



EUROPA-KOMMISSIONEN

Bruxelles, den 27/1/99
KOM(1999) 6 endelig udg

MEDDELELSE FRA EUROPA-KOMMISSIONEN TIL RÅDET, EUROPA-
PARLAMENTET, DET ØKONOMISKE OG SOCIALE UDVALG OG
REGIONSUDVALGET

HVIDBOG OM HANDEL

INDHOLD

INDLEDNING	1
I. BAGGRUNDEN FOR OG FORMÅLET MED DETTE DOKUMENT	2
II. EN ANALYSE AF SEKTOREN	3
A. Sektorens betydning	3
B. Tendenser og strukturelle ændringer	3
III. UDVIKLING AF EN STRATEGI FOR HANDELEN: DE CENTRALE SPØRGSMÅL	4
IV. STØRRE PRIORITEREDE AKTIONER	6
A. Øget anvendelse af politiske instrumenter, der kan støtte handelen	6
1. Bedre forståelse af sektoren	6
2. Ændringer i handelssektorens struktur: nye politiske udfordringer	7
B. Forbedring af det administrative, lovgivningsmæssige og finansielle klima	7
1. Forenkling af de administrative procedurer	7
2. Adgang til finansiering	9
3. Forbedring af dialogen mellem handelsvirksomhederne og deres partnere (arbejdstagere, forbrugere, kreditinstitutioner)	10
C. Styrkelse af konkurrenceevnen og fremme af iværksætterånden	12
1. Elektronisk handel	12
2. Samarbejde mellem virksomheder	14
3. Uddannelse	15
4. Handel i landdistrikter og ugunstigt stillede byområder	16
5. Handel og turisme	17
6. Handel og miljø	18
D. Tilskyndelse til europæisering og internationalisering	18
1. Euroen	18
2. International handel	19
3. Udvidelse af Den Europæiske Union	21

Bilag:	I. Handlingsplan med tidsplan
	II. Finansiell information

INDLEDNING

Denne hvidbog handler om, hvordan kommercielle virksomheder og deres leverandører forsyner forbrugerne med det, de ønsker med hensyn til udvalg, kvalitet, pris og service. Handelserhvervet beskæftiger omkring 22 mio. mennesker i Den Europæiske Union, hvilket gør det til en af de største økonomiske sektorer. Sektoren har stor indvirkning på de europæiske borgeres liv, idet den:

- forsyner dem med en lang række varer til priser, der passer til alle samfundslag
- bidrager til livskvaliteten i byerne, hvor indkøbsmuligheder er et centralt element i fælles dagligdag
- opretholder gode miljømæssige, etiske og sociale standarder for de produkter og tjenesteydelser, den sælger.

Kommercielle virksomheder skal være konkurrencedygtige, hvis de skal overleve. En god konkurrenceevne betyder vækst og rentabilitet. Dette er ikke blot godt for forretningsindehaverne, men også for forbrugerne, idet kvaliteten og den fortsatte levering af tjenesteydelserne sikres. Øget konkurrenceevne er en måde, hvorpå man kan bevare eksisterende arbejdspladser og skabe nye, bæredygtige arbejdspladser.

Denne hvidbog er et udtryk for anerkendelse af den rolle, som handelen spiller i Den Europæiske Unions økonomiske, sociale og kulturelle virke. Der er tale om et politisk dokument, der indeholder idéer til udformning af Unionens aktiviteter, så de styrker konkurrenceevnen inden for sektoren i erkendelse af, at dette er den bedste måde, hvorpå denne sektor fortsat kan spille den ovenfor beskrevne rolle og opretholde sin position som en stor arbejdsgiver i Europa.

Den Europæiske Unions aktiviteter påvirker allerede handelen på mange måder. Handelen udnytter allerede indirekte Fællesskabets politiske instrumenter på områder såsom regionaludvikling, miljø- og forbrugerbeskyttelse, forskning og uddannelse til at forbedre sin konkurrenceevne. Den kan imidlertid komme til at gøre det i endnu højere grad, hvis man optimerer virksomhedernes forståelse for sådanne muligheder både på fællesskabsplan og på nationalt plan. Et fuldstændigt kendskab til handelens vilkår må sikres i forbindelse med drøftelserne omkring fremtidige fællesskabsinitiativer.

En af de vigtigste måder, hvorpå man kan nå frem til en optimal udnyttelse af eksisterende fællesskabsinstrumenter, er at forbedre alle de politiske beslutningstageres kendskab til handelen. Anerkendelse af sektoren og udbredelse af kendskabet til den er et af de punkter, der blev kraftigt understreget i reaktionerne på grønbogen om handel, som blev offentliggjort i 1996. Handelen anerkendes ikke altid som en vigtig økonomisk sektor, når politikker, der berører den, udformes.

Behovet for at øge sektorens anerkendelse erkendes ikke gennem nogle få gennemgribende lovgivningsforanstaltninger, men derimod kun ved at man er meget opmærksom på grænsefladen mellem handelen og fællesskabspolitikkerne. Mange individuelle aktioner af begrænset omfang vil, når de gennemføres samtidigt, både bidrage til at øge sektorens konkurrenceevne direkte og, ved at gøre opmærksom på handelen, til at sikre, at sektoren får den fulde merværdi, som fællesskabspolitikkerne kan give.

Scenariet kan beskrives på følgende måde. Denne hvidbog er et politisk dokument, der vil behandle de spørgsmål, som er af særlig interesse for sektoren, mere indgående. Handelen kan bedst bidrage til den omfattende skabelse af gode arbejdspladser i fremtiden ved at forbedre sin konkurrenceevne. Fællesskabet kan bidrage hertil gennem direkte aktioner og ved at øge sektorens profil. Et sammendrag af de foreslåede aktioner og en tidsplan for gennemførelsen heraf findes i bilaget.

I. BAGGRUNDEN FOR OG FORMÅLET MED DETTE DOKUMENT

Formålet med denne hvidbog er at klarlægge Europa-Kommissionens opfølgning af grønbogen om handel¹, som Kommissionen vedtog d. 20. november 1996. Den var en opfølgning af Kommissionens meddelelse af 11. marts 1991 med titlen "På vej mod et indre marked for distribution"². Formålet med grønbogen var at sætte tanker i gang og lancere en konsultationsprocedure om denne økonomiske sektors betydning, om de udfordringer, den står over for og om, hvordan den kan forblive konkurrencedygtig, således at dens vigtige bidrag til beskæftigelsen og den sociale samhørighed bibeholdes.

Grønbogen om handel blev udsendt til de offentlige myndigheder og institutioner på nationalt og regionalt plan samt på fællesskabsplan og til faglige organisationer og virksomheder. Europa-Parlamentet³, Det Økonomiske og Sociale Udvalg⁴ og Regionsudvalget⁵ og over hundrede andre kommercielle organisationer på europæisk og nationalt plan har ydet væsentlige bidrag til debatten. Reaktionerne på grønbogen var til en vis grad forudsigelige og vedrørte punkterne i selve grønbogen.

Det indre markeds effektivitet og behovet for at skabe et klima, der er gunstigt for virksomhederne, med nedbringelse af de administrative byrder, som de offentlige myndigheder pålægger handelen, blev nævnt mange gange. Interessen for de nye teknologier var betydelig. Der var interesse for politikker, der fører til øget konkurrenceevne, herunder de potentielle bidrag hertil, som de ansvarlige for by- og egnsplanlægning i både byområder og landdistrikter kan yde, og i mindre omfang for behovet for at forbedre den personlige sikkerhed.

En stor del af reaktionerne på grønbogen fremhævede to spørgsmål, uden at disse i grønbogen blev anset for at være større udfordringer. Det ene var behovet for at rette op på de offentlige myndigheders ringe anerkendelse af sektoren på alle niveauer, hvilket man mente resulterede i, at sektorens interesser ignoreres i debatter om en lang række politikker, der har stor indflydelse på sektoren. Det andet spørgsmål, der ikke blev nævnt så mange gange, men til gengæld blev understreget kraftigt af dem, der fremhævede det, vedrørte anvendelsen af konkurrencepolitikker, som man mente stillede nogle små og mellemstore virksomheder inden for handel i en unfair og ufordelagtig situation i forhold til de store detailhandlere. Disse to grupper af reaktioner fortjener et svar fra Kommissionen.

Handelssektoren berøres ligesom andre sektorer af offentlige politikker, der sigter mod en række politiske mål af økonomisk, miljømæssig, social og kulturel karakter og inden for regional udvikling, uddannelse, forskning, forbrugerbeskyttelse og andre områder. Disse politikker kan nogle gange hæmme handelen, selv om dette ikke er formålet. Kommissionen mener derfor, at det er relevant og nødvendigt at kræve, at der tages højde for sektorens legitime interesser ved udformningen af politikker, der berører den, og at de fordele, som disse politikker resulterer i, når det er relevant, udbredes effektivt til sektoren.

I hvidbogen fremsættes forslag til, hvordan de offentlige politikker på nationalt og regionalt plan samt på europæisk plan kan bidrage til at optimere sektorens effektivitet. Man må derfor sikre, at de offentlige strategier, der berører sektoren, fastlægges i fuld forståelse for følgerne af sådanne politikker og for betydningen af at forbedre sektorens konkurrenceevne og skabe beskæftigelse.

¹ KOM(96) 530 endelig udg.

² KOM(91) 41 endelig udg.

³ Betænkning nr. (A4-0254/97) drøftet af Europa-Parlamentets udvalg om økonomi og valutaspørgsmål og godkendt den 23. juli 1997.

⁴ Udtalelse fra Det Økonomiske og Sociale Udvalg af 28./29.5.1997.

⁵ Udtalelse fra Regionsudvalget af 10.7.1997.

II. EN ANALYSE AF SEKTOREN

A. Sektorens betydning

De seneste tal offentliggjort af Eurostat illustrerer handelens betydning, idet den tegnede sig for 30% af virksomhederne, 16% af beskæftigelsen og over 13% af BNP i Den Europæiske Union i midten af 1980'erne; omkring fem millioner virksomheder tegnede sig for 640 mia. ECU og 21,5 mio. arbejdspladser i tilknytning til detailhandlende, engroshandlende og mellemmand. Sektoren er ligeledes vigtig på grund af dens økonomiske rolle som en afgørende forbindelse mellem producenten og forbrugeren, da de handlende fungerer som kanaler for udveksling af varer og penge. Handelen udbyder et voksende udvalg af varer og tjenesteydelser og er en meget vigtig kanal for udveksling af information mellem den endelige bruger og producenten om tendenser i smag og i efterspørgselsstrukturen. Endelig er kommercielle virksomheder et vigtigt element i det indre marked og i handelen med tredjelande.

Handelen har særlige strukturelle og operationelle karakteristika, som gør, at den adskiller sig fra andre erhvervsområder. Disse særlige karakteristika, der drøftes i de følgende kapitler, berettiger til en specifik indsats.

B. Tendenser og strukturelle ændringer

Udviklingen på markedet har medført omvæltninger i handelens situation. Øget konkurrence og koncentrationer, udviklingen i forbruget og den omfattende udvikling af nye teknologier har lagt øget pres på sektoren, som har måttet udvikle sig meget.

Koncentration inden for detailhandelen, særlig inden for levnedsmiddelsektoren, er en slående, aktuel tendens, som vil kunne føre til en begrænsning af udvalget, højere priser og begrænset tilgængelighed. Det kan endvidere føre til lukning af små forretninger, hvilket skaber problemer for folk, som kun har begrænset adgang til transport.

For så vidt konkurrenceevnen afhænger af udsalgspriserne, stiller stordriftsfordele de store handlende i en positiv situation, når de skal købe varer engros. En distributørs forhandlingskraft er, uanset distributørens størrelse, afhængig af, at den kritiske masse er stor nok til, at han på de bedst mulige betingelser kan få direkte adgang til producenternes salgsnetværk, der nogle gange er verdensomspændende. For at nå denne kritiske masse, som de store distributører allerede har, må de små og mellemstore virksomheder inden for handelen oprette indkøbsforeninger.

En anden måde, hvorpå de små forretningers konkurrenceevne kan forbedres, er ved at forbedre deres adgang til finansiering, bedre uddannelse af både indehavere og ledere og bedre adgang til transport samt en større anerkendelse blandt de lokale, regionale og nationale myndigheder af den sociale og økonomiske rolle, som de små forretninger spiller i lokalsamfundet.

Konkurrenceevne kræver effektiv logistik og hurtig levering - to vigtige krav, der i stigende grad vil blive opfyldt ved hjælp af ny teknologi. En række procedurer og teknologier er blevet slået sammen til et strategisk initiativ, som skal bidrage til at overvinde hindringer i hele forsyningskæden inden for "Efficient Consumer Response" (Effektiv opfølgning af forbrugernes forventninger). På nuværende tidspunkt anvendes denne strategi hovedsageligt af de store virksomheder, men den anvendes i stigende omfang i samarbejdet mellem de små og mellemstore virksomheder. Denne faktor får stigende betydning på grund af globaliseringen af markederne, der vil få indflydelse på beskæftigelsen, idet der vil fremkomme nye, kvalificerede job i Europa, mens mindre kvalificerede job eksporteres.

Fjernsalg til forbrugerne, herunder elektronisk handel via netværk såsom Internet, vokser hastigt. De værktøjer og muligheder, som dette nye medie frembyder, vil danne grundlaget for en betydelig omstrukturering af sektoren, der vil kræve store investeringer i udstyr og uddannelse.

Endelig ændrer forbrugerne sig også hurtigt. De er blevet mere krævende og ønsker at have en integreret række af tjenesteydelser til rådighed (herunder turisme, kultur, informationsteknologi, personlig sikkerhed og transport samt handelen i sig selv). Denne til stadighed mere komplekse efterspørgsel rejser spørgsmålet om den synergi, der er behov for mellem disse forskellige tjenesteydelser på de forskellige steder, hvor folk bor.

III. UDVIKLING AF EN STRATEGI FOR HANDELEN: DE CENTRALE SPØRGSMÅL

Behovet for bedre anerkendelse af sektoren begrundes med, at handelssektoren er den næststørste arbejdsgiver i Den Europæiske Union, og at den i det seneste tiår har været i stand til at skabe arbejdspladser, hvor andre sektorer har foretaget afskedigelser. Dette har været muligt på grund af sektorens evne til at tilpasse sig ændringer i efterspørgslen.

I de kommende år vil beskæftigelsen inden for handelssektoren opleve både tab og gevinster. Gevinsterne vil stamme fra nye former for detailhandel, hvor der vil blive lagt mere vægt på kundeservice. Tabene vil skyldes større mekanisering, øget indførelse af edb og voksende operationer inden for logistik og lagerstyring. Efterhånden som globaliseringen af markederne fortsætter, vil nye udfordringer og muligheder på områder under udvikling, såsom elektronisk handel, ligeledes indvirke på beskæftigelsen. Fællesskabsaktionens merværdi på dette område er at søge at forbedre de europæiske handelsvirksomheders konkurrenceevne og derigennem øge deres muligheder for at skabe nye arbejdspladser.

Sektorens betydning for borgernes velfærd gør det nogle gange nødvendigt for de offentlige myndigheder at gribe ind for at skabe muligheder for forbedringer. Det er et spørgsmål om at opretholde et netværk af forretninger, der er alsidigt, konkurrencedygtigt og bæredygtigt.

Sektorens konkurrenceevne er ikke blot et spørgsmål om de laveste markedspriser og de laveste omkostninger. Forbrugerne efterspørger i stadig stigende grad produkter af høj kvalitet og en tilfredsstillende række af tjenesteydelser til priser, som de kan acceptere, uden at det nødvendigvis er de laveste priser. En succesrig virksomhed er derfor en virksomhed, der opererer med en blanding af alle disse faktorer.

I øjeblikket udbyder de store virksomheder et stort udvalg af varer til attraktive priser. Små forretninger er normalt beliggende i lokalområder i nærheden af deres kunders hjem, og de tilbyder personlig service. Begge disse situationer frembyder både styrker og svagheder. Den store udfordring for handelen i Europa er, at den skal optimere sine stærke sider og udbyde både kvalitet og attraktive priser, samtidig med at den fortsat forbliver en vigtig arbejdsgiver. De strukturelle ændringer, som den europæiske handel undergår, vil kræve mere kvalificeret arbejdskraft og flere deltidsstillinger.

Paradoksalt nok er handelen en sektor, som borgerne er godt kendt med, men som de offentlige myndigheder, beslutningstagerne, ikke tager hensyn til i alle henseender. Årsagen hertil er handelsvirksomhedernes meget forskelligartede karakter med deres forskellige markedssegmenter, forretningskulturer og lokaliseringer, hvilket gør det vanskeligt at fremstille deres sag på fællesskabsplan til trods for det intensive arbejde, som Eurocommerce, den europæiske paraplyorganisation, udfører.

De andre organisationer, som repræsenterer virksomhederne i sektoren, er splittede, navnlig på nationalt plan, hvilket vanskeliggør en effektiv dialog med de offentlige myndigheder. Sektoren berøres af en lang række horisontale politikker på nationalt og europæisk plan, men ofte tages der ikke hensyn til dens særlige karakteristika og behov ved udformningen af disse politikker.

Hvordan kan Den Europæiske Union bidrage hertil? I alle spørgsmål, der berører handelen, har Unionen til opgave at øge forståelsen for sektoren og dens stærke sider ved udformningen af politikker. Den kan forbedre høringerne mellem de involverede parter, dvs. mellem handelsorganisationerne og de nationale, regionale og lokale myndigheder. Denne dialog kan bl.a. resultere i identificering og formidling af bedste praksis, som kan bidrage til at forbedre konkurrenceevnen og skabe bæredygtige arbejdspladser. Formidling af denne bedste praksis forudsætter, at handelens behov indarbejdes i de relevante politikker. Europa-Kommissionens stilling gør den velegnet til at taget initiativet til at udbrede kendskabet til denne bedste praksis.

Langtidsperspektiver

Målet med denne hvidbog er ikke at lancere et større initiativ eller gennemføre radikale ændringer i politikken. Handels- og distributionssektoren har behov for en strategi, der hovedsageligt er baseret på en forbedring af konkurrencevilkårene på markedet, hvor konkurrenceevnen er den bedste reaktion på forbrugernes efterspørgsel. I hvidbogen identificeres derfor nogle specifikke problemområder og praksis, der kræver en indsats på fællesskabsplan for at sikre, at markedet kan fungere problemfrit, og at sektoren dermed bedre kan bidrage til forbrugernes velfærd.

I nogle af kapitlerne i hvidbogen skitseres de eventuelle perspektiver for sektoren på mellemlang og lang sigt. Der er ikke tale om konkrete foranstaltninger, men om emner, der kræver omfattende og indgående drøftelser i fremtiden. Nogle faktorer må gennemføres inden for handelssektoren, før det er for sent. Enkelte prioriterede aktioner drøftes nedenfor. Man bør huske på, at en løsning på disse problemer meget vel kan ligge uden for Fællesskabets kompetenceområde (subsidiaritetsprincippet), selv om de pågældende problemer ofte manifesterer sig på samme måde i alle medlemsstater, og en løsning af dem ofte kræver grænseoverskridende samarbejde.

I denne hvidbog foreslås en række aktioner, der har til formål at skabe en sammenhængende strategi for fremme af sektoren i de kommende år. Disse aktioner kan opdeles i fire prioriterede grupper:

- **Øget anvendelse af politiske instrumenter, der kan støtte handelen**
- **Forbedring af det administrative, lovgivningsmæssige og finansielle klima**
- **Styrkelse af konkurrenceevnen og fremme af iværksætterånden**
- **Tilskyndelse til europæisering og internationalisering.**

IV. STØRRE PRIORITEREDE AKTIONER

A. Øget anvendelse af politiske instrumenter, der kan støtte handelen

Man må identificere markedstendenserne og skabe sig et bedre billede af det net af kommercielle aktiviteter, der udgør denne sektor i Den Europæiske Union. Først vil der blive gjort grundig status. Denne status vil så danne grundlaget for yderligere iagttagelse af udviklingen, og den skulle gøre det muligt at foregribe den fremtidige udvikling.

1. Bedre forståelse af sektoren

Handelen er en meget vigtig del af den europæiske økonomi. Der må tages behørigt hensyn til dens behov ved udformningen af politikker inden for mange andre aktivitetsområder. Politiske initiativer må baseres på en fuldstændig og ordentlig forståelse af alle faktorer

Sektoren har stor indflydelse på borgernes livskvalitet, idet den skaber bekvem adgang til varer og tjenesteydelser for forbrugerne. Sektoren dominerer den potentielle brug af elektronisk handel. Sektoren frembyder en række karakteristika, der ofte er forskellige fra produktionssektorens. Sektoren har generelt ikke produktionssektorens problemer med store investeringer i maskiner, videnskabelig forskning og langsigtede markedsføringskampagner. Den er også forskellig fra andre serviceindustrier såsom finansielle tjenester eller sundhedstjenester, turisme eller underholdning. Selv om nogle af detailvirksomhederne kun beskæftiger sig med salg af tjenesteydelser, er problemerne omkring indkøbsmetoder, lagerstyring og driftskapital centrale for deres overlevelse, udvikling og rentabilitet.

Store og små virksomheder inden for sektoren forhandler de samme varer, handler med de samme leverandører og er underlagt de samme love om forbrugerbeskyttelse, miljøbeskyttelse, transport osv. Supermarkedet, forretningen henne på hjørnet og postordrefirmaet har mange af de samme problemer.

Handelssektoren er en alsidig sektor. Den omfatter ikke blot detailhandlende, men også engrosvirksomheder, franchisegivere, handelsagenter, gademarkeder, mobile forretninger, sælgere og endog hoteller og restauranter. Disse virksomheder kan være enkeltvirksomheder eller kæder; de kan være selvstændige virksomheder, kooperativer eller tilhøre grupper af selvstændige handlende, der foretager indkøb eller salg i fællesskab. Det er lovgiverne, som gør det muligt for alle de forskellige former for virksomheder at drive deres forretning i et gunstigt klima, men det er forbrugerne med deres forskellige smag og forskellige præferencer, der har det sidste ord at skulle have sagt.

Der er derfor tale om en kompleks og varieret sektor, der er i konstant udvikling, og som kræver yderligere undersøgelse.

Aktioner

- Der vil blive gennemført en større informationskampagne på omkring fyre lokaliteter i Unionen for at offentliggøre denne hvidbog og den del af Kommissionens arbejde, der berører handelen, og for at åbne op for feedback fra interesserede parter.
- Det europæiske statistiske system om handel vil fortsat blive forbedret. Der vil blive offentliggjort en årlig rapport, og der vil blive afholdt en konference med henblik på at formidle information om ændringer og tendenser i handelens struktur.
- Ændringer i handelens struktur: nye udfordringer ved udformningen af politikker.

2. Ændringer i handelssektorens struktur: nye politiske udfordringer

En af Unionens største succes'er er den omfattende gennemførelse af det indre marked. Mange varer og tjenesteydelser kan nu drage fordel af principperne om fri bevægelighed og købes og sælges på tværs af grænserne uden juridiske eller administrative hindringer. Kommissionen er meget opmærksom på at sikre, at målene med det indre marked realiseres fuldt ud.

I denne forbindelse er et af de områder, der kræver indgående undersøgelser, multilevel marketing. Multilevel marketing er en form for direct marketing, hvor salgsganter møder op direkte hos de potentielle forbrugere. Disse agenter arbejder direkte for hovedaktørerne eller via mellemmænd, nogle gange i form af en kæde.

Kommissionen må undersøge, hvorvidt denne praksis adskiller sig tilstrækkeligt fra pyramidesalg, der er forbudt i mange lande. Det må ligeledes fastslås, i hvor høj grad forskelle i national lovgivning kan udgøre handelshindringer eller virke konkurrenceforvridende inden for Den Europæiske Union. Dette vil blive undersøgt af den gruppe af eksperter fra medlemsstaterne, som Kommissionen har nedsat inden for rammerne af sin politik om kommerciel kommunikation⁶.

En anden form for salg, der er skabt opmærksomhed omkring, er handelsagenter. Med Rådets direktiv fra 1986 (86/653/EØF) blev der indført en foranstaltning med henblik på harmonisering af deres aktiviteter. Kommissionen vil fortsat undersøge spørgsmålet om harmonisering af visse praksis på området og muligheden for at udarbejde en standardkontrakt for sådanne aktiviteter.

Kommissionen vil ligeledes undersøge den ændrede situation inden for engrossalg. Engrosvirksomheder berøres af det stigende antal meget store detailhandelskæder med integrerede engros- og detailfunktioner. Det må ikke forhindres, at markeds kræfterne resulterer i efterfølgende ændringer i engrossektorens struktur. Der er imidlertid grund til at overvåge virkningerne af disse ændringer på to typer af små og mellemstore virksomheder, som især vil blive ramt - små detailhandlende og små producenter af forbrugsgoder. Et af resultaterne af de ændrede markedsvilkår kunne være et faldende antal engrosvirksomheder, et andet resultat kunne være en ændring til kontantsalgsforretninger, frivillige kæder eller kommercielle agenturer. Engrosvirksomheder skal også konkurrere med leverandører via Internet eller andre distributionsformer. En af den eksisterende engrossektors styrker er dog fortsat dens avancerede logistik.

Aktioner

- Kommissionen vil gennemføre og offentliggøre undersøgelser af den fremtidige udvikling inden for salg på flere niveauer, handelsagenter og engrossalg. Dette vil omfatte overvejelser omkring benchmarking. Der vil blive arrangeret møder med de faglige organisationer inden for de berørte brancher, før undersøgelserne indledes, og igen for at drøfte de endelige rapporter med henblik på at identificere de områder, hvor der skal gennemføres fællesskabsaktioner.

B. Forbedring af det administrative, lovgivningsmæssige og finansielle klima

1. Forenkling af de administrative procedurer

De europæiske virksomheder konfronteres med et stadig mere komplekst lovgivningsmæssigt, fiskalt og administrativt klima, i hvilket de skal fungere for at være konkurrencedygtige, for at kunne vokse og skabe jobmuligheder.

⁶ KOM(1998) 121 endelig udg.

Ud over de udgifter, der er forbundet med at skabe overensstemmelse med bestemmelserne, er de samlede årlige omkostninger i forbindelse med administrative byrder for alle virksomheder i Europa blevet anslået til omkring 150-250 mia. ECU eller 3% af Fællesskabets BNP.⁷

Generelt har SLIM-initiativet (Simpler Legislation for the Internal Market - "Forenkling af lovgivningen om det indre marked")⁸ gjort det muligt at identificere de problemer, som de eksisterende bestemmelser medfører, og at fremsætte henstillinger for at afhjælpe disse problemer. Ved udgangen af anden fase af SLIM-initiativet blev der fremsat specifikke forslag med henblik på at forenkle bestemmelserne om det indre marked, navnlig med hensyn til moms og den kombinerede nomenklatur.

De administrative byrder vejer tungere på de små og mellemstore virksomheder end på de store selskaber. Dette gælder navnlig for meget små detailforretninger. De fleste af de lovgivningsmæssige og administrative byrder, der pålægges virksomhederne, er af national oprindelse og skyldes ikke EU. Kommissionen har deltaget i samordnede aktioner om udveksling af information om bedste praksis både med medlemsstaterne, repræsentanter for erhvervsorganisationerne og med individuelle virksomhedsindehavere. Dette arbejde er blevet gennemført med bistand fra en gruppe af eksperter om forbedring og forenkling af erhvervsklimaet bestående af repræsentanter for medlemsstaterne og for de erhvervsorganisationer, der repræsenterer de små og mellemstore virksomheder. Første del af dette arbejde resulterede i Kommissionens henstilling til medlemsstaterne om virksomhedsopstart af april 1997⁹. Det skal understreges, at handelssektoren frembyder gode muligheder for iværksættere, der er villige til at løbe en risiko, til trods for den kraftige konkurrence inden for denne sektor. Virksomhedsopstarter finder især sted inden for salg af nye produkter og tjenesteydelser og rådgivningsorienterede tjenesteydelser.

Det Europæiske Råd opfordrede på topmødet i Amsterdam Kommissionen til at nedsætte taskforcen for forenkling af erhvervsklimaet (BEST). BEST fik mandat til at forenkle eksisterende og nye lovgivningsmæssige og administrative bestemmelser og til at lette den byrde, de udgør for de europæiske virksomheder, navnlig de små og mellemstore virksomheder. Formålet var ligeledes at se på de store politiske områder, der har betydning for udviklingen af de små og mellemstore virksomheder i EU. Kommissionens svar på BEST-rapporten findes i dens meddelelse "Fremme af iværksætterånden og konkurrenceevnen" af 30. september 1998 med en tilhørende handlingsplan, der blev forelagt Rådet til godkendelse.¹⁰ Den indeholder foranstaltninger, som Kommissionen og medlemsstaterne skal gennemføre for at forbedre konkurrenceevnen og virksomhedskulturen, der spiller en central rolle inden for handel. Flere aspekter af disse politiske rammer såsom uddannelse og adgang til finansiering behandles andetsteds i denne hvidbog.

Aktioner

- Kommissionen vil tilrettelægge møder med CCD (Udvalget for Handel og Distribution) og regeringsekspertter med henblik på at udforme og offentliggøre aktioner til fordel for handelen, som vil blive gennemført i lyset af BEST-rapporten.

⁷ Kilde: Rapport fra taskforcen for forenkling af erhvervsklimaet (BEST), maj 1998.

⁸ KOM(97) 618 endelig udg. af 24.11.1997.

⁹ EFT L 145 af 5.6.1997, s. 29-51.

¹⁰ Kommissionens meddelelse til Rådet "Fremme af iværksætterånden og konkurrenceevnen" - Kommissionens reaktion på rapporten fra taskforcen for forenkling af erhvervsklimaet og anbefalingerne heri, KOM(1998) 550 endelig udg.

2. Adgang til finansiering

Ligesom andre virksomheder har handelsvirksomheder behov for adgang til finansiering af investeringer i salgsinfrastrukturer og navnlig i ny teknologi. Med hensyn til finansieringskilder har disse virksomheder navnlig behov for let adgang til kassekredit og kortsigtede lån til favorable rentesatser. Faktisk skal de små og mellemstore virksomheder gennemsnitligt betale mellem 1,5% og 5% højere rentesatser end store virksomheder på grund af den højere risiko (jf. Kommissionens meddelelse om små og mellemstore virksomheders finansielle problemer¹¹). Dette mindsker de små og mellemstore virksomheders konkurrenceevne.

Adgang til finansiering kan være begrænset, fordi små handelsvirksomheder ofte ikke har fast ejendom eller maskiner, de kan stille som sikkerhed, men kun goodwill, som bankerne normalt ikke tager hensyn til. Derudover er mindre handelsvirksomheders aktiekapital meget lav og beløber sig til omkring 20% af den samlede tilgængelige kapital.

Derfor afhænger adgang til disse finansielle kilder af, om virksomhederne har gode bankforbindelser. De små og mellemstore handelsvirksomheder lider navnlig under, at de har svært ved at få adgang til risikovillig kapital osv.

Risikovillig kapital er et meget underudviklet område i Europa. Navnlig hurtigtvoksende markeder såsom franchising har stadig behov for bedre adgang til risikovillig kapital for at kunne finansiere den hurtige vækst.¹² En række detailhandlende inden for information og telekommunikation gik imidlertid for nylig på børsen med stor succes, idet de gjorde brug af de nye elektroniske børser såsom Easdaq og EURO-NM. De var i stand til at rejse betydelige nye ressourcer til gennemførelse af deres vækst- og internationaliseringsstrategi.

Kommissionen kom sammen med en gruppe af højtstående eksperter fra finansielle institutioner i anden runde af rundbordskonferencen mellem bankerne og de små og mellemstore virksomheder til den konklusion, at bedre samarbejde mellem banker og små og mellemstore virksomheder og uddannelse af bankpersonalet ville være til stor gavn for de små og mellemstore virksomheder.

Kommissionen foreslog et nyt initiativ til støtte for indgåelsen af joint ventures i EU: JEV - Joint European Venture (Rådets afgørelse 98/347/EF af 19. maj 1998¹³), der udgør en del af vækst- og beskæftigelsesinitiativet, som blev lanceret i november 1997. Der er afsat et beløb på 80-100 mio. ECU i perioden fra 1998 til 2000 til støtte for indgåelsen af tværnationale joint ventures omfattende handelssektoren.

I en række lande tilbyder særlige institutioner leasing, der kan være af særlig interesse for handelsvirksomheder. Leasing kan yde et væsentligt bidrag til små og mellemstore virksomheders velfærd ved at give dem adgang til moderne bygninger og udstyr.

Aktioner

- Lettelse af adgangen til finansiering til oprettelse af nye virksomheder via tredje runde af rundbordskonferencen mellem bankerne og de små og mellemstore virksomheder og via gennemførelse af vækst- og beskæftigelsesinitiativet inden for handelssektoren.
- Identifikation af mulighederne for, at virksomhederne kan få adgang til finansiering og

¹¹ KOM(93) 528 endelig udg.

¹² Kommissionens meddelelse "Risikovillig kapital - en nøgle til jobskabelse i Den Europæiske Union", SEK(1998) 552.

¹³ EFT L 155 af 29.5.1998, s. 43.

tilskyndelse til gensidige garantisystemer for handelen.

- Gennemførelse af det andet initiativ vedrørende iværksætterkapital for innovative virksomheder og overførsel af handelsvirksomheder.¹⁴
- Identifikation af god praksis i medlemsstaterne med hensyn til finansiering, oprettelse og overførsel ved hjælp af samordnede aktioner, konferencer og undersøgelser.
- Tilrettelæggelse af en konference for at øge banksektorens kendskab til handelsvirksomhedernes særlige situation og for at opnå bedre adgang til finansiering for dem.

3. Forbedring af dialogen mellem handelsvirksomhederne og deres partnere (arbejdstagere, forbrugere, kreditinstitutioner)

Handelssektoren har en række partnere, med hvem dialogen må intensiveres eller fornys for at undgå konflikter, fremhæve problemer, der er fælles for begge parter, og for at gennemføre retfærdige løsninger.

a) Dialogen mellem arbejdsmarkedets parter

Handelssektoren må være i stand til at spille sin rolle i dialogen mellem arbejdsmarkedets parter i Europa. I 15 år har der været en produktiv dialog på sektorplan mellem de organer, der repræsenterer ledelsen og arbejdstagerne inden for handelssektoren - EuroCommerce for arbejdsgivernes vedkommende og Euro-Fiet for arbejdstagernes vedkommende. Denne dialog, som Kommissionen har støttet, har ført til adskillige fælles initiativer. Alligevel klager den tertiære sektor, som omfatter handelen, over, at den er underrepræsenteret, særlig på brancheplan.

Rent bortset fra de gamle velkendte problemer, der ville berettige til færre repræsentanter (af hensyn til effektivitet og repræsentation), og som fortsat falder uden for Kommissionens ansvarsområde, kan deltagelse af repræsentanter, der kan fremhæve handelens særlige karakteristika, stadig forbedres. EuroCommerce og Euro-Fiet deltager allerede på de fire hovedområder af dialogen dvs. information, konsultation, samordning og fælles aktioner.

I en nyere meddelelse om "tilpasning og fremme af den sociale dialog på fællesskabsplan"¹⁵ beskrev Kommissionen de midler, den agter at tage i anvendelse, og de foranstaltninger, der bør gennemføres for at styrke dialogen mellem ledelse og arbejdstagere på europæisk plan.

Kommissionen foreslår en reform af det stående udvalg for beskæftigelse med det formål at forbedre arbejdstagernes og ledelsens bidrag til udvikling og gennemførelse af retningslinjerne for beskæftigelsen og den økonomiske politiks hovedindhold. I henhold til Kommissionens forslag skal EuroCommerce være repræsenteret i det stående udvalg for beskæftigelse. Euro-Fiet vil også være repræsenteret gennem sit medlemskab af ETUC. En sektorbaseret dialog er meget vigtig i forbindelse med en fælles aktion og forhandlinger. Kommissionen er ved at fastlægge nye rammer for en sektorbaseret dialog i form af udvalg for en sektorbaseret dialog, der vil finde anvendelse på alle de berørte sektorer herunder handelssektoren.

Aktioner

- Forbedring af handelssektorens repræsentation i eksisterende og nye strukturer såsom udvalget for beskæftigelse.
- Etablering af samarbejdsmekanismer mellem iværksættere inden for handelssektoren (CCD) og udvalgene for dialogen mellem arbejdsmarkedets parter.

¹⁴ EFT C 363 af 25.11.1998.

¹⁵ KOM(1998) 322 af 20.5.1998.

b) Forbrugere

Man må finde en acceptabel balance mellem forbrugernes og de handlendes interesser. Forbrugerne må støtte udviklingen af handelssektoren, da udvalg af varer, priser samt tjenesteydelsernes og varernes kvalitet afhænger af virksomhedernes rentabilitet.

Gennemførelsen af programmet for det indre marked og udviklingen af informationssamfundet har gjort de europæiske forbrugere mere bevidste og mere krævende.

De ønsker adgang til et marked, som er ikke blot er lokalt eller nationalt - med andre ord et fællesmarked i ordets egentlige forstand, som de og deres familier kan drage fordel af på deres rejser. Denne udvikling vil blive forstærket med indførelsen af euroen. Det er derfor vigtigt at fremme dialogen mellem handelssektoren og forbrugerne.

Forbrugerne bliver mere veluddannede, de har en bredere horisont med hensyn til, hvad de ønsker at købe, og hvordan de ønsker at foretage deres indkøb. De har også nye forventninger med hensyn til miljøbeskyttelse og etiske standarder og ny levevis såsom hjemmearbejde. Gennem elektroniske handelsmetoder, herunder Internet, får forbrugerne et meget større udvalg af varer og leverandører.

Endvidere ændrer forbrugernes ønsker med hensyn til den type tjenesteydelser, de tilbydes, sig hele tiden. Forskellige salgsmetoder (fast placering eller mobil handel, direkte salg og postordresalg, fjernsalg og elektronisk handel) tilbyder sammen med forskellige former for salgssteder (små og store forretninger, specialister eller generalister, grupper af forretninger såsom indkøbscentre eller -arkader i bycentre, engrosforretninger eller fabriksudsalg) forbrugerne en meget bredt udvalg. Større konkurrence øger ligeledes til stadighed betydningen af tilknyttede tjenesteydelser (eftersalgsservice, kundepleje osv.).

Med hensyn til overgangen til euroen er denne dialog stadfæstet i en aftale underskrevet d. 30. juni 1998 mellem repræsentanter for forbrugerne og repræsentanter for de største faglige organisationer inden for distribution, turisme, håndværk og små og mellemstore virksomheder om en frivillig adfærdskodeks for overgangsperioden.

Aktion

- Tilrettelæggelse af et årligt fælles møde mellem CCD og forbrugerkomitéen for at drøfte aktuelle spørgsmål og søge fælles løsninger. Et referat af disse møder vil blive offentliggjort.

c) Kreditinstitutioner

Handelen berøres kraftigt af alle de forskellige betalingsformer i forbindelse med de finansielle strømme til producenterne og fra forbrugerne. Den vil i stigende grad anvende elektroniske betalingsmidler, navnlig betalingskort, forudsat at prisen for disse tjenesteydelser tillader dette.

Betalingskortsystemet omfatter fire aktører: kortindehaveren (forbrugerne), det udstedende organ (finansiell institution), acceptanten (den handlende) og aftageren (finansiell institution). Dette system fungerer på følgende måde: kortindehaveren betaler et bidrag til det udstedende organ (finansiell institution) for kortet og retten til at bruge det. Samtidig støtter de handlende deltagelse i systemet og betaler et bidrag til deres bank (aftageren), hver gang de accepterer betaling med kortet. Dette bidrag er kendt som "handelsgebyret".

De handlende tror ikke, at brugen af systemet åbner mulighed for konkurrencemæssig forhandling af deltagelsen.

Med indførelsen af euroen opstår spørgsmålet om gebyrer, der skal betales af kortindehaverne i tilfælde af transaktioner i euro, der foretages i udlandet ved hjælp af betalingskort. I en henstilling fra april 1998¹⁶ opfordrer Kommissionen bankerne og andre aktører til klart at identificere gebyrer i forbindelse med transaktioner fra 1. januar 1999, hvor de faste omregningssatser anvendes strengt.

En forbedring af synligheden af de transaktionsgebyrer og -satser, som betalingskortaktørerne anvender, vil kunne føre til større konkurrence mellem aftagerne af korttransaktioner og en bedre undersøgelse og forståelse af de involverede omkostningsstrukturer. I henhold til henstillingen af 1998 skal de finansielle aktører klart angive de faste omregningssatser og eventuelle andre gebyrer ud over gebyrer på omregning.

Kommissionens henstilling af 30. juli 1997¹⁷ sigter mod at sikre et minimum af åbenhed omkring brugervilkårene, mod at forklare de berørte parterers rettigheder og forpligtelser og mod at oprette mekanismer til bilæggelse af tvister. Der foreligger også et nyere forslag til direktiv om elektroniske penge, der vedrører overvågning af institutioner, som håndterer elektroniske penge, og den femte meddelelse om forebyggelse af svindel af 1. juli 1998.

Den Europæiske Unions hovedmål må være at nå frem til konkurrence gennem åbenhed omkring fordelingen af transaktionsomkostningerne mellem parterne. Ellers vil de handlende - særlig de små og mellemstore virksomheder - blive tvunget til at hæve deres priser generelt, uanset hvilket betalingsmiddel, der anvendes, for at få dækket disse ekstraomkostninger. På den anden side er forbrugerne ikke klar over omkostningerne i forbindelse med de tjenesteydelser, de modtager. Debatten om fordeling af transaktionsomkostningerne er stadig åben.

Aktioner

- Kommissionen vil udarbejde en rapport på grundlag af en indgående undersøgelse af problemerne i forbindelse med betalingsmidler, særlig anvendelsen af henstilling nr. 87/598/EØF for at nå frem til fuld åbenhed på konkurrencedygtige vilkår omkring fordeling af omkostningerne i forbindelse med brug af sådanne kort mellem finansielle institutioner, forbrugerne og de handlende.
- Evaluering af de virkninger, som indførelsen af euroen vil få på betalingsmetoderne, betalingssystemernes funktion og lovgivningsmæssige løsninger såsom den nødvendige opfølgning af henstillingerne 97/489 og 98/286.

C. Styrkelse af konkurrenceevnen og fremme af iværksætterånden

1. Elektronisk handel

I denne hvidbog betragtes elektronisk handel som en ny faktor i styrkelsen af konkurrenceevnen, der, hvis den udvikles ordentligt, kan være til gavn for alle kommercielle virksomheder. Elektronisk handel frembyder også en stor mulighed for at skabe nye aktiviteter, særlig nye mellemlid, online-handel og logistik tjenester.

Elektronisk handel omfatter alle former for handel, administrative transaktioner eller udvekslinger af information, der gennemføres ved hjælp af en eller anden form for informations- eller kommunikationsteknologi. Ud fra virksomhedernes synspunkt omfatter den enkle indkøbssystemer og komplekse løsninger, som integrerer hele handelscyklussen. Ud fra et organisatorisk synspunkt muliggør elektronisk handel en problemfri afvikling af eksisterende strømme mellem virksomheder og forbrugere, virksomheder indbyrdes og mellem virksomheder og den offentlige sektor.

¹⁶ Kommissionens henstilling 98/286/EF af 23. april 1998 om bankgebyrer for omregning til euroen; EFT L 130 af 1.5.1998, s. 22.

¹⁷ Kommissionens henstilling 97/489/EF af 30. juli 1997 om transaktioner med elektroniske betalingsmidler, især forholdet mellem udsteder og indehaver.

Endvidere fremmer den elektroniske handel fremkomsten af nye, innovative samarbejdsformer mellem virksomheder, som vil hjælpe dem til med større succes at tage udfordringerne i forbindelse med globaliseringen op.

De bredere perspektiver i forbindelse med elektronisk handel er blevet analyseret i en meddelelse fra Kommissionen "Et europæisk initiativ inden for elektronisk handel"¹⁸ og omtales yderligere i udkastet til direktiv om "nogle juridiske aspekter af elektronisk handel."¹⁹

Elektronisk handel kan gøre virksomhederne mere konkurrencedygtige. Den forbedrer kontakten mellem producenter/leverandører og forbrugere. Den gør det muligt for virksomheder at slutte sig sammen for at samle deres købekraft, for at nå ud til nye og fjerne markeder med lave omkostninger, for at få adgang til informationsmarkedet, for at forbedre deres logistik og udvikle kooperative F&U-faciliteter.

Alligevel mangler de små og mellemstore virksomheder viden og færdigheder, og de lider under, at forbrugerne ikke i tilstrækkelig grad accepterer og stoler på elektronisk handel. Derudover har små virksomheder behov for en klar og enkel lovgivning samt telekommunikationstariffer, der er tilpasset den elektroniske handels særlige karakteristika. Den elektroniske handel vil først få den fulde indvirkning på virksomhedernes konkurrenceevne, når Internet bliver reelt og prismæssigt tilgængeligt for alle i samme omfang, som andre faciliteter er det. Manglen på viden og uddannelse, høje telekommunikationsomkostninger og uvished omkring de juridiske implikationer er de største hindringer for en hurtig udvikling af en omfattende elektronisk handel, da de forhindrer opbygning af en kritisk masse af brugere af det elektroniske marked.

De små og mellemstore virksomheder må støttes, når de udvikler samarbejdsstrukturer baseret på bedste praksis. Der er behov for offentlig støtte til netværk og sammenslutninger, der repræsenterer slutbrugerne og virksomhederne, for at hjælpe dem til at nå den kritiske masse, som er nødvendig for, at de kan udtrykke deres synspunkter med hensyn til tariffer for adgang til elektronisk handel. Det er vigtigt, at der gennemføres en offentlig aktion for at hjælpe slutbrugere og små virksomheder til at opnå forhandlingskraft og politisk vægt. Det er ligeledes vigtigt at fremme uddannelse og forbedre formidlingen af viden og indlæringsmetoder - både for borgere og for virksomheder, særlig små og mellemstore virksomheder.

Erhvervstjenesteydelser såsom kommerciel e-mail, reklame, certificering, kvalitetsmærkning og betalingsordninger er afgørende for små og mellemstore virksomheders succes, når de vover sig ud på nettet. For at virksomhederne kan udnytte disse tjenesteydelser, må disse være pålidelige, fuldt ud kompatible og overkommelige. På grund af stordriftsfordele og eksterne faktorer kan disse tjenesteydelser endvidere kun udbydes effektivt, hvis det sker i stort omfang. Derfor bør Kommissionen identificere bedste praksis og fremme leveringen af disse tjenesteydelser på massemarkedsbasis i Europa.

Aktioner

- Oprettelse af en website, der indeholder redskaber til udvikling af viden og uddannelse samt operationelle redskaber, så virksomhederne kan drage fordel af elektronisk handel.
- Forberedelse og offentliggørelse af en undersøgelse, der identificerer de bedste erhvervssteder på Internet.
- Gennemførelse af et pilotprojekt, som skal sikre, at udbuddet af grundlæggende tjenesteydelser inden for elektronisk handel til et stort antal små virksomheder er kommercielt bæredygtigt.
- Gennemførelse af et pilotprojekt for at fremme brugen af kvalitetsmærkning og systemer til attestering af overensstemmelse med en adfærdskodeks.

¹⁸ KOM(97) 157 endelig udg.

¹⁹ KOM(1998) 586/2 af 3.11.1998.

- Oprettelse af en taskforce under CCD, som skal undersøge en række spørgsmål og formidle feedback til Kommissionen om: de hindringer, som virksomhederne støder på i forbindelse med udvikling af elektronisk handel, virkningerne af de forskellige lovgivningsspørgsmål i tilknytning til elektronisk handel blandt små og mellemstore virksomheder og eventuelle foranstaltninger, som Kommissionen vil kunne overveje på dette område.

2. Samarbejde mellem virksomheder

I mange af bidragene til debatten om grønbogen understregedes betydningen af, at de små og mellemstore kommercielle virksomheder samarbejder, idet de har ringe chancer for at blive eller forblive konkurrencedygtige, medmindre de samler nogle eller alle deres funktioner. Virksomhederne må nå en kritisk masse, før de kan købe og sælge på de bedste betingelser.

Handelskooperativer, indkøbsforeninger, frivillige kæder og franchisingnetværk gør det muligt at få information fra forbrugeren hurtigere tilbage til producenten, navnlig takket være ny teknologi, der hjælper salgsstederne med en tidstro opbygning og supplering af deres lagre. De fungerer ligeledes som informationskanaler fra salgsstederne til producenten, hvilket gør det muligt at tilpasse produktionen til forbrugerefterspørgslen (Efficient Consumer Response). Organiseret handel frembyder den fleksibilitet og betjening, der er karakteristisk for mindre forretninger, kombineret med store organisationers logistik og kan gøre det muligt for små aktører at modernisere ved at udvide deres udsalgssted og ved at uddanne ledere.

Kommissionen har allerede identificeret og taget højde for det specifikke problem, som aftaler mellem små virksomheder udgør, navnlig i sin meddelelse om mindre betydningsfulde aftaler, beslutninger og indbyrdes afstemte fremgangsmåder vedrørende samarbejdet mellem virksomheder²⁰ og særlig i sin meddelelse om aftaler af ringe betydning.²¹

Ved anvendelsen af konkurrencereglerne tager Kommissionen hensyn til udviklingstendenserne i handelssektoren. Specielt stiller Kommissionen sig positivt til et samarbejde mellem små og mellemstore virksomheder, når dette samarbejde gør det muligt for dem at blive mere effektive, at forbedre deres produktivitet og konkurrenceevne på de allerstørste markeder og at sikre konkurrence på fair betingelser med andre økonomiske enheder, f.eks. inden for integreret handel.

Der er på lang sigt risiko for en ekstrem koncentreret af handelssektoren i Europa, som vil resultere i, at blot en håndfuld store kæder dominerer hele detailmarkedet. Dette ville betyde dødsstødet for de små og mellemstore handelsvirksomheder, og antallet af udsalgssteder ville derfor falde. Inden for handelssektoren vil koncentreret af denne art i sidste ende kunne føre til en begrænsning af udbuddet af varer, af antallet af forskellige salgsformer og af antallet af forretninger - navnlig i bycentre og i landdistrikter, og det ville ændre forholdet mellem små producenter og detailhandlende.

Kommissionens grønbog om vertikale begrænsninger²² og den efterfølgende meddelelse²³ har vist, at der er behov for denne mere markedsorienterede indfaldsvinkel til spørgsmålet.

²⁰ EFT C 75 af 29.7.1968, s. 3.

²¹ EFT C 372 af 9.12.1997.

²² KOM(96) 721 endelig udg., vedtaget af Kommissionen den 22.1.1997.

²³ Meddelelse fra Kommissionen om anvendelse af EF's konkurrenceregler på vertikale begrænsninger - Opfølgning af grønbogen om vertikale begrænsninger (KOM(1998) 544 endelig udg.).

Uden at sætte spørgsmålstegn ved lovgivningen om restriktive aftaler og dens berettigelse, bør man overveje, hvordan man kan tillade små juridiske enheder at gennemføre fælles kommercielle operationer. Udkastet til forordning om fritagelse fra bestemmelserne om vertikale begrænsninger, som Kommissionen i øjeblikket arbejder på, er et betydeligt fremskridt på dette område.

Aktioner

- Kommissionen vil på grundlag af den bemyndigelse, som Rådet giver den, udarbejde et forslag til en forordning om fritagelsesbestemmelser, hvori der tages højde for den særlige situation, som sammenslutninger af selvstændige detailhandlende befinder sig i.
- Kommissionen vil foretage alle de høringer, der formelt kræves i forbindelse med udarbejdelsen af denne forordning, der giver fritagelse en bloc, og desuden foretage alle de høringer, der anses for nyttige. Specielt vil den høre de nationale regeringsekspertes indsyn inden for handel.

3. Uddannelse

Uddannelse forbedrer handelsvirksomhedernes konkurrenceevne ved at skabe stabilitet og muligheder for vækst. Store virksomheder har vist, at de er helt klar over dette og træffer passende foranstaltninger. Situationen er helt anderledes for de små og mellemstore virksomheder, selv om de har et stort behov for uddannelse.

Erhvervsklimaet bliver til stadighed mere komplekst, hvilket gør det særlig vanskeligt for lederne af de små og mellemstore virksomheder at klare situationen. Der vil ske stadig mere omfattende ændringer inden for erhvervslivet, og de vil indtræffe hurtigere og blive mindre forudsigelige, end tidligere.

Mange små forretningsindehavere er klar over deres handicap sammenlignet med de førende konkurrenter på vigtige områder såsom forretningsstrategi, salgsstrategi og ledelse. Disse handicap er årsagen til, at mange virksomheder ikke klarer sig, men størstedelen af disse forretningsindehavere er ikke overbevist om behovet for at bruge tid og penge på uddannelse. Udvikling af iværksætterånden er et centralt emne for handelens fremtid, og uddannelse er den vigtigste faktor i forbindelse med fremme af iværksætterånden i Europa.

Udviklingen inden for teknologi og ledelse kræver, at man erhverver grundlæggende færdigheder inden for bogholderi, finansiering, salgsteknik, brug af multimedier, forvaltning af menneskelige ressourcer og networking. Hvis de små og mellemstore virksomheder ikke har disse grundlæggende færdigheder, som allerede er vidt udbredt inden for de store virksomheder, er der øget risiko for, at de bliver overrumplet og sækker bagud.

Det er derfor meget vigtigt, at der fastlægges en egentlig integreret uddannelsespolitik for virksomheder, og en meddelelse om dette spørgsmål er under udarbejdelse. Denne politik, som skal kunne anvendes direkte af små og mellemstore handelsvirksomheder, vil kræve en mere sektorbaseret indfaldsvinkel, da udviklingsperspektiverne inden for handelssektoren frembyder særlige karakteristika, som skal tages i betragtning.

Store virksomheder må træffe nye valg med hensyn til personaleledelse. Disse valg indebærer forskellige uddannelsesstrategier. Udbydelse i underentreprise af aktiviteter, som fabrikanten hidtil har varetaget (f.eks. lagerstyring), service og rådgivning, anvendelse af nye informations- og ledelsesteknikker, kommunikation og marketing skulle føre til oprettelse af nye arbejdspladser. Nogle af disse arbejdspladser vil kræve et højt kvalifikationsniveau. Der opstår nye organisationsformer, som muliggør en bedre forvaltning af de forskellige aktivitetsfaser (alsidighed, udnyttelse af den tid, hvor computere er ude af drift (down time), til uddannelse på arbejdspladsen).

Hvis de små og mellemstore virksomheder skal udvikle sig, må de slutte sig sammen og danne indkøbs- eller salgsnetværk af et passende omfang ved hjælp af informationsteknologi. Dette kræver, at virksomhedslederne gør en stadig indsats for at lære om disse nye teknikker.

Aktioner

- Der vil inden længe blive offentliggjort en meddelelse om bedste praksis og fremtidige aktioner.
- Kommissionen vil vurdere behovet for uddannelse inden for handelen og offentliggøre en række retningslinjer og bedste praksis, herunder risikostyring.
- Proforma prisangivelser i euro på salgsstederne for at vurdere behovet for uddannelse af butikspersonalet.
- Et pilotprojekt for at undersøge forvaltningen af down time (individuel fjernundervisning, alsidighed).

4. Handel i landdistrikter og ugunstigt stillede byområder

Den lokale forretning i landsbyen er et sted, hvor man kan købe næsten alt, hvad man har behov for, når man bor på landet. Den er centrum for det sociale liv, for kontakter, for samtaler og for udveksling af nyheder og information! Man har sagt, at en landsby uden en lokal forretning, er en landsby uden hjerte.

Nogle former for handel vil uundgåeligt foregå i begrænset omfang – f.eks. inden for højt specialiserede sektorer. Forretninger af denne art er ikke truet af de store kæder. Små forretninger, navnlig dagligvareforretninger i landdistrikter eller ugunstigt stillede områder i storbyerne, har derimod problemer eller må endog kæmpe for at overleve.

Udviklingen hen imod meget store butiksenheder gør det muligt at forbedre handelssektorens professionalisme og at holde priserne nede, men i nogle tilfælde er det en trussel mod selve den traditionelle handels eksistens, og de ugunstigt stillede områder er ikke nogen undtagelse. Hvis handelssektoren ikke kan yde en god dækning i disse landdistrikter og byområder, er der risiko for tilbagegang eller marginalisering.

Ud fra forbrugernes synspunkt udlignes ulemperne ved forretningerne i ugunstigt stillede områder (begrænset vareudvalg, høje priser) af, at forretningerne ligger tæt på, hvor de bor. Deres driftsmetoder og manglen på egnede lokaler og egnet udstyr begrænser ofte rentabiliteten.

Alligevel har de lokale forretninger en vigtig funktion som leverandører til befolkningen, de forbedrer livskvaliteten i området og de danner rammer om sociale kontakter, så beboerne knyttes tættere til området, og danner grundlag for udviklingen af andre aktiviteter.

Det vigtigste mål er at tilskynde de lokale forretninger i ugunstigt stillede områder til at modernisere, så de bliver mere konkurrencedygtige og kan øge deres forventede levetid. Det andet mål er at målrette fællesskabsaktionen mere specifikt mod aktiviteter med et stort jobskabelsespotentialer.

Strukturfondene (EFRU og ESF, særlig under Urban-initiativet) kan bidrage til at realisere disse mål som en del af deres politik for at nedbringe regionale og sociale forskelle.

Aktioner

Inden for lokal udvikling har Kommissionen til hensigt at identificere eksempler på bedste praksis, så de kan formidles til og kopieres af andre på fællesskabsplan, og således at de kan anvendes, hvor det er hensigtsmæssigt i forbindelse med strukturfondenes aktiviteter. Der er planlagt følgende aktiviteter:

- De problemer, der findes på området, vil blive identificeret ved hjælp af en undersøgelse.
- Nedsættelse af specielle arbejdsgrupper, identificering af eksempler på god praksis, som kan hjælpe de berørte virksomheder til at modernisere.
- Formidling af disse eksempler på god praksis til nationale og regionale beslutningstagere på konferencer og via en mobil udstilling.

- Henstilling om forbedring af de små og mellemstore virksomheders adgang til andre fællesskabsprogrammer og navnlig til strukturfondene.
- Offentliggørelse af god praksis inden for handelssektoren, som kan bidrage til strukturfondenes aktiviteter.

5. Handel og turisme

Indkøb og turisme (herunder endagsudflugter) har et fælles grundlag. I turistområder er forretninger og turisme afhængige af hinanden. En succesrig turistsektor forsyner detailhandelen med potentielle kunder, hvilket igen skaber nye arbejdspladser i forretningerne. Velorganiserede og interessante forretninger tiltrækker turister og øger deres tilfredshed, så de tilskyndes til at vende tilbage. Lokalt fremstillede produkter, særlig kunsthåndværk og levnedsmiddelspecialiteter, er attraktive indkøbsvarer for turisterne.

Endvidere er handel og turisme potentielt to af de største brugere af elektronisk handel både mellem virksomhederne indbyrdes og mellem virksomhederne og deres kunder. Der er derfor grundlag for samarbejde mellem turist- og handelsvirksomheder om standardisering af betalingsmetoder, salg af pakkeløsninger til turister og formidling af information. En succesrig turiststrategi definerer en markedssektor og forsøger at opfylde dens særlige behov. På den ene side kan opfyldelse af disse behov indebære, at der skal findes visse typer forretninger, som kan opfylde turisternes forbrugerkrav, når de kommer til bestemte steder på grund af deres museer, strande eller festivaler. På den anden side er handel visse steder ligeså meget en turistattraktion som museer, landboturisme, strande eller festivaler, og den supplerer ofte de andre tilbud.

De virksomheder og offentlige myndigheder, der beskæftiger sig med fremme af turisme, kan ikke tvinge forretningerne til at handle inden for bestemte områder eller påtvinge dem driftsmetoder, men de kan lovligt søge at samarbejde med forretningerne og turistvirksomhederne. Tilgængeligheden af visse typer af forretninger kan være et træk i turistplanerne.

Nogle karakteristiske eksempler, som viser betydningen af en forbindelse mellem turist- og indkøbsaktiviteter

- *En lille nederlandsk by er beliggende meget tæt på grænsen til en anden medlemsstat. Folk flokkes om søndagen langs grænsen for at handle. Byen er velorganiseret til dette formål. Alle dagligvareforretninger og andre forretninger samt restauranter er åbne, parkometrene tager imod to nationale valutaer, og information vises på flere sprog.*
- *En belgisk landsby har 10-12 specialboghandler. Folk tiltrækkes af boghandlerne og spiser frokost eller får en drink i restauranterne.*
- *Besøgende udenlandske fodboldfans gik på indkøb i en britisk by inden kampen. De lokale forretninger, der var uvante med turisme, var overraskede over, hvor meget de brugte. De besøgende havde måske brugt flere penge, hvis forretningerne havde været bedre forberedt.*
- *En irsk by tiltrækker mange udenlandske flyturister, der aflægger weekendbesøg for at handle og hygge sig i byens barer, restauranter og hoteller.*
- *En belgisk by ligger lige uden for et slot, som tiltrækker mange besøgende. De lokale forretninger og restauranter betjener turisterne og sælger lokalt fremstillede levnedsmiddelspecialiteter.*

Aktion

- Kommissionen vil i samarbejde med alle interesserede parter arrangere en konkurrence med uddeling af en pris om forbindelsen mellem turisme og handelserhvervet. Den vil ligeledes

afholde en konference, hvor den vil fremlægge en rapport om undersøgelsen af handel og turisme, som vil blive offentliggjort i alle medlemsstaterne.

6. Handel og miljø

Med hensyn til miljø kan de europæiske rammedirektiver bidrage til harmonisering af de kommercielle vilkår samt til standardisering og forbedring af varerne i forbrugernes interesse. For så vidt angår affaldsforvaltning sigter Kommissionens politik mod at nedbringe både mængden af affald og de potentielle risici. Udnyttelsen af de naturlige ressourcer inklusive energi må optimeres, og salg af produkter med en minimal miljøpåvirkning må fremmes f.eks. via brug af økomærkningen.

Handelen må påtage sig sin del af ansvaret for forvaltning af visse typer af affald. Dette ansvar må dog fastlægges på *ad hoc*-basis for hver enkelt affaldsstrøm i lyset af dens specifikke karakteristika, samtidig med at der tages hensyn til handelens karakteristika. Ud over lovgivningen kan frivillige ordninger (navnlig etablering af fælles strukturer) overvejes, da visse distributionskanaler er i stand til og endog ønsker at indsamle visse former for affald fra salgsstederne. Man bør derfor huske på, at Kommissionen tager hensyn til de miljømæssige aspekter, når den træffer beslutning om, hvorvidt en restriktiv aftale kan dispenseres fra artikel 85, stk. 1, i traktaten. Affaldsindsamling, genbrug og bortskaffelse må gennemføres i fællesskab og på en koordineret måde af producenter, særlige indsamlingsvirksomheder, lokale myndigheder og handelssektoren.

For så vidt angår miljøet er produktionskæden blevet analyseret med henblik på at finde frem til metoder til at fremme miljørigtige fremstillingsprocesser. Produktionskæden skal undersøges som en helhed og ikke som en række separate faser. Undersøgelser, der sigter mod at udvikle miljøforvaltningssystemer, og som kan tilpasses de små og mellemstore virksomheders brug, bør fremmes, særlig under EMAS (fællesskabsordning for miljøstyring og miljørevision), og i overensstemmelse med ISO 14001.

Ud over miljøspørgsmålenes lovgivningsmæssige aspekt har de store virksomheder nu i nogle år undersøgt muligheden for at forene økologiske og sociale hensyn med konkurrenceevne. Andre undersøgelser har sammenlignet omkostninger og fordele ved visse transportformer. Der er blevet udviklet systemer, som sætter kvalificeret personale i stand til umiddelbart at identificere både de direkte transportomkostninger og miljøpåvirkningerne.

Selv om kun de store virksomheder i øjeblikket har ressourcer til at undersøge muligheden for at forene miljøbeskyttelse og konkurrenceevne, kan resultaterne overføres til de små og mellemstore handelsvirksomheder via forskellige kanaler.

Aktion

- Der vil blive nedsat en arbejdsgruppe under CCD, som skal finde frem til de områder af miljøpolitikken, der efter al sandsynlighed vil blive påvirket af ændrede forhold og nye mål, for at sætte handelssektoren i stand til at samarbejde med Fællesskabets myndigheder helt fra den indledende fase af enhver frivillig aftale og ethvert lovgivningsforslag.

D. Tilskyndelse til europæisering og internationalisering.

1. Euroen

Euroen vil medføre mange fordele for både virksomhederne og økonomien generelt. Samtidig vil den være en kilde til store udfordringer for handelssektoren. Lige fra januar 1999 skal de handlende i praksis vænne sig til at modtage checks udstedt i euro og kreditkort til konti i euro, selv om de ikke er juridisk forpligtet til at gøre det. Fra 1. januar 2002 skal de handlende

være fuldstændig indstillet på at opbygge passende lagre af euromønter og -sedler til starten af året²⁴.

Kommissionen har allerede gennemført en række undersøgelser omkring dobbelt angivelse af priser, men har ikke vedtaget nogen bestemmelser, der gør den obligatorisk eller systematisk²⁵.

Der må gennemføres en storstilet informationskampagne på nationalt plan for alle dele af handelssektoren vedrørende spørgsmål om afrunding og omregning osv. rettet mod de handlende og den brede offentlighed.

Kommissionen må derfor overvåge handelen i de første tre år før overgangen til praktisk anvendelse af euroen, idet den i overensstemmelse med behovet for fleksibilitet inden for handelen garanterer maksimal åbenhed og enkelhed for forbrugerne. De største problemer for handelssektoren er omkostningerne ved informationsformidling (dobbelt angivelse af priser), de nødvendige investeringer i edb-redskaber, personaleuddannelse og problemerne i den fase, hvor begge slags mønter og sedler vil være i omløb.

Repræsentanter for handel, turisme og håndværk har sammen med repræsentanter for forbrugerne og med støtte fra Kommissionen indgået en aftale, der er fastlagt i en adfærdskodeks²⁶. Målet er at sikre forståelse af euromekanismerne på vilkår, der er favorable for begge parter. Med underskrivelsen af aftalen har forretningerne påtaget sig visse forpligtelser som f.eks. en forpligtelse til at yde et vist minimum af information, personaleuddannelse eller dobbelt angivelse af priser. Der vil blive fremstillet et enkelt, europæisk mærke til brug for dem, der forpligter sig til at overholde disse bestemmelser. Dette mærke skal forvaltes af upartiske organer på nationalt og lokalt plan i nær kontakt med forbrugerne.

Overgangen til euroen vil finde sted på et tidspunkt, hvor der indføres stadig flere nye betalingsmetoder. Vi står på grænsen til et samfund uden mønter og sedler. De andre metoder kan kun blive en succes, hvis de kan anvendes samtidigt i alle medlemsstater.

Aktioner

- Møder mellem nationale regeringsekspertes og CCD for at undersøge, hvordan de offentlige myndigheders forberedelser til indførelsen af euroen i handelen skrider frem.
 - Fælles møder inden for rammerne af CCD for at klarlægge vigtige, praktiske spørgsmål såsom forhåndskrav, forsikring osv. og for at tilskynde til forberedende aktiviteter for aktører inden for sektoren om de praktiske aspekter af indførelsen af euroen.
 - Støtte til fremme af salg i euro i butikkerne.
 - Offentliggørelse af en henstilling, der skal fremme gennemførelsen af ovennævnte adfærdskodeks og mærkat, hvis det skulle vise sig nødvendigt.
- Efter euroinformationskampagnen, der vil blive opfulgt af Euro Info Centres i 1999, vil der blive gennemført en lignende kampagne fokuseret på handel og navnlig på brugen af euromønter og -sedler, når datoen for indførelsen af euroen nærmer sig.

2. International handel

Europæisk handel spiller en afgørende og aktiv rolle i international handel. Fællesskabets politik sigter mod at sikre, at de europæiske producenter møder fair konkurrence, når de eksporterer deres produkter til andre kontinenter. Ud over direkte salg ønsker de europæiske

²⁴ Rådets forordning (EF) nr. 974/98.

²⁵ Kommissionens henstilling om dialog, opfølgning og oplysning med henblik på at lette overgangen til euroen (KOM(1998) 288), Kommissionens henstilling om dobbelt angivelse af priser og andre monetære beløb (KOM(1998) 287).

²⁶ Underskrevet den 30.6.1998.

distributører at etablere sig som handlende på udenlandske markeder. Sådanne virksomheder har overskud, det er mere sandsynligt, at de sælger varer produceret i Europa, end at udenlandsk ejede distributører gør det, og de kan udgøre vigtige salgskanaler for den europæiske produktion. En europæisk forretning på et andet kontinent vil gennem sin forståelse af lokal smag og lokale marketinginitiativer kunne skabe et salg for europæiske producenter, som de udenlandske distributører ikke ville kunne skabe for dem. I de kommende år vil de europæiske virksomheder udvikle deres internationaliseringsstrategi for at få adgang til nye markeder med deres succesrige forretningsformat og produktudvalg.

De nye dimensioner for handelen i en globaliseret verdensøkonomi vil påvirke handelssektorens aktiviteter på de oversøiske markeder samt forbindelserne og samarbejdsformerne mellem handelen og industrien.

Navnlig fem aspekter må tages i betragtning: handelsrelaterede aspekter af udenlandsk direkte investering (Foreign Direct Investment (FDI)) vedrørende adgang til markedet og nye eksportbaser, internationaliseringen af produktionen og Outward Processing Trade (OPT), handelshusenes rolle, teknologispørgsmål i det internationale handelssystem og endelig udgifterne til kommunikation.

Der findes stadig mange hindringer for den europæiske eksport i mange lande. GATS (General Agreement on Trade in Services) omfatter rammer for forhandling af forbedringer af vilkårene for udenlandske virksomheder. GATS omhandler ligeledes aspekterne omkring indenlandsk regulering med det formål at forbyde forskelsbehandling og fremme åbenhed. Alle disse aspekter vil blive behandlet i den kommende runde af forhandlingerne om tjenesteydelser, der efter planen skal starte i 2000.

Fordelene ved fri import bør tages i betragtning tillige med argumenterne for begrænsning af importen. Den europæiske handelssektors import- og produktopsøgningsaktivitet øger udbuddet af varer og tjenesteydelser med hensyn til både variation og pris. Handelshindringer kan nogle gange være nødvendige, men de reducerer disse fordele.

Med hensyn til import kan opkrævning af told efter klarering medføre alvorlige problemer for de små og mellemstore virksomheder, som skal betale deres told lang tid efter, at varerne er blevet importeret. Importørerne anmoder ligeledes om at måtte anvende princippet om god tro i forbindelse med oprindelsescertifikater. Kommissionen har klarlagt sin holdning i meddelelsen af 23.7.1997²⁷.

Et andet emne er overholdelse af internationalt fastsatte sociale standarder og miljøstandarder, særlig i de mindre og mindst udviklede lande. Der er i øjeblikket ved at blive udarbejdet adfærdskodekser på forskellige planer lige fra private initiativer til ILO, WTO og UNCTAD.

Det er ligeledes vigtigt, at der tages hensyn til behovet for udvikling, navnlig i AVS-landene.

²⁷ KOM(97) 402 endelig udg.

Aktioner

- Undersøgelse af potentialet blandt de europæiske handelsvirksomheder, som søger at udvikle distributionsaktiviteter på andre kontinenter, og de problemer, de støder på.
- Tilrettelæggelse af handelsvirksomhedernes og de sektorbaserede sammenslutningers deltagelse i European Services Network med det formål at inddrage denne sektor i forberedelsen af de internationale forhandlinger inden for rammerne af GATS, som efter planen skal starte i 2000.

3. Udvidelse af Den Europæiske Union

Kommissionen gennemfører forhandlinger med ti ansøgerlande i Central- og Østeuropa og med Cypern om deres optagelse i Den Europæiske Union. Handelen i disse lande bør derfor tilpasses de vilkår, der gør sig gældende i Den Europæiske Union, og med henblik herpå bør Kommissionen undersøge foranstaltninger, der vil muliggøre en større sammenhæng på markedet.

En række problemer bør fremhæves:

- behovet for modernisering af ledelsessystemer og logistiske systemer
- de finansielle strukturers kvalitet
- den manglende accept af faglige samarbejdsorganer
- svagheden i mellemlidene (med deltagelse af fagfolk), der skulle muliggøre indførelsen af kollektive moderniseringsværktøjer
- de lokale myndigheders utilstrækkelige anerkendelse af handelen
- ringe udnyttelse af den finansielle støtte til modernisering af sektoren.

Aktioner

- Aktion for at bringe den lokale lovgivning i overensstemmelse med fællesskabslovgivningen.
- Panelbesøg med henblik på at identificere lokale problemer og fælles studiegrupper med repræsentanter for administrationer, virksomheder og faglige organisationer fra EU og de berørte lande.
- Inddragelse af aktører fra de Central- og Østeuropæiske lande og Cypern i fællesskabsaktiviteterne med henblik på fremme af handelen, særlig under det tredje flerårige program for små og mellemstore virksomheder.
- Fastlæggelse af god praksis med henblik på en mere målrettet udnyttelse af de midler, der stilles til rådighed for de lokale myndigheder (Phare, Tacis).
- Identificering af lokale problemer og passende løsninger gennem nedsættelse af fælles studiegrupper med deltagelse af repræsentanter for administrationer, virksomheder og faglige organisationer fra EU og de berørte lande ved hjælp af undersøgelser på stedet.
- Der vil blive afholdt konferencer i hvert enkelt ansøgerland til dels baseret på den mobile udstilling, som efter planen skal sendes rundt til medlemsstaterne, og til dels baseret på en drøftelse med de ansvarshavende i de pågældende lande, om den tilpasning af deres love og administrative praksis, som kan blive nødvendig.

BILAG I: HANDLINGSPLAN²⁸

1.	<p><u>Generel forståelse af sektoren og relevant information</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Der vil blive gennemført en større informationskampagne på omkring fyrrer lokaliteter i Unionen for at offentliggøre denne hvidbog og det af Kommissionens arbejde, der berører handelen, og for at tilskynde til feedback fra interesserede parter. 	1999-2001
	<ul style="list-style-type: none"> • Det europæiske statistiske system om handel vil fortsat blive forbedret. Der vil blive offentliggjort en årlig rapport, og der vil blive afholdt en konference med henblik på at formidle information om ændringer og tendenser i handelens struktur. 	1999-2003
2.	<p><u>Ændringer i handelens struktur: nye udfordringer ved udformningen af politikker</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommissionen vil gennemføre og offentliggøre undersøgelser af den fremtidige udvikling inden for salg på flere niveauer, handelsagenter og engrossalg. Dette vil omfatte overvejelser omkring benchmarking. Der vil blive arrangeret møder med de faglige organisationer inden for de berørte brancher, før undersøgelserne indledes og igen for at drøfte de endelige rapporter med henblik på at identificere de områder, hvor der skal gennemføres fællesskabsaktioner. 	2000-2001
3.	<p><u>Forenkling af administrative procedurer</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommissionen vil tilrettelægge møder med CCD (Udvalget for Handel og Distribution) og regeringsekspertter med henblik på at udforme og offentliggøre aktioner til fordel for handlen, som vil blive gennemført i lyset af BEST-rapporten. 	1999
4.	<p><u>Adgang til finansiering</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Lettelse af adgangen til finansiering til oprettelse af nye virksomheder via tredje runde af rundbordsdrøftelserne mellem bankerne og de små og mellemstore virksomheder og via gennemførelse af vækst- og beskæftigelsesinitiativet inden for handelssektoren. • Identifikation af mulighederne for, at virksomhederne kan få adgang til finansiering og tilskyndelse til gensidige garantisystemer for handelen. • Gennemførelse af det andet initiativ vedrørende iværksætterkapital for innovative virksomheder og overførsel af handelsvirksomheder.²⁹ • Identifikation af god praksis i medlemsstaterne med hensyn til finansiering, oprettelse og overførsel ved hjælp af samordnede aktioner, konferencer og undersøgelser. • Tilrettelæggelse af en konference for at øge banksektorens kendskab til handelsvirksomhedernes særlige situation og for at opnå bedre adgang til finansiering for dem. 	1999 2000 2000 2000 2001
5.	<p><u>Dialog mellem arbejdsmarkedets parter</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Forbedring af handelssektorens repræsentation i eksisterende og nye strukturer såsom udvalget for beskæftigelse. • Etablering af samarbejdsmekanismer mellem iværksættere inden for handelssektoren (CCD) og udvalgene for den sociale dialog. 	1999-2001 1999-2001
6.	<p><u>Forbrugere</u></p> <p>Tilrettelæggelse af et årligt fælles møde mellem CCD og forbrugerkomitéen for at drøfte aktuelle spørgsmål og søge fælles løsninger. Et referat af disse</p>	1999-2003

²⁸ Med hensyn til de finansielle virkninger jf. bilag II.

²⁹ EFT C 363 af 25.11.1998.

	møder vil blive offentliggjort.	
	<u>Kreditinstitutioner</u>	
7.	<ul style="list-style-type: none"> • Kommissionen vil udarbejde en rapport på grundlag af en indgående undersøgelse af problemerne i forbindelse med betalingsmidler, særlig anvendelsen af henstilling 87/598/EØF for at nå frem til fuld åbenhed på konkurrencedygtige vilkår omkring fordeling af omkostningerne i forbindelse med brug af sådanne kort mellem finansielle institutioner, forbrugerne og de handlende. • Evaluering af virkningerne af indførelsen af euroen på betalingsmetoderne, betalingssystemernes funktion og lovgivningsmæssige løsninger såsom den nødvendige opfølgning af henstilling 97/489 og 98/286. 	1999-2004
	<u>Handel og ny teknologi</u>	
8.	<ul style="list-style-type: none"> • Oprettelse af en website, der indeholder redskaber til udvikling af viden og uddannelse samt operationelle redskaber, så virksomhederne kan drage fordel af elektronisk handel. • Forberedelse og offentliggørelse af en undersøgelse, der identificerer de bedste erhvervssteder på Internet. • Gennemførelse af et pilotprojekt, som skal sikre, at udbuddet af grundlæggende tjenesteydelser inden for elektronisk handel til et stort antal små virksomheder er kommercielt bæredygtigt. • Gennemførelse af et pilotprojekt for at fremme brugen af kvalitetsmærkning og systemer til attestering af overensstemmelse med en adfærdskodeks. • Oprettelse af en taskforce under CCD, som skal undersøge en række spørgsmål og formidle feedback til Kommissionen om: de hindringer, som virksomhederne støder på i forbindelse med udvikling af elektronisk handel, virkningerne af de forskellige lovgivningsspørgsmål i tilknytning til elektronisk handel blandt små og mellemstore virksomheder og eventuelle foranstaltninger, som Kommissionen vil kunne overveje på dette område. 	1999-2001
		1999-2000
		2000-2001
		1999-2001
		1999-2003
	<u>Samarbejde mellem virksomheder</u>	
9.	<ul style="list-style-type: none"> • Kommissionen vil på grundlag af den bemyndigelse, som Rådet giver den, udarbejde et forslag til en forordning om fritagelsesbestemmelser, hvori der tages højde for den særlige situation, som sammenslutninger af selvstændige detailhandlende befinder sig i. • Kommissionen vil foretage alle de høringer, der formelt kræves i forbindelse med udarbejdelsen af denne forordning, der giver fritagelse en bloc, og desuden foretage alle de høringer, der anses for nyttige. Specielt vil den høre de nationale regeringsekspertter inden for handel. 	1999-2001
		1999-2001
	<u>Uddannelse</u>	
10.	<ul style="list-style-type: none"> • Der vil inden længe blive offentliggjort en meddelelse om bedste praksis og fremtidige aktioner. • Kommissionen vil vurdere behovet for uddannelse inden for handelen og offentliggøre en række retningslinjer og bedste praksis, herunder risikostyring. • Proforma prisangivelser i euro på salgsstederne for at vurdere behovet for uddannelse af butikspersonalet. • Et pilotprojekt for at undersøge forvaltningen af down time (individuel fjernundervisning, alsidighed). 	1999
		2000
		2000-2001
	<u>Handel i landdistrikter og dårligt stillede byområder</u>	
	Inden for lokal udvikling har Kommissionen til hensigt at identificere	2001

11.	<p>eksempler på bedste praksis, så de kan formidles til og kopieres af andre på fællesskabsplan, og således at de kan anvendes, hvor det er hensigtsmæssigt i forbindelse med strukturfondenes aktiviteter. Der er planlagt følgende aktiviteter:</p> <ul style="list-style-type: none"> • De problemer, der findes på området, vil blive identificeret ved hjælp af en undersøgelse. • Nedsættelse af specielle arbejdsgrupper, identificering af eksempler på god praksis, som kan hjælpe de berørte virksomheder til at modernisere. • Formidling af disse eksempler på god praksis til nationale og regionale beslutningstagere på konferencer og via en mobil udstilling. • Henstilling om forbedring af de små og mellemstore virksomheders adgang til andre fællesskabsprogrammer, navnlig strukturfondene. • Offentliggørelse af god praksis inden for handelssektoren, som kan bidrage til strukturfondenes aktiviteter. 	1999 1999-2000 1999-2000 1999
12.	<p><u>Handel og turisme</u> Kommissionen vil i samarbejde med alle interesserede parter arrangere en konkurrence med uddeling af en pris om forbindelsen mellem turisme og handelserhvervene. Den vil ligeledes afholde en konference, hvor den vil fremlægge en rapport om undersøgelsen af handel og turisme, som vil blive offentliggjort i alle medlemsstaterne.</p>	2000 2000
13.	<p><u>Handel og miljø</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Der vil blive nedsat en arbejdsgruppe under CCD, som skal finde frem til de områder af miljøpolitikken, der efter al sandsynlighed vil blive påvirket af ændrede forhold og nye mål, for at sætte handelssektoren i stand til at samarbejde med Fællesskabets myndigheder helt fra den indledende fase af enhver frivillig aftale og ethvert lovgivningsforslag. 	1999-2003
14.	<p><u>Euroen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Møder mellem nationale regeringsekspertes og CCD for at undersøge, hvordan de offentlige myndigheders forberedelser til indførelsen af euroen i handelen skrider frem. • Fælles møder inden for rammerne af CCD for at klarlægge vigtige, praktiske spørgsmål såsom forhåndskrav, forsikring osv. og for at tilskynde til forberedende aktiviteter for aktører inden for sektoren om de praktiske aspekter af indførelsen af euroen. • Støtte til simulationer på salgsstederne i Euroland. • Offentliggørelse af en henstilling, der skal fremme gennemførelsen af ovennævnte adfærdskodeks og mærkat, hvis det skulle vise sig nødvendigt. • Efter euoinformationskampagnen, der vil blive fulgt op af Euro Info Centres i 1999, vil der blive gennemført en lignende kampagne fokuseret på handel og navnlig på brugen af euromønter og -sedler, når datoen for indførelsen af euroen nærmer sig. 	1999 1999-2001 2001 2000
15.	<p><u>International handel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Undersøgelse af potentialet blandt de europæiske handelsvirksomheder, som søger at udvikle distributionsaktiviteter på andre kontinenter, og de problemer, de støder på. • Tilrettelæggelse af handelsvirksomhedernes og de sektorbaserede sammenslutningers deltagelse i European Services Network med det formål at inddrage denne sektor i forberedelsen af de internationale forhandlinger inden for rammerne af GATS, som efter planen skal starte i 2000. 	2001 2001 1999-2001
	<p><u>Udvidelse af Den Europæiske Union</u></p>	

16.	<ul style="list-style-type: none"> • Aktion for at bringe den lokale lovgivning i overensstemmelse med fællesskabslovgivningen. 	1999-2003
	<ul style="list-style-type: none"> • Panelbesøg med henblik på at identificere lokale problemer og fælles studiegrupper med repræsentanter for administrationer, virksomheder og faglige organisationer fra EU og de berørte lande. 	1999-2003
	<ul style="list-style-type: none"> • Inddragelse af aktører fra de Central- og Østeuropæiske lande og fra Cypern i fællesskabsaktiviteterne med henblik på fremme af handelen, særlig under det tredje flerårige program for små og mellemstore virksomheder. 	1999-2003
	<ul style="list-style-type: none"> • Fastlæggelse af god praksis med henblik på en mere målrettet udnyttelse af de midler, der stilles til rådighed for de lokale myndigheder (Phare, Tacis). 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Identificering af lokale problemer og passende løsninger gennem nedsættelse af fælles studiegrupper med deltagelse af repræsentanter for administrationer, virksomheder og faglige organisationer fra EU og de berørte lande ved hjælp af undersøgelser på stedet. 	2001
	<ul style="list-style-type: none"> • Der vil blive afholdt konferencer i hvert enkelt ansøgerland til dels baseret på den mobile udstilling, som efter planen skal sendes rundt til medlemsstaterne, og til dels baseret på en drøftelse med de ansvarshavende i de pågældende lande, om den tilpasning af deres love og administrative praksis, som kan blive nødvendig. 	1999-2003
		1999-2003

BILAG II : FINANSIEL INFORMATION

For så vidt angår 1999 og 2000 indebærer aktionerne i denne hvidbog og i handlingsplanen ikke nogen ny budgetpost, idet de vil blive dækket fuldstændigt over budgetpost B5.5120 for det tredje flerårige program for støtte til små og mellemstore virksomheder. Derefter vil aktionerne henhøre under det fjerde flerårige program, hvortil et forslag vil blive udarbejdet i slutningen af 1999 på grundlag af en evaluering af det tredje flerårige program.