατοικημένες περιοχές μπορεί να διαδραματίσει κάποιο ρόλο στην ανάπτυξη δικτύων για την παροχή υπηρεσιών στους ηλικιωμένους. Τα πρότυπα σχέδια που έχουν αναληφθεί στον τομέα αυτό, π.χ. στη Γερμανία (Nachbarschaftsladen 2000), στη Γαλλία (1000 χωριά) και στο Ηνωμένο Βασίλειο, δείχνουν το ενδιαφέρον που υπάρχει γι' αυτήν την προσέγγιση.

84- Η δομή των συστημάτων πώλησης στις αγροτικές και λιγότερο κατοικημένες περιοχές παρακινεί του προμηθευτές να εγκαθίστανται σε μικρή απόσταση και μαζί με αυτές όλες οι συναφείς υπηρεσίες που χρησιμοποιούν. Έτσι, η διατήρηση των εμπορικών ΜΜΕ στις αγροτικές περιοχές έχει τοπικές επιπτώσεις στην απασχόληση και την οικονομική δραστηριότητα. Το φαινόμενο αυτό είναι έντονο στις αραιοκατοικημένες περιοχές, όπως τα νησιά ή οι περιφερειακές ζώνες. Πράγματι, τα τοπικά καταστήματα αποτελούν μέρος των 17 τομέων που προσδιορίζονται από την Επιτροπή στην έρευνά της για τις Τοπικές Πρωτοβουλίες Ανάπτυξης και Απασχόλησης (ΤΠΑΑ) και επαναλαμβάνονται στην ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με "Μια ευρωπαϊκή στρατηγική ενθάρρυνσης των ΤΠΑΑ".

3.2- Το αστικό περιβάλλον

85- Στο κατώφλι του 21ου αιώνα, οι ευρωπαϊκές πόλεις εξακολουθούν να είναι τα κύρια οικονομικά, καινοτομικά και πολιτιστικά κέντρα: το 80% του πληθυσμού της ΕΕ ζει σε αστικές ζώνες. Στην εποχή της μαζικής κατανάλωσης, οι νέες μορφές διανομής έχουν αλλάξει την πολεοδομία με την εμφάνιση μεγάλων εμπορικών κέντρων εκτός πόλεων, καθώς και τη διαδεδομένη εγκατάσταση εξειδικευμένων καταστημάτων κατά μήκος των μεγάλων αρτηριών, προκαλώντας την οικονομική παρακμή των κέντρων των πόλεων ή συμβάλλοντας σ' αυτή. Πράγματι, η πολεοδομία των κέντρων των πόλεων και η εμπορική ισορροπία στις αστικές περιοχές είναι ένα σημαντικό πολιτικό ζήτημα σε πολλές χώρες.

86- Η ανάπτυξη των κέντρων των πόλεων ως χώρων εγκατάστασης για τις βιομηχανίες υπηρεσιών (γραφεία, χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, κινηματογράφοι, θέατρα, δημόσια διοίκηση) και η συνακόλουθη αύξηση του κόστους του χώρου αποτέλεσαν, στο πρόσφατο παρελθόν, παράγοντα πίεσης όσον αφορά τη διαμονή στα κέντρα των πόλεων και την επιλογή της απασχόλησης. Το παράδοξο των υψηλών ενοικίων, των υψηλών τιμών και της υψηλής ανεργίας που εμφανίζεται στα κέντρα των πόλεων έχει τις επιπτώσεις του στο εμπόριο.

87- Ορισμένες περιοχές αντιμετωπίζουν δυσκολίες εφοδιασμού. Οι περιοχές αυτές έχουν συνήθως άλλα κοινωνικά προβλήματα που δεν συνδέονται άμεσα με το εμπόριο, εκτός από μια χαμηλή αποτελεσματική ζήτηση. Σε ορισμένες περιπτώσεις, το ειδικευμένο στις μεγάλες προσφορές κατάστημα ή η υπεραγορά είναι το μοναδικό τοπικό κατάστημα. Εντούτοις, οι απαιτήσεις τους για πρόσβαση στις προμήθειες πρέπει να ικανοποιηθούν. Λόγω απουσίας ή απροθυμίας των εξωτερικών επενδυτών η ενδογενής ανάπτυξη τοπικών καταστημάτων σ' αυτές τις αστικές περιοχές φαίνεται να είναι, από την ίδια τη φύση της, η εύλογη απάντηση. Η ανάπτυξη αυτή θα δημιουργούσε θέσεις απασχόλησης και θα ενίσχυε επίσης την

αίσθηση ασφάλειας, δεδομένου ότι τα καταστήματα είναι χώροι συνάντησης και κέντρα συναλλαγών που ευνοούν την αναζωογόνηση των τοπικών κοινοτήτων. Εδώ υπάρχει περιθώριο για εξέταση της δυνατότητας παρέκτασης της εμπειρίας των μεγάλων λιανοπωλητών - όσον αφορά την τοπική συνεργασία - στα κέντρα πόλεων και στις εμπορικές περιοχές.

88- Μια ολοκληρωμένη πολιτική υπέρ της πόλης φαίνεται όλο και περισσότερο απαραίτητη. Το ζήτημα είναι να επιτευχθεί μία ισορροπία, η οποία να λαμβάνει υπόψη τα συμφέροντα και τις ανάγκες όλων των κατοίκων που ζουν στις αστικές περιοχές και της κοινωνίας συνολικά, καθώς και να διασφαλίσει ότι παραμένει ανοιχτή η πρόσβαση στην αγορά και ότι διατηρείται ο ενεργός ανταγωνισμός.

89- Η εμπορική ανάπτυξη στα προάστια, στις περισσότερες περιπτώσεις με τη μορφή υπεραγορών, είναι ήδη ένα χαρακτηριστικό φαινόμενο των βόρειων κρατών μελών το οποίο βρίσκεται σε πλήρη εξάπλωση στα νότια κράτη μέλη. Είναι σημαντικό να εξεταστεί όχι μόνο ο ανταγωνισμός μεταξύ μικρών εμπορών στα κέντρα πόλεων και προαστιακών υπεραγορών αλλά και ο ανταγωνισμός μεταξύ μεγάλων προαστιακών εμπορικών κέντρων και μεγάλων καταστημάτων που βρίσκονται σε κέντρα πόλεων, ειδικευμένων υπεραγορών καταναλωτικών προϊόντων, μικρών εμπορών, κτλ. και να μελετηθεί ο ανταγωνισμός μάλλον μεταξύ εμπορικών πόλων παρά μεταξύ των μορφών εμπορίου.

90- Η επίδραση που έχουν στο περιβάλλον οι μετακινήσεις των καταναλωτών - συνήθως με αυτοκίνητο - για τη μετάβασή τους σε εμπορικά κέντρα που βρίσκονται στην αστική περιφέρεια ή σε χώρους πράσινου, έχει αντίκτυπο στην αειφόρο μακροπρόθεσμη ανάπτυξη των πόλεων. Επίσης, η αυξανόμενη συμφόρηση, ειδικότερα στα κέντρα των πόλεων, έχει επιπτώσεις στο εμπόριο, όπως δυσκολίες παράδοσης και αύξηση του επιμεληθείας κόστους. Ο περιβαλλοντικός αντίκτυπος της μεταβαλλόμενης υποδομής του εμπορίου θα πρέπει να αντιμετωπιστεί με κοινή συνεργασία των διαφόρων εμπλεκόμενων παραγόντων και η Επιτροπή μπορεί να δώσει το προβάδισμα ευνοώντας το διάλογο.

Τίθενται διάφορα ερωτήματα σχετικά με τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και την εξασφάλιση της σταθερότητας και της κοινωνικής συνοχής κατά τη διάρκεια των διαρθρωτικών προσαρμογών που επηρεάζουν το εμπόριο:

- ◆ Πώς μπορεί να διασφαλιστεί η επιβίωση του τοπικού εμπορίου μικρής κλίμακας παρά την οικονομική και εμπορική συγκυρία;
- ◆ Πώς μπορούν να συμβιβαστούν τα αντικρουόμενα συμφέροντα που αντιπροσωπεύουν οι περιβαλλοντικοί στόχοι, η αυξανόμενη χρήση των ιδιωτικών αυτοκινήτων για την πραγματοποίηση αγορών και οι ανάγκες των τμημάτων του πληθυσμού με περιορισμένη κινητικότητα;
- ◆ Πώς μπορεί να διατηρηθεί η παραδοσιακή συνέργια μεταξύ εμπορίου και κοινότητας όσον αφορά την απασχόληση και την παροχή υπηρεσιών;

4- Η Κοινωνία των Πληροφοριών και το Εμπόριο

91- Η χρήση των τεχνολογιών πληροφοριών καθιστά δυνατή τη βελτίωση των υφιστάμενων υπηρεσιών και τη δημιουργία νέων υπηρεσιών και εφαρμογών

πολυμέσων που συνδυάζουν τον ήχο, το κείμενο και την εικόνα. Η ανάπτυξη αυτών των τρόπων επικοινωνίας παρέχει μια ευκαιρία για ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων και άνοιγμα νέων προοπτικών όσον αφορά την οργάνωση της εργασίας και τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Η εφαρμογή των νέων τεχνολογιών στην καθημερινή ζωή μετατρέπει τον κόσμο μας σε μια κοινωνία των πληροφοριών. Η Επιτροπή δημοσίευσε πρόσφατα διάφορα έγγραφα για το θέμα αυτό²².

92- Η χρήση των τεχνολογιών αυτών προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες για νέες εμπορικές δραστηριότητες που περιλαμβάνουν από διαφημίσεις στο Internet έως ηλεκτρονικές εμπορικές συναλλαγές. Οι εμπορικές ΜΜΕ πρέπει να επανεξετάσουν τη στρατηγική και την οργάνωσή τους, μια δραστηριότητα που συνεπάγεται την κατάρτιση των προϊσταμένων επιχειρήσεων και των υπαλλήλων με στόχο την προετοιμασία και τη δραστηριοποίησή τους για τις σταθερές αλλαγές που θα κριθούν απαραίτητες. Ολόκληρη η αλυσίδα διανομής, από τον παραγωγό ως τον καταναλωτή θα πρέπει να αναδιοργανωθεί και να προσαρμόσει αναλόγως τις δομές και τις στρατηγικές της. Ομοίως, οι σχέσεις με τους καταναλωτές θα αλλάξουν. Ακόμα, είναι σημαντικό να αναλυθούν όχι μόνο τα θετικά αποτελέσματα και οι νέες ευκαιρίες που προσφέρονται στο εμπόριο και στους καταναλωτές αλλά και να εξεταστούν οι κίνδυνοι και οι αρνητικές παρενέργειες που η κοινωνία των πληροφοριών θα μπορούσε να προκαλέσει.

93- Εκτός από τις άμεσες πωλήσεις στους τελικούς καταναλωτές, οι εταιρείες ενδιαφέρονται επίσης να εξετάσουν τις προοπτικές από επιχείρηση προς επιχείρηση. Πρόκειται ενδεχομένως για καταλόγους ή φυλλάδια εταιρειών που επιτρέπουν στις εμπορικές επιχειρήσεις να διευρύνουν το φάσμα των δυνητικών προμηθευτών και συνεργατών τους, για οικονομικές πληροφορίες και πληροφορίες φερεγγυότητας σχετικά με τους ανταγωνιστές ή τους προμηθευτές τους, καθώς και για πληροφορίες σχετικά με τις αγορές και τα κανονιστικά ζητήματα, ειδικά σε σχέση με τις τοπικές αγορές. Οι εμπορικές επιχειρήσεις μπορεί επίσης να επιθυμούν να παράσχουν πληροφορίες οι ίδιες, κυρίως στους καταναλωτές, με στόχο την ανήψωση του προφίλ της εταιρείας παρέχοντας πληροφορίες και διαφημίσεις, σε απευθείας σύνδεση, με αρκετές πιθανότητες να τις δουν οι ενδιαφερόμενοι και παρουσιάζοντας προϊόντα μέσω ηλεκτρονικών καταλόγων.

94- Όλες αυτές οι δυνατότητες παρέχονται από συστήματα παγκόσμιας εφαρμογής. Το ηλεκτρονικό εμπόριο αυξάνει τις ευκαιρίες για συμμετοχή στην παγκόσμια αγορά. Είναι δυνατό για τους πωλητές να επεκτείνουν το γεωγραφικό τους φάσμα χωρίς οποιαδήποτε φυσική μετακίνηση. Οι διασυννοριακές πωλήσεις, ιδίως των ΜΜΕ, θα επιταχυνθούν περισσότερο μέσω της χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου παρά με τα παραδοσιακά μέσα. Αυτός ο τρόπος εμπορίου θα αυξήσει επίσης τις ευκαιρίες των ΜΜΕ στις αγορές των περιφερειακών περιοχών. Αναγνωρίζοντας την

²² Πράσινη Βίβλος "Ζωή και εργασία στην κοινωνία των πληροφοριών", COM(96) 389 τελικό, της 24.07.96 και ανακοινώσεις της Επιτροπής "Η Κοινωνία των Πληροφοριών: από την Κέρκυρα στο Δουβλίνο - Οι νεοεμφανιζόμενες προτεραιότητες" και "Οι συνέπειες της κοινωνίας των πληροφοριών για την Πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης - Προετοιμασία των επόμενων βημάτων", COM(96) 395 τελικό, της 24.07.96. Ανακοίνωση της Επιτροπής "Europe at the forefront of the global information society: Rolling Action Plan" που βρίσκεται στο στάδιο της εκπόνησης.

παγκόσμια αυτή διάσταση και τη στρατηγική σημασία της συμμετοχής των ΜΜΕ ως ακρογωνιαίου λίθου της οικονομικής δραστηριότητας και βασικού παράγοντα καινοτομίας, το πρότυπο σχέδιο της G7 «Μια παγκόσμια αγορά για τις ΜΜΕ» επιτρέπει τη διεθνή διάδοση δραστηριοτήτων και σχεδίων που ξεκινούν σε περιφερειακή βάση και τη συμμετοχή των ευρωπαϊκών ΜΜΕ στην παγκόσμια αγορά.

95- Είναι σαφές ότι οι αλλαγές που πρέπει να πραγματοποιήσουν οι επιχειρήσεις προκειμένου να εγκλιματιστούν στις νέες τεχνολογίες θα έχουν αντίκτυπο στην απασχόληση στον τομέα του διανεμητικού εμπορίου. Η ακριβής φύση του αντικτύπου αυτού θα εξαρτηθεί από το μερίδιο της αγοράς που θα περιέλθει στις ηλεκτρονικές πωλήσεις. Το ηλεκτρονικό εμπόριο φαίνεται ικανό να αποκτήσει ένα σημαντικό μέρος της αγοράς και στην περίπτωση αυτή ενδέχεται να εμφανιστεί ένα νέο τμήμα εις βάρος των παραδοσιακών μορφών πώλησης, όπως η πώληση στα καταστήματα, με κίνδυνο απολύσεων μεγάλης κλίμακας, ιδίως στα μεγάλα καταστήματα. Ωστόσο, είναι νωρίς να αποκλείσουμε το ενδεχόμενο ότι η έντονη τάση για συμμετοχή σε μια διευρυμένη παγκόσμια αγορά θα αφήσει αρκετό περιθώριο στη νέα υποδομή για τις παραδοσιακές μορφές πώλησης ώστε να διατηρήσουν τον όγκο τους έστω και με μικρότερο μερίδιο. Ταυτόχρονα, θα δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας, για παράδειγμα από νέους παράγοντες στην αγορά ή από την ανάπτυξη κλάδων ειδικευμένων στο ηλεκτρονικό εμπόριο, καθώς και στις υπηρεσίες συσκευασίας και παράδοσης. Είναι δύσκολο, ωστόσο, να εκτιμηθούν με κάθε ακρίβεια οι άμεσες επιπτώσεις στη συνολική απασχόληση ή στις υφιστάμενες εμπορικές επιχειρήσεις.

Τεχνολογίες που συνδέονται με το ηλεκτρονικό εμπόριο

Η έννοια του ηλεκτρονικού εμπορίου καλύπτει ένα ευρύ φάσμα τεχνολογιών επικοινωνίας που περιλαμβάνουν ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, φαξ, ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων, πολυμέσα, διαμεριζόμενες βάσεις δεδομένων, ηλεκτρονικούς καταλόγους και ευρετήρια. Όλες οι τεχνολογίες αυτές μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την υποστήριξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και η επιλογή είναι συνάρτηση της χρήσης τους (κάθε μία ενδείκνυται ιδιαίτερα για ορισμένες χρήσεις και αντενδείκνυται για άλλες).

Το EDI (ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων) αποτελεί μια τεχνολογία επικοινωνίας από εφαρμογή σε εφαρμογή η οποία διευκολύνει την ηλεκτρονική ανταλλαγή παραγγελιών, την ταχύτερη παράδοση, την καλύτερη διαχείριση των προθεσμιών και την αυξημένη ικανοποίηση του πελάτη.

Το Internet, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και οι εισαγωγικές σελίδες (home pages) προσφέρουν διάφορες δυνατότητες σύνδεσης και χρήσης και επιδιώκουν την προσέγγιση του μεγαλύτερου δυνατού αριθμού χρηστών χάρη στο χαμηλό κόστος επικοινωνίας.

Η εφαρμογή του EDI υπήρξε ένα από τα θέματα τα οποία εξετάστηκαν στο πλαίσιο της δράσης COMMERCE 2000. Αν και έχει εγκατασταθεί με επιτυχία σε ευρωπαϊκές χώρες, θεωρείται από πολλές ΜΜΕ ως πολύπλοκο και πολυδάπανο σε σχέση με τις ανάγκες τους και έτσι τα εργαλεία που αναπτύσσονται στο Internet μπορεί να αποδειχθούν ευκολότερα στην πρόσβαση και καλύτερα προσαρμοσμένα στις ανάγκες τους. Η θετική πλευρά είναι ότι το δίκτυο επιτρέπει στις εταιρείες να αυξάνουν την εμπορική τους φήμη, να επεκτείνουν τα κυκλώματα διανομής τους και να επιτυγχάνουν οικονομίες στις υπεραστικές συνδιαλέξεις. Ωστόσο, τα σημερινά μειονεκτήματά του είναι μια μεταβαλλόμενη ποιότητα υπηρεσιών και μικρή ασφάλεια, ιδίως όσον αφορά τις πληρωμές.

96- Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, μαζί με τη δημιουργία "εικονικών" εμπορικών κέντρων, ενδέχεται να οδηγήσουν στην εμφάνιση νέων παραγόντων στην αλυσίδα διανομής, για παράδειγμα, παραγωγοί φυσικών αγαθών για τα οποία οι νέες τεχνολογίες θα μπορούσαν να απλοποιήσουν τη διανομή και παραγωγοί πληροφοριών (λογισμικό υπολογιστών, βιβλία, ταινίες κτλ.), ηλεκτρονικοί λιανοπωλητές, ειδικευμένοι σε διάφορους τομείς, οι οποίοι χρησιμοποιούν σήμερα την κλασική πώληση εξ αποστάσεως και νέες ειδικευμένες εταιρείες που ασκούν δραστηριότητες στην αγορά χρησιμοποιώντας "market makers" (οργανωτές ηλεκτρονικών αγορών). Θα υπάρξουν επίσης νέα είδη διανομών που χρησιμοποιούν συστήματα για τη φυσική διανομή αγαθών που είναι προσαρμοσμένα για την απευθείας παράδοση από τον παραγωγό στον καταναλωτή ή σε συνεργασία με ένα ηλεκτρονικό έμπορο ή τον οργανωτή ηλεκτρονικής αγοράς. Τέτοια συστήματα παράδοσης έχουν αναπτυχθεί ήδη από επιχειρήσεις που συμμετέχουν στην πώληση εξ αποστάσεως οι οποίες, σε ορισμένες περιπτώσεις, εξασφαλίζουν την παράδοση μία ημέρα μετά την παραγγελία.

97- Άλλοι νέοι παράγοντες είναι τα ηλεκτρονικά δίκτυα ή οι εταιρείες τηλεπικοινωνιών, όπως επιχειρήσεις καλωδιακών μεταδόσεων, τηλεφωνικές εταιρείες ή ιδιωτικά δίκτυα που μπορούν να εξασφαλίσουν την πρόσβαση στο σπίτι του καταναλωτή, καθώς και οι παράγοντες που χρησιμοποιούν τα "Market choice boxes" (εξυπηρετητές που έχουν σχεδιαστεί για να διευκολύνουν τους καταναλωτές στη χρήση διαλογικών προγραμμάτων) τα οποία επιτρέπουν την προσέγγιση ενός μεγάλου φάσματος ηλεκτρονικών εμπορών. Πράγματι οι εξυπηρετητές αυτοί υποδεικνύουν πώς μπορούν να συνδυαστούν το τηλέφωνο, η τηλεόραση και ο υπολογιστής για να συνδεθεί το σπίτι με την αγορά.

98- Οι τεχνολογίες πληροφοριών μπορούν να συμβάλλουν στην ελαχιστοποίηση του κόστους διανομής, για παράδειγμα, η πώληση και διανομή λογισμικού υπολογιστών μέσω επικοινωνιακού δικτύου. Μπορεί να είναι, επομένως, δυνατό να μειωθεί το κόστος διανομής σε ολόκληρη την αλυσίδα διανομής. Η ηλεκτρονική σύνδεση μεταξύ παραγωγών και λιανοπωλητών καθιστά δυνατή τη μείωση του κόστους με τον περιορισμό των έντυπων συναλλαγών και/ή την πλήρη αντικατάστασή τους με ηλεκτρονικές συναλλαγές.

ECR (αποτελεσματική ανταπόκριση στις ανάγκες του καταναλωτή)

Η ECR συνεπάγεται τη δημιουργία μιας στενής εταιρικής σχέσης μεταξύ προμηθευτών και διανομέων με την εγκατάσταση της απαραίτητης τεχνολογίας, ιδίως του EDI: "έγκαιρες" παραδόσεις χάρη στον προγραμματισμό των παραγγελιών και την αυτόματη ανασύσταση των αποθεμάτων με διαμερισμό των δεδομένων των πωλήσεων· διαχείριση των πωλήσεων και των τομέων προτεραιότητας και κοινή ανάπτυξη νέων προϊόντων.

Μια μελέτη που παρουσιάστηκε στο "Συνέδριο σχετικά με την ECR στην Ευρώπη", στις 25 και 26 Ιανουαρίου 1996, έδειξε ότι η ECR αντιπροσωπεύει εξοικονόμηση 250 εκατομμυρίων ECU εντός της ΕΕ, που ισοδυναμεί με πιθανή μείωση κατά 5,7% της λιανικής τιμής. Αλλά η ECR προϋποθέτει μια συνολική επανεξέταση των εμπορικών σχέσεων μεταξύ παραγωγών και διανομέων. Απαιτείται λοιπόν μια μετάβαση από ένα σχήμα όπου οι ροές στην αλυσίδα διανομής ωθούνται από τον παραγωγό σε ένα σχήμα ροών που έλκονται από τη ζήτηση.

Η ανάπτυξη της ECR πρέπει να ελεγχθεί προκειμένου να εξασφαλιστεί ότι τόσο οι κατασκευαστές όσο και οι καταναλωτές συνεχίζουν να ωφελοούνται από αυτή την ουσιαστική μετατόπιση της οικονομικής δύναμης προς τους λιανοπωλητές. Ειδικότερα, είναι σημαντικό να αποτραπεί η εξάρτηση της κατασκευαστικής βιομηχανίας, ιδίως των ΜΜΕ, από μεμονωμένους τρόπους διοχέτευσης των προϊόντων στην αγορά αλλά και από επιλογές των καταναλωτών που υπαγορεύεται από αποφάσεις εσωτερικής διαχείρισης που συνδέονται μάλλον με οικονομικά ζητήματα των επιχειρήσεων παρά με την ανάγκη του καταναλωτή (π.χ. μείωση της ποιότητας για λόγους κόστους).

99- Στο πλαίσιο των αγορών από το σπίτι, οι τηλεαγορές αποτελούν σήμερα μια σημαντική δραστηριότητα της πώλησης εξ αποστάσεως. Το νομικό πλαίσιο για

διευρωπαϊκές τηλεαγορές (οδηγία 89/552/ΕΟΚ "Τηλεόραση χωρίς σύνορα") είναι υπό αναθεώρηση. Το σχέδιο οδηγίας σχετικά με την προστασία των καταναλωτών κατά τη σύναψη συμβάσεων εξ αποστάσεως (πώληση εξ αποστάσεως) αποτελεί αυτή τη στιγμή αντικείμενο συνεννόησης. Οι μελλοντικές οδηγίες θα περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, πολύ πιο ειδικές διατάξεις σχετικά με τις τηλεαγορές. Οι αγορές από το σπίτι μπορούν να γίνουν ελκυστικότερες μέσω της παροχής πληροφοριών σε απ' ευθείας σύνδεση. Τα "εικονικά εμπορικά κέντρα" βρίσκονται ήδη στο στάδιο της ανάπτυξης. Οι αγορές από το σπίτι θα εξακολουθήσουν να απαιτούν τη φυσική παράδοση των αγαθών στον αγοραστή ο οποίος δεν χρειάζεται πια να μετακινηθεί προκειμένου να αποκτήσει ό,τι επιθυμεί. Αυτό θα επιφέρει αλλαγές στις ανάγκες μεταφορών - λιγότερες μετακινήσεις για ψώνια αλλά περισσότερες παραδόσεις - πράγμα που θα δημιουργήσει ευκαιρίες δυνητικής απασχόλησης.

100- Οι πιθανές αλλαγές στην καταναλωτική συμπεριφορά, κυρίως στο βαθμό που οι καταναλωτές μπορούν να δείξουν εμπιστοσύνη στα νέα συστήματα, θα εξαρτηθούν από το κατά πόσο μπορούν να εκμεταλλεύονται με κάθε ασφάλεια και άνεση τις ευκαιρίες που προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες αναφορικά με την τιμή, την ποιότητα των προϊόντων, την διαθέσιμη επιλογή και την εξοικονόμηση χρόνου.

101- Το πρόβλημα της ασφάλειας των ηλεκτρονικών συναλλαγών αποτελεί ήδη ένα σημαντικό θέμα συζήτησης, η σημασία του οποίου αυξάνεται καθημερινά με την ανάπτυξη των αγορών μέσω υπολογιστή. Το ηλεκτρονικό εμπόριο χρειάζεται ασφάλεια για τις εργασίες του, κυρίως στο στάδιο της πληρωμής, που απαιτεί τη χρησιμοποίηση ενός ειδικού συστήματος κρυπτογράφησης, αλλά είναι σαφές ότι η παρούσα έλλειψη ρυθμίσεων στον τομέα αυτό προκαλεί στρέβλωση της εσωτερικής αγοράς και αποτελεί εμπόδιο στην ομαλή λειτουργία της²³. Η Επιτροπή, στην ανακοίνωσή της σχετικά με ένα Σύμφωνο Εμπιστοσύνης για την Απασχόληση, που παρουσιάστηκε στο συμβούλιο της Φλωρεντίας τον Ιούνιο του 1996, αναφέρει ότι χρειάζονται προτάσεις κανονισμών στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Εκτός από την αντιμετώπιση της αμεσότερης πρόκλησης που συνιστά η παροχή κατάλληλου κανονιστικού πλαισίου για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, πρέπει να απαντηθούν και διάφορα άλλα ερωτήματα, π.χ.:

- ◆ Ποιο ρόλο θα διαδραματίσουν η Ένωση, τα κράτη μέλη και το ίδιο το εμπόριο ώστε να εγγυηθούν μια ασφαλή ευδιάκριτη, ολοκληρωμένη και ανταγωνιστική αγορά στον νέο περιβάλλον;
- ◆ Ποια θα είναι η επίδραση στην απασχόληση σε ολόκληρο τον τομέα καθώς και σε κάθε τμήμα του;
- ◆ Τι μπορεί να γίνει ώστε να συνειδητοποιήσει ο τομέας τις νέες ευκαιρίες;

²³

Πράσινη Βίβλος σχετικά με τη νομική προστασία των κρυπτογραφημένων υπηρεσιών στην εσωτερική αγορά, COM (96) 76 της 06.03.1996.

V- ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

102- Η ανάλυση του εμπορίου που σκιαγραφείται παραπάνω, αν και δεν είναι διεξοδική, δίδει μια άποψη διαφόρων προβληματικών τομέων που αφορούν πολλούς κλάδους, στους οποίους η μελλοντική κατάσταση της υγείας του εμπορίου και της διανομής διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο. Αν και οι προβληματικοί αυτοί τομείς είναι εξαιρετικά πολύπλοκης φύσης και πρόκειται να επηρεαστούν από πολιτικές αποφάσεις σε πολλά επίπεδα που έχουν άμεση σχέση με την κοινωνία στο σύνολό της, δεν θα υπάρξουν μόνιμες λύσεις στα προβλήματα αυτά εφόσον δεν μπορέσουμε να εγγυηθούμε μια υγιή ανάπτυξη του εμπορίου.

103- Από τόσο διαφορετικούς τομείς όπως η χωροταξία και η αγροτική ανάπτυξη έως και η ασφάλεια των πληρωμών σ' ένα περιβάλλον που επηρεάζεται όλο και περισσότερο από την τεχνολογία των πληροφοριών, οι νομοθέτες μπορούν είτε να υποστηρίξουν είτε να εμποδίσουν τις πρωτοβουλίες που λαμβάνονται από τους επιχειρηματίες για τη δημιουργία βιώσιμου εμπορίου. Οι περισσότερες από αυτές τις αποφάσεις θα συνεχίσουν να λαμβάνονται σε εθνικό, περιφερειακό ή ακόμα και τοπικό επίπεδο, αλλά η εξέλιξη της εσωτερικής αγοράς συνεπάγεται όλο και περισσότερο τη λήψη αποφάσεων σε επίπεδο ΕΕ. Η συζήτηση σχετικά με αυτά τα ζητήματα πρέπει να διεξαχθεί τώρα προκειμένου να προσαρμοστεί η ΕΕ όσο γίνεται πιο ανώδυνα στις τρέχουσες εξελίξεις.

104- Η συζήτηση θα είναι σύμφωνη με την αρχή της επικουρικότητας, αν λαμβάνει υπόψη τους τρεις άξονες δράσης σε Κοινοτικό επίπεδο:

- διαβούλευση ή συντονισμός μεταξύ δημόσιων αρχών μέσω της οργανωμένης ανταλλαγής των βέλτιστων πρακτικών με στόχο τον προσδιορισμό στοιχείων αναφοράς για επιτυχείς λύσεις,
- συντονισμός των κοινοτικών πολιτικών που μπορούν να έχουν αντίκτυπο σ' αυτούς τους προβληματικούς τομείς,
- τέλος, συμπληρωματική δράση σε κοινοτικό επίπεδο στο βαθμό που κρίνεται απαραίτητο για τη συμβολή στην επίλυση των προβλημάτων.

105- Οι διαφορετικές αυτές μορφές δράσης έχουν εφαρμοστεί επιτυχώς στον τομέα της επιχειρηματικής πολιτικής και μπορούν επομένως να χρησιμεύσουν ως μέσα υπόδειξης των υπό συζήτηση επιλογών.

106- Καλούνται οι ενδιαφερόμενοι να απαντήσουν στην παρούσα Πράσινη Βίβλο, τόσο για τη συμπλήρωση της ανάλυσης όσο και για την υπόδειξη πιθανών απαντήσεων ή κατευθύνσεων που πρέπει να ακολουθηθούν. Η Επιτροπή έχει επίγνωση του γεγονότος ότι οι καθημερινές δραστηριότητες που επηρεάζουν το εμπορικό περιβάλλον ή επηρεάζονται από αυτό είναι τόσες πολλές ώστε κανένα έγγραφο δεν θα μπορούσε να καλύψει όλες τις πτυχές. Πιστεύει ακλόνητα ότι χωρίς ανοικτό δημόσιο διάλογο σχετικά με τα διάφορα ζητήματα που τίγονται στο παρόν έγγραφο οι κοινοτικές επιχειρήσεις θα βρεθούν σε μειονεκτική θέση στην ταχύτατα εξελισσόμενη παγκόσμια αγορά και μπορεί να είναι απροετοίμαστες για τις κοινωνικές προσαρμογές που πραγματοποιούνται στα κράτη μέλη. Θεωρεί ότι ξεκινώντας ένα διάλογο τώρα η ΕΕ θα είναι σε θέση να εφοδιάσει όλους τους υπεύθυνους για τη λήψη αποφάσεων, σε όλα τα επίπεδα, με ένα αντιπροσωπευτικό

δείγμα απόψεων που θα επιτρέψει την έγκαιρη λήψη των απαραίτητων πρωτοβουλιών για την αντιμετώπιση των προκλήσεων των επόμενων δεκαετιών. Στο πλαίσιο των διαβουλεύσεων που θα προκύψουν από την παρούσα Πράσινη Βίβλο και κατά τη διάρκεια του 1997 η Επιτροπή θα προτείνει ειδικά μέτρα για την αντιμετώπιση των αμεσότερων προκλήσεων

Κατά συνέπεια,

- το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο
 - το Συμβούλιο των Υπουργών
 - τα κράτη μέλη
 - η Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή
 - η Επιτροπή των Περιφερειών
 - αντιπροσωπευτικές οργανώσεις, οι κοινωνικοί εταίροι και άλλοι φορείς που δραστηριοποιούνται στον τομέα του εμπορίου σε ευρωπαϊκό επίπεδο ή σε επίπεδο κρατών μελών ή περιφερειών
 - άτομα με πείρα ή γνώση των εν λόγω τομέων
- καλούνται να διαβιβάσουν τις απόψεις τους στην παρούσα Πράσινη Βίβλο σχετικά με το ρόλο του εμπορίου στην Ευρωπαϊκή Ένωση

το αργότερο έως τις 31 Μαΐου 1997

στην

**European Commission
Directorate General XXIII
"Green Paper on Commerce"
rue de la Loi 200 Wetstraat
B-1049 Brussels**

Για συμπληρωματικές
πληροφορίες:

τηλέφωνο: (+ 32 2) 295 16 42
φαξ: (+ 32 2) 295 89 84
ηλεκτρονικό ταχυδρομείο: commerce@dg23.cec.be

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ

Εισαγωγή

Οι πίνακες και τα διαγράμματα που συνθέτουν το παράρτημα αυτό έχουν ως στόχο να παρουσιάσουν μια γενική άποψη του ευρωπαϊκού εμπορίου στις αρχές της δεκαετίας του '90. Στηρίζονται στα πιο πρόσφατα διαθέσιμα δεδομένα, πράγμα που εξηγεί το γεγονός ότι δεν ήταν πάντα δυνατή η ενοποίηση των ημερομηνιών μέσα στον ίδιο πίνακα. Τα εν λόγω δεδομένα προέρχονται, κατ' αρχήν, από τις εθνικές στατιστικές υπηρεσίες, από βάσεις δεδομένων της Eurostat (Mercure για τις στατιστικές των υπηρεσιών και New Chronos για τους εναρμονισμένους εθνικούς λογαριασμούς) και μερικές φορές από πανεπιστημιακές ή ιδιωτικές πηγές. Τα περισσότερα από τα στοιχεία αυτά έχουν αντληθεί από εκδόσεις της Eurostat, οι οποίες κυκλοφόρησαν πρόσφατα ή είναι στο τυπογραφείο (βλέπε βιβλιογραφία παρακάτω). Γενικά, οι αναπαραγόμενες στατιστικές αφορούν μακροοικονομικά μεγέθη (αριθμός επιχειρήσεων και τοπικές μονάδες, αριθμός απασχολούμενων ατόμων, κύκλος εργασιών, προστιθέμενη αξία κτλ.). Ωστόσο, οι τρεις τελευταίοι πίνακες αναφέρονται στους κυριότερους ομίλους επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου (κύκλος εργασιών, συμμετοχή στο διεθνές εμπόριο) και στα σημαντικότερα κεντρικά γραφεία αγορών που ασκούν δραστηριότητες σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Για να μάθετε περισσότερα:

Το λιανικό εμπόριο στην Ενιαία Ευρωπαϊκή Αγορά του 1993. ΓΔ XXIII και Eurostat 1993. Υπηρεσία Επισήμων Εκδόσεων των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων

Το λιανικό εμπόριο στον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο: συμπλήρωμα της προηγούμενης έκδοσης για τις χώρες της ΕΖΕΣ. ΓΔ XXIII και Eurostat 1995. Υπηρεσία Επισήμων Εκδόσεων των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων.

Εμπόριο, υπηρεσίες, μεταφορές. Μηνιαίο δελτίο. Eurostat.

Υπό έκδοση:

Το λιανικό εμπόριο στον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο. Ενημέρωση των δύο προηγούμενων δημοσιεύσεων. Προβλεπόμενη έκδοση το 1997 (πρώτο εξάμηνο).

Το χονδρικό εμπόριο στον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο. Προβλεπόμενη έκδοση το 1997 (πρώτο εξάμηνο).

Το λιανικό εμπόριο στις χώρες της κεντρικής και ανατολικής Ευρώπης. Προβλεπόμενη έκδοση το 1997 (πρώτο εξάμηνο).

1- Σημασία του εμπορίου στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Το εμπόριο συμβάλλει κατά 13% περίπου στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν των 15 χωρών της Ένωσης. Απασχολεί περισσότερο από 15% (15.6) του ενεργού πληθυσμού. Συγκεντρώνει το 30% περίπου των επιχειρήσεων. Για τα τρία αυτά μεγέθη, παρατηρούνται σημαντικές αποκλίσεις μεταξύ των χωρών οι οποίες είναι το αποτέλεσμα εθνικών ιδιαιτεροτήτων, για παράδειγμα του μεγάλου του τουρισμού ή της κυριαρχίας των μικρών επιχειρήσεων. Ενδέχεται, επίσης, να είναι αποτέλεσμα των χρησιμοποιούμενων στατιστικών μεθόδων και πηγών. Πρέπει λοιπόν να ερμηνεύονται με προσοχή μέχρις ότου τεθεί σε ισχύ η πολιτική τυποποίησης των στατιστικών του εμπορίου που επιδιώκεται από την Επιτροπή.

Πίνακας 1: Ποσοστό του εμπορίου ¹ στην ευρωπαϊκή οικονομία (1991)

	% του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος ²	% της συνολικής απασχόλησης	% του συνολικού αριθμού επιχειρήσεων ³
Βέλγιο	15.2	16.3	20.3
Δανία	12.3	12.1	19.4
Γερμανία ⁴	10.5	14.8	28.0
Ελλάδα ⁵	11.2	12.3	40.0
Ισπανία	15.4	16.0	33.3
Γαλλία	12.6	14.3	27.6
Ιρλανδία	8.7	13.5	30.0
Ιταλία	15.5	17.3	34.0
Λουξεμβούργο	13.9	15.7	28.1
Κάτω Χώρες	12.8	17.9	26.7
Αυστρία	13.0	14.9	30.5
Πορτογαλία	17.1	14.4	29.8
Φινλανδία	8.9	13.5	24.4
Σουηδία	12.0	17.7	23.7
Ηνωμένο Βασίλειο	11.5	16.5	27.3
ΕΕ 15	12.7	15.6	29.4
Ισλανδία	11.0	12.0	12.4
Νορβηγία	12.3	14.9	26.1
ΕΟΧ	12.7	15.6	29.3
Ηνωμένες Πολιτείες ⁶	14.5	18.3	17.9
Ιαπωνία	13.4	18.1	:

¹ Χονδρικό και λιανικό εμπόριο, συμπεριλαμβανομένων των επιστροφών και των επισκευών.

² Ακαθάριστο εγχώριο προϊόν σε τιμές αγοράς.

³ Ποσοστό του χονδρικού και λιανικού εμπορίου, δεδομένα για την περίοδο 1987-1994.

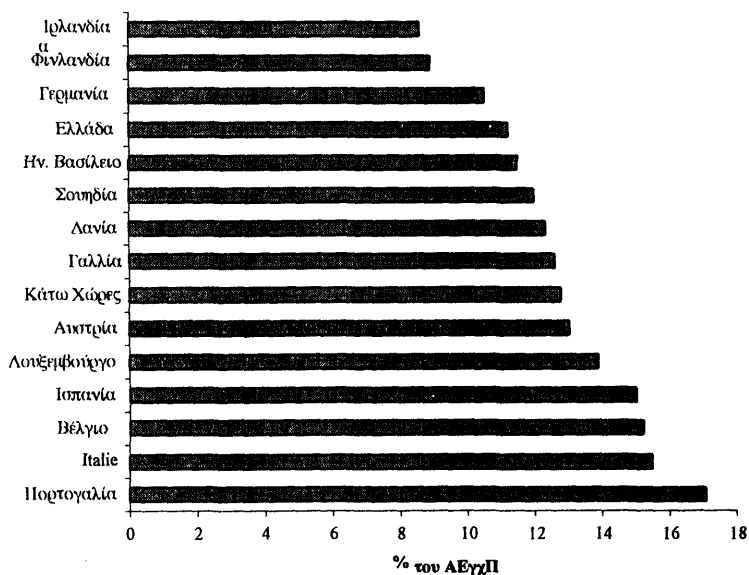
⁴ Δυτική Γερμανία.

⁵ Εκτός των επιστροφών και των επισκευών.

⁶ Ακαθάριστο εγχώριο προϊόν: 1992

Πηγή: Eurostat.

Διάγραμμα 1: Ποσοστό του εμπορίου στο ΑΕγχΠ (1991) των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης



2- Επιχειρήσεις και απασχόληση στο ευρωπαϊκό εμπόριο

2.1- Οι απόλυτες τιμές σχετικά με τον αριθμό των επιχειρήσεων και των αριθμό των απασχολούμενων ατόμων επιβεβαιώνουν την ποσοτική σημασία του εμπορίου. Στις αρχές της δεκαετίας του '90, περισσότερα από 4,5 εκατομμύρια επιχειρήσεων και περισσότερα από 22 εκατομμύρια ενεργών ατόμων συμμετείχαν στην εμπορική δραστηριότητα. Η μεγάλη πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι μικρού μεγέθους δεδομένου ότι ο μέσος αριθμός ενεργητικού ανά επιχείρηση είναι 4,9 για το σύνολο του εμπορίου, εκ των οποίων 6,3 για το χονδρικό εμπόριο και 4,4 για το λιανικό εμπόριο.

Πίνακας 2.1: Επιχειρήσεις και απασχόληση στο εμπόριο. Απόλυτες τιμές (σε χιλιάδες)

	Αριθμός επιχειρήσεων			Έτος	Αριθμός απασχολούμενων ατόμων			Έτος
	Χονδρικό εμπόριο	Λιανικό εμπόριο	Σύνολο		Χονδρικό εμπόριο	Λιανικό εμπόριο	Σύνολο	
Βέλγιο	72.9	123.8	196.8	1991	234	275	509	1992
Δανία	37.8	47.6	85.4	1992	166	199	365	1992
Γερμανία	186.1	435.5	621.6	1993	1692	3285	4978	1993
Ελλάδα	46.8	198.6	245.4	1993	108	471	579	1993
Ισπανία	73.1	569.7	642.8	1992	485	1537	2022	1992
Γαλλία	106.1	417.2	523.3	1994	975	2040	3015	1994
Ιρλανδία	3.4	29.3	32.7	1993	45	151	196	1993
Ιταλία ¹	235.6	888.3	1124.0	1991	1078	2389	3467	1990
Λουξεμβούργο	2.1	3.4	5.5	1993	12	20	32	1993
Κότω Χώρες	75.8	102.9	178.7	1994	403	637	1040	1994
Αυστρία	18.0	40.0	58.1	1994	196	290	486	1994
Πορτογαλία	28.4	132.1	160.5	1993	197	364	561	1993
Φινλανδία ¹	18.3	28.3	46.6	1993	89	116	205	1993
Σουηδία	39.7	61.4	101.1	1993	191	288	479	1993
Ηνωμ. Βασίλειο ²	142.7	348.2	490.9	1991	921	3030	3951	1991
ΕΕ 15	1086.9	3426.5	4513.4		6897	15215	22112	
Ισλανδία ^{1,3}	1.4	1.6	3.1	1992	7	8	15	1992
Νορβηγία ^{1,4}	20.2	38.3	58.4	1993	107	123	230	1993
ΕΟΧ	1108.5	3466.4	4574.9		7011	15346	22357	
Ηνωμένες Πολιτείες	363.9	1589.1	1953.0	1987	5609	12820	18429	1987
Ιαπωνία	300.0	1300.0	1600.0	1988	4332	6851	11183	1991

¹ Απασχολούμενα άτομα: ισοδύναμο πλήρους απασχόλησης

² Άτομα που απασχολούνται στο λιανικό εμπόριο: 1989.

³ Χονδρικό εμπόριο: συμπεριλαμβανομένου του εμπορίου αυτοκινήτων

⁴ Δεδομένα σχετικά με τα εμπορικά καταστήματα.

Πηγή: Eurostat.

2.2- Πέντε χώρες συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων της Ευρωπαϊκής Κοινότητας: η Ιταλία (περίπου 25%), η Γερμανία (πάνω από 14%), η Ισπανία (14%), η Γαλλία (12 %) και το Ηνωμένο Βασίλειο (11 %). Οι χώρες αυτές είναι επίσης οι πιο σημαντικές όσον αφορά την απασχόληση, αλλά με διαφορετική σειρά: Γερμανία (23 %), Ηνωμένο Βασίλειο (18 %), Ιταλία (16 %), Γαλλία (14. %) και Ισπανία (10.%).

Πίνακας 2.2: Κατανομή του εμπορίου στην Ευρωπαϊκή Ένωση

	Αριθμός επιχειρήσεων			Αριθμός απασχολούμενων ατόμων		
	Χονδρικό εμπόριο	Λιανικό εμπόριο	Σύνολο	Χονδρικό εμπόριο	Λιανικό εμπόριο	Σύνολο
Μερίδιο (%)						
Βέλγιο	6.7	3.6	4.4	3.4	1.8	2.3
Δανία	3.5	1.4	1.9	2.4	1.3	1.6
Γερμανία	17.1	12.7	13.8	24.5	21.6	22.5
Ελλάδα	4.3	5.8	5.4	1.6	3.1	2.6
Ισπανία	6.7	16.6	14.2	8.6	10.9	10.2
Γαλλία	9.8	12.2	11.6	14.1	13.4	13.6
Ιρλανδία	0.3	0.9	0.7	0.7	1.0	0.9
Ιταλία	21.7	25.9	24.9	15.6	15.7	15.7
Λουξεμβούργο	0.2	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1
Κότω Χώρες	7.0	3.0	4.0	5.8	4.2	4.7
Αυστρία	1.7	1.2	1.3	2.8	1.9	2.2
Πορτογαλία	2.6	3.9	3.6	2.8	2.4	2.5
Φινλανδία	1.7	0.8	1.0	1.3	0.8	0.9
Σουηδία	3.7	1.8	2.2	2.8	1.9	2.2
Ηνωμ.Βασίλειο	13.1	10.2	10.9	13.4	19.9	17.9
ΕΕ 15	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

3- Τα σημεία πώλησης του λιανικού εμπορίου στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Ο αριθμός των καταστημάτων λιανικής πώλησης στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης εκτιμάται σε 4 εκατομμύρια περίπου. Βρίσκονται κυρίως στην Ιταλία, τη Γαλλία, τη Γερμανία, την Ισπανία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Ο λόγος του αριθμού των καταστημάτων προς τον αριθμό των επιχειρήσεων είναι 1.15, πράγμα που αποδεικνύει την υπεροχή των επιχειρήσεων που διαθέτουν ένα μόνο κατάστημα. Ο αριθμός των καταστημάτων ανά 1000 κατοίκους είναι εμφανώς πολύ υψηλός στις χώρες με έντονο τουριστικό προσανατολισμό όπως η Πορτογαλία, η Ελλάδα και η Ιταλία, αλλά ο παράγοντας αυτός δεν είναι ο μόνος που παρεμβαίνει όπως μπορούμε να δούμε από τον αριθμό των απασχολούμενων ατόμων ανά κατάστημα. Το Ηνωμένο Βασίλειο έχει τον υψηλότερο αριθμό απασχολούμενων ατόμων ανά κατάστημα και το χαμηλότερο αριθμό καταστημάτων ανά 1000 κατοίκους. Η Ελλάδα και η Ιταλία έχουν τα καταστήματα που απασχολούν το χαμηλότερο αριθμό ατόμων.

Πίνακας 3: Τα σημεία πώλησης του λιανικού εμπορίου στην Ευρωπαϊκή Ένωση (1990)

	Αριθμός σημείων πώλησης ¹ (σε χιλιάδες)	Σημεία πώλησης ανά 1000 κατοίκους	Απασχολούμενα άτομα ανά σημείο πώλησης
Βέλγιο ²	140.0	14.1	2.0
Δανία	51.5	10.0	3.9
Γερμανία ³	533.7	8.5	4.4
Ελλάδα ²	184.9	18.4	1.8
Ισπανία	523.2	13.4	2.7
Γαλλία	546.1	9.7	3.8
Ιρλανδία	31.7	9.0	4.1
Ιταλία	983.0	17.1	2.4
Λουξεμβούργο	4.4	11.6	4.1
Κάτω Χώρες	119.4	8.0	3.4
Αυστρία	52.5	6.9	4.8
Πορτογαλία ²	190.0	19.2	3.1
Φινλανδία	39.7	7.9	4.6
Σουηδία	72.2	8.5	4.2
Ηνωμ. Βασίλειο ²	466.6	8.1	6.5
ΕΕ 15	3939.0	11.3	3.5
Ισλανδία	1.7	6.7	4.7
Νορβηγία	39.5	9.3	3.1
ΕΟΧ	3980.2	11.2	3.6
Ηνωμ. Πολιτείες	1929.3	8.3	6.6
Ιαπωνία	1619.8	13.3	4.2

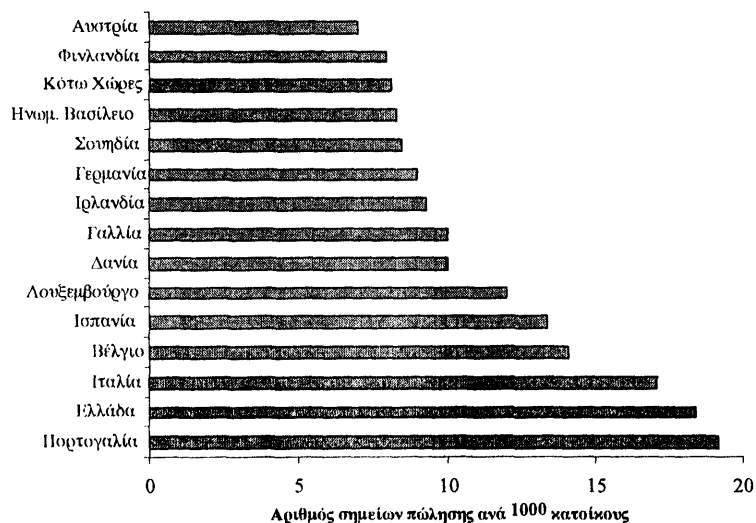
¹ Δεδομένα για την περίοδο 1986-1990.

² Εκτίμηση Eurostat.

³ Δυτική Γερμανία.

Πηγή: Eurostat.

Διάγραμμα 2: Πυκνότητα των σημείων πώλησης του λιανικού εμπορίου (1990)



4- Κατανομή των επιχειρήσεων του λιανικού εμπορίου ανάλογα με τη δραστηριότητά τους

Για το σύνολο των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, περίπου το 31% των επιχειρήσεων πωλούν κυρίως τρόφιμα και ποτά, το 18,5% είδη ένδυσης και υποδήματα, το 13,4% είδη οικιακού εξοπλισμού. Τα ποσοστά αυτά ποικίλλουν σημαντικά από χώρα σε χώρα. Έτσι, το εμπόριο τροφίμων είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένο στις μεσογειακές χώρες, αλλά και στην Ιρλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Ωστόσο, δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι ένα μέρος των αποκλίσεων ενδέχεται να οφείλονται στις δυσκολίες κατάταξης των επιχειρήσεων ανάλογα με τη δραστηριότητά τους.

Πίνακας 4: Κατανομή των επιχειρήσεων του λιανικού εμπορίου ανάλογα με τον τομέα κύριας δραστηριότητας (%)

	Τρόφιμα, ποτά, καπνός	Υφάσματα, είδη ένδυσης, υποδήματα	Οικιακός εξοπλισμός	Εμπόριο αυτοκινήτων συμπερι- λαμβανομένου του εμπορίου καυσίμων	Διάφορα	Σύνολο	Έτος
Βέλγιο	28.0	18.2	12.7	10.0	31.1	100.0	1988
Δανία	24.5	16.4	16.8	13.9	28.5	100.0	1992
Γερμανία	20.8	15.6	16.9	12.5	34.2	100.0	1992
Ελλάδα ¹	29.5	19.5	14.8	7.7	28.5	100.0	1988
Ισπανία	39.7	20.3	13.4	3.2	23.4	100.0	1988
Γαλλία	26.1	19.0	11.2	15.3	28.4	100.0	1992
Ιρλανδία ²	54.0	9.0	4.4	11.5	21.0	100.0	1988
Ιταλία	33.3	22.8	11.7	6.1	26.0	100.0	1991
Λουξεμβούργο	23.8	18.8	15.6	15.5	26.4	100.0	1993
Κότω Χώρες	20.0	18.3	21.1	8.3	32.4	100.0	1994
Αυστρία ¹	27.2	17.3	7.4	12.6	35.5	100.0	1994
Πορτογαλία	39.7	18.8	7.4	5.5	28.6	100.0	1993
Φινλανδία	24.3	13.4	10.2	13.1	39.1	100.0	1993
Σουηδία	23.1	15.8	18.2	12.4	30.6	100.0	1993
Ηνωμ. Βασίλειο	36.7	8.6	15.7	24.6	14.4	100.0	1992
ΕΕ 15	30.8	18.5	13.4	10.2	27.1	100.0	
Ισλανδία ^{3,4}	30.7	19.0	9.1	:	41.2	100.0	1992
Νορβηγία ¹	29.2	16.3	8.3	12.1	34.1	100.0	1993
ΕΟΧ	30.8	18.5	13.3	10.2	27.2	100.0	

¹ Δεδομένα σχετικά με τα εμπορικά καταστήματα.

² Τρόφιμα, ποτά, καπνός: συμπεριλαμβανομένων των καφενείων στα οποία πάνω από 50% των αλκοολούχων ποτών καταναλώνονται επί τόπου.

³ Δεδομένα για τα σημεία λιανικής πώλησης.

⁴ Εκτός του εμπορίου αυτοκινήτων.

Πηγή Eurostat.

5- Η απασχόληση στο λιανικό εμπόριο

Στις αρχές της δεκαετίας του '90, τον ενεργό πληθυσμό του εμπορίου αποτελούν κατά λίγο περισσότερο από 70% οι μισθωτοί - λίγο από περισσότερο από 55% γυναίκες - και η μορφή απασχόλησης με μειωμένο ωράριο είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένη (περίπου 28% της συνολικής μισθωτής απασχόλησης). Η Ελλάδα και η Ιταλία - μεσογειακές χώρες - είναι αυτές με τους λιγότερους μισθωτούς: εξακολουθεί να υπερισχύει η ανεξάρτητη εργασία. Αντίθετα, στις χώρες της Βόρειας Ευρώπης, το ποσοστό το μισθωτών φθάνει ή υπερβαίνει το 80%. Όσον αφορά τη γυναικεία απασχόληση, οι περισσότερες χώρες της Βόρειας Ευρώπης και η Αυστρία ξεπερνούν το μέσο ποσοστό (55%). Κάτω από το μέσο όρο βρίσκονται η Ελλάδα, η Ισπανία, η Γαλλία και η Ιταλία. Η συχνότητα της εργασίας με μειωμένο ωράριο φαίνεται να συνδέεται με τη συχνότητα της γυναικείας απασχόλησης και το φαινόμενο αυτό είναι ιδιαίτερα έντονο στις χώρες της Βόρειας Ευρώπης.

Πίνακας 5: Χαρακτηριστικά της απασχόλησης στο λιανικό εμπόριο

	Ποσοστό της συνολικής απασχόλησης (%)			Έτος
	Μισθωτοί	Γυναίκες	Εργαζόμενοι με μειωμένο ωράριο	
Βέλγιο ¹	54.1	58.1	17.4	1989
Δανία	84.9	52.5	35.0	1992
Γερμανία	84.8	64.8	39.0	1993
Ελλάδα ²	28.9	43.6	3.3	1988
Ισπανία	55.4	51.9	6.4	1992
Γαλλία ³	78.0	50.3	19.3	1993
Ιρλανδία ⁴	72.9	45.6	23.2	1991
Ιταλία	33.6	44.4	:	1991
Λουξεμβούργο ⁵	87.4	51.6	11.5	1993
Κάτω Χώρες ⁶	80.0	56.7	34.6	1990
Αυστρία ⁷	84.9	62.4	13.0	1991
Πορτογαλία	75.8	43.4	5.1	1993
Φινλανδία ⁸	81.0	68.8	:	1993
Σουηδία	79.8	60.8	38.2	1993
Ηνωμ. Βασίλειο ⁸	84.4	58.4	38.4	1991
ΕΕ 15 ⁹	70.5	55.2	27.9	
Ισλανδία	85.8	:	:	1992
Νορβηγία	89.0	63.0	47.0	1993
ΕΟΧ ^{10,11}	70.8	55.3	28.2	

¹ Εργαζόμενοι με μειωμένο ωράριο: εκτίμηση Eurostat.

² Μισθωτοί και εργαζόμενοι με μειωμένο ωράριο: εκτίμηση Eurostat.

³ Γυναίκες: 1989.

⁴ Γυναίκες: εκτίμηση Eurostat 1988.

⁵ Γυναίκες και εργαζόμενοι με μειωμένο ωράριο: εκτίμηση Eurostat 1989.

⁶ Γυναίκες: εκτίμηση Eurostat.

⁷ Εργαζόμενοι με μειωμένο ωράριο: 1988.

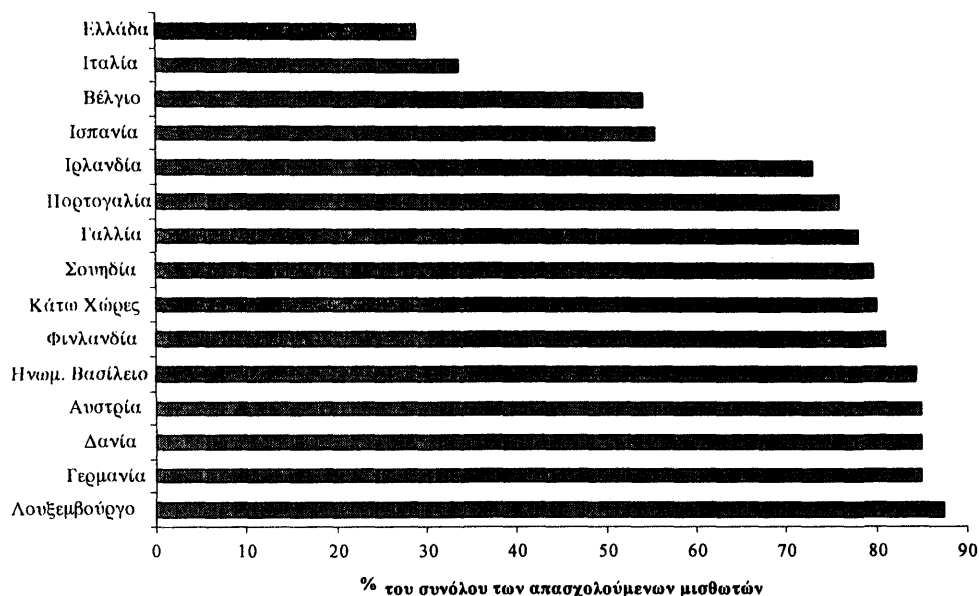
⁸ Εκτός του εμπορίου αυτοκινήτων.

⁹ Ποσοστό των εργαζομένων με μειωμένο ωράριο: εκτός της Ιταλίας και της Φινλανδίας.

¹⁰ Ποσοστό των γυναικών: εκτός της Ισλανδίας.

¹¹ Ποσοστό των εργαζομένων με μειωμένο ωράριο: εκτός της Ιταλίας, της Φινλανδίας και της Ισλανδίας.

Πηγή Eurostat.

Διάγραμμα 3: Ποσοστό των μισθωτών στη συνολική απασχόληση (1988-1994)**6- Κύκλος εργασιών στο εμπόριο**

Ο συνολικός κύκλος εργασιών του λιανικού εμπορίου των 15 χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης ανέρχεται σε 1600 δισεκατ. ECU περίπου στις αρχές της δεκαετίας του '90. Για λόγους σύγκρισης, υπενθυμίζεται ότι το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν, άθροισμα των τελικών χρήσεων αγαθών και υπηρεσιών, υπολογίζεται σε 5.400 δισεκατομ ECU το 1992. Τέσσερις χώρες, η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία και η Ιταλία, παράγουν το 74% του συνόλου αυτού. Ο μέσος κύκλος εργασιών ανά επιχείρηση (471 000 ECU) και ανά ενεργό άτομο (110 000 ECU) είναι πολύ άνισος μεταξύ των χωρών. Οι ανισότητες αυτές εκφράζουν πλήρως την πολύ μεγάλη διαφορά των ευρωπαϊκών χωρών.

Πίνακας 6: Χαρακτηριστικά του κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο

	κύκλος εργασιών		Μέσος κύκλος εργασιών ανά:		Έτος ¹
	Σύνολο (διο. ECU)	(%)	επιχείρηση	απασχολούμενο άτομο	
Βέλγιο	51.4	3.2	402	187	1990
Δανία	24.8	1.5	522	125	1992
Γερμανία	430.3	26.5	859	131	1992
Ελλάδα ²	20.0	1.2	114	59	1990
Ισπανία ³	119.8	7.4	234	86	1992
Γαλλία	260.0	16.0	563	124	1990
Ιρλανδία	12.2	0.7	415	92	1991
Ιταλία	230.0	14.1	259	96	1990
Λουξεμβούργο	3.8	0.2	1106	193	1993
Κάτω Χώρες	69.3	4.3	693	113	1992
Αυστρία	38.1	2.3	951	131	1994
Πορτογαλία	26.5	1.6	200	73	1993
Φινλανδία	17.6	1.1	622	151	1993
Σουηδία	39.6	2.4	645	138	1993
Ηνωμ. Βασίλειο ⁴	283.2	17.4	813	93	1992
ΕΕ 15	1626.5	100.0	471	110	
Ισλανδία	1.1	.	645	135	1992
Νορβηγία	24.0	.	628	195	1993
ΕΟΧ	1651.6		473	111	

¹ Έτος αναφοράς για τον κύκλο εργασιών. Ενδέχεται να είναι διαφορετικό για τις επιχειρήσεις και τα απασχολούμενα άτομα

² Εκτίμηση Eurostat.

³ Εκτός των επιχειρήσεων του εμπορίου αυτοκινήτων.

⁴ Κύκλος εργασιών συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΑ.

7- Οι μορφές πώλησης

Το γενικό εμπόριο τροφίμων γνώρισε, κατά τη διάρκεια των 30 τελευταίων ετών, ταχύτερη ανάπτυξη των νέων μορφών πώλησης (καταστήματα προσφορών, υπεραγορές). Αυτές οι νέες μορφές, οι οποίες δεν δημιουργούνται πάντα από μεγάλες επιχειρήσεις, μείωσαν αισθητά το μερίδιο των παραδοσιακών μορφών πώλησης. Ο πίνακας 7 δείχνει ότι στη Γερμανία, στην Ισπανία και στο Ηνωμένο Βασίλειο, αντιπροσωπεύουν το 75% και πλέον της διανομής τροφίμων.

Πίνακας 7 : Ποσοστό της αγοράς των μορφών πώλησης τροφίμων (%) (1994)

	Γερμανία ¹	Γαλλία ¹	Ιταλία ¹	Ισπανία ²	Ηνωμ. Βασίλειο ²
Κατάστημα προσφορών	27.6	4.0	5.7	9.0	9.0
Υπεραγορά (supermarket)	29.7	24.6	27.2	36.5	66.0
Μεγάλη υπεραγορά (superstores στο Ηνωμ. Βασίλειο)	24.3	30.5	11.4	30.5	
Υποσύνολο	81.6	59.1	44.3	76.0	75.0
Άλλα (μικραγορές, παραδοσιακά, μικροκαταστήματα)	18.4	40.9	55.7	24.0	25.0
Σύνολο	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

¹ Επί της συνολικής διανομής τροφίμων.

² Επί της διανομής εδωδιμων αποικιακών.

Πηγή EHI, INSEE, S&P, NIELSEN, IGD.

8- Τα κυριότερα δίκτυα διανομής στον κόσμο

Πίνακας 8: Τα 15 πρώτα δίκτυα διανομής στον κόσμο

Θέση	Εταιρεία	Χώρα	Κύκλος εργασιών - 1992 (εκατ. δολάρια)
1°	Wal Mart	ΗΠΑ	51
2°	Sears Rebouck	ΗΠΑ	48
3°	Metro-Kaufhof-Asko	D	43 (1)
4°	K Mart	ΗΠΑ	35
5°	Tengelmann	D	30
6°	Ito Yokado	J	24,5
7°	Carrefour	F	24
8°	The Daiei	F	19
9°	Edeka	J	18
10°	American Stores	D	17,5
11°	Promodis	ΗΠΑ	17
12°	Safeway	ΗΠΑ	15
13°	Jusco	J	14
14°	Super Valu	ΗΠΑ	12,7
15°	A & P	ΗΠΑ	12 (1)

(1) Εκτίμηση

Πηγή N. D. Basile & R. Garosci "Commercio e Grande Distribuzione: La sfida del 2000" - 1995

9- Κύριοι ευρωπαϊκοί όμιλοι επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου

Η εμπορική παρουσία των μεγάλων ευρωπαϊκών ομίλων επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου, που ασκούν δραστηριότητες κυρίως στον τομέα των τροφίμων, δείχνει επίσης ότι η συγκέντρωση προόδευσε ταχύτερα στη Βόρεια Ευρώπη. Μεταξύ των κορυφαίων ευρωπαϊκών ομίλων επιχειρήσεων λιανικής πώλησης, οι 16 πρώτοι, ταξινομημένοι με βάση τον κύκλο εργασιών, είναι γερμανικοί, γαλλικοί και βρετανικοί. Οι υπόλοιποι όμιλοι προέρχονται από τις Κάτω Χώρες, το Βέλγιο, τη Σουηδία και την Ελβετία. Ένας μόνο ισπανικός όμιλος συμπεριλαμβάνεται στους 25 πρώτους. Ορισμένοι από τους εν λόγω ομίλους επιτάχυναν την ανάπτυξή τους με την απόκτηση εταιρειών που εφαρμόζουν άλλες μορφές πώλησης στο λιανικό εμπόριο. Μια πολιτική, που εφαρμόζονταν αρχικά στην αγορά του χονδρικού εμπορίου και του cash and carry, αύξησε σημαντικά το ποσοστό του λιανικού εμπορίου στις συνολικές πωλήσεις χάρη στην απόκτηση μεγάλων καταστημάτων και συμμετοχών στη διανομή τροφίμων. Για τον ίδιο λόγο, ιδιοκτήτες μεγάλων καταστημάτων έχουν αποκτήσει μεγάλους οίκους εμπορίου δι'αλληλογραφίας.

Πίνακας 9: Κύριοι όμιλοι επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου

Όμιλος	Χώρα	Κύρια δραστηριότητα	Κύκλος εργασιών 1991-1992 (δισ. ECU)
Tengelmann	Γερμανία	Τρόφιμα	22.8
Metro ¹	Γερμανία	Τρόφιμα, μη φαγώσιμα είδη χωρίς εξειδίκευση χονδρικό εμπόριο (cash-and-carry)	22.6
Rewe	Γερμανία	Τρόφιμα	18.5
Carrefour ²	Γαλλία	Τρόφιμα	16.2
Intermarché	Γαλλία	Τρόφιμα	15.4
Leclerc	Γαλλία	Τρόφιμα	15.3
Albrecht (Aldi)	Γερμανία	Τρόφιμα	13.4
Edeka	Γερμανία	Τρόφιμα	13.2
J. Sainsbury	Ηνωμ. Βασίλειο	Τρόφιμα	13.1
Promodès	Γαλλία	Τρόφιμα	11.0
Tesco	Ηνωμ. Βασίλειο	Τρόφιμα	10.8
Pinault-Printemps	Γαλλία	Μεγάλα καταστήματα	10.7
Otto Versand	Γερμανία	Πώληση δι' αλληλογραφίας	10.2
Spar	Γερμανία	Τρόφιμα	10.1
Casino-Rallye	Γαλλία	Τρόφιμα	10.0
Asko ³	Γερμανία	Τρόφιμα	9.9
Ahold	Κάτω Χώρες	Τρόφιμα	9.8
Karstadt ⁴	Γερμανία	Μεγάλα καταστήματα, πώληση δι'αλληλογραφίας	9.3
Marks & Spencer	Ηνωμ. Βασίλειο	Μεγάλα καταστήματα, τρόφιμα, είδη ένδυσης	8.6
Schickedanz ⁵	Γερμανία	Πώληση δι' αλληλογραφίας, τρόφιμα	8.4
ICA	Σουηδία	Τρόφιμα	7.5
Delhaize Le Lion	Βέλγιο	Τρόφιμα	7.3
El Corte Inglés	Ισπανία	Μεγάλα καταστήματα, τρόφιμα	7.1
Argyll	Ηνωμ. Βασίλειο	Τρόφιμα	7.0
Vendex International	Κάτω Χώρες	Μη φαγώσιμα είδη χωρίς εξειδίκευση	7.0

¹ Ιδιοκτήτης του Kaufhof και μέτοχος στη Asko

² Ιδιοκτήτης του Euromarché.

³ Ιδιοκτήτης της Coop AG.

⁴ Ιδιοκτήτης του Neckermann.

⁵ Ιδιοκτήτης του Quelle.

Πηγές : Eurostat, Institute of Retail Studies (IRS), Πανεπιστήμιο του Sterling.

10- Διεθνής κύκλος εργασιών των κύριων ομίλων επιχειρήσεων του ευρωπαϊκού λιανικού εμπορίου

Κατά τη διάρκεια των δέκα τελευταίων ετών, έχουν πολλαπλασιαστεί οι πρωτοβουλίες διεθνοποίησης από επιχειρήσεις του χονδρικού και λιανικού εμπορίου. Όσον αφορά το εμπόριο τροφίμων, οι πρωτοβουλίες με κατεύθυνση το εξωτερικό προέρχονται κυρίως από τις ακόλουθες χώρες: Γαλλία, Γερμανία, Ηνωμ. Βασίλειο, Βέλγιο και Κάτω Χώρες. Μεταξύ των μορφών πώλησης, οι πλέον διαδεδομένες εκτός των εθνικών συνόρων είναι αυτές της υπεραγοράς, από τις γαλλικές εταιρείες και των "καταστημάτων προσφορών" από τις γερμανικές εταιρείες.

Πίνακας 10: Διεθνής κύκλος εργασιών των ευρωπαϊκών λιανοπωλητών (1990-91)

Εταιρεία	Χώρα	Κύρια δραστηριότητα	Διεθνής κύκλος εργασιών	
			Ποσό (εκατ. ECU)	% του συνολικού κύκλου εργασιών του ομίλου
Tengelmann	Γερμανία	Τρόφιμα	12 656.4	55.7
Metro	Γερμανία	Τρόφιμα, μη φαγώσιμα είδη χωρίς εξειδίκευση, C&C	6 036.1	35.0
Promodbs	Γαλλία	Τρόφιμα	5 506.2	34.4
Delhaize Le Lion	Βέλγιο	Τρόφιμα	5 283.0	72.4
Ahold	Κάτω Χώρες	Τρόφιμα	4 548.3	50.6
Otto Versand	Γερμανία	Πώληση δι'αλληλογραφίας	3 602.2	45.9
Carrefour	Γαλλία	Τρόφιμα	3 414.7	31.1
Vendex International	Κάτω Χώρες	Μη φαγώσιμα είδη χωρίς εξειδίκευση	2 808.7	35.3
Aldi	Γερμανία	Τρόφιμα	2 520.0	20.0
Ikea	Σουηδία	Έπιπλα	2 138.2	76.2
Auchan	Γαλλία	Τρόφιμα	1 413.2	15.3
J. Sainsbury	Ηνωμ. Βασίλειο	Τρόφιμα	1 356.3	11.8
Marks & Spencer	Ηνωμ. Βασίλειο	Μεγάλα καταστήματα, τρόφιμα, ενδύματα	1 055.5	12.7
GUS	Ηνωμ. Βασίλειο	Πώληση δι'αλληλογραφίας	1 013.6	26.9
Au Printemps	Γαλλία	Μεγάλα καταστήματα	986.0	20.2
La Redoute	Γαλλία	Πώληση δι'αλληλογραφίας	879.3	35.0
Quelle	Γερμανία	Πώληση δι'αλληλογραφίας	759.9	10.6
Dixons	Ηνωμ. Βασίλειο	Ηλεκτρικά είδη	726.2	30.6
Docks de Γαλλία	Γαλλία	Τρόφιμα	508.4	13.3
Casino	Γαλλία	Τρόφιμα	449.3	6.1
Ratners	Ηνωμ. Βασίλειο	Κοσμήματα	348.2	27.6

Πηγές : Eurostat, Institute of Retail Studies (IRS), Πανεπιστήμιο του Sterling

Πίνακας 11: Κύριοι ευρωπαϊκοί όμιλοι αγοραπωλησιών (1993)

Όμιλος	Εταιρείες - μέλη	Ημερομηνία σύστασης	Έδρα	Κύκλος εργασιών 1991(δισ. ECU)
EMD (European Marketing Distribution AG)	Markant (D) NISA Today 's (UK) Selex (E,I) Zev-Markant (A) Superkob (DK) Musgrave (IRL) Uniarme (P)	1988	Ελβετία	63.3
Deuro/MIAG (Deuro Buying AG/Metro International AG)	Metro (D,F,I,A,DK) Carrefour (F,E,P) Makro (NL)	1990	Ελβετία	52.2
AMS (Associated Marketing Services)	ICA (S) Kesko (SF) Allkauf (D) Rinascente (I) Hakon (N) Mercadona (E) JMR (P) Superquinn (IRL)	1990	Ελβετία	46.8
ERA (European Retail Alliance)	Ahold (NL) Argyll (UK) Casino (F)	1989	Λουξεμβούργο	21.9
Eurogroup	Rewe (D) Coop (CH) Paridoc (F) GIB Group (B) Vendex Food (NL)	1988	Γερμανία	43.0
CEM (Cooperation Européenne de Marketing)	Edeka (D, DK) CRAI (I) Conad (I) Booker (UK) UDA (E)	1989	Βέλγιο	41.6
NAF (Nordisk Andelsforbund)	KF-group (S) Coop (DK, I) SOK (SF) EKA (SF) NKL (N) CWS (UK)	1918	Δανία	36.9
BIGS (BIGS Buying International Group SPAR)	Spar (D,UK,A) Axel Dagab (S) Unil (N) TukoSpar (SF) Despar (I) Unigro (NL) Dagrofa (DK) Unigrobel (B) BWG (IRL) Bernag Ovag (CH) Hellaspar (GR)	1990	Κάτω Χώρες	31.5

Πηγές: Eurostat, Cescom - Πανεπιστήμιο Bocconi, Milan.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β
ΤΟΜΕΙΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΑΜΕΣΑ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΥΠΟΚΕΙΝΤΑΙ ΣΕ
ΕΘΝΙΚΟΥΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥΣ

Κανόνες για τη σύσταση επιχειρήσεων

Στην Ιταλία και στο Βέλγιο, για να ανοίξει ένα κατάστημα, οι διατάξεις που ρυθμίζουν τις εμπορικές δραστηριότητες επιβάλλουν την κατοχή διπλώματος ή επαγγελματικής πείρας. Αντίθετα, στη Γαλλία, στη Γερμανία, στην Πορτογαλία και στο Ηνωμένο Βασίλειο, μόνο ορισμένες δραστηριότητες όπως η πώληση όπλων και πυρομαχικών και η πώληση οινόπνευματων ποτών διέπονται από ειδικές διατάξεις. Όσον αφορά το πλανόδιο εμπόριο, απαιτείται γενικά μια έγκριση ή άδεια αλλά οι συγκεκριμένες μέθοδοι και οι όροι ποικίλλουν από τη μία χώρα στην άλλη. Επιπλέον, οι τοπικές αρχές είναι που αποφασίζουν τους όρους για την άσκηση ενός επαγγέλματος σε μια συγκεκριμένη περιοχή (τοπικές άδειες, επιτρεπόμενες ή απαγορευμένες ζώνες).

Ρυθμίσεις για την επιλογή της θέσης εγκατάστασης και το ενοίκιο των εμπορικών κτιρίων

Όσον αφορά την ανέγερση εμπορικών κτιρίων, στην Ιταλία, στη Γαλλία και στο Βέλγιο έχουν τεθεί σε ισχύ, από τη δεκαετία του 70, ειδικές διατάξεις βάσει των οποίων απαιτείται η έγκριση καταστημάτων πάνω από ένα συγκεκριμένο μέγεθος. Στις αρχές του 1996, η Ισπανία εισήγαγε παρόμοια νομοθεσία. Σε άλλα κράτη μέλη, όπως στις Κάτω Χώρες και στη Γερμανία, οι νόμοι για τη χωροταξία είναι αυτοί που καθορίζουν τη χρήση των κτιρίων. Πράγματι, κάθε χώρα έχει το δικό της συγκεκριμένο σύνολο διατάξεων. Το ίδιο ισχύει και για τις διατάξεις που διέπουν το ενοίκιο των εμπορικών κτιρίων, με την ύπαρξη σαφών και σχετικά προστατευτικών διατάξεων στη Γαλλία, την ελευθερία διαπραγμάτευσης μεταξύ των συμβαλλόμενων μερών στο Ηνωμένο Βασίλειο και μια σειρά άλλων καταστάσεων στα άλλα κράτη μέλη.

Ώρες λειτουργίας

Ένα από τα πιο αντιπροσωπευτικά παραδείγματα της διαφοροποίησης μεταξύ των "εθνικών πολιτικών" είναι οι διατάξεις σχετικά με τις ώρες λειτουργίας των καταστημάτων, διατάξεις που μπορεί να έχουν σημαντικό αντίκτυπο στις περιοχές των συνόρων. Ως αποτέλεσμα των πολιτιστικών και ιστορικών διαφορών, η εν λόγω νομοθεσία ποικίλλει σημαντικά από το ένα κράτος μέλος στο άλλο. Σε ορισμένες χώρες, για παράδειγμα στη Γαλλία, οι ώρες λειτουργίας δεν ρυθμίζονται άμεσα αλλά από το εργατικό δίκαιο. Όσον αφορά τις ώρες λειτουργίας των καταστημάτων την Κυριακή, η κατάσταση είναι ακόμη πιο πολύπλοκη και παρατηρούνται διάφορα φαινόμενα - από την πλήρη ελευθερία έως τα τελείως κλειστά καταστήματα: στη Σκωτία και στη Σουηδία, το ελεύθερο ωράριο λειτουργίας είναι ο κανόνας· στη Γαλλία υπάρχουν πολλές εξαιρέσεις που επιτρέπουν την απασχόληση προσωπικού, ενώ ο ιδιοκτήτης μπορεί επίσης να ανοίξει μόνος του εάν το επιθυμεί· στην Ιταλία και στην Ελλάδα υπάρχουν

παρεγκλίσεις για τις τουριστικές περιοχές· στη Γερμανία όλα τα καταστήματα είναι κλειστά.

Δεν υπάρχει παράγωγο κοινοτικό δίκαιο στον τομέα αυτό και το Δικαστήριο είχε την ευκαιρία σε πολλές περιπτώσεις να εκφέρει τη γνώμη του σχετικά με τις αποκλίσεις μεταξύ εθνικών νομοθεσιών. Η θέση του Δικαστηρίου είναι πάντα η ίδια: θεωρεί ότι οι εν λόγω διατάξεις ανήκουν στην αρμοδιότητα των κρατών μελών και ότι το άρθρο 30 δεν ισχύει αν οι διατάξεις, τόσο από την πλευρά της νομοθεσίας όσο και στην πράξη, εφαρμόζονται ομοιόμορφα σε όλους τους οικονομικούς φορείς που πουλούν εθνικά προϊόντα, καθώς και προϊόντα που προέρχονται από άλλα κράτη μέλη¹.

Προστασία των καταναλωτών και αθέμιτες πρακτικές

Υπάρχουν πολλές οδηγίες της ΕΕ σχετικά με την προστασία των καταναλωτών και τις αθέμιτες πρακτικές (ειδικά όσον αφορά την παραπλανητική διαφήμιση, τη γενική ασφάλεια προϊόντων, την πώληση από πόρτα σε πόρτα, την ένδειξη των τιμών και τη σήμανση και τους αθέμιτους όρους συμβάσεων), αλλά οι εθνικές διατάξεις εξακολουθούν να είναι σημαντικές. Οι εν λόγω οδηγίες της ΕΕ ενδέχεται να αποτελούν, για πολλά κράτη μέλη, μια βάση αναφοράς στην οποία στηρίζονται και επιβάλλουν αυστηρότερες υποχρεώσεις στις εμπορικές επιχειρήσεις. Σε τομείς όπως οι εγγυήσεις καταναλωτικών αγαθών εξακολουθούν να υπάρχουν διατάξεις σε εθνικό επίπεδο παρόλο που αναλαμβάνονται κοινοτικές πρωτοβουλίες².

Υπάρχουν επίσης σημαντικές διαφορές μεταξύ των διατάξεων που αφορούν τις δραστηριότητες προώθησης. Έτσι, στο Βέλγιο υπάρχει μία λεπτομερής και πλήρης νομοθεσία για το εν λόγω θέμα (νόμος της 14ης Ιουλίου 1991) που καλύπτει τις ειδικές προσφορές, τις πωλήσεις και τα δώρα. Στο Βέλγιο δεν επιτρέπεται η πώληση σε τιμή κάτω του κόστους. Στην Ιταλία, από την άλλη πλευρά, επιτρέπεται (νόμος 80 της 19ης Μαρτίου 1980), ενώ το ξεπούλημα λόγω κλεισίματος και οι πωλήσεις γενικά διέπονται από αυστηρές ρυθμίσεις. Ομοίως, στο Ηνωμένο Βασίλειο και στη Γαλλία είναι υποχρεωτικό να αναφέρεται τόσο η αρχική τιμή όσο και η νέα τιμή στην περίπτωση μείωσης της τιμής, αλλά στη Γερμανία δεν υπάρχει περιορισμός στον τομέα αυτό.

¹ Βλέπε υποθέσεις: Torfaen Borough Council, 23.11.1989, C-145/88, Συλλογή σ. 3851· Conforama, 28.02.1991, C-312/89, Συλλογή σ. 997· Norwich City Council, 16.12.1992, C-169/91· Punto Casa SpA, 02.06.1994, C-69/93 και C-258/93.

² Πρόταση οδηγίας σχετικά με την πώληση και τις εγγυήσεις καταναλωτικών αγαθών, COM(95)520 τελικό της 18.06.96.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ - ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΚΟΙΝΟΤΙΚΩΝ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΩΝ ΜΕΤΡΩΝ

Νομοθεσία της ΕΕ που αφορά άμεσα το εμπόριο

Υπάρχουν διάφορες οδηγίες σχετικά με την άσκηση του δικαιώματος εγκατάστασης και της ελεύθερης παροχής υπηρεσιών:

- i. χονδρικό εμπόριο (οδηγία 64/223/ΕΟΚ),
- ii. λιανικό εμπόριο (οδηγία 68/363/ΕΟΚ),
- iii. διαμεσολαβητικές δραστηριότητες στο εμπόριο, τη βιομηχανία και τη βιοτεχνία (οδηγία 64/224/ΕΟΚ),
- iv. εμπορικοί αντιπρόσωποι (οδηγία 86/653/ΕΟΚ),
- v. πλανόδιο εμπόριο (οδηγία 75/369/ΕΟΚ),
- vi. τηλεαγορές (οδηγία 89/552/ΕΟΚ "Τηλεόραση χωρίς σύνορα").

Τεχνική εναρμόνιση και εξάλειψη των εμποδίων που προκαλούνται από τις διαφορές των εθνικών νομοθεσιών στον τομέα των προϊόντων (βασικοί κανονισμοί)

Ένα πρώτο σύνολο (οριζόντιων) οδηγιών σχετικά με τη σύνθεση των προϊόντων ασχολείται με τα *συστατικά των προϊόντων*:

- i. οδηγία για τα πρόσθετα συστατικά που μπορούν να χρησιμοποιούνται στα τρόφιμα (89/107/ΕΟΚ)
- ii. οδηγία σχετικά με τις χρωστικές ύλες (62/2645/ΕΟΚ - 94/36/ΕΚ)
- iii. οδηγία σχετικά με τις γλυκαντικές ουσίες (94/36/ΕΟΚ)
- iv. οδηγία σχετικά με τις πρόσθετες ύλες εκτός των χρωστικών και των γλυκαντικών ουσιών (81/712/ΕΟΚ - 95/2/ΕΚ)
- v. οδηγία σχετικά με τα αρτήματα (88/388/ΕΟΚ)
- vi. οδηγία σχετικά με την κατάρτιση καταλόγου ουσιών και βασικών υλικών που χρησιμοποιούνται για την παρασκευή αρωματικών υλών (88/389/ΕΟΚ)
- vii. οδηγία σχετικά με τα συντηρητικά (64/54/ΕΟΚ)
- viii. οδηγία για τη θέσπιση ειδικών κριτηρίων καθαρότητας των συντηρητικών (65/66/ΕΟΚ)
- ix. οδηγία σχετικά με τους γαλακτοματοποιητές, σταθεροποιητές, τα πυκνωτικά και πηκτικά μέσα (74/329/ΕΟΚ)
- x. οδηγία για τη θέσπιση ειδικών κριτηρίων καθαρότητας για τους γαλακτοματοποιητές, τους σταθεροποιητές, τα πυκνωτικά και τα πηκτικά μέσα (78.663/ΕΟΚ)
- xi. οδηγία σχετικά με τη θέσπιση ειδικών κριτηρίων καθαρότητας για τα αντιοξειδωτικά (78/664/ΕΟΚ)
- xii. οδηγία για το ερουνικό οξύ (76/621/ΕΟΚ)

Οι οδηγίες σχετικά με τις *κατασκευαστικές μεθόδους* διέπουν διάφορες πτυχές της παραγωγικής διαδικασίας.

- i. οδηγίες σχετικά με μεθόδους ποσοτικής ανάλυσης διμερών μειγμάτων υφανσίμων ινών (72/276/ΕΟΚ)
- ii. οδηγίες σχετικά με μεθόδους ποσοτικής ανάλυσης τριμερών μειγμάτων υφανσίμων ινών (73/44/ΕΟΚ)

Ένα ξεχωριστό σύνολο οδηγιών περιλαμβάνει την (κάθετη) νομοθεσία σχετικά με τα προϊόντα για ορισμένα ειδικά προϊόντα διατροφής:

- i. οδηγία σχετικά με το κακάο και τη σοκολάτα (73/241/ΕΟΚ)
- ii. οδηγία σχετικά με ορισμένα σάκχαρα (73/437/ΕΟΚ)
- iii. οδηγία σχετικά με το μέλι (74/409/ΕΟΚ)
- iv. οδηγία σχετικά με τους χυμούς φρούτων και ορισμένα ομοειδή προϊόντα (93/77/ΕΟΚ)
- v. οδηγία σχετικά με τις μαρμελάδες, τους ζελέδες και τις μαρμελάδες εσπεριδοειδών καθώς και την κρέμα κάστανου (79/693/ΕΟΚ)
- vi. οδηγία σχετικά με ορισμένα διατηρημένα γάλατα (76/118/ΕΟΚ)
- vii. οδηγία σχετικά με τις βρώσιμες καζεΐνες και τα καζεϊνικά άλατα (85/503/ΕΟΚ)
- viii. οδηγία σχετικά με τα φυσικά μεταλλικά νερά (80/777/ΕΟΚ)
- ix. οδηγία σχετικά με την ποιότητα του πόσιμου νερού (80/778/ΕΟΚ)
- x. οδηγία σχετικά με τα εκχυλίσματα καφέ και τα εκχυλίσματα κιχωριού (85/59/ΕΟΚ)

Το πρόγραμμα της εσωτερικής αγοράς θεσπίζει τις ακόλουθες οδηγίες *συσκευασίας* για τη σύνθεση των υλικών και αντικειμένων που προορίζονται να έρθουν σε επαφή με τρόφιμα:

- i. οδηγία σχετικά με το μονομερές βινυλοχλωρίδιο (78/142/ΕΟΚ)
- ii. οδηγία σχετικά με τον έλεγχο της μετανάστευσης των συστατικών των υλικών και αντικειμένων από πλαστική ύλη (82/711/ΕΟΚ)
- iii. οδηγία σχετικά με τα κεραμικά αντικείμενα (84/500/ΕΟΚ)
- iv. οδηγία σχετικά με τα πλαστικά (82/711/ΕΟΚ)
- v. οδηγία σχετικά με τη μεμβράνη αναγεννημένης κυτταρίνης (93/10/ΕΟΚ)

Ορισμένα νομοθετικά μέτρα αφορούν την *ασφάλεια και υγιεινή των προϊόντων*:

- i. οδηγία σχετικά με την υγιεινή των τροφίμων (93/43/ΕΟΚ)
- ii. κανονισμός για τις προσμίξεις των τροφίμων (93/315/ΕΟΚ)
- iii. οδηγία σχετικά με τον αερόφερτο θόρυβο που εκπέμπουν οι οικιακές συσκευές (86/594/ΕΟΚ)
- iv. οδηγία σχετικά με την ασφάλεια των παιχνιδιών (88/378/ΕΟΚ)

Οι παρακάτω οδηγίες και κανονισμοί αφορούν την *επισήμανση*:

- i. οδηγία σχετικά με τις ενδείξεις που επιτρέπουν την αναγνώριση της παρτίδας στην οποία ανήκει ένα τρόφιμο (89/396/ΕΟΚ)
- ii. οδηγία σχετικά με την επισήμανση των τροφίμων όσον αφορά τις τροφικές τους ιδιότητες (90/496/ΕΟΚ)
- iii. κανονισμός σχετικά με τα οινοπνευματώδη ποτά (1576/89)
- iv. οδηγία σχετικά με την ένδειξη των τιμών των τροφίμων (79/581/ΕΟΚ)
- v. οδηγία και ψήφισμα σχετικά με την αναγραφή των τιμών των μη edώδιμων προϊόντων (88/314/ΕΟΚ - ψήφισμα της 07.06.88)
- vi. οδηγία σχετικά με την ένδειξη της κατανάλωσης ενέργειας των οικιακών συσκευών (92/75/ΕΟΚ)

- vii. οδηγία σχετικά με την επισήμανση και την παροχή ομοιόμορφων πληροφοριών για την κατανάλωση ενέργειας και λοιπών πόρων των οικιακών συσκευών (92/75/ΕΟΚ)
- viii. οδηγία σχετικά με τις ονομασίες των υφανσίμων (71/307/ΕΟΚ)
- ix. κανονισμός σχετικά με τις γεωγραφικές ενδείξεις και την ονομασία προέλευσης (καν. (ΕΟΚ) αριθ. 2081/92)

Η ακόλουθη νομοθεσία ασχολείται με τον έλεγχο, την πιστοποίηση και τη συμμόρφωση:

- i. οδηγία σχετικά με τη διαδικασία επαλήθευσης των κριτηρίων καθαρότητας για ορισμένα τρόφιμα (87/712/ΕΟΚ)
- ii. οδηγία σχετικά με την πιστοποίηση του ειδικού χαρακτήρα τροφίμων που προορίζονται για ειδική διατροφή (89/398/ΕΟΚ)
- iii. απόφαση σχετικά με τη μόνιμη επιτροπή τροφίμων)85/7/ΕΟΚ)
- iv. απόφαση σχετικά με τη συμβουλευτική επιτροπή τροφίμων (80/1073/ΕΟΚ)
- v. οδηγία σχετικά με τον επίσημο έλεγχο των τροφίμων (93/99/ΕΟΚ)
- vi. οδηγία σχετικά με τα πρόσθετα μέτρα που αφορούν τον επίσημο έλεγχο των τροφίμων (89/397/ΕΟΚ)
- vii. οδηγίες σχετικά με τις μεθόδους ανάλυσης που είναι αναγκαίες για τον έλεγχο της σύνθεσης των καλλυντικών (80/1335/ΕΟΚ, 82/434/ΕΟΚ, 83/514/ΕΟΚ, 85/490/ΕΟΚ, 93/73/ΕΟΚ)

Εξάλειψη των συνοριακών ελέγχων και κατάργηση των συνοριακών διατυπώσεων

Διάφοροι κανονισμοί και οδηγίες επιτυγχάνουν την εξάλειψη των συνοριακών ελέγχων:

- i. κανονισμός σχετικά με την κοινοτική διαμετακόμιση (3648/91)
- ii. κανονισμός σχετικά με τη χρήση των δελτίων TIR και ATA στην κοινοτική διαμετακόμιση (3237/96)
- iii. κανονισμός σχετικά με την κατάργηση των τελωνειακών διατυπώσεων κατά τη διέλευση κοινού συνόρου σε δύο κράτη μέλη (3648/91)
- iv. κανονισμός για την κατάργηση των συνοριακών ελέγχων στον τομέα των μεταφορών (4060/89)
- v. κανονισμός σχετικά με την κατάργηση ορισμένων εσωτερικών συνοριακών ελέγχων στον τομέα των οδικών και εσωτερικών πλωτών μεταφορών και τη μεταφορά τους στα εξωτερικά σύνορα της Κοινότητας (4060/89)
- vi. οδηγίες σχετικά με την απαλλαγή από το φόρο προστιθέμενης αξίας για τις οριστικές εισαγωγές αγαθών (83/181/ΕΟΚ)
- vii. οδηγία σχετικά με την επιστροφή του φόρου προστιθέμενης αξίας στους υποκείμενους στο φόρο οι οποίοι δεν είναι εγκατεστημένοι στο εσωτερικό της χώρας (79/1072/ΕΟΚ)

Έμμεση φορολογία (ΦΠΑ και Φόροι) - Βασικές οδηγίες

- i. Έκτη οδηγία του Συμβουλίου σχετικά με την ομοιόμορφη φορολογική βάση (77/388/ΕΟΚ, η οποία τροποποιήθηκε τελευταία από την οδηγία 94/42/ΕΚ)

- ii. Όγδοη οδηγία του Συμβουλίου σχετικά με τους φόρους κύκλου εργασιών-τρόπος επιστροφής του φόρου προστιθέμενης αξίας στους υποκείμενους στο φόρο οι οποίοι δεν είναι εγκατεστημένοι στο εσωτερικό της χώρας (79/1072/ΕΟΚ)
- iii. Δέκατη τρίτη οδηγία του Συμβουλίου σχετικά με τους φόρους κύκλου εργασιών - τρόπος επιστροφής του φόρου προστιθέμενης αξίας στους υποκείμενους στο φόρο οι οποίοι δεν είναι εγκατεστημένοι στο εσωτερικό της Κοινότητας (86/560/ΕΟΚ)
- iv. οδηγία σχετικά με τα προϊόντα που υπόκεινται σε ειδικούς φόρους κατανάλωσης: γενικό καθεστώς, κατοχή και κυκλοφορία των προϊόντων που υπόκεινται σε ειδικούς φόρους κατανάλωσης (92/12/ΕΟΚ, η οποία τροποποιήθηκε από τις οδηγίες 92/108/ΕΟΚ και 94/74/ΕΚ)
- v. οδηγία σχετικά με την προσέγγιση των φόρων στα τσιγάρα (92/79/ΕΟΚ)
- vi. οδηγία για την προσέγγιση των φόρων κατανάλωσης στα βιομηχανοποιημένα καπνά εκτός των τσιγάρων (92/80/ΕΟΚ)
- vii. οδηγία για την εναρμόνιση των διαρθρώσεων των ειδικών φόρων κατανάλωσης που επιβάλλονται στα πετρελαιοειδή (92/81/ΕΟΚ)
- viii. οδηγία για την προσέγγιση των συντελεστών των ειδικών φόρων κατανάλωσης στα πετρελαιοειδή (92/82/ΕΟΚ)
- ix. οδηγία για την εναρμόνιση των διαρθρώσεων των ειδικών φόρων κατανάλωσης που επιβάλλονται στην αλκοόλη και τα αλκοολούχα ποτά (92/83/ΕΟΚ)
- x. οδηγία για την προσέγγιση των συντελεστών των ειδικών φόρων κατανάλωσης για την αλκοόλη και τα αλκοολούχα ποτά (92/84/ΕΟΚ)
- xi. οδηγία περί των φόρων, πλην των φόρων κύκλου εργασιών, οι οποίοι επιβαρύνουν την κατανάλωση των βιομηχανοποιημένων καπνών (95/59/ΕΚ)

Η ελευθέρωση των οδικών μεταφορών

Ένα αρκετά εκτεταμένο νομικό πλαίσιο αποτελεί τη βάση για τη δημιουργία της εσωτερικής αγοράς οδικών μεταφορών με φορτηγά.

- i. κανονισμός σχετικά με τις οδικές εμπορευματικές μεταφορές μεταξύ κρατών μελών (881/92/ΕΟΚ)
- ii. κανονισμός σχετικά με τις εσωτερικές οδικές εμπορευματικές μεταφορές (3921/91)
- iii. πρόταση οδηγίας σχετικά με την πρόσβαση στο επάγγελμα του μεταφορέα επιβατών στον τομέα των οδικών μεταφορών και την αμοιβαία αναγνώριση των διπλωμάτων (74/562/ΕΟΚ).

Νομοθεσία σχετικά με το περιβάλλον

- i. κανονισμός σχετικά με κοινοτικό σύστημα απονομής οικολογικού σήματος (880/92/ΕΟΚ)
- ii. οδηγία για τις συσκευασίες και τα απορρίμματα συσκευασίας (94/62/ΕΚ)
- iii. οδηγία για τις ηλεκτρικές στήλες και τους συσσωρευτές που περιέχουν ορισμένες επικίνδυνες ουσίες (91/157/ΕΟΚ).

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ
ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΣΕ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟ
ΕΜΠΟΡΙΟ

α. Νομοθεσία για την προστασία των καταναλωτών

Οι έμποροι είναι αυτοί που βρίσκονται σε καθημερινή επαφή με τους καταναλωτές - τους πελάτες τους - και, κατά συνέπεια, το εμπόριο και η διανομή εμπλέκονται σε μεγάλο βαθμό στην προστασία των καταναλωτών. Οι διατάξεις σχετικά με την προστασία των καταναλωτών βρίσκονται στο στάδιο της εκπόνησης, ιδίως όσον αφορά την ασφάλεια και την ποιότητα των αγαθών, την ασφάλεια των συναλλαγών (ειδικότερα σε σχέση με την ένδειξη των τιμών, την τιμή μονάδας, τη διαφήμιση, την καταναλωτική πίστη και τους αθέμιτους όρους), καθώς και την εγγύηση και την προσφυγή στη δικαιοσύνη. Αντιμέτωπο με αυτές τις αλλαγές, που έχουν ιδιαίτερη επίδραση στην καθημερινή ζωή των πολιτών της ΕΕ, το εμπόριο αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στην παροχή κατάλληλων πληροφοριών, καθώς και προϊόντων και υπηρεσιών σύμφωνα με το νόμο, στους καταναλωτές, μια διαδικασία που αρχίζει στο σημείο της πώλησης. Η Κοινότητα έχει εκδώσει την οδηγία 84/450/ΕΟΚ για την παραπλανητική διαφήμιση και έχει εγκρίνει μια πρόταση για τη συγκριτική διαφήμιση (τροποποίηση της υφιστάμενης οδηγίας για την παραπλανητική διαφήμιση). Σύμφωνα με την οδηγία 85/374 του Συμβουλίου, σχετικά με την ευθύνη για τα ελαττωματικά προϊόντα, η ευθύνη επεκτείνεται στους εισαγωγείς προϊόντων στην Κοινότητα και στους προμηθευτές αν είναι αδύνατο να προσδιοριστεί η ταυτότητα του παραγωγού.

β. Νομοθεσία για τον ανταγωνισμό

Το ψήφισμα του Συμβουλίου της 10ης Οκτωβρίου 1994³ σχετικά με την πολιτική που ευνοεί τις ΜΜΕ, καλεί τα κράτη μέλη και την Επιτροπή να εξετάσουν μέσω της αμοιβαίας διαβούλευσης, σε ποιο βαθμό τα νομοθετικά μέτρα που εγκρίνονται από τα κράτη μέλη ή την Επιτροπή θα μπορούσαν να έχουν ως συνέπεια μια επιπλέον επιβάρυνση ειδικά για τις ΜΜΕ, ιδίως "εξετάζοντας τις δυνατότητες συνεργασίας μεταξύ των ΜΜΕ (π.χ. τη συνεργασία σε δίκτυα για κοινές αγοραπωλησίες) στο πλαίσιο του κοινοτικού δικαίου περί ανταγωνισμού".

Οι αρχές που καθορίζονται στα άρθρα 85 και 86 της συνθήκης αποτελούν τη βάση του συστήματος μεμονωμένων και ρητών απαλλαγών· συγκεκριμένα η δικαιόχρηση (franchising) χαίρει ειδικής απαλλαγής από το 1988. Η Επιτροπή ετοιμάζει μια Πράσινη Βίβλο για τους κάθετους περιορισμούς που θα παρουσιάζει μια άποψη της προηγούμενης πολιτικής της Επιτροπής, θα εξετάζει πώς και σε ποιο βαθμό έχουν εφαρμοσθεί οι συμφωνίες και οι απαλλαγές και θα καθορίζει τις επιλογές για μελλοντική δράση της ΕΕ. Θα προβάλλει την ανάγκη ανάλυσης των σχέσεων μεταξύ των παραγωγών, των χονδρεμπόρων και των λιανοπωλητών.

Είναι σημαντικό να εξασφαλιστεί ότι υπάρχουν όροι για θεμιτό ανταγωνισμό μεταξύ οικονομικών παραγόντων, με ταυτόχρονη εγγύηση ίδιων ευκαιριών αγοράς. Η Επιτροπή θα συνεχίσει να εξετάζει πώς μπορεί να επιτραπεί σε διάφορες μορφές

³ ΕΕ C-294 της 22.10.94, σ. 6.

συνεργασίας, και ιδίως σε ομάδες εμπόρων, η ελεύθερη πρόσβαση στις μορφές οργάνωσης και λειτουργίας που φαίνονται καταλληλότερες για την κατάσταση της αγοράς. Επί του παρόντος, οι υπηρεσίες της Επιτροπής εξετάζουν τον καλύτερο τρόπο συμβιβασμού των εξελίξεων αυτών με την ανάγκη τήρησης των αρχών της ανοιχτής και χωρίς διακρίσεις πρόσβασης στον πηρύνα της πολιτικής του ανταγωνισμού.

γ. Νομοθεσία για τα τρόφιμα

Υπάρχει μια σημαντική συλλογή κοινοτικής νομοθεσίας σχετικά με τα τρόφιμα και ιδίως μέτρα που αφορούν τη σήμανση, τα πρόσθετα τροφίμων, τα υλικά που έρχονται σε επαφή με τα τρόφιμα και την υγιεινή των τροφίμων. Η εν λόγω νομοθεσία στοχεύει σε υψηλό επίπεδο υγιεινής και ασφάλειας, στην προστασία των καταναλωτών και στην εξασφάλιση δίκαιων όρων ανταγωνισμού και της ελεύθερης κυκλοφορίας των εμπορευμάτων εντός της εσωτερικής αγοράς. Η Επιτροπή σκοπεύει να παρουσιάσει μια Πράσινη Βίβλο για τις γενικές αρχές της νομοθεσίας τροφίμων σε επίπεδο ΕΕ.

δ. Αυτορρύθμιση

Οι συζητήσεις σχετικά με τη ρύθμιση του εμπορίου οδήγησαν την Επιτροπή, στην ανακοίνωσή της του 1991, να συστήσει την αυτορρύθμιση των εμπορικών επαγγελματιών, έννοια η οποία υποστηρίχθηκε από το Συμβούλιο, στα συμπεράσματά του της 30ής Ιουνίου 1992. Δεδομένου ότι εκπονήθηκαν από τους επαγγελματίες και, ως εκ τούτου, βασίζονται στις διατάξεις αστικού δικαίου μεταξύ οικονομικών φορέων, οι κώδικες συμπεριφοράς έχουν την υποστήριξη εκείνων στους οποίους εφαρμόζονται. Το εμπόριο είναι προσηλωμένο στους ευρωπαϊκούς κώδικες δεοντολογίας μεταξύ επιχειρήσεων ή μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών, διότι παρέχουν ένα ευέλικτο νομικό πλαίσιο ενώ ταυτόχρονα σέβονται την αρχή της ασφάλειας δικαίου συμπληρώνοντας το σώμα του κοινοτικού δικαίου. Ευνοούν την ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς και του ανταγωνισμού μειώνοντας τους εμπορικούς φραγμούς μεταξύ κρατών μελών μέσω της εναρμόνισης των εμπορικών πρακτικών. Επιπλέον, ευνοούν την οικονομική αποτελεσματικότητα μειώνοντας τις συγκρούσεις με τους πελάτες, επιτρέποντας κυρίως τη γρήγορη διευθέτηση των διεθνών δικαστικών αγωγών με τη βοήθεια της μεσολάβησης και της διαιτησίας. Η Επιτροπή έχει ήδη αναφέρει ότι ορισμένες εξώδικοι διαδικασίες μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο για τη ρύθμιση καταναλωτικών διαφορών, εφόσον έχουν καθιερωθεί εκ των προτέρων ορισμένα ελάχιστα κριτήρια που θα εξασφαλίζουν τη διαφάνεια της διαδικασίας, καθώς και την ανεξαρτησία του οργάνου που καλείται να διευθετήσει τις διαφορές⁴. Στο πλαίσιο αυτό, οι επαγγελματικές οργανώσεις που εκπροσωπούνται στην ΕΕΔ έχουν εκπονήσει και παρουσιάσει στην ΕΕΔ, για συζήτηση και έγκριση, επαγγελματικούς κώδικες συμπεριφοράς σχετικά με τη δικαιόχρηση (franchising), την πώληση εξ αποστάσεως και - το 1995 - την άμεση πώληση.

⁴ Ανακοίνωση της Επιτροπής "Σχέδιο Δράσης σχετικά με την πρόσβαση των καταναλωτών στη δικαιοσύνη και τη ρύθμιση καταναλωτικών διαφορών στην εσωτερική αγορά", COM (96) 13 τελικό, της 14.02.1996.

ε. Πολιτική μεταφορών

Η διαθεσιμότητα αποτελεσματικών μεταφορών σε λογικές τιμές είναι αποφασιστικής σημασίας για την επιτυχία του εμπορίου και της διανομής. Η σημερινή κοινοτική πολιτική μεταφορών θα επηρεάσει τη μορφή και, σε κάποιο βαθμό, τις διαθέσιμες επιλογές στον τομέα των μεταφορών κατά τη διάρκεια της επόμενης δεκαετίας. Το Διευρωπαϊκό Δίκτυο Μεταφορών θα εξασφαλίσει διαδρόμους μεταφοράς από το ένα άκρο της Ευρώπης στο άλλο. Επιπλέον, η Επιτροπή επιδιώκει ενεργά να προωθήσει τη συνεχή ανάπτυξη οικολογικών μεταφορών με χρήση πολλών μέσων. Αυτό απαιτεί μια ισορροπία πολιτικών που ευνοούν την ανάπτυξη συνεκτικών, ολοκληρωμένων μεταφορικών συστημάτων για την Κοινότητα συνολικά. Ορισμένες πολιτικές πρωτοβουλίες που εγκρίθηκαν πρόσφατα από την Επιτροπή προωθούν την ανάπτυξη της αποτελεσματικής, διαρκούς και ομαλής μεταφορικής ροής εμπορευμάτων και επιβατών. Οι πρωτοβουλίες αυτές θα επηρεάσουν το μελλοντικό σχεδιασμό και το κόστος των μεταφορών, καθώς και τους υπεύθυνους εκμετάλλευσης των δικτύων διανομής και αυτό καθ'αυτό το εμπόριο.

στ. Ενεργειακή πολιτική

Η ενέργεια είναι κυριολεκτικά το λιπαντικό του εμπορίου, είτε πρόκειται για την ηλεκτρική ενέργεια η οποία επιτρέπει τη λειτουργία μιας επιχείρησης, είτε για τα καύσιμα που εξασφαλίζουν τη μεταφορά των προϊόντων στην αγορά. Η νομοθεσία της Κοινότητας σχετικά με την ενέργεια, η οποία στοχεύει στην ολοκλήρωση των ενεργειακών αγορών, στην ασφάλεια του εφοδιασμού και στην προστασία του περιβάλλοντος, είναι επομένως σημαντική για την ανάπτυξη του εμπορίου.

Συγκεκριμένα, οι σημερινές πρωτοβουλίες για την ελευθέρωση της εσωτερικής αγοράς ηλεκτρικής ενέργειας και φυσικού αερίου θα συμβάλουν στην παροχή ενέργειας με ανταγωνιστικότερες τιμές για την ανάπτυξη του εμπορίου. Επιπλέον, αυτή η διαδικασία ολοκλήρωσης θα αυξήσει το συνολικό όγκο εμπορικής δραστηριότητας μετατρέποντας σταδιακά το φυσικό αέριο και την ηλεκτρική ενέργεια σε προϊόντα ανταλλαγών σύμφωνα με τους κανόνες του ανταγωνισμού.

ζ. Περιβαλλοντική πολιτική

Η επίτευξη υψηλού επιπέδου περιβαλλοντικής προστασίας σ' ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση αποτελεί σημαντικό στοιχείο το οποίο πρέπει να συνεκτιμηθεί από το εμπόριο, με στόχο τη συμβολή στην αειφόρο ανάπτυξη. Το εμπόριο αντιπροσωπεύει ένα σημαντικό κρίκο στην αλυσίδα των προϊόντων που έχει συνέπειες στο περιβάλλον, κυρίως στην περίπτωση των μεταφορών και της συσκευασίας. Οι παράγοντες του εμπορικού τομέα είναι εταιρείες, αυτοδικαίως, που πρέπει να στοχεύουν στη χρήση μεταφορικών μέσων που σέβονται το περιβάλλον και στη μείωση της ενεργειακής τους κατανάλωσης και της παραγωγής αποβλήτων. Ένα μέσο επίτευξης του στόχου αυτού είναι η καθιέρωση ενός περιβαλλοντικού συστήματος διαχείρισης.

Ο αντίκτυπος του εμπορικού τομέα δεν περιορίζεται στην παρέμβασή του στην αλυσίδα των προϊόντων, αλλά λόγω της θέσης του ως μεσάζων μπορεί να επηρεάσει τόσο τους κατασκευαστές όσο και τους καταναλωτές. Ο τομέας αυτός μπορεί να ενθαρρύνει τους κατασκευαστές να αναπτύσσουν και να παράγουν πιο οικολογικά προϊόντα. Ο εμπορικός τομέας πρέπει επίσης να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο

στην επίτευξη των στόχων της διαχείρισης των αποβλήτων, όπως στον τομέα της συσκευασίας, στην προώθηση της ανακύκλωσης και στη δημιουργία αγορών για ανακυκλωμένα προϊόντα καθώς και στη συλλογή δεδομένων στον τομέα των αποβλήτων. Επιπλέον, οι έμποροι μπορούν επίσης να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο παρέχοντας πληροφορίες στους καταναλωτές σχετικά με το περιβάλλον.

η. Κοινωνικός διάλογος

Έχει ήδη διεξαχθεί κοινωνικός διάλογος ανά εμπορικό τομέα μεταξύ της Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας που αντιπροσωπεύει το χονδρικό και λιανικό εμπόριο (EuroCommerce) και της Ευρωπαϊκής Συνδικαλιστικής Οργάνωσης που αντιπροσωπεύει τους απασχολούμενους στον εν λόγω τομέα (Eurofiet). Οι δύο αυτές οργανώσεις επιδιώκουν τον κοινωνικό διάλογο από το 1983. Το 1993, οι EuroCommerce και Eurofiet αναγνωρίστηκαν αμοιβαία ως κοινωνικοί εταίροι κατά την έννοια των άρθρων 3 και 4 της συμφωνίας για την κοινωνική πολιτική. Ο κοινωνικός αυτός διάλογος οδήγησε στην υπογραφή, το 1988, ενός υπομνήματος για την κατάρτιση στο λιανικό εμπόριο. Διάφορα σχέδια έχουν τεθεί σε εφαρμογή από τους κοινωνικούς εταίρους και έχουν υποστηριχθεί από επιδοτήσεις της Κοινότητας βάσει μιας διεθνικής εταιρικής σχέσης: για παράδειγμα, ένα σχέδιο στο πλαίσιο του προγράμματος FORCE σχετικά με την εξ αποστάσεως κατάρτιση των εργοδοτών και των εργαζομένων στο εμπόριο και ένα άλλο σχέδιο, με το όνομα ASSIST, σχετικά με την κατάρτιση διευθυντών των ΜΜΕ και νέων υπαλλήλων. Στις 18 Σεπτεμβρίου 1996 η Επιτροπή εξέδωσε μια ανακοίνωση σχετικά με την ανάπτυξη του κοινωνικού διαλόγου σε κοινοτικό επίπεδο.

θ. Στατιστικές

Χωρίς αξιόπιστες πληροφορίες, οι οικονομικοί φορείς μπορούν να λαμβάνουν αποφάσεις μόνο στη βάση υποθέσεων ή εκτιμήσεων, μια διαδικασία που οδηγεί σε ανισότητες μεταξύ των οικονομικών φορέων καθώς οι ΜΜΕ δεν έχουν τα μέσα να διεξάγουν έρευνες μεγάλης κλίμακας. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό για όσους ασχολούνται με το εμπόριο, είτε πρόκειται για οικονομικούς φορείς είτε για δημόσιες αρχές, να έχουν στη διάθεσή τους στατιστικές και οικονομικές αναλύσεις για τη διευκόλυνση της λήψης των απαραίτητων αποφάσεων και την ταχύτατη ανταπόκριση στις αναγκαίες προσαρμογές.

Η ποιότητα των στατιστικών πληροφοριών για το διανεμητικό εμπόριο δεν είναι επί του παρόντος αυτή που χρειάζεται για να έχουμε κάτι περισσότερο από μια γενική άποψη της κατάστασης και των τάσεων στη διανομή. Η ανάπτυξη, σε συνεργασία με την Eurostat, ενός πραγματικού ευρωπαϊκού συστήματος στατιστικών για το εμπόριο θα επιτρέπει την ανάλυση των οικονομικών δεδομένων σε κοινοτικό, εθνικό ή περιφερειακό επίπεδο. Είναι απαραίτητο να βελτιωθεί η διαθεσιμότητα αξιόπιστων, συγκρίσιμων και ενημερωμένων στατιστικών δίνοντάς τους προτεραιότητα και θέτοντάς τη στατιστική πληροφόρηση στη διάθεση των χρηστών, ιδίως των επιχειρήσεων, μέσω ευρωπαϊκών θεσμικών και ηλεκτρονικών δικτύων.

Κατά συνέπεια, για τη βελτίωση των στατιστικών πληροφοριών, ένα παράρτημα σχετικά με το "εμπόριο" ενσωματώθηκε στις προτάσεις ρύθμισης των στατιστικών διάρθρωσης των επιχειρήσεων που παρουσίασε η Επιτροπή στις 3 Απριλίου 1995⁵

⁵ ΕΕ C-146 της 13.06.95.

και αναμένεται να εγκριθούν από το Συμβούλιο. Παράλληλα, ένα παράρτημα στο σχέδιο κανονισμού για τις βραχυπρόθεσμες στατιστικές συζητείται τώρα με τα κράτη μέλη και θα προταθεί σύντομα στο Συμβούλιο. Οι επαγγελματίες έχουν υποστηρίξει την πρωτοβουλία αυτή στο πλαίσιο της ΕΕΔ: αν οι επιβαρύνσεις των επιχειρήσεων πρέπει να μειωθούν όσο γίνεται περισσότερο, κάποιες αξιόπιστες και λεπτομερείς στατιστικές είναι απαραίτητες στους οικονομικούς παράγοντες. Ορισμένες στατιστικές μελέτες έχουν εκπονηθεί και δημοσιευθεί από τη Eurostat σε συνεργασία με τη ΓΔ XXIII⁶. Έχουν εκπονηθεί μεθοδολογικά εγχειρίδια τα οποία διατίθενται στους εθνικούς στατιστικούς προκειμένου να υπάρχουν ακριβή και συγκρίσιμα στατιστικά στοιχεία στις διάφορες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

ι. Πρότυπα προγράμματα

Η Επιτροπή ενθαρρύνει τον εκσυγχρονισμό των εμπορικών επιχειρήσεων μέσω των πρότυπων προγραμμάτων COMMERCE 2000. Οι δράσεις αυτές, που υποστηρίζονται άμεσα από την Επιτροπή, επιδιώκουν την προώθηση της εμπορικής συνεργασίας μέσω της χρήσης των νέων τεχνολογιών, δίδουν σημασία στις βέλτιστες πρακτικές και παρέχουν βοήθεια στην επιλογή της σωστής τεχνολογίας, λαμβάνοντας υπόψη κάθε κατάσταση. Τα μέχρι τώρα αποτελέσματα έχουν δείξει τον αντίκτυπο των νέων τεχνολογιών στη διαδικασία της εμπορικής συνεργασίας, καθώς και τη σημασία της κατάρτισης που πρέπει να συνοδεύει τις αλλαγές.

ια. Διαρθρωτικές πολιτικές

Τα διαρθρωτικά ταμεία της ΕΕ που διατίθενται για διάφορους στόχους και σε διάφορες περιφέρειες δεν αποκλείουν τη δυνατότητα παρέμβασης στον τομέα του εμπορίου αν το κράτος μέλος ή η περιφέρεια θεωρεί ότι αυτό είναι ζωτικής σημασίας για την αναζωογόνηση μιας περιοχής. Πρέπει επίσης να υπενθυμιστεί ότι στο πλαίσιο των διαρθρωτικών ταμείων, ο στόχος της Επιτροπής είναι ένας στόχος εδαφικής ανάπτυξης: οι παρεμβάσεις αυτές υπέρ του εμπορίου πρέπει, επομένως, να συμπεριληφθούν μεταξύ των στοιχείων μιας σφαιρικότερης στρατηγικής ανάπτυξης ή μετατροπής που συνέπαγεται ολοκληρωμένες και προγραμματισμένες ενέργειες. Η Πορτογαλία, για παράδειγμα, έχει προβλέψει, από την πρώτη περίοδο προγραμματισμού των Διαρθρωτικών Ταμείων το 1988, αλλά ειδικότερα για την περίοδο προγραμματισμού 1994-1999, ένα μέρος του επιχειρησιακού προγράμματος σχετικά με τον εκσυγχρονισμό του οικονομικού πλέγματος να αφορά το εμπόριο και τις υπηρεσίες.

Οι κοινοτικές πρωτοβουλίες που συμπληρώνουν τα προγράμματα τα οποία εγκρίνονται από τα κράτη μέλη, είναι προγράμματα για ένα συγκεκριμένο τομέα ή θέμα που θα αποφέρουν πάνω από 140 εκατομμύρια Ecu στα κράτη μέλη από το 1994-1999. Ορισμένες πρωτοβουλίες αφορούν ιδιαίτερα το εμπόριο: η κοινοτική πρωτοβουλία υπέρ των ΜΜΕ (ιδίως το εθνικό πρόγραμμα που υποβλήθηκε από την

⁶ "Το λιανικό εμπόριο στην ευρωπαϊκή ενιαία αγορά του 1993" και "Το λιανικό εμπόριο στον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο", 1993 και 1995, EUROSTAT και ΓΔ XXIII.

Ισπανία περιλαμβάνει ειδικές ενέργειες υπέρ του εμπορίου και της διανομής), ADAPT, URBAN, LEADER και INTERREG.

Ένα άλλο παράδειγμα: στο πλαίσιο του νέου προγραμματισμού του Στόχου 2 (οικονομική μετατροπή των περιοχών που πλήττονται από τη βιομηχανική παρακμή) για την περίοδο 1997-1999, η Επιτροπή διαβίβασε στα κράτη μέλη κατευθυντήριες γραμμές και λεπτομερή στοιχεία όσον αφορά τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να ληφθεί υπόψη το λιανικό εμπόριο σε μια σφαιρικότερη πολιτική πολεοδομικής αναμόρφωσης και στην ανάπτυξη των υποβαθμισμένων περιοχών. Εγκαταστάσεις και συλλογικές υπηρεσίες που στοχεύουν στην ανάπτυξη τοπικών καταστημάτων μπορούν να τύχουν ενίσχυσης από τα Διαρθρωτικά Ταμεία σε περιοχές που βρίσκονται σε κρίση και οι οποίες χαρακτηρίζονται κυρίως από υψηλά επίπεδα ανεργίας και υψηλή ανασφάλεια. Θα μπορούσε επίσης να ληφθεί υπόψη η ανακαίνιση κτιρίων και υποβαθμισμένων εμπορικών κέντρων.

Λόγω της συμμετοχής του στην τοπική ανάπτυξη, το εμπόριο μπορεί να χρησιμοποιήσει τα Διαρθρωτικά Ταμεία για να βοηθήσει τον εκσυγχρονισμό του. Το θέμα αυτό αφορά την ευαισθητοποίηση των επικεφαλής επιχειρήσεων προκειμένου να προετοιμαστούν για τις επερχόμενες αλλαγές: τεχνική βοήθεια, παρουσίαση "πρότυπων" επιχειρήσεων, κτλ., δημιουργία δικτύων συνεργασίας και εταιρικής σχέσης των μικρών επιχειρήσεων οποιαδήποτε κι αν είναι η νομική μορφή τους - εκ των οποίων καμία δεν θεωρείται ανώτερη από τις άλλες (κεντρικά γραφεία αγορών, αλυσίδες καταστημάτων ή δίκτυα ενοποιημένης παρουσίας) - και εκσυγχρονισμός των καταστημάτων προωθώντας την ιδέα της διανομής υψηλής απόδοσης στο πλαίσιο του ανεξάρτητου οργανωμένου εμπορίου.

Επιπλέον, η ανάπτυξη της χρήσης νέων τεχνολογιών για τις υποδομές επικοινωνίας και τη διαχείριση των σημείων πώλησης, καθώς και τα προγράμματα κατάρτισης, που βασίζονται στην υποστήριξη για την προώθηση καινοτομιών και είναι προσαρμοσμένα στις ανάγκες των εμπόρων, μπορούν να ενισχυθούν μέσω των Διαρθρωτικών Ταμείων, όπως και η εφαρμογή χρηματοοικονομικών τεχνικών. Οι εμπορικές επιχειρήσεις προσφέρουν, όσον αφορά τη χρηματοδότηση, ελάχιστες πραγματικές εγγυήσεις και, προκειμένου να ευνοηθούν οι επενδύσεις, είναι αναγκαίο να υποστηριχθούν οι χρηματοοικονομικές τεχνικές όπως η ανάπτυξη ταμείων εγγυήσεων και ταμείων αλληλασφάλισης. Η πρόσφατη απόφαση της ΕΤΕπ να χρηματοδοτήσει το εμπόριο είναι ένα θετικό βήμα για την προώθηση της ανάπτυξης των εμπορικών ΜΜΕ. Εναπόκειται στα κράτη μέλη, ωστόσο, να προτείνουν επιχειρησιακά προγράμματα και να δεχθούν οποιεσδήποτε τοπικές ή περιφερειακές προτάσεις που συμπεριλαμβάνουν το εμπόριο.

ιβ. Υποστήριξη της κατάρτισης

Όσον αφορά την κατάρτιση, ένας σημαντικός αριθμός πρότυπων σχεδίων που έχουν υποστηριχθεί από την Κοινότητα στο πλαίσιο του προγράμματος LEONARDO DA VINCI⁷ είναι προς το άμεσο συμφέρον των ΜΜΕ στον τομέα του εμπορίου και της διανομής. Το πρόγραμμα αυτό έχει ως στόχο ειδικότερα την ενθάρρυνση της πρόσβασης για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και τους εργαζομένους των. Στο

⁷

ΕΕ L-340 της 29.12.94, σ. 8.

πλαίσιο της πρώτης πρόσκλησης για υποβολή προτάσεων που δημοσιεύτηκε το 1995, ξεκίνησαν πολλά πρότυπα σχέδια επαγγελματικής κατάρτισης στα οποία εμπλέκονται ΜΜΕ από τον τομέα του εμπορίου και της διανομής: για παράδειγμα, ένα διακρατικό σχέδιο που έχει ως στόχο να προλάβει τις συνέπειες των μεταβολών, που συμβαίνουν στον τομέα του εμπορίου και της διανομής, για τους απασχολούμενους σε θέσεις εργασίας που απαιτούν χαμηλή ειδικευση. Ένα άλλο πρότυπο σχέδιο επεδίωξε την ανάπτυξη ενός συστήματος επαγγελματικής κατάρτισης που απευθύνεται σε διευθυντές ΜΜΕ στον τομέα της αρτοποιίας.

Σχέσεις με τις χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης και τις τρίτες μη ευρωπαϊκές μεσογειακές χώρες

Ο εκσυγχρονισμός του εμπορίου στις χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης (ΧΚΑΕ) είναι σημαντικός για την προώθηση της οικονομικής ολοκλήρωσης των χωρών αυτών. Με πρόταση της Επιτροπής Εμπορίου και Διανομής, δημιουργήθηκαν τρεις επιτροπές επαγγελματιών το 1995 και επισκέφθηκαν τη Ρωσία, την Ουκρανία και την Ουγγαρία, για να εντοπίσουν τα βασικά προβλήματα που αντιμετωπίζει το εμπόριο και η διανομή των εν λόγω χωρών και να προσδιορίσουν τους τομείς στους οποίους οι επαγγελματίες και οι ομοσπονδίες τους θα μπορούσαν να τους παράσχουν βοήθεια. Το 1996 θα οργανωθούν νέες αποστολές σε συνδυασμό, στο μέτρο του δυνατού, με τα προγράμματα Phare και Tacis, ιδίως για συγχρηματοδότηση της κατάρτισης σε θέματα διοίκησης επιχειρήσεων και της τεχνικής υποστήριξης για την ανάπτυξη επιμελητείας των δομών διανομής προσαρμοσμένων στις τοπικές ανάγκες.

Μια παρόμοια μορφή δράσης θα μπορούσε να εφαρμοστεί για την ενίσχυση των ιστορικών δεσμών μεταξύ των συστημάτων διανομής των μεσογειακών παράκτιων κρατών. Τέτοιες ενέργειες για την κατάρτιση και την τεχνική υποστήριξη θα μπορούσαν να ενταχθούν στο πλαίσιο των αρχών που καθορίστηκαν στη "Διακήρυξη της Βαρκελώνης" η οποία εγκρίθηκε στην ευρωμεσογειακή διάσκεψη της 17ης-18ης Νοεμβρίου 1995.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε - ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΟΡΓΑΝΩΝ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ

Rue Belliard 97-113
B - 1047 Bruxelles

Διυπηρεσιακή ομάδα "Εμπόριο και Διανομή"

Πρόεδρος:	κ. Garosci
Αντιπρόεδρος:	κ. Gasoliba I Böhm
	κ. Lange
	κ. Secchi
	κα Thyssen

Τηλ.: 32-2- 284 25 96 (κ. Licandro - Γενικός γραμματέας)
Φαξ: 32-2- 284 90 36

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ

Rue Ravenstein, 2
B - 1000 Bruxelles

Διεύθυνση Α: Τμήμα βιομηχανίας

Μέλη της κατηγορίας "Εμπόριο"

κκ.	Andrade
	Folias
	Frerichs
	Giesecke
κα	Green
κκ.	Regaldo
	Stöllnberger

Τηλ.: 32-2- 546 95 98 ή 546 96 33
Φαξ: 32- 2- 546 97 57
ηλεκτρονικό ταχυδρομείο: Joao.PereiraDosSantos@Ces.be

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ

Rue Ravenstein, 2
B - 1000 Bruxelles

Τηλ.: 32-2-546 22 11
Φαξ: 32-2-546 28 96

ISSN 0254-1483

COM(96) 530 τελικό

ΕΓΓΡΑΦΑ

GR

02 10 08 06

Αριθ. καταλόγου : CB-CO-96-600-GR-C

ISBN 92-78-11748-X

Υπηρεσία Επισήμων Εκδόσεων των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων

L-2985 Λουξεμβούργο