Yttrande från Europeiska ekonomiska och sociala kommittén om ”Meddelande från kommissionen till Europaparlamentet, rådet, Europeiska ekonomiska och sociala kommittén samt Regionkommittén – Att skapa en europeisk handlingsplan för handel och distribution”

COM(2013) 36 final

(2013/C 327/05)

Föredragande: **Daniela RONDINELLI**

Den 18 mars 2013 beslutade Europeiska kommissionen att i enlighet med artikel 304 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt rådfråga Europeiska ekonomiska och sociala kommittén om

"*Meddelande från kommissionen till Europaparlamentet, rådet, Europeiska ekonomiska och sociala kommittén samt Regionkommittén – Att skapa en europeisk handlingsplan för handel och distribution*"

COM(2013) 36 final.

Facksektionen för inre marknaden, produktion och konsumtion, som svarat för EESK:s beredning av ärendet, antog sitt yttrande den 27 juni 2013.

Vid sin 491:a plenarsession den 10–11 juli 2013 (sammanträdet den 10 juli) antog Europeiska ekonomiska och sociala kommittén följande yttrande med 174 röster för, 1 röst emot och 3 nedlagda röster.

1. **Slutsatser och rekommendationer**

1.1 Europeiska ekonomiska och sociala kommittén (EESK) stöder det övergripande synsättet i handlingsplanen och har redan uttryckt sina åsikter om många av de 11 föreslagna åtgärderna. Dessa behöver dock tid och stöd av olika slag – även ekonomiskt – för att kunna genomföras

1.2 EESK anser att det finns risk för att vissa av åtgärderna antingen inte vidtas alls eller inte kan genomföras fullt ut eftersom ingen hänsyn tas till den ekonomiska krisens effekter inom sektorn, särskilt inte i de länder som har drabbats hårdast av åtstramningsåtgärderna.

1.3 EESK anser att man vid genomförandet av handlingsplanen bör beakta och värdesätta den mångfald som ofta finns i små och medelstora företag samt mikroföretag.

1.4 EESK välkomnar förslaget om att inrätta en ständig arbetsgrupp för konkurrenskraft inom detaljhandeln och ser gärna att arbetsmarknadens parter på EU-nivå samt företrädare för konsumentorganisationer och för de små och medelstora företagens organisationer ingår i denna.

1.5 EESK rekommenderar att konsumenterna får tillgång till relevant och sanningsenlig information som de verkligen kan ta till sig. Informationen ska tillhandahållas i ett format som innebär att den bli kort, koncis och lättbegriplig (där tekniskt och juridiskt språk undviks).

1.6 EESK rekommenderar att man stimulerar medlemsstaterna att fastställa vilka delar av detaljhandeln som kan anses falla under allmänintressen (på det sociala och kulturella området) i enlighet med tjänstedirektivet.

1.7 EESK anser att företagen bör stimuleras att integrera sin verksamhet online och offline. I dagsläget fokuserar företagen ofta på en av dessa verksamhetstyper. En ökad integrering skulle minska problemen med reglerna rörande tider och dagar för öppethållande.

1.8 Den extrema koncentrationen inom distributionssektorn medför flera olika problem, däribland svårigheter att skapa verklig konkurrens.

1.9 EESK anser att missbruket av systemet med internprissättning (transfer pricing) där priserna på transaktioner inom samma företagskoncern fastställs utifrån en bedömning av koncernens skattebehov i stället för normala marknadsförhållandena, måste hanteras på EU-nivå, vilket vi också har föreslagit i ett tidigare yttrande ([1]).

1.10 EESK rekommenderar att man försöker nå hållbarhet inom handeln och minskat avfall, bl.a. genom att främja dispenserbaserade system som innebär färre förpackningar och därmed minskad miljöförstöring.

1.11 Kommissionen bör använda sig av alla de instrument som kommissionen har tillgång till för att aktivt sträva efter innovation och förändring. Konkurrens är visserligen en förutsättning för förändringar men kan i sig inte skapa någon förändring.

1.12 EESK anser att efterfrågan på kompetens måste matchas med den kompetens som faktiskt finns hos arbetstagarna. Företagens delaktighet ska dock inte bara begränsas till utbildningsinsatsernas innehåll, utan bör även omfatta riktade investeringar.

([1]) EESK:s yttrande om "Skatte- och finansparadis", punkterna 3.25 och 3.26, EUT C 229, 31.7.2012, s. 7.

1.13 Mot bakgrund av erfarenheterna från European Skills Council for Commerce uppmanar EESK medlemsstaterna att inrätta bilaterala organismer för arbetsmarknadsparterna för utveckling av yrkesutbildning (kompetensmatchning, utbildningsplaner, finansiering, kartläggning av fortbildningsbehov, samt genomförande och utvärdering av utbildning).

1.14 EESK stöder kommissionens initiativ att inleda en dialog med alla berörda parter för att fastställa effektiva åtgärder på EU-nivå i syfte att bekämpa den informella ekonomin samt svart och odeklarerat arbete. EESK tror att det finns en stark politisk vilja bland medlemsstaterna som kommissionen skulle kunna mobilisera med hjälp av ett stärkt partnerskap.

2. **Att skapa en inre marknad för handel och distribution**

2.1 I handlingsplanen föreslås fem prioriterade områden och elva åtgärder inom ramen för Europa 2020-strategin som bör genomföras senast 2014, så att en inre marknad för handel och distribution kan skapas. Kommissionen ska övervaka handlingsplanen, och 2015 ska en rapport läggas fram om de framsteg som har gjorts.

2.2 Handel och distribution är viktigt för att stimulera tillväxten och skapa arbetstillfällen och innovativa och mer hållbara konsumtionsmönster. Sektorn står för 11 % av BNP och nästan 15 % av sysselsättningen, vilket motsvarar cirka 36 miljoner anställda i mer än 6 miljoner företag. Detta motsvarar i sin tur 29 % av alla företag, varav många är små eller medelstora företag eller mikroföretag.

2.3 Handlingsplanen visar att handel och distribution blir alltmer integrerade i andra ekonomiska sektorer och att gränserna mellan dem håller på att suddas ut. I handlingsplanen betonar man att det fortfarande finns hinder för en effektiv, konkurrenskraftig och integrerad inre marknad för handel och distribution. Konkurrenskraften och produktiviteten inom denna sektor måste stärkas och de ekonomiska, sociala och miljömässiga resultaten förbättras, samtidigt som hänsyn ska tas till mångfalden i allmänhet och situationen för små och medelstora företag samt mikroföretag i synnerhet.

2.4 EESK påpekar att många små och medelstora företag inom detaljhandeln håller på att försvinna, trots de moderniseringsansträngningar som gjorts inom sektorn de senaste 20 åren. Orsaken till detta är inte bara ökad priskonkurrens och urholkade vinstmarginaler, utan även den ekonomiska krisen, som har lett till en betydande nedgång i konsumtionen och minskad köpvilja.

2.5 Finanskrisen, stigande råvarupriser, en åldrande befolkning och tekniska innovationer (t.ex. e-betalningar och handel via självskanning) innebär att förfarandena och affärsmodellerna inom såväl den storskaliga detaljhandeln som de små och medelstora företagen genomgår radikala förändringar.

2.6 EESK välkomnar förslaget om att inrätta en ständig arbetsgrupp för konkurrenskraft inom detaljhandeln (där medlemsstaterna, berörda aktörer samt små och medelstora företag finns företrädda) i syfte att sätta problemen inom denna sektor i fokus för den politiska debatten inom EU, identifiera utvecklingsmöjligheter, övervaka de framsteg som görs och utfärda rekommendationer. EESK anser att sektorns arbetsmarknadsparter på EU-nivå (UNI-Europa Commerce och EuroCommerce), som ända från slutet av 1980-talet har fört en konstruktiv social dialog, bör ingå i denna grupp, liksom företrädare för det civila samhället, i synnerhet konsumentorganisationer och organisationer som företräder små och medelstora företag.

2.7 EESK uppmanar kommissionen och medlemsstaterna att stimulera och främja alla rättvisa och balanserade former av samarbete och handelssammanslutningar mellan olika fristående företag och mellan större detaljhandelsföretag och fristående företag utifrån avtal med tydliga och väl avvägda garantier.

3. **Ökat konsumentinflytande (åtgärderna 1 och 2)**

3.1 Rättigheter existerar egentligen bara om de utövas, och för detta krävs att man känner till dem. Information är inte detsamma som kunskap, som är konsumenternas viktigaste rättighet eftersom kunskap ger möjlighet att göra sådana val som ger välbefinnande och såväl individuell som kollektiv nytta. I samband med många konsumtionsval finns i dag en ansenlig mängd information att ta del av.

3.2 Ett av de största problemen inom sektorn för närvarande är marknadsföringen inom den storskaliga detaljhandeln där man i princip helt fokuserar på priset ut till konsumenten och ignorerar förhållandet mellan kvalitet och pris. I många medlemsstater har detta lett till sämre livsmedelskvalitet, bl.a. på grund av att naturliga ingredienser byts ut mot ersättningsämnen. Detta ger färre valmöjligheter för konsumenterna, eftersom man ofta skulle vara beredd att betala mer för en produkt av högre kvalitet men inte kan hitta någon sådan i affären.

3.3 Kunskap om produkten ger medborgarna möjlighet att göra medvetna inköp och därmed stimulera ett utbud som präglas av kvalitet, mångfald och service. Men mer information är inte detsamma som större kunskaper. Många gånger är det snarare tvärtom: Om det finns för mycket information väljer konsumenten ofta att inte läsa den, på grund av tidsbrist eller på grund av att språket är alltför tekniskt och svårbegripligt.

3.4 Förutom att utarbeta riktlinjer för god praxis samt uppförandekoder (åtgärd 1) [2], bör kommissionen även föreslå effektiva och bindande instrument för att producenter och distributörer ska underlätta för konsumenterna att få viktig information om deras produkter, tjänster och priser som har relevans för andra sociala, miljömässiga, territoriella och ekonomiska ändamål. All nödvändig information bör dessutom göras tillgänglig i ett kortfattat och lättbegripligt format. På så sätt kan konsumenterna själva avgöra vilken faktor de prioriterar och behöver inte basera sitt val enbart på marknadsföringsaspekter.

[2] Rapporten "Comparison Tools" presenterades vid den europeiska konsumentkonferensen den 18 mars 2013.

3.5 Saluföringssystemet genererar en stor mängd information som konsumenten kan använda sig av vid ett köpval, men denna information är ofta inriktad på köprelaterade aspekter och produktens omedelbara användning. Prioritet ges åt konsumenttillfredsställelse i ett initialt skede, medan man ignorerar de senare faserna i produktens livscykel (förpackningens återvinningsbarhet, produktens livslängd, tillgång till support och reservdelar, värdet vid en eventuell försäljning av produkten i begagnat skick och service efter köp).

3.6 Förutom att föreslå metoder för att mäta och meddela de övergripande miljökonsekvenserna av en produkt eller organisation (åtgärd 2) ([3]) bör kommissionen även arbeta för att kunskapsnivån hos konsumenterna förbättras så att de kan göra informerade köpval ([4]). Arbetet bör resultera i att tydlig information ges om följande faktorer:

— Produkternas och förpackningarnas återvinningsgrad.

— Den mängd förpackningsmaterial som krävs för att en förpackning ska kunna fylla sin grundfunktion (kunna transporteras, ge viktig information, möjliggöra förvaring, vara hygienisk och hålla en viss kvalitet under hållbarhetstiden) i förhållande till mindre nödvändiga funktioner.

— Produktions- och distributionskedjans förenlighet med bestämmelser om produktion, miljöskydd och arbetstagares rättigheter.

— Tillgång till service efter köp.

3.7 EESK föreslår därför att denna åtgärd genomförs på ett effektivt och realistiskt sätt för såväl konsumenterna genom att konsumentskyddet stärks som för företagen, särskilt de små och medelstora, genom att de vet hur de ska genomföra åtgärden i praktiken.

4. Ökad tillgång till konkurrenskraftiga och hållbara detaljhandelstjänster (åtgärderna 3–5)

4.1 I tjänstedirektivet anges att förbudet mot vissa krav inte ska omfatta "planeringskrav som inte rör ekonomiska mål utan tjänar överordnade syften som rör allmänintresset", och man anger även att direktivet inte påverkar "medlemsstaternas frihet att i enlighet med gemenskapsrätten definiera vad de anser vara tjänster av allmänt ekonomiskt intresse". Bland sådana "överordnade syften som rör allmänintresset" ingår enligt direktivet "bevarande av det nationella historiska och konstnärliga kulturarvet, socialpolitiska och kulturpolitiska mål".

4.2 Vissa former av detaljhandel är kännetecknande för kulturen och levnadssättet i ett visst område. Sådana handelsformer – men endast dessa – måste kunna konkurrera i ett system med liknande företag, där man ständigt strävar efter bättre kvalitet och högre effektivitet till förmån för konsumenterna. Att utsätta dessa företag för storföretagens aggressiva metoder innebär visserligen att man upprätthåller principerna för den fria marknaden, men samtidigt skulle ett kulturarv och ett sätt att leva gå förlorat för all framtid, något som även skulle innebära att samhället och området försvagas, inte minst ur ett ekonomiskt perspektiv.

4.3 Genom konkurrensen har detaljhandeln förbättrat kvaliteten på tjänsterna och produktionseffektiviteten. Det är viktigt att kommissionen skiljer mellan å ena sidan en sund konkurrens mellan företag av samma slag (vilket stimulerar en ständig strävan efter att förbättra kvaliteten och effektiviteten till förmån för konsumenterna) och olika typer av ekonomiska eller handelsrelaterade konflikter mellan olika företag å den andra.

4.4 Det är viktigt att det inom ett visst geografiskt område råder en sund konkurrens mellan företagen inom en viss sektor, oberoende av företagens storlek. Syftet med konkurrensen ska dock inte vara utslagning, utan snarare att företagen ska kunna sporra varandra till ständigt bättre resultat. Detta ger bättre tjänster, ett större sortiment, konsumentvänligare strukturer, fördelaktigare priser och en lokal identitet.

4.5 Om de stora kedjorna på grund av sin överlägsna ekonomiska styrka lyckas undergräva den traditionella handeln måste detta betraktas som en förlust, eftersom det förstör såväl ett kulturarv och ett sätt att leva som det ekonomiska och sociala nätet i en region eller ett samhälle, aspekter som är värdefullare än konsumenternas möjlighet att dra fördel av ett stort utbud och fördelaktiga priser.

4.6 När det gäller åtgärderna 3 och 4 bör kommissionen, i linje med tjänstedirektivet, uppmuntra medlemsstaterna att fastställa vilka detaljhandelstyper det eventuellt finns som kan göra att de socialpolitiska och kulturella målen kan nås. Kommissionen bör således verka för att den lokala traditionella och oberoende detaljhandeln ska anses utgöra ett allmänintresse i de fall där den kan anses vara ett uttryck för en regions särdrag. Man måste dock se till att nationella särintressen inte finns dolda bland sådana allmänintressen som t.ex. miljön och samhällsplanering. Kommissionen bör därför mycket tydligt ange vad som kan godtas som en regions allmänintresse, t.ex. genom att uppmana varje region/område att själv fastställa tre prioriterade intressen som ska vara vägledande vid bedömningen av nya handelsföretagsetableringar.

4.7 Näthandeln kan inte ersätta den fysiska detaljhandeln, men båda bör försöka finna nya sätt att komplettera varandra, särskilt med tanke på att detaljhandeln även har andra roller i samhället förutom att bara tillhandahålla varor och tjänster till förmånliga priser.

4.8 EESK uppmanar kommissionen att i samråd med medlemsstaterna och tillsammans med de små och medelstora företagens organisationer främja utbildningsinsatser inom små och medelstora företag när det gäller att integrera olika försäljningssätt som komplement till traditionell handel.

([3]) Kommissionens meddelande "Upprättande av den inre marknaden för gröna produkter" av den 9 april 2013.

([4]) Exempel på information som nu utgör kunskap: ursprunget och produktionskedjan när det gäller köttprodukter, den geografiska täckningen för mobiltelefoni samt nollutsläppsprodukter när det gäller livsmedelstransporter.

4.9 Utvecklingsmöjligheterna för näthandeln är svåra att förutse, eftersom de beror på hur denna typ av handel kommer att regleras av marknaden och myndigheterna. Kommissionen bör vidta och främja åtgärder som syftar till att förbättra sådana tjänster som inte avser försäljning, dvs. tjänster som inte direkt kan härledas till ett specifikt köp och som tillhandahålls av detaljhandeln offline.

4.10 I dag ger butikerna kunderna många tjänster gratis (t.ex. skyltfönster (fönstershopping)), vars kostnader täcks av försäljningsmarginalen. Av det skälet hindrar producenterna ofta onlineköp och tvingar kunderna att handla utanför nätet. Allt fler konsumenter tillämpar dock en modell där de handlar såväl på nätet (produkt- och prisjämförelser) som utanför nätet (för att känna på och prova varorna). EESK rekommenderar att man överger denna konkurrens mellan köp via respektive utanför nätet, och att man i stället främjar en integrering och förbättring av de tjänster som de traditionella butikerna erbjuder, eftersom butikshandeln skapar konkreta sociala relationer, något som är omöjligt på nätet. Det är således integration vi behöver, inte alternativa metoder.

4.11 På medlemsstatsnivå skiljer sig lagstiftningen åt vad gäller detaljhandelns dagliga öppettider och öppethållande på söndagar respektive nattetid. Denna lagstiftning diskuteras i många länder med hänvisning till konkurrensen mellan oberoende företag, små och medelstora företag och mikroföretag samt konsekvenserna för personalen. Kommittén vill uppmana kommissionen att försöka övervinna detta hinder för inre marknaden och den europeiska sociala modellen, bl.a. genom en integration av handeln via respektive utanför nätet.

5. **Handelsrelationer i hela leverantörskedjan för detaljhandeln (åtgärd 5)** ([5])

5.1 EESK anser att sektorn för handel och distribution är en av de mest koncentrerade. I varje medlemsstat kontrolleras marknaden av 3–5 företag, ofta multinationella. Detta medför ett stort problem för konkurrensen, eftersom den sektorn har blivit alltför stark i förhållande till leverantörerna, som är många fler till antalet

6. **Att utveckla en mer miljömässigt hållbar leveranskedja för detaljhandeln (åtgärder 6 och 7)**

6.1 EESK stöder åtgärd 6, som syftar till att stödja distributörerna i samband med åtgärder för att minska slöseriet med livsmedel ([6]) och välkomnar beslutet att ett meddelande om hållbar livsmedelshantering ska antas under 2013.

6.2 EESK stöder också kommissionens åtgärd 7, som syftar till att "göra leveranskedjan miljövänligare och mer långsiktigt hållbar" genom metoder som minskar energiförbrukningen och produktionen av förorenande material. Vad gäller sådana material föreslår kommittén att man främjar ett distributionssätt för masskonsumtionsvaror som bygger på dispenserbaserade system i stället för styckförpackade produkter. För att denna åtgärd, som syftar till att minska avfallsmängden, ska kunna genomföras i praktiken uppmanar EESK kommissionen att rådfråga alla berörda parter.

6.3 Denna metod tillämpas i dag i några situationer och för ett fåtal produkter, men skulle kunna tillämpas i mycket större utsträckning:

— Färre förpackningar. Om konsumenterna köper en refillprodukt avstår de från att köpa en ny behållare och kan i stället återanvända den som de redan har.

— Bättre hygien. En dispenser ger produkten ett effektivare skydd eftersom produkten inte vidrörs av någon annan än den som faktiskt köper den.

— Minskat slöseri. Tack vare ett dispenserbaserat system kan man dosera den mängd som man köper och på så sätt undvika att köpa produkter i behållare som inte motsvarar behovet, vilket leder till ett större slöseri.

— Bättre information om varumärkena. Dispensrar är generellt sett större än de vanliga produkterna och det ökade utrymme som därmed ges på förpackningen kan användas för att ge mer information än vad som är möjligt på mindre etiketter.

6.4 Detta system används i dag vid småskalig försäljning, t.ex. försäljning av färsk mjölk, och vid försäljning av fordonsbränslen används dispensersystemet redan i mycket stor omfattning. Produkten i sig är inte miljövänlig, men själva försäljningen genererar inte ett enda gram plast och orsakar inte något slöseri.

6.5 Systemet skulle leda till en förändring av hur försäljningsställena är utformade. De skulle behöva vara utrustade med påfyllningsrör från lager till butik eller åtminstone någon form av system för att fylla på dispensrarna. I vilket fall som helst skulle butikshyllorna bli mer dynamiska och levande.

6.6 För att det nya systemet ska bli riktigt framgångsrikt bör det främjas av de stora distributörerna som står för merparten av konsumtionsvaruförsäljningen, eftersom de har den kapacitet och de resurser som krävs för att genomföra en sådan genomgripande förändringsprocess. Även de små och medelstora företagen har här en nyckelroll att spela.

6.7 Kommissionen skulle kunna ta initiativ till en sådan förändring genom att öka medvetenheten om de samhälls- och miljömässiga fördelarna och använda alla till buds stående instrument – även ekonomiska och finansiella – för att främja och underlätta konkreta initiativ och projekt.

7. **Mer innovativa lösningar (åtgärderna 8–10)**

7.1 Återhämtningen inom den reala ekonomin sker även med hjälp av innovationer (åtgärd 8) inom denna sektor, och det är mycket viktigt att de små och medelstora företagen får ökad och lättare tillgång till bankkrediter för att kunna inleda projekt och verksamhet av innovativ karaktär.

([5]) EESK:s yttrande om "Otillbörliga affärsmetoder i leveranskedjan" (Se sidan 26 i detta nummer i EUT).

([6]) EESK:s yttrande om "Förebyggande och minskning av livsmedelsslöseri", föredragande Yves Somville, EUT C 161, 6.6.2013, s. 46.

7.2 Till skillnad från vad som varit fallet i USA måste företagens investeringar i innovation åtföljas av åtgärder för arbetstagarskydd och upprätthållande av arbetets kvalitet.

7.3 Kommissionen verkar förvänta sig att dessa förändringar uppstår som en följd av ökad konkurrenskraft inom detaljhandeln, och att ökad konkurrenskraft är det enda syftet med de åtgärder som föreslås i meddelandet. Även om bristande konkurrens hindrar förändring, är konkurrens i sig ingen garanti för förändring.

7.4 Kommissionen, som menar att detaljhandeln "både genererar och förmedlar […] innovation", är medveten om att de små och medelstora företagen inom detaljhandeln har en mer direkt konsumentkontakt och att de därför har större kunskap om de behov som uppstår och bättre kan anpassa utbudet till den föränderliga och varierade efterfrågan, eftersom de är mer flexibla än stora företag.

7.5 Vissa system- eller metodmässiga förändringar kräver dock en viss planeringsförmåga och framför allt en stark förhandlingsposition, vilket innebär att även de stora företagen måste vara involverade. Kommissionen bör göra allt för att få med alla företag – små, medelstora och stora – i innovations- och förändringsprocessen.

7.6 EESK välkomnar den databas som ska skapas för alla EU-bestämmelser och nationella bestämmelser om livsmedelsmärkning (åtgärd 9) ([7]).

7.7 EESK stöder kommissionens avsikter att verka för en bättre integration av marknaderna för kort-, internet- och mobilbetalningar (åtgärd 10) ([8]) och förutspår en ökning på detta område.

8. **Att skapa gynnsammare arbetsvillkor (åtgärd 11)**

8.1 Det är viktigt med kompetensmatchning för att kunna öka kvaliteten på arbetena ([9]) inom denna sektor, som ofta fungerar som en väg in på eller tillbaka till arbetsmarknaden och generellt sett inte betraktas som någon attraktiv eller intressant sektor som man vill satsa sin karriär på.

8.2 För att öka detaljhandelns konkurrenskraft och produktivitet är det viktigt att det finns en stark koppling mellan det yrkeskunnande som behövs och arbetstagarnas kompetens (åtgärd 11). De anställda måste få möjligheter att förbättra sina arbetsprestationer, också som svar på ökande automatisering.

8.3 Kommissionen avser att stärka samarbetet mellan arbetsmarknadens parter för att förbättra möjligheterna till vidareutbildning och omskolning, t.ex. inom ramen för det europeiska rådet för branschkompetens.

8.4 Trots de åtgärder som har vidtagits för teknisk innovation är produktiviteten inom sektorn fortfarande ganska låg, och små och medelstora företag har svårt att investera i ny teknik, innovation och vidareutbildning av sina anställda.

8.5 Man kan dock i handlingsplanen inte förbise det faktum att sektorn drabbas av social dumpning och otillbörlig konkurrens mellan återförsäljarföretag på den inre marknaden, oavsett deras storlek. Detta beror på att systemen för arbetsmarknadsrelationer och kollektivavtalsförhandlingar skiljer sig från land till land, något som ger upphov till olika utvecklingsmodeller och investeringsåtgärder.

8.6 En begränsande faktor i analysen är att den endast hänvisar till en matchning mellan den kompetens som behövs och den kompetens som finns tillgänglig och inte beaktar alla de problem som i dag utgör ett hinder för en integrerad och konkurrenskraftig europeisk inre marknad för denna sektor när det gäller arbetsvillkor, arbetsorganisation, låga löner, flexibilitet, osäkra anställningar och ett stort antal "falska egenföretagare".

8.7 I meddelandet föreslås investeringar på utbildningsområdet, och att regeringar, enskilda individer och utbildningssystemet bör ta ansvar för utbildningsinsatserna. Företagen uppmanas att spela en framträdande roll vid utarbetandet av nya program för studier, vidareutbildning och praktik. EESK anser att företagen inte bara ska delta i fastställandet av vilka behov som finns när det gäller vidareutbildning, utan att de själva även måste vara aktiva och investera i den kunskap som de behöver ([10]).

8.8 Sådana offentliga och privata investeringar, som samordnas inbördes, skulle inte bara hjälpa ungdomar att komma in på arbetsmarknaden, utan även de grupper i samhället som har mycket svårt att komma tillbaka in på arbetsmarknaden (långtidsarbetslösa, äldre arbetstagare, invandrare och personer med funktionshinder). Särskild uppmärksamhet bör ägnas åt sysselsättningen bland kvinnor, som är de som löper störst risk att förlora sina arbeten efter en omorganisation och som har det svårast att förena arbete och familjeliv.

8.9 Kompetensmatchning, stärkta partnerskap mellan skolor och företag samt praktikbaserade utbildningssystem kan inte ge de förväntade resultaten i fråga om arbetstagarnas rörlighet eller ökad produktivitet inom sektorn, om den inte åtföljs av ett erkännande inom hela EU av olika länders utbildningsbevis, praktikplatser, lärlingsplatser och förvärvad kompetens.

([7]) EUT C 198, 10.7.2013, s. 77 och EUT C 204, 9.8.2008, s. 47.
([8]) EUT C 351, 15.11.2012, s. 52.
([9]) 32 % av de anställda är obehöriga eller endast delvis behöriga, jämfört med ett genomsnitt på 27 %. 15 % av de anställda inom denna sektor är under 24 år, vilket ska jämföras med ett genomsnitt på 9 %. Vidare är 60 % av arbetstagarna kvinnor.

([10]) I vissa länder, t.ex. Italien och Frankrike, har stöd för utbildning inom olika yrkesgrupper inom bilaterala organ eller gemensamma kommittéer gett intressanta resultat.

8.10 Trots de ansträngningar som har gjorts på nationell nivå är svart och odeklarerat arbete fortfarande ett allvarligt problem som gör att företagen konkurrerar sinsemellan med olika villkor i fråga om arbetskraftskostnader. Arbetstagarna inom den informella ekonomin utestängs inte bara från hälso- och sjukvårdsförmåner och välfärdssystemet. De får inte heller någon möjlighet till vidareutbildning eller praktik, vilket helt klart får negativa konsekvenser för deras möjligheter att förbättra sin kompetens och sina yrkesfärdigheter.

8.11 EESK välkomnar kommissionens initiativ att inleda en dialog med alla berörda parter för att bedöma den informella ekonomins effekter på arbetsförhållanden och för att på EU-nivå fastställa effektiva åtgärder för att bekämpa den informella ekonomin. EESK anser att ju starkare politisk vilja medlemsstaterna kan mobilisera, desto effektivare skulle initiativet bli, och kommissionen skulle kunna samordna arbetet genom ett stärkt partnerskap.

8.12 EESK anser att det är viktigt att åtgärderna för att bekämpa svart och informellt arbete diskuteras regelbundet av arbetsmarknadens parter inom ramen för den europeiska sociala dialogen ([11]).

Bryssel den 10 juli 2013

Europeiska ekonomiska och sociala kommitténs ordförande

Henri MALOSSE

([11]) Gemensamt yttrande från UNI-Europa Commerce och EuroCommerce av den 24 april 2012.