

Parecer do Comité Económico e Social sobre a «Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social, ao Comité das Regiões e ao Banco Central Europeu — Aspectos práticos do euro: situação actual e acções a empreender»

(2001/C 155/11)

Em 19 de Setembro de 2000, a Comissão decidiu, nos termos do artigo 262.º do Tratado que institui a CE, consultar o Comité Económico e Social sobre a comunicação supramencionada.

Foi encarregada da preparação dos trabalhos relativos a esta matéria a Secção da União Económica e Monetária e Coesão Económica e Social, que emitiu parecer em 13 de Março de 2001. Foi relator U. Burani.

Na 380.ª reunião plenária (sessão de 29 de Março de 2001), o Comité Económico e Social adoptou, por 73 votos a favor e 1 voto contra, com 4 abstenções, o presente parecer.

1. Introdução

1.1. Aproximando-se a data da entrada em circulação de notas e moedas denominadas em euros, a Comissão entendeu que era útil fazer o ponto da situação com a Comunicação⁽¹⁾ de 12 de Julho de 2000, à qual se seguiu a Recomendação n.º 303/05, de 11 de Outubro de 2000. Entre as duas datas, a Comissão editou dois «Euro Papers»⁽²⁾ que completam o quadro e fornecem uma grande quantidade de informação importante.

1.1.1. Com o presente parecer, o Comité pretende contribuir — à luz da experiência e conhecimentos dos meios socioprofissionais nele representados — para uma avaliação objectiva dos problemas, apresentando propostas que, espera, possam ser úteis.

1.1.2. Parece sensato começar por examinar a Comunicação e os «Euro Papers», como base de reflexão, e depois a Recomendação, seguimento prático daquela.

1.2. O CES já abordou, por diversas vezes, os problemas práticos da introdução do euro. Chama a atenção, especialmente, para os seguintes pareceres:

— Parecer sobre o Livro Verde⁽³⁾;

— Implicações para o mercado (parecer de iniciativa)⁽⁴⁾;

— Aspectos práticos⁽⁵⁾.

O Comité considera que quase todas as reflexões e previsões anteriormente apresentadas, nestes e noutros pareceres, foram

confirmadas pelos factos. Ao mesmo tempo, não pode deixar de mencionar que se confirma a validade de algumas das sugestões que, embora não acolhidas, têm ainda hoje justificação.

2. Parte I — A Comunicação e os «Euro Papers»

2.1. A situação actual

2.1.1. As empresas

2.1.1.1. Muitas das grandes empresas — especialmente as multinacionais — já adoptaram o euro como moeda de conta e outras estão já em fase avançada de preparação. A Comissão esperava um efeito «bola de neve» ou de «porosidade»⁽⁶⁾ que não se produziu. O Comité tinha observado a este propósito⁽⁷⁾ que «a necessidade de constituir “uma interface” entre as actividades internas em moeda única e as, também internas, em moeda nacional poderá acarretar gastos acrescidos e suscitar complicações». Esta observação — inspirada na racionalidade das escolhas — é ainda válida e assim se manterá até final do ano 2001, devendo ser tida em conta na planificação das acções para o período que ainda nos separa da data de colocação em circulação do euro.

2.1.2. A racionalidade das escolhas do passado não justifica, de modo algum, nem a falta de percepção das consequências estratégicas da passagem ao euro nem, no plano prático, o atraso preocupante de muitas — demasiadas! — empresas na preparação para a introdução do euro: enquanto 60 % das grandes empresas deveriam ter completado a conversão até finais de 2001, mais de metade das PME estimam que não

(1) COM(2000) 443 final.

(2) N.º 38 e 41 de Agosto de 2000.

(3) JO C 18 de 22.1.1996, p. 112.

(4) JO C 56 de 24.2.1997, p. 65.

(5) JO C 73 de 9.3.1998, p. 130.

(6) Cf. Comunicação, ponto 1.a.

(7) JO C 18 de 22.1.1996, p. 112, ponto 6.5.1.

estarão prontas até 31 de Dezembro de 2001. A situação — se for real — é mais do que preocupante. A Comissão considera que existe o sério risco de se verificarem, no final de 2001, estrangulamentos nos recursos informáticos e contabilísticos. O Comité tinha chamado a atenção para este problema⁽¹⁾ e tinha convidado a Comissão a assegurar-se, em colaboração com a indústria informática, de que os meios de que esta dispunha lhe permitiriam respeitar os prazos fixados.

2.1.2.1. Contudo, a preparação informática é a fase final do processo de preparação administrativa, normalmente bastante longa mesmo nas empresas mais pequenas. O problema mais grave não é, por isso, a eventual falta de meios informáticos, mas, sim, o da falta de preparação sem mais. Se muitas das empresas não estivessem preparadas, estas empresas, incapazes de trabalhar na moeda com curso legal, representariam um risco para a colectividade — outras empresas e cidadãos consumidores. O risco é, por ora, apenas teórico, mas os Estados-Membros deveriam prestar toda a atenção a esta eventualidade: a par de preparar medidas preventivas deveriam preparar-se para reagir no caso de ocorrer.

2.2. Os cidadãos/consumidores

2.2.1. O acolhimento do euro por parte da maioria dos cidadãos/consumidores foi bastante morno e de qualquer modo significativamente inferior ao que se esperava antes da introdução do euro em Janeiro de 1999⁽²⁾. Talvez tenha contribuído para este desinteresse a desilusão do câmbio do euro em relação ao dólar, especialmente em 2000. O facto é que o número de pedidos de abertura de contas em euros foi mínimo e o mesmo se diga para os pagamentos em euros, se excluirmos as transacções de acções, que têm de ser expressas obrigatoriamente em euros. Os terminais de pagamento (50 % dos quais já preparados para trabalhar com as duas moedas) são muito pouco utilizados. De referir, por outro lado, que os investidores institucionais demonstraram um interesse pelo euro bem maior do que o cidadão/consumidor.

2.2.2. A Comunicação⁽³⁾, como o «Euro Paper»⁽⁴⁾, propõe que os proprietários de terminais sejam estimulados a acelerar a passagem à compatibilidade com o euro; em termos mais gerais, deseja uma discussão sobre os meios de encorajar os cidadãos a utilizarem mais activamente instrumentos de

pagamento. O documento atribui a quebra de interesse dos consumidores à reacção às elevadas tarifas bancárias sobre transferências financeiras na zona euro e a outras razões.

2.2.3. As razões invocadas pela Comissão para justificar a quebra de interesse não parece terem fundamento, pelo menos neste domínio: a abertura de contas e a utilização de terminais não têm nada a ver com as transferências internacionais, que aliás constituem uma parte mínima — 1 % — do total das transferências domésticas; as despesas bancárias (de que se falará mais adiante) são as mesmas para as transferências em moedas nacionais do espaço euro ou em euros e não parece que o volume global tenha diminuído. O Comité considera que as razões são outras, como melhor se explicará adiante.

2.3. A dupla afixação dos preços

2.3.1. A Comunicação⁽⁵⁾ afirma que a dupla afixação de preços está muito difundida na maior parte dos países, especialmente no sector da grande distribuição e nas empresas comerciais e de serviços de uma certa dimensão. Como era de prever, as excepções de maior relevo são as empresas de pequena dimensão a que faltam meios e conhecimentos adequados. Contudo, começam a surgir interrogações sobre a sua eficácia. Parece que o consumidor presta pouca atenção aos preços em euros. O Comité tinha previsto este resultado, no parecer sobre o Livro Verde⁽⁶⁾ tinha desaconselhado «fortemente a adopção de medidas que imponham a dupla indicação dos montantes» e tinha apontado soluções alternativas ou complementares, provavelmente mais eficazes.

2.4. A administração pública e as autarquias locais

2.4.1. As administrações públicas em geral, com algumas importantes excepções, parecem estar bastantes adiantadas na preparação da passagem ao euro. Parece não ser tão positiva a situação das autarquias locais que, muitas vezes, dão a impressão de terem subvalorizado a importância e as implicações do problema. Pelo menos é esta a conclusão que parece resultar do documento da Comissão⁽⁷⁾.

2.4.2. Pelo contrário, o esforço de comunicação com os cidadãos desenvolvido pelos Estados-Membros, as administrações públicas e, em certa medida, as autarquias locais, é verdadeiramente notável. As considerações do ponto anterior poderiam fazer crer que alguns poderes públicos tivessem dado prioridade aos programas considerados mais «fáceis» e «populares», ou seja, a comunicação directa com os cidadãos eleitores, antes de enfrentar os problemas mais complexos e mais técnicos reforma da própria administração.

(1) JO C 18 de 22.1.1996, p. 112, ponto 5.3.4.

(2) Ver «Euro Paper» n.º 38 de Agosto de 2000, ponto 2, p. 5 (versão inglesa).

(3) Ponto 2.a.

(4) Euro paper n.º 38.

(5) Ponto 2.c.

(6) JO C 18 de 22.1.1996, p. 112, ponto 6.1.5.

(7) Ponto B, 2, a.

3. A Comunicação

3.1. Na história da União Europeia nenhuma iniciativa foi objecto de tão grande empenhamento, em recursos e meios, como a adopção do euro. O empenhamento de todos — Comissão, Parlamento Europeu, Estados-Membros, Banco Central Europeu, Comité Económico e Social, Comité das Regiões, administrações públicas e entidades privadas — foi intenso, ciente, sem poupar esforços nem despesas. É um facto sem precedentes na história das moedas mundiais. No passado, ocorreram por várias vezes mudanças de moeda, que foram aceites como uma «fatalidade» da vida económica, sem excessivas «dramatizações», sendo delas exemplo a passagem da libra esterlina ao sistema decimal e, no Brasil, do cruzado ao real.

3.1.1. A Comissão desenvolveu um papel de coordenação, mas também de iniciativa, em múltiplas vertentes. A campanha «O euro, uma moeda única para a Europa» foi lançada em 1996 e está ainda a decorrer. Nos dois últimos anos gastaram-se 117 milhões de euros, dois terços dos quais através de acordos com os Estados-Membros. Foram atribuídos fundos para acções preparatórias (publicações, conferências, seminários, ensino nas escolas, etc.); a contribuição financeira dos Estados-Membros é pelo menos igual aos fundos atribuídos pela Comissão.

3.1.2. Foram atribuídos fundos a organizações «multiplicadoras» para o programa «Euro fácil» e para acções-piloto em cidades e regiões. Para um público mais «técnico», a Comissão organizou seminários nos maiores centros financeiros e 80 acções de natureza diversa em países terceiros. A isto acresceram ainda cursos de formação (geral e específica para grupos sociais «débeis»), seminários de formação, participação em exposições internacionais, publicações, documentos, a publicação periódica «InfEuro», kits, guias, vídeos e cartazes, para além de um sítio na Internet com uma base de dados interactiva. Pode dizer-se que nenhuma forma de comunicação ficou por explorar.

3.1.3. O Parlamento Europeu, por seu lado, atribuiu fundos a actividades análogas, por vezes com participação directa de alguns dos seus deputados, mas com mais frequência em colaboração com a Comissão e com os Estados-Membros.

3.1.4. Os Estados-Membros e as administrações públicas desdobraram-se em iniciativas gerais ou sectoriais, destinadas sobretudo aos cidadãos, às empresas e a camadas desfavorecidas da população. Não se dispõe ainda de dados precisos sobre a utilização dos fundos, mas é ponto assente que o esforço foi generalizado e desenvolvido com determinação.

3.1.5. O BCE, por sua vez, preparou o terreno para que o sistema financeiro europeu passasse ao euro em 1999 de forma perfeita. Para além da criação do sistema Target, que funcionou sem problemas desde o início, contribuiu para a definição de uma «política do euro» seja na zona euro, seja relativamente a países terceiros. A difícil tarefa de coordenar o trabalho dos bancos centrais nacionais na preparação das moedas e notas foi acompanhada de uma comunicação extremamente eficaz. De notar que o BCE reservou agora uma verba substancial (80 milhões de euros) para a publicação de brochuras com a reprodução das novas moedas e notas.

3.1.6. O Comité também não se subtraiu aos seus deveres para com a sociedade civil. Muitos dos seus membros lançaram, ou participaram, em iniciativas destinadas a informar cidadãos, organizações e organismos a nível nacional e internacional.

3.1.7. As entidades privadas responderam ao apelo da Comissão e dos governos conscientemente e sem poupar esforços. As organizações de consumidores dirigiram as suas acções, como é lógico, aos cidadãos-consumidores em geral e a camadas menos favorecidas, as organizações profissionais dirigiram-se principalmente aos seus membros, calculando-se que praticamente todas as empresas tenham recebido comunicação das suas organizações sectoriais. O sector financeiro (bancos em especial) informou todos os clientes — e o público em geral — através de brochuras (num total estimado de 300 milhões de exemplares), com publicação de balanços em euros e com comunicações em todos os impressos dirigidos aos clientes, repetidas em todas as oportunidades. A dupla afixação dos valores é uma prática quase universal.

3.2. Os resultados

3.2.1. O sector que, por força das circunstâncias, mais bem se adaptou ao euro foi o financeiro. Tendo de adoptar a moeda única para as transacções monetárias, financeiras e de valores mobiliários desde o início de 1999, e tendo experiência da abertura de contas em euros por uma parte, pequena mas significativa, da clientela, a conversão em euros de todas as operações até final de 2001 — ou mesmo antes — não apresenta especiais problemas, a não ser em volume de trabalho.

3.2.2. Pelo contrário, a fraca resposta das PME e dos cidadãos-consumidores, como se viu, é globalmente uma desilusão e em determinados aspectos preocupante. As sondagens do Eurobarómetro e de entidades privadas dão uma ideia da situação: uns nada sabem do euro ou se esqueceram, outros dizem que tratarão da questão no momento «certo», outros ainda põem em dúvida a adopção do euro.

3.3. Lições a tirar

3.3.1. Com excepção do sector financeiro, que tinha de se adaptar ao euro e daqueles que se aperceberam das vantagens imediatas (sobretudo grandes empresas e multinacionais) pode dizer-se que a experiência provou um princípio que os profissionais de *marketing* e de comunicação bem conhecem, o de que se podem influenciar os comportamentos dos indivíduos com a comunicação e outros meios, mas é quase impossível impor-lhes opções se não houver um interesse directo e imediato.

3.3.2. Quanto às empresas em particular, a Comunicação afirma que «é necessário envidar esforços em matéria de comunicação para informar os agentes quanto ao calendário exacto (...) e para os consciencializar da existência da data-limite de 31 de Dezembro de 2001 e da necessidade de acelerar os preparativos». O Comité considera que os «esforços em matéria de comunicação» se deveriam voltar sobretudo para as organizações sectoriais, as quais deveriam incumbir-se de lhes enviar uma mensagem cujos termos e forma elas conhecem melhor do que ninguém. Em geral, tais mensagens deveriam convidar os membros a consultar a documentação, que já existe em abundância, e a tomar atempadamente as medidas necessárias, sem o que as consequências serão assumidas inteiramente pelos que não cumprem. Cabe à Comissão e aos Estados-Membros a tarefa de manter informadas as organizações sectoriais sobre as modalidades práticas de passagem ao euro, mas são estas últimas que devem transmitir a comunicação aos seus membros. Em conclusão, o Comité considera inaceitável o recurso a dinheiro público europeu para financiar campanhas directas no mundo empresarial. Cada Estado-Membro poderá decidir — em circunstâncias que o Comité espera que sejam excepcionais, conceder ajuda financeira a organizações nacionais especialmente débeis.

3.3.3. Quanto aos cidadãos-consumidores, deve fazer-se uma análise equilibrada e serena, não influenciada por considerações estranhas ao problema. A Comissão⁽¹⁾ verifica que a maior parte dos cidadãos recebeu alguma informação mas parece estar a esquecê-la. Após a massiva publicidade que coincidiu com o lançamento do euro, verificaram-se no público níveis encorajadores de interesse, conhecimento e apoio ao euro. A maior parte das sondagens recentes mostram que, com algumas notáveis excepções, tudo diminuiu progressivamente e as pessoas tendem a esquecer o que aprenderam. Isto confirma um princípio elementar da psicologia de massas: uma mensagem que não tem interesse directo e imediato tende a ser ignorada e esquecida.

3.3.4. A única faixa de consumidores que parece ter um conhecimento superior à média é a dos clientes dos bancos,

especialmente a mais evoluída (mas não necessariamente a mais rica). Isto mesmo confirma a validade das observações do Comité⁽²⁾: «a divulgação da mensagem deverá ficar ao cuidado principalmente das empresas, em especial do sector bancário, pela simples razão de a mensagem delas ser a única que se reveste de interesse concreto e directo para os consumidores».

3.3.5. Em conclusão, a experiência revelou a deficiência das hipóteses baseadas apenas em teorias. Para além do previsível resultado da dupla afixação de preços revelou-se também infundada a presunção do Livro Verde de que a concorrência levaria os operadores privados a oferecer serviços em euros que trariam grandes benefícios aos consumidores.

3.3.5.1. O Comité tinha prevenido contra certas estimativas infundadas. Já no referido parecer afirmava que a abertura de contas em euros (e o consequente utilização de serviços nessa moeda) constituiria apenas um artifício contabilístico destinado a habituar o consumidor a trabalhar com a nova moeda, mas sem nenhuma utilidade prática⁽³⁾. Só agora se reconhece que apenas 1 % dos consumidores abriram contas em euros. As mensagens, tecnicamente impecáveis, talvez tenham descurado o princípio mencionado no ponto 2.2.1 de que as recomendações caem em saco roto se o consumidor não tiver interesse directo e imediato.

3.3.6. Seria de retomar agora com renovado vigor a campanha de informação. O Comité recomenda vivamente que ela se limite às modalidades técnicas da passagem às moedas e notas em euro, à conversão das contas, à troca das divisas, etc. sem a onerar com outros aspectos. Um pequeno número de conceitos simples é mais fácil de reter. Sobretudo deve «desdramatizar-se» o facto e explicar-se que a conversão é acessível a todos, com um mínimo de diligência. Deve abrir-se uma excepção para as camadas de cidadãos mais «débeis» (cegos, pobres, analfabetos ou semi-analfabetos, residentes em regiões isoladas), para os quais será necessário adoptar meios e formas de comunicação adequados.

3.3.6.1. A campanha de informação, por outro lado, não deveria ser «europeia» mas confiada principalmente aos Estados-Membros. Só estes conhecem as características do seu meio, a mentalidade dos seus cidadãos, a abordagem a adoptar

(1) «Euro Paper» n.º 38, ponto 2.2, p. 10.

(2) JO C 18, de 22.1.1996, p. 112, ponto 8.2.3.

(3) Ibidem, 5.3.13.

em relação a situações nacionais ou locais específicas; em especial, deveriam procurar fazer chegar as informações necessárias às zonas geográficas e aos estratos sociais a que a comunicação de massa dificilmente chega.

3.3.6.2. Uma outra recomendação respeita aos prazos de actuação. A campanha deveria ser preparada com antecedência, mas lançada apenas nas proximidades, no último trimestre de 2001. Começar antes significaria correr mais uma vez o risco revelado pelos inquéritos de que a informação demasiado precoce é esquecida.

3.3.6.3. Como foi dito no caso das empresas, também a comunicação aos cidadãos deverá recorrer ao dinheiro público apenas se e quando as iniciativas espontâneas dos meios de comunicação ou de privados não atingirem o objectivo. A Comissão, e ainda mais os Estados-Membros, deveriam ter o quadro da situação nos diversos sectores: privados, empresas, entes públicos, e preparar eventuais acções de «preenchimento do vazio». É necessário por isso, evitar sobrepor e duplicar intervenções.

3.3.6.4. Sobretudo, é necessário resistir à tentação de combinar duas mensagens, uma técnica e outra política, esta última sobre os benefícios trazidos pelo euro. Nalguns casos, esta conjugação pode ser julgada útil, mas a decisão sobre se e como transmitir a mensagem deve caber aos Estados-Membros, o que é mais uma justificação para campanhas «nacionais» e não «europeias».

3.3.7. O Comité espera que nas campanhas preparatórias da introdução do euro se tenha em conta uma sugestão que por várias vezes formulou e que, até agora, parece ter sido feita em vão. O Comité recomendara⁽¹⁾ que as campanhas de informação sobre as modalidades práticas de passagem ao euro chamassem a atenção para a vantagem de uma ampla utilização dos cartões de pagamento que tornam os cálculos de conversão automáticos e eliminam o cálculo dos trocos. Este aspecto deveria ser sublinhado em todas as mensagens, especialmente as do sector bancário e do comércio. Se os cálculos parecem complicados ou não se confia nos efectuados pela outra parte, utilizem-se os cartões sempre que possível.

3.3.8. Uma observação que o Comité considera de grande importância respeita ao «tom» da comunicação. As campanhas precedentes tinham como objectivo apresentar as vantagens do euro, estimulando os destinatários a prepararem-se. Deve passar-se a apontar a urgência e a obrigatoriedade da passagem ao euro. Os destinatários da mensagem devem compreender

que o tempo urge e que quem não se adaptar — aprendendo e ou tomando medidas adequadas — terá os problemas próprios de quem se encontra «fora do sistema». Em conclusão, aplica-se o princípio do Direito Romano de que «a ignorância da lei não aproveita a ninguém», (*ignorantia legis non excusat*) um princípio base de todas as ordens jurídicas. Uma mensagem «forte» mas cortês, destinada a lembrar aos destinatários o seu dever de cidadãos para com a colectividade, protegendo, ao mesmo tempo, os seus próprios interesses, vale mais do que muitos convites e exortações feitas quase em tom de quem «pede desculpa pelo incómodo».

3.3.9. Um aspecto a ter em conta é o dos arredondamentos dos preços em euros que poderá suscitar dificuldades, sobretudo nos países que não estão, ou deixaram de estar, familiarizados com os «cêntimos» na sua moeda. Sendo certo que, em regime de mercado livre, os preços são fixados pelos vendedores, pode temer-se que uma tendência para o arredondamento por excesso provoque um aumento da inflação, ainda que a concorrência entre empresas actue como travão. Deveriam sensibilizar-se as empresas e organizações de consumidores para este problema, de modo, porém, a não dar ao assunto carácter conflitual.

4. A introdução das notas e moedas

4.1. Na Comunicação, a Comissão declara que o euro é a moeda mais segura em circulação. O Comité regista a declaração, mas adverte contra toda e qualquer complacência. As tecnologias estão tão evoluídas e os meios à disposição do crime organizado são tão grandes que não se pode «baixar a guarda». Os bancos centrais, o OLAF e a EUROPOL estão envolvidos num trabalho de defesa que a partir de agora não é fácil. Embora evidente e talvez já prevista, não parece inútil recordar a necessidade de coordenação com a Interpol, dado que o euro se destina a circular amplamente no resto do mundo.

4.2. A Comissão acrescenta que está satisfeita com a possibilidade de os distribuidores automáticos do comércio reconhecerem as moedas. Não se fala do reconhecimento das notas, até agora em uso em diversos países, especialmente nos parques de estacionamento e nas bombas de gasolina. Dado o elevado valor das notas em euro e das dispendiosas tecnologias necessárias para o seu reconhecimento, seria desejável que fosse desencorajado o uso de distribuidores que aceitam notas. Os distribuidores deveriam aceitar apenas moeda metálica e cartões de pagamento.

(1) JO C 73, de 9.3.1998, p. 130, pontos 5.4 e 5.4.1.

5. O combate à falsificação

5.1. O Comité regista a Decisão do Conselho de Maio de 2000 sobre o reforço da protecção do euro⁽¹⁾, com a recomendação aos Estados-Membros de prever penas eficazes, proporcionadas e dissuasivas para a falsificação e a utilização fraudulenta da moeda única. Por outro lado, verifica e lamenta que, mais uma vez, não foi acolhida a sua sugestão⁽²⁾ de incluir na decisão medidas análogas em matéria de prevenção e repressão da falsificação e do uso de meios de substituição de numerário como cartões, cheques e cheques de viagem.

5.2. A actual difusão destes meios de pagamento e o seu previsível aumento com a introdução do euro (em supermercados, nalguns países, os pagamentos com cartão já hoje representam 70 % a 80 % das receitas diárias) aconselham a proteger os meios de pagamento de substituição de numerário com medidas análogas — mesmo se proporcionalmente menos severas — às adoptadas para a moeda oficial.

5.2.1. Tais medidas deveriam ser tomadas na perspectiva da protecção dos interesses dos cidadãos e, ainda mais, na da luta contra a criminalidade organizada. Ter incidido apenas na protecção da moeda oficial revela uma visão estreita da protecção do interesse público, limitada ao Estado enquanto tal. O interesse colectivo (defesa dos cidadãos e luta contra o crime organizado) é igualmente importante em termos económicos, mas sobretudo sociais. O Comité confia numa intervenção urgente da Comissão para que sejam adoptadas medidas apropriadas.

5.3. A falsificação e utilização fraudulenta da moeda oficial e dos meios de pagamento inscreve-se na questão mais geral da luta contra a criminalidade organizada, abordada em parecer do Comité⁽³⁾. Nele se solicitava aos Estados-Membros que procedessem com urgência à reorganização das suas estruturas e regulamentações para obter uma coordenação eficaz das acções de combate ao crime. A Comissão propôs um regulamento sobre esta matéria, limitado contudo à falsificação do euro, mas a sua aprovação parece estar a ser retardada por obstáculos absolutamente injustificados, dada a urgência e importância da questão.

(1) Ver também as medidas relativas à constituição de um «steering group» (grupo director) para uma estratégia institucional entre a Europol e o Banco Central Europeu (Comunicado de imprensa conjunto, 24.3.2001).

(2) JO C 18 de 22.1.1996, p. 112, pontos 7.13 e 7.14.

(3) JO C 268 de 19.9.2000, p. 48.

6. Os planos nacionais e a substituição de numerário

6.1. O período imediatamente a seguir a 31 de Dezembro de 2001 é talvez a fase mais delicada da «operação euro» pois envolve, para além dos sectores profissionalmente preparados, o conjunto dos cidadãos, incluindo faixas da população das quais não se pode esperar um conhecimento perfeito das regras e dos procedimentos. Cada Estado-Membro previu medidas adequadas, que presumivelmente têm em conta as necessidades e hábitos de cada país.

6.2. Quanto à distribuição antecipada de notas e moedas, cada Estado-Membro adoptou a sua política. Para o comércio e para as empresas de serviços, especialmente as localizadas em zonas periféricas, o maior problema é o de dispor, desde o primeiro dia, de fundos suficientes para dar trocos em euros aos clientes e habituar o pessoal a manejar a nova moeda. Para o grande público, pelo contrário, o mais importante é habituar-se a reconhecer as diversas moedas e notas. Para tal deveriam bastar as reproduções inseridas em opúsculos e desdobráveis já em circulação ou que serão impressos e distribuídos oportunamente. Quanto a habituar-se a reconhecer a moeda falsa não é provável que o cidadão comum alcance um grau de competência que lhe permita distingui-la da moeda «boa».

6.3. Os sectores que vão ter mais necessidade de se defender das falsificações são o comércio e os serviços, os quais deveriam dispor, desde o primeiro dia, de aparelhos baratos mas eficientes, para reconhecer as contrafacções. É possível que medidas adequadas tenham sido adoptadas ou estejam em vias de o ser, mas o Comité não as conhece.

6.4. Dois problemas cruciais são o de evitar filas nos balcões dos bancos para obter a nova moeda a partir do primeiro dia e o de o comércio dever, na medida do possível, dar trocos em euros nos pagamentos em moeda nacional. Neste caso a comunicação deve ter um papel determinante — importa lembrar que a televisão é o veículo mais eficaz, convincente e barato para tal. Os cidadãos devem ser informados de que a moeda nacional pode ser usada sem problemas ainda durante algum tempo (dois meses em quase todo o lado); ser-lhes-ia, porém, útil — sem que seja uma obrigação — depositar em conta, no mês de Dezembro, todo o dinheiro que não seja indispensável para fazer face às despesas imediatas. Por outro lado, não haverá problema se o comerciante que no momento não disponha de euros lhes der o troco em moeda nacional. A mensagem deve por isso «desdramatizar» as supostas complicações e dificuldades, bastando que os cidadãos se empenhem em seguir as recomendações que lhes forem feitas. A este propósito, o Comité volta a chamar a atenção para a sua proposta — várias vezes formulada — de convencer os consumidores e o comércio a utilizarem intensivamente os meios electrónicos de pagamento, por serem os únicos que eliminam cálculos de conversão, verificações, dúvidas e o troco em numerário.

6.5. A conversão de moeda nos bancos, em quantidades razoáveis, será gratuita, mas convém a este propósito informar-se que apenas é gratuita a troca de moeda nacional, a estrangeira (notas) continua sujeita ao pagamento de comissões de processamento e remessa para o estrangeiro, nas condições vigentes e que não devem ser alteradas, salvo se para as diminuir. Deverá também precisar-se que a troca da moeda metálica estrangeira não é normalmente possível dado o custo excessivo da operação em relação ao valor. O problema tem relativamente pouca importância para os indivíduos; em alguns países estão a ser feitas campanhas convidando as pessoas a entregarem a obras de beneficência ou a institutos de investigação a moeda estrangeira que tenham em seu poder, iniciativas que merecem ser generalizadas.

6.6. Acerca do problema das conversões de valores «modestos» — melhor seria falar de montantes «razoáveis» — para as pessoas que não possuam conta, o sistema bancário deveria efectuar-las gratuitamente. Encarado correctamente, este tipo de conversão não deverá colocar problemas especiais. As pessoas que não têm conta dificilmente podem justificar a posse de grandes somas. O montante máximo deverá ser tal que não facilite o branqueamento de dinheiro pela criminalidade organizada. Esta poderia aproveitar a ocasião para converter dinheiro «sujo» através de uma série de pessoas que se apresentassem em diversos balcões declarando de cada vez não possuir conta.

6.6.1. Contra o que é mencionado no ponto anterior tem sido dito que, nalguns países, nem todos os cidadãos têm conta bancária (ou postal) e que muitos ainda guardam em casa importâncias elevadas. Não podendo pôr-se a hipótese de obrigar estes cidadãos a abrir uma conta ou conta de poupança bancária ou postal, mantém-se o problema de distinguir o dinheiro «lícito» do «ilícito» que só pode ser resolvido à luz da legislação já existente em matéria de branqueamento de capitais. Na maior parte dos países, tais leis prevêm que a posse de importâncias em liquidez acima de determinados limites deve ser justificada por pessoas devidamente identificadas. Qualquer derrogação a esta norma abriria a porta que a lei quis fechar aos branqueadores. O Comité recomenda que esta norma passe a ter aplicação geral.

6.7. Um aspecto que condicionará as modalidades práticas de conversão em euros do papel-moeda e da moeda metálica é o da logística. O grande público tem escasso conhecimento das somas em jogo, dos problemas de transporte, guarda, protecção, distribuição, recolha e destruição dos valores retirados de circulação. Os bancos centrais e os sistemas bancários nacionais estão a trabalhar desde há muito tempo para enfrentar os difíceis problemas que se apresentam, mas o Comité tem a impressão de que alguns não estão completamente resolvidos. Uma recomendação de diligência parece fora de questão e arriscar-se-ia a não fazer justiça ao profissionalismo daqueles que disso se ocupam. Contudo, o Comité

considera útil chamar a atenção para a possibilidade de que obstáculos práticos de última hora tornem impraticável alguma das medidas que hoje são consideradas razoáveis e úteis.

7. Parte III — A Recomendação

7.1. Como se disse na introdução, as informações e considerações da comunicação e dos «Euro Papers» têm conclusão lógica na Recomendação. O Comité adoptou uma exposição segundo o sistema análogo, comentando na mesma ordem os vários documentos, com a intenção de esclarecer melhor o seu pensamento e tornar mais compreensíveis os seus pontos de vista.

7.2. Artigo 1.º — As recomendações deste artigo «Informar os futuros utilizadores» respondem a uma lógica correcta de difusão «capilar» da informação e o Comité não pode deixar de estar de acordo chamando, porém, a atenção para as reservas e observações do precedente ponto 3. Recomenda em especial que se recorra em primeira linha às organizações sectoriais e aos bancos e acessoriamente, apenas quando for indispensável, aos Estados-Membros e às instituições públicas. Dado que as campanhas se dirigem a públicos e sectores nacionais não parece necessária a intervenção das instituições europeias. Tenha-se sobretudo em conta o que já foi globalmente dispendido; sem dispor ainda de dados, pode afirmar-se com certeza que nunca uma campanha de comunicação implicou «custos por contacto» tão elevados e resultados tão frustrantes.

7.3. Artigo 2.º — «Apoiar os cidadãos com vista à sua familiarização com o euro». Recomenda-se que os Estados-Membros, pelo menos no último trimestre de 2001, promovam a inversão da ordem de dupla afixação dos preços, colocando primeiro o preço em euro, em caracteres bem salientes, e depois o contravalor na unidade monetária nacional. A medida é razoável, mas não se devem ter demasiadas ilusões sobre a sua eficácia, que depende de o consumidor possuir já uma conta em euros; se, pelo contrário, tiver moeda nacional (em notas e moedas, ou em conta bancária) será levado a consultar o montante nessa moeda. Em termos gerais, não é seguro que esta medida consiga habituar o consumidor a efectuar as conversões, apenas a prática poderá confirmá-lo. Pode colocar-se a hipótese de que esse hábito será adquirido pelos consumidores mais conhecedores, os outros, os mais «débeis», deverão poder contar com o apoio dos fornecedores.

7.3.1. Em 2001, as administrações públicas e as empresas deveriam pagar os salários e as pensões em euros. Este facto poderia levar parte dos assalariados a converter em euros as suas contas bancárias, decisão positiva do ponto de vista da habituação à nova moeda. O Comité chama a atenção para o problema de, como é provável, apenas uma parte dos assalariados tomar esta decisão, situação em que será necessária a colaboração entre os que pagam os salários, os assalariados e

o sistema bancário para identificar na origem as importâncias a creditar em euros (para aqueles que já disponham de conta em euro) e as que devem ser convertidas em moeda nacional. Dada a dinâmica de abertura de novas contas, que certamente não serão abertas todas ao mesmo tempo, a permanente actualização dos ficheiros é um problema administrativo complexo.

7.3.2. O papel da televisão na difusão de jogos com prémios, de concursos, etc., poderia favorecer a difusão do euro melhor do que qualquer campanha de propaganda, bastando que, o mais depressa possível, se exprimisse o prémio vencido, ou a vencer, em euros em vez de na moeda nacional. O mesmo se diga das lotarias, apostas, etc. O assunto pode parecer frívolo, mas o fim é sério e o Comité considera que valeria a pena ser considerado atentamente.

7.4. Artigo 3.º — «Fomentar a utilização do euro por parte dos agentes económicos». Propõe-se que no terceiro trimestre de 2001, o sistema bancário converta em euros, por sua iniciativa, as contas e meios de pagamento, salvo decisão expressa em contrário do cliente. Os extractos de conta deverão indicar todos os montantes em euros e o respectivo contravalor na unidade monetária nacional. Pretender-se-ia assim antecipar em pelo menos um trimestre a passagem obrigatória ao euro, medida que parte da clientela poderia acolher favoravelmente. Também uma parte do sector bancário poderia retirar daí vantagens para diluir o impacto da saturação no fim do ano, desde que os programas de conversão já adoptados o permitam. Mas não parece ser o caso para todas as instituições de crédito. Os Estados-Membros deveriam consultar as partes interessadas e evitar, de qualquer modo, tornar esta norma coerciva.

7.4.1. Em complemento do que acima se disse, o Comité chama a atenção para a correlação existente entre as disposições do artigo 2.º e as do artigo 3.º. Se os salários continuassem a ser pagos em moeda nacional até finais de 2001 — o que é provável para muitas empresas — os assalariados teriam de efectuar cálculos com duas moedas se as suas contas fossem obrigatoriamente convertidas em euro. O mesmo problema, em termos inversos, se coloca aos trabalhadores que recebem o salário em euros e têm conta em moeda nacional. Em termos gerais, seria desejável que o pagamento dos salários em euros e a conversão das contas se processassem em simultâneo. Esta medida, que não é simples, deveria ser adoptada após prévia consulta às partes interessadas — sindicatos, consumidores e bancos.

7.5. Artigo 4.º — «Reduzir o fluxo das operações a converter para o euro». Este artigo tem a plena aprovação do Comité. Os contratos, contratos públicos e o capital social das

novas empresas deveriam ser expressos em euros, sobretudo, talvez mesmo obrigatoriamente, se vigorarem para além de 31 de Dezembro de 2001. Medidas análogas deveriam ser adoptadas nas convenções entre parceiros sociais. Acerca da sugestão de incentivar os clientes a depositar no banco, no mês de Dezembro, todo o numerário que não seja imediatamente necessário, o Comité já se pronunciou expressamente a favor⁽¹⁾.

7.5.1. Uma medida acessória, destinada a diminuir o fluxo das operações de conversão em euros, poderia ser a adopção de uma disposição que já foi tomada há algum tempo por alguns Estados-Membros para outros fins: a proibição de pagar em notas e moedas os ordenados e as pensões, substituindo-as por transferências bancárias ou postais. Para além dos benefícios em termos de conversão em euros, haveria o de desencorajar os roubos de pessoas, bancos e postos de correio, e paralelamente de combater o trabalho clandestino. Alguns pronunciaram-se contra a obrigatoriedade de tal medida — que não parece ter causado problemas em diversos países. O Comité considera que, mesmo que não se entenda recorrer à obrigatoriedade, valeria a pena pelo menos recorrer a todos os meios para dificultar o pagamento dos salários e das pensões em numerário.

7.6. Artigo 5.º — «Facilitar a transição para o euro fiduciário». As medidas previstas neste artigo foram comentadas no ponto 6 deste parecer. O Comité exprime a sua concordância mas chama a atenção para eventuais obstáculos logísticos⁽²⁾ (ponto 6.7), para a necessidade de prevenir o branqueamento de capitais⁽³⁾ (ponto 6.6) e de se proteger de fraudes e falsificações⁽⁴⁾ (pontos 5.2 e 6.2). Refira-se, nomeadamente, que a substituição do numerário pela moeda fiduciária (especialmente os cartões de pagamento) é já hoje desejada pelo comércio, independentemente da passagem ao euro. Os consumidores são convidados explicitamente a pagar com cartão em caso de greve dos transportadores de fundos, contudo a redução dos stocks de notas e moedas é já uma necessidade, mesmo em período normal.

8. Conclusões

8.1. O Comité está de acordo com a necessidade de uma campanha de informação multimédia — principalmente televisiva — tendo em vista a conversão em euros das moedas nacionais, mas recomenda que seja feita em devido tempo, com o menor dispêndio possível de dinheiro público nacional e sobretudo com uma participação mínima de dinheiro comunitário: no plano prático cada país é responsável pela sua política de comunicação.

⁽¹⁾ Cf. ponto 6.4.

⁽²⁾ Ponto 6.7.

⁽³⁾ Ponto 6.6.

⁽⁴⁾ Pontos 5.2. e 6.2.

8.2. Na mesma linha de pensamento, a mensagem «política» sobre as vantagens do euro e os benefícios que ele trará à Europa deve ser deixada às administrações nacionais, as únicas a poder julgar a oportunidade e os modos de transmissão das mensagens bem como a sensibilidade dos cidadãos.

8.3. Os problemas práticos associados à passagem à moeda única são múltiplos, mas não devem ser dramatizados nem na prática nem na comunicação aos cidadãos. Estes últimos devem colaborar com os comportamentos e com a aplicação das recomendações: absterem-se de deter e trocar grandes somas em notas e moedas, evitar as filas para obter nova moeda, abrir contas bancárias ou postais quando ainda o não tenham feito, utilizar cartões de pagamento em todas as ocasiões possíveis.

8.4. O sistema bancário e o comércio terão um papel central: o primeiro, na conversão das contas e de todas as

operações e, no plano logístico, no receber, armazenar e distribuir a nova moeda; o segundo, em recolher a moeda nacional dos clientes, enviá-la para os bancos e, quando necessário, dar troco em euros. Tudo isto abrange aspectos relativos ao fornecimento antecipado de moedas e notas com os consequentes problemas logísticos, de segurança e de cálculo de juros.

8.5. O Comité, consciente de que a matéria é da competência das autoridades nacionais e objecto de delicadas negociações, não tenciona pronunciar-se sobre ela. Os problemas logísticos devem ser resolvidos por quem é por eles responsável, inclusivamente em função da duração do período de dupla circulação da nova e da velha moeda. A este propósito, o Comité chama a atenção para o facto de que os problemas logísticos serão tanto mais importantes quanto menor for a duração do período de dupla circulação.

Bruxelas, 29 de Março de 2001.

O Presidente

do Comité Económico e Social

Göke FRERICHS

Parecer do Comité Económico e Social sobre «Discriminação salarial entre homens e mulheres»

(2001/C 155/12)

Em 21 de Setembro de 2000, o Comité Económico e Social decidiu, de acordo com o disposto no n.º 3 do artigo 23.º do Regimento, elaborar um parecer sobre «Discriminação salarial entre homens e mulheres».

Incumbida da preparação dos correspondentes trabalhos, a Secção de Emprego, Assuntos Sociais e Cidadania emitiu parecer em 7 de Março de 2001, tendo sido relatora Susanna Florio.

Na 380.ª reunião plenária de 28 e 29 de Março de 2001 (sessão de 28 de Março), o Comité Económico e Social adoptou por 99 votos a favor, um voto contra e 1 abstenção, o presente parecer.

1. Introdução

1.1. O direito à igualdade de remuneração está consagrado na legislação comunitária desde as suas origens, na medida em que o artigo 119.º do Tratado de Roma de 1957 dispõe que os Estados-Membros assegurarão a aplicação do «princípio da igualdade de remuneração entre trabalhadores masculinos e femininos por trabalho igual».

1.1.1. Posteriormente, a Directiva 75/117/CEE relativa à aproximação da legislação dos Estados-Membros sobre a aplicação da igualdade de remuneração entre trabalhadores masculinos e femininos afirma a necessidade de igualdade de remuneração por trabalho igual ou de valor igual.

1.1.2. O Tratado de Amsterdão, no artigo 141.º, que altera e substitui o artigo 119.º, dota o Conselho de uma base jurídica que lhe permite adoptar medidas para assegurar o princípio de igualdade de remuneração.

1.1.3. Outras directivas contribuirão, indirectamente, para consolidar este direito na União Europeia (1).

(1) Entre as mais importantes cabe citar a Directiva 76/207/CEE (acesso ao trabalho, à formação e promoção profissionais e condições de trabalho); Directiva 79/7/CEE, Directiva 86/378/CEE e 96/97/CE (sobre segurança social).