



Bruxelles, den 31.1.2013
COM(2013) 36 final

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

UDVIKLING AF EN EUROPÆISK HANDLINGSPLAN FOR DETAILHANDELEN

(EØS-relevant tekst)

INDHOLDSFORTEGNELSE

1.	INDLEDNING	2
2.	OPNÅELSE AF ET INDRE MARKED FOR DETAILHANDEL	4
2.1	Ændringer i detailsektoren	4
2.2	Detailsektoren står over for en række forskellige udfordringer	4
2.3	Et indre marked for detailhandel til gavn for alle aktører	5
3.	FEM HOVEDDRIVKRÆFTER BAG MERE KONKURRENCEDYGTIG OG BÆREDYGTIG HANDEL OG DISTRIBUTION	6
3.1	Forbrugerindflydelse	6
3.1.1	Forbrugeroplysning	7
3.1.2	Mere bæredygtige forbrugervalg	7
3.2	Adgang til mere konkurrencedygtig handel og distribution	8
3.2.1	Kommerciel virksomhed	8
3.2.2	E-handel	9
3.3	Udvikling af en mere afbalanceret virksomhed-til-virksomhed-forsyningskæde for fødevarer og nonfoodvarer	10
3.3.1	Løsning af problemerne vedrørende illoyal handelspraksis	11
3.4	Udvikling af en mere bæredygtig forsyningskæde inden for detailhandel	12
3.4.1	Mere bæredygtig produktion og mere bæredygtigt forbrug	12
3.4.2	Reduktion af fødevarespild	12
3.5	Udvikling af mere innovative løsninger	13
3.5.1	Produktmærkning	14
3.5.2	Elektroniske betalinger	15
3.6	Tilvejebringelse af et bedre arbejdsmiljø	17
3.6.1	Misforhold mellem udbudte og efterspurgte kvalifikationer	17
3.6.2	Den uformelle økonomi	18
3.7	Den internationale dimension	19
4.	KONKLUSION: LØBENDE DIALOG MED DETAILSEKTOREN	20

1. INDLEDNING

Detail- og engrostopstjenester, som også kaldes handel og distribution, tegner sig for 11 % af EU's BNP og for næsten 15 % af EU's samlede beskæftigelse. Mere end 6 mio. virksomheder, dvs. 29 % af alle virksomheder i EU, er aktive i denne sektor. Detailsektoren er kendetegnet ved en meget stor andel af SMV'er, navnlig mikrovirksomheder (over 95 %)¹. Detail- og engrossalg er også nært knyttet til såvel hinanden som til andre økonomiske sektorer såsom landbruget, fremstillingsindustrien, it-tjenester, energi, logistik og transport². Disse sektorer bliver mere og mere integrerede, og sondringen mellem dem bliver stadig mere udflydende, da nogle detailhandlere nu også fungerer som grossister eller endog producenter.

Detail- og engrossektoren spiller en væsentlig rolle med hensyn til at stimulere vækst og jobskabelse inden for rammerne af Europa 2020-strategien: Den er blandt de centrale sektorer, som kan fremskynde overgangen til en mere bæredygtig økonomi såvel som mere bæredygtige forbrugsmønstre. Effektivitet i denne sektor har konsekvenser for konkurrence, innovation, pristendenser og konkurrenceevne.

Detailhandlere spiller en vigtig rolle med hensyn til at åbne det indre marked for EU's forbrugere. Der findes imidlertid stadig hindringer for etableringen af et effektivt og konkurrencedygtigt indre marked for detailhandel. Ifølge resultattavlen for forbrugervilkårene fra maj 2012 er EU's indre marked for detailhandel stadig langt fra at være fuldstændigt integreret³. Der er også forskellige hindringer for processer som f.eks. grænseoverskridende indkøb eller markedsadgang for detailhandlerne selv. Hindringerne for udviklingen af det indre marked for detailhandel er blevet påpeget i Kommissionens *rapport om overvågning af handels- og distributionsmarkedet*⁴, Europa-Parlamentets rapport *om en mere effektiv og fair detailhandelssektor*⁵ og i forbindelse med de workshopper⁶, som er blevet tilrettelagt af Kommissionen under forberedelsen af denne handlingsplan. Mens servicedirektivet⁷ og opfølgingsforanstaltningerne⁸ hertil definerer en generel strategi på området for tjenesteydelser, tager denne handlingsplan særlig sigte på detail- og engrossektoren. Den giver retningslinjer for opnåelse af et indre marked for detailhandel.

De flaskehalsproblemer, der er konstateret i detailsektoren - ofte på tværs af diverse politikområder - skal løses ved hjælp af en sammenhængende plan for at forbedre sektorens

¹ Kilde: Eurostat SBS (2010).

² Denne handlingsplan dækker al handel og distribution (hovedafdeling G i NACE rev. 2 (NACE-klassificeringer)), herunder biler samt engros- og detailhandel. Selv om titlen er "handlingsplan for detailhandelen", er det hensigten at dække mere end "detailhandel" i snæver betydning.

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

⁴ Rapport om overvågning af handels- og distributionsmarkedet "*Mod et mere effektivt og fair indre marked for handel og distribution frem til 2020*" (KOM(2010) 355 af 5. juli 2010).

⁵ Europa-Parlamentets beslutning af 5. juli 2011 om et mere effektivt og retfærdigt marked for detailhandel (2010/2109 (INI)).

⁶ Tilrettelagt i første kvartal af 2012 med repræsentanter for de vigtigste berørte parter i forsyningskæden inden for detailhandel (resuméer af disse møder kan findes på http://ec.europa.eu/internal_market/retail/index_en.htm).

⁷ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2006/123/EF af 12.12.2006 om tjenesteydelser i det indre marked (EUT L 376 af 27. december 2006, s. 36).

⁸ Meddelelse fra Kommissionen til Europa-Parlamentet, Rådet, Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget om gennemførelsen af servicedirektivet: "*Partnerskab for ny vækst i servicesektoren 2012-2015*", (COM(2012) 261 final af 8. juni 2012) og arbejdsdokumenter fra Kommissionens tjenestegrene (2012) 146 final, 147 final og 148 final af 8. juni 2012.

økonomiske, sociale og miljømæssige resultater og sikre, at den i fuldt omfang bidrager til opfyldelse af målene i Europa 2020-strategien. Som allerede påvist i forbindelse med de landespecifikke anbefalinger, som Rådet udstedte i juli 2012, er der to centrale udfordringer i EU's detailsektor: i) restriktioner for etableringsretten og mere generelt ii) en ringe konkurrenceevne i detailsektoren, især i visse medlemsstater, og et behov for at mindske hindringerne og de driftsmæssige begrænsninger.

Denne handlingsplan sigter på at løse ovennævnte problemer, som hindrer opnåelse af et indre marked for detailhandel, ved at fastlægge en strategi for forbedring af detailsektorens konkurrenceevne og styrkelse af sektorens økonomiske, miljømæssige og sociale resultater. Dens strategiske mål kan imidlertid ikke opfyldes med foranstaltninger, der blot indføres oppefra, men vil kræve et aktivt samarbejde og initiativer fra detailsektorens side. F.eks. skal ansvaret for investeringer i kvalifikationer deles, og detailsektoren skal spille en vigtig rolle sammen med det offentlige, privatpersoner og uddannelsessektoren.

Handel og distributions sammensætning er præget af forskelligartethed og kompleksitet i Europa. Der findes således ingen universalløsning på de problemer, som sektoren står over for. Detailsektorens mangfoldighed omfatter forskelle med hensyn til leverandørtyper (SMV'er eller store virksomheder), organisation (grupper af uafhængige detailhandlere, kooperativer, selskaber osv.), salgslokalernes størrelse, formater, sortiment, forsyningskæder, placering, forretningsmodeller, grad af vertikal integration, ejerforhold og forretningens størrelse.

Produktiviteten i sektoren for handel og distribution skal forbedres i Europa, samtidig med at arbejdspladsernes kvalitet og det nuværende beskæftigelsesniveau bevares. Mikrovirksomheder og SMV'er bidrager med en relativt stor andel af den merværdi, der opnås i EU, hvilket er grunden til, at der er behov for foranstaltninger, som fremmer deres produktivitet endnu mere, således at der opnås mere vækst såvel som flere arbejdspladser i EU. Nogle af de foranstaltninger, som foreslås i handlingsplanen, (f.eks. foranstaltningen vedrørende mærkning) vil hjælpe virksomhederne med at omfordele ressourcer til de aktiviteter, der skaber reel vækst, og derved øge deres produktivitet. Dette gælder især for SMV'er, som ofte må afsætte en stor del af deres menneskelige og finansielle ressourcer til indsamling af oplysninger, navnlig om regler i andre medlemsstater. Nogle af de andre foranstaltninger, der foreslås i denne handlingsplan (f.eks. foranstaltningen vedrørende elektroniske betalinger) vil fremme fjernsalg via internettet og således skabe muligheder, især for SMV'er, for at udvide kundeunderlaget, eventuelt på tværs af de nationale grænser. De vil også bidrage til opfyldelse af de mål, der nævnes i meddelelsen "En digital dagsorden for Europa"⁹ og handlingsplanen for e-handel¹⁰.

⁹ Meddelelse fra Kommissionen til Europa-Parlamentet, Rådet, Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget "*En digital dagsorden for Europa*", KOM(2010) 245 endelig af 26. august 2010.

¹⁰ Meddelelse fra Kommissionen til Europa-Parlamentet, Rådet, Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget "*En sammenhængende ramme til styrkelse af tilliden til det digitale indre marked for e-handel og onlinetjeneste*" (KOM(2011) 942 endelig af 11. januar 2012 (kaldes også handlingsplanen for e-handel)).

2. OPNÅELSE AF ET INDRE MARKED FOR DETAILHANDEL

I de seneste årtier har EU's detailsektor undergået omfattende ændringer og står i dag over for en række udfordringer, som hæmmer sektorens evne til at bidrage fuldt ud til Europa 2020-målene vedrørende vækst og jobskabelse.

Det er derfor afgørende at foreslå en strategi for opnåelse af et velfungerende indre marked for detailhandel og derved at bidrage til EU's territoriale og sociale samhørighed - gennem en forbedret adgang til mere bæredygtig og konkurrencedygtig handel og distribution. En sådan strategi vil yde et væsentligt bidrag til den økonomiske vækst og sætte detailhandlerne i stand til at opfylde de europæiske forbrugeres behov og krav endnu bedre.

2.1 Ændringer i detailsektoren

I de sidste to årtier har moderniseringen af EU's økonomi medført mange ændringer i detailsektoren. Der er opstået netværk af salgssteder med flere forskellige varegrupper. Vertikal integration har sat detailhandlerne i stand til at drage fordel af mere effektiv distribution og logistik. Store detailhandlere har opnået betydelige stordriftsfordele i købsprocessen, hvilket har styrket deres forhandlingsposition over for leverandørerne. Centraliserede indkøb har ført til en gradvis internationalisering af udbuddet, både inden for EU og ved køb fra tredjelande. Der er blevet skabt indkøbsalliancer og grupper af uafhængige SMV'er i detailsektoren med henblik på at samle ekspertise og opnå stordriftsfordele. Endelig har detailhandlernes bestræbelser på at imødekomme forbrugernes efterspørgsel fået dem til at øge deres kontrol over forsyningskæden (f.eks. ved hjælp af handelsmærker)¹¹.

Sammen har sådanne ændringer ført til en forøgelse af antallet af salgssteder, formater og varegrupper og et relativt fald i slutbrugerpriserne. Øget konkurrence og begrænsede fortjenstmargener har dog også medført, at mange små uafhængige butikker og SMV-producenter og -leverandører har måttet lukke. Øget pres, hvad angår arbejdsvilkårene, har ikke nødvendigvis udelukkende medført fordele for forbrugerne og har i visse tilfælde endog øget EU's påvirkning af miljøet.

2.2 Detailsektoren står over for en række forskellige udfordringer

I øjeblikket står detailhandlere alt afhængigt af deres størrelse og sektor over for forskellige udfordringer. Udviklingen af e-handel presser også detailhandelen til at finde nye forretningsmodeller. Desuden indebærer en udviskning af skellet mellem sektorer (detailtjenesternes omfang udvides fortsat gennem konstant tilføjelse af nye produkter og tjenesteydelser, herunder finansielle tjenesteydelser, telekommunikation og rejsetjenesteydelser, offentlig forsyningsvirksomhed osv.), at forretningsmodellerne bliver mere og mere komplekse. Globale fænomener såsom følgerne af den finansielle krise for forbrugernes købekraft, stigende råvarepriser, demografiske tendenser, navnlig aldringen af EU's befolkning, og bestræbelserne på at opnå bæredygtighed udgør tilsammen en udfordring for eksisterende forretningsmodeller og processer i detailsektoren.

Som forklaret ovenfor kan udfordringerne i detailsektoren være forskellige for forskellige typer af detailhandlere, og de kan variere medlemsstaterne imellem på grund af forskelle mellem de nationale markeder. F.eks. er nye teknologier for betaling via smartphones (mobilbetaling) på vej frem. Dette kræver imidlertid etablering af den nødvendige infrastruktur for modtagelse af disse betalinger på salgsstedet. For store detailhandlere, der

¹¹ Arbejdsdokument fra Kommissionens tjenestegrene, som ledsager rapporten om overvågning af handels- og distributionsmarkedet (SEK(2010) 807, s. 11).

driver forretning i mere end én medlemsstat, er en af de vigtigste udfordringer i den henseende fraværet af paneuropæiske standarder for modtagelse af mobilbetaling. Mindre detailhandlere har ikke altid den nødvendige kapacitet til håndtering af nye teknologier.

2.3 Et indre marked for detailhandel til gavn for alle aktører

Løsning af de vigtigste flaskehalsproblemer i forbindelse med gennemførelsen af det indre marked for detailhandel har potentiale til at indebære fordele for alle de berørte aktører og miljøet:

- *Forbrugere*: Bedre adgang til detailtjenesteydelser og produkter af høj kvalitet, mere konkurrencedygtige priser og bedre information om kvalitet og priser samt om produkters miljøegenskaber vil forbedre forbrugernes valg, både hvad angår fysisk salgssted og e-detailhandelsformer.
- *Virksomheder*: Detailhandlere og deres leverandører, især SMV'er, vil drage konkret fordel af det indre marked gennem udvikling af en mere forudsigelig retlig ramme, der gør det muligt for dem at levere endnu større værdi i hele forsyningskæden. Ved at løse problemerne vedrørende illoyal adfærd i forsyningskæden ville aktører i både tidligere og efterfølgende markedsled få mere holdbare forbindelser og blive tilskyndet til at øge både innovation og investeringer. Yderligere udvikling af e-handel vil gavne detailhandlere, som vil få flere muligheder for at finde nye markeder.
- *Arbejdstagere*: Detailsektoren bør kunne drage fordel af bedre kvalificeret personale og bedre arbejdsvilkår, hvilket fører til større jobtilfredshed. En forbedring af uddannelsen af arbejdstagere vil også bidrage til at sikre bedre beskæftigelsesmuligheder, navnlig for unge og personer med begrænsede kvalifikationer.

Disse forskellige spørgsmål kan ikke behandles isoleret. De politiske tiltag, der foreslås, skal finde den rette balance mellem de økonomiske friheder og almene hensyn. For at nå disse mål opstilles der i denne meddelelse en europæisk handlingsplan for detailhandelen, der er baseret på 11 konkrete aktioner, som udgør en sammenhængende og helhedsorienteret europæisk strategi¹².

Desuden vil Kommissionen oprette en permanent **gruppe om detailhandelens konkurrenceevne** med deltagelse af medlemsstaterne og alle relevante berørte parter, navnlig SMV'er, for at opnå automatisk hensyntagen til detailsektorens behov ved fastlæggelsen af den politiske dagsorden, hvilket vil øge opmærksomheden på spørgsmål og problemer af relevans for detailhandlere. Denne gruppe vil bidrage til udvikling af yderligere specifikke målsætninger for de områder, der er udpeget, overvåge udviklingen, udstede anbefalinger for at sikre fuld gennemførelse af aktionerne i denne plan og om nødvendigt rådgive Kommissionen om supplerende aktioner, som kan foreslås.

¹² Den foreslåede tilgang er i tråd med de principper, der er omhandlet i meddelelsen fra Kommissionen til Europa-Parlamentet, Rådet, Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget "Målrettet EU-regulering" (COM(2012) 746 final af 12. december 2012). I den sammenhæng har Kommissionen forpligtet sig til at gennemgå eksisterende lovgivning i detailsektoren med henblik på at kortlægge mulighederne for at forenkle reglerne og nedbringe de reguleringsrelaterede omkostninger for virksomheder og borgere uden at gå på kompromis med de almene politiske målsætninger.

3. FEM HOVEDDRIVKRÆFTER BAG MERE KONKURRENCEDYGTIG OG BÆREDYGTIG HANDEL OG DISTRIBUTION

Kommissionen har fastlagt følgende fem centrale prioriterede områder:

- 1) *Forbrugerindflydelse* - bl.a. gennem mere gennemsigtige, pålidelige og direkte sammenlignelige oplysninger om produkternes pris og kvalitet.
- 2) *Forbedret adgang til mere bæredygtig og konkurrencedygtig handel og distribution* - både fysiske salgssteder og e-detailhandel kunne drage fordel af bedre markedsadgang, navnlig gennem klarere og mere gennemskuelige etableringsregler.
- 3) *Mere retfærdige og bæredygtige handelsforbindelser i hele forsyningskæden inden for detailhandel* - aktørerne ville have fordel af en ramme for en effektiv indsats mod illoyal handelspraksis.
- 4) *Mere innovative løsninger* – aktørerne vil kunne opnå fordele, hvis der bliver hurtigere adgang til forskningsresultater på markedet.
- 5) *Bedre arbejdsmiljø* – både arbejdstagere og arbejdsgivere vil kunne drage fordel af bedre arbejdsvilkår og en løsning på problemerne vedrørende uoverensstemmelser mellem de kvalifikationer, der henholdsvis efterspørges og udbydes.

3.1 Forbrugerindflydelse

Den europæiske forbrugerdagsorden¹³ understregede, at forbrugere med indflydelse på et integreret indre marked kræver et solidt sæt principper og redskaber. Sådanne rammer sikrer en korrekt håndhævelse af forbrugerrettigheder og adgang til effektive retsmidler, pålidelige og relevante oplysninger og bedre forbrugeroplysning.

Forbrugere med indflydelse kan foretage bedre købsbeslutninger. De søger efter oplysninger og bruger dem. De kender og udnytter desuden deres rettigheder. Mere velinformerede og engagerede forbrugere er ikke blot bedre i stand til at finde *de bedste tilbud*, men er også mere interesseret i bæredygtigt og etisk korrekt forbrug. Forbrugernes valg og præferencer er blandt de vigtigste faktorer bag udviklingen i detailsektoren. Detailhandlere har oplagte muligheder for at bidrage positivt til forbrugernes købsbeslutninger: Gennem daglige kontakter med deres kunder og den indflydelse, de har på andre aktører i forsyningskæden, kan detailhandlere oplyse forbrugere om produkter, der er af højere kvalitet og produceret på etisk forsvarlig vis, eller som er kendetegnet ved bedre resultater på det miljømæssige og/eller sociale område.

Ved at forbedre gennemsigtheden for forbrugere har detailsektoren potentiale til at skabe et reelt indre marked for detailhandel. Hvis forbrugere gives lettere adgang til pålidelige, relevante og nyttige oplysninger om de forskellige tilbud i hele EU, vil det sætte dem i stand til at drage fuld fordel af det indre marked. Hvis sammenligning af tilbuddene lettes, vil det hjælpe forbrugere med at vælge de produkter og tjenesteydelser, der passer bedst til deres behov, hvilket vil fremme en sund konkurrence. Dette bør sammen med andre foranstaltninger, der kan afhjælpe den vedvarende opsplnitning af EU-markedet, bidrage til

¹³ Meddelelse fra Kommissionen til Europa-Parlamentet, Rådet, Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget "*En europæisk forbrugerdagsorden - Øget tillid og vækst*" (COM(2012) 225 final af 22. maj 2012).

priskonvergens i hele EU. Foranstaltninger til forbedring af gennemsigtigheden og pålideligheden af oplysningerne til forbrugerne ville være særligt nyttige, hvis de gennemføres på EU-plan, idet rent nationale foranstaltninger, uanset hvor velgennemtænkte de er, ikke vil kunne give de fordele, der kan opnås med et virkeligt integreret indre marked.

3.1.1 Forbrugeroplysning

Forskningen viser, at et flertal af europæerne bruger internettet til at søge efter oplysninger for at kunne sammenligne priser eller kvalitet, før de køber varer online eller offline. Stillet over for alt for store informationsmængder henvender de sig ofte til formidlere, f.eks. websteder med prissammenligninger, der kan hjælpe dem med at finde frem til de bedste tilbud. Selv om denne type websteder kan hjælpe forbrugerne med at sammenligne tilbud, er brugen heraf også forbundet med en række betydelige problemer¹⁴. For reelt at være til gavn for forbrugerne bør webstederne med prissammenligninger dække deres behov og være gennemsigtige, pålidelige og omfattende og let tilgængelige. Det er vigtigt, at webstederne med prissammenligninger er af grænseoverskridende karakter, hvis forbrugerne skal kunne drage fuld fordel af det indre marked.

Desuden medfører bedre forbrugeroplysning ikke blot, at forbrugerne bliver mere bevidste, hvilket forbedrer deres muligheder for at gøre deres rettigheder gældende, men bedre forbrugeroplysning øger også virksomhedernes kendskab til de forpligtelser, der følger af den forbrugerlovgivning, der gælder på hele det indre marked.

Som anført i den europæiske dagsorden og handlingsplanen for e-handel vil Kommissionen samarbejde med formidlere og virksomheder med henblik på at udvikle adfærdskodekser, retningslinjer for god praksis og/eller andre værktøjer til prissammenligning, alt efter hvad der er mest hensigtsmæssigt.

Som en del af den digitale dagsorden samler EU-kodeksen over onlinerettigheder desuden EU-lovgivningens bestemmelser om forbrugerrettigheder, som vedrører det digitale miljø, på en gennemskelig og fyldestgørende måde. Kodeksen er af stor betydning for forbrugernes tillid og bidrager til større udbredelse af onlinetjenester¹⁵.

3.1.2 Mere bæredygtige forbrugervalg

Organisationers og produkters miljømæssige resultater måles og videreformidles i øjeblikket ved hjælp af en række forskellige kanaler og formater på grundlag af forskellige private og offentlige initiativer og med forskellige ambitionsniveauer og vurderingsmetoder. Dette fører til en situation, hvor der anvendes forskellige former for mærkning, anprisninger og indberetningsordninger. Indførelse af harmoniserede europæiske metoder vil skabe større gennemsigtighed for forbrugerne. Under udviklingen af sådanne metoder vil Kommissionen sikre, at der gælder ensartede spilleregler for virksomhederne, og at omkostningerne holdes på et minimum, navnlig for SMV'er.

Aktioner:

- 1) *Gennem dialog med de berørte parter vil Kommissionen udvikle retningslinjer for*

¹⁴ Consumer market study on the functioning of e-commerce and internet market and selling techniques in the retail of goods (undersøgelse af forbrugermarkedet med fokus på e-handel og internetmarkedsføring samt salgsteknik i forbindelse med salg varer), CIVIC consulting, 2011:

¹⁵ http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/market_studies/e_commerce_study_en.htm
<https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/code-eu-online-rights>.

god praksis og/eller adfærdskodekser, der skal lette forbrugernes adgang til gennemskuelige og pålidelige oplysninger, der gør det lettere at sammenligne varers og tjenesteydelsers priser, kvalitet og bæredygtighed.

- 2) *Kommissionen vil foreslå europæiske metoder til måling af produkters og organisationers samlede miljøpåvirkning og formidling af oplysninger herom.*

3.2 Adgang til mere konkurrencedygtig handel og distribution

Adgangen til handel og distribution er blevet betydeligt bedre i de seneste år, både hvad angår placering og disponibilitet. Udviklingen af e-handel er blevet en integrerende del af detailhandlernes forretningsmodeller, hvilket har øget udbuddet af varer og tjenesteydelser og gjort det lettere at foretage prissammenligninger. Der er dog en række problemer, der skal løses for at øge konkurrencen inden for handel og distribution.

Behovet for at fjerne eksisterende hindringer for etablering og mere generelt at styrke konkurrencen i detailsektoren var en af de vigtigste landespecifikke anbefalinger, der var resultatet af det europæiske semester i 2012, hvis mål var at skabe mere vækst og flere arbejdspladser i Europa. Indførelse af konkurrencefremmende foranstaltninger, især i forbindelse med e-handel, ville bidrage til at styrke det indre marked, navnlig for SMV'er. Ifølge en række skøn af nyere dato¹⁶ kan de økonomiske virkninger af servicedirektivet desuden føre til en stigning på op til 2,6 % i EU's BNP, hvis det gennemføres i fuldt omfang. Eftersom detail- og engrossektoren tegner sig for en fjerdedel af værditilvæksten i alle sektorer, der er omfattet af servicedirektivet, bør virkningen af at fjerne de resterende hindringer inden for disse sektorer være betydelig.

3.2.1 Kommerciel virksomhed

Konkurrencen mellem detailhandlerne kan fremmes ved at lette markedsadgangen. Udvælgelse af det rette sted for udvikling af detailhandelen og rettidig påbegyndelse af driften er afgørende for en virksomheds succes. Virksomheden er ikke blot afhængig af adgang til egnet fast ejendom, men også af at der findes handelsregler og regler og procedurer for fysisk planlægning, som ikke medfører en u hensigtsmæssig begrænsning af konkurrencen.

Ansvar for at sikre en afbalanceret og bæredygtig territorial udvikling ligger hovedsageligt hos medlemsstaterne. Deres tiltag kan medføre begrænsninger i placeringen eller det udvalg af produkter/tjenester, som detailhandlerne kan tilbyde. Sådanne restriktioner har stor indvirkning på: i) territorial organisering (f.eks. trafik og transportinfrastruktur), ii) virksomhedernes mulighed for at åbne og drive forretninger, iii) detailhandlernes forretningsformat og iv) forbrugernes valgmuligheder. Restriktioner for kommerciel virksomhed kan som anerkendt af Den Europæiske Unions Domstol være begrundet i tvingende almene hensyn, f.eks. miljøbeskyttelse, fysisk planlægning og forbrugerbeskyttelse, forudsat at de er passende og forholdsmæssige¹⁷.

Det er på den ene side derfor vigtigt at sikre, at etableringsfriheden respekteres, og at undgå konkurrenceforvridning, mens det på den anden side er vigtigt at respektere andre relevante mål og interesser, som er forankret i EU's generelle politik. Der er behov for en afbalanceret

¹⁶ http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/economic_paper/2012/ecp456_en.htm.

¹⁷ Jf. EU-Domstolens dom C-400/08, *Kommissionen mod Spanien*, af 24. marts 2011.

tilgang, der bl.a. kan tage hensyn til planlægning af bæredygtig udvikling, territorial samhørighed og både byliv og landliv af høj kvalitet samt minimering af miljøpåvirkningen¹⁸.

Servicedirektivet, der finder anvendelse på dette område, indeholder også en række helt entydige forpligtelser for medlemsstaterne. En af disse er en forpligtelse til at fjerne krav, der er forbudt i henhold til servicedirektivet, f.eks. økonomiske behovsprøver, som gør udstedelsen af en tilladelse til at udøve servicevirksomhed betinget af, at der fremlægges dokumentation for et økonomisk behov eller en markedsefterspørgsel, en evaluering af den pågældende aktivitetens potentielle eller aktuelle økonomiske virkninger eller en vurdering af aktivitetens formålstjenlighed i forhold til den kompetente myndigheds planlagte økonomiske mål. I meddelelsen om gennemførelsen af servicedirektivet¹⁹ har Kommissionen bebudet en nultolerancepolitik med henblik på at eliminere de resterende tilfælde af manglende overholdelse af entydige forpligtelser, såsom forpligtelsen til at fjerne de økonomiske behovsprøver, som stadig finder anvendelse i visse medlemsstater, til trods for at de er forbudt i henhold til servicedirektivet. Nultolerancepolitikken vedrører imidlertid ikke de planlægningskrav, der tjener et tvingende alment hensyn²⁰.

I betragtning af visse vigtige EU-målsætninger som f.eks. territorial samhørighed og miljøbeskyttelse bør der derfor gøres en indsats for at indkredse og udbrede god praksis inden for byplanlægning på handelsområdet, der kan sikre en konkurrencedygtig detailsektor såvel som en for alle parter rimelig og bæredygtig udvikling af byer og landdistrikter i hele Den Europæiske Union.

3.2.2 E-handel

E-handels store udbredelse har ført til øget konkurrence mellem traditionelle detailhandlere og onlinedistributionskanaler og skaber nye muligheder, som kan frigøre et betydeligt vækstpotentiale. På nuværende tidspunkt udgør e-handel dog kun 5 % af EU's samlede detailsalg²¹, og kun 10 % af EU's borgere har handlet online i en anden medlemsstat, mens 39 % foretager sådanne handler i deres egen medlemsstat²². Disse tal viser det store uudnyttede potentiale i den digitale økonomi. Tilpasning til disse nye realiteter gennem udvikling af flerstrengede strategier vil give SMV'er mulighed for at udnytte potentialet for vækst i forbindelse med onlinesalg. SMV'er, som gør omfattende brug af internetbaserede teknologier, vokser rent faktisk dobbelt så hurtigt og eksporterer dobbelt så meget som andre. De skaber også dobbelt så mange arbejdspladser²³. F.eks. sælger 97 % af eBay's "erhvervsdrivende sælgere" varer i udlandet, herunder 94 % af den gruppe, der består af de

¹⁸ Til vurdering af hensigtsmæssigheden af miljøforanstaltninger vil der blive anvendt forskellige værktøjer, herunder direktivet om strategisk miljøvurdering (SMV-direktivet) (direktiv 2001/42/EF). For konkrete projekter som f.eks. opførelse af butikcentre og parkeringspladser skal der foretages en "screening" i henhold til artikel 4, stk. 2, i direktivet om vurdering af virkningerne på miljøet (VVM) (direktiv 2011/92/EU), som vil danne grundlag for en beslutning om, hvorvidt en fuld VVM-procedure er nødvendig.

¹⁹ COM(2012) 261 final.

²⁰ Arbejdsdokument fra Kommissionens tjenestegrene, som ledsager meddelelsen om gennemførelsen af servicedirektivet (SWD(2012) 148 final af 8. juni 2012).

²¹ Kilde: Eurostat, ICT usage and e-commerce in enterprises (anvendelse af ikt og e-handel i virksomhederne), 2011.

²² Kilde: Eurostat, ICT usage in households and by individuals (husstandes og enkeltpersoners anvendelse af ikt), 2011.

²³ Internet Matters, the net's sweeping impact on growth, jobs, and prosperity (internettets betydning – nettets enorme indvirkning på vækst, jobskabelse og velstand), McKinsey Global institute, maj 2011.

10 % mindste "erhvervsdrivende sælgere"²⁴. Dette viser, at SMV'er med begrænsede investeringer kan benytte en onlineplatform til at komme ind på udenlandske markeder og potentielt opnå en betydelig handel med kunder i andre lande. I dette miljø præget af forandringer vil Kommissionen nøje følge udviklingen på både online- og offlinedetailmarkeder, undersøge deres respektive roller i den moderne detailhandel og udforme eventuelle foranstaltninger, således at der tages højde for denne dynamik.

Det er i denne forbindelse vigtigt at efterprøve, at nye lovforslag ikke får skadelig indvirkning på enten traditionel detailhandel eller e-handel, især hvad angår grænseoverskridende salg. Der er derfor behov for grundige overvejelser i forbindelse med alle nye lovforslag. De relevante tjenestegrene i Kommissionen vil proaktivt undersøge disse spørgsmål under det forberedende arbejde vedrørende alle sådanne nye forslag.

Aktioner:

- 3) *Medlemsstaterne skal løse alle resterende problemer vedrørende manglende overholdelse af entydige forpligtelser i henhold til servicedirektivet vedrørende adgang til og udøvelse af detailhandelsaktiviteter, herunder fjernelse af økonomiske behovsprøver som omhandlet i artikel 14, stk. 5, i servicedirektivet. Kommissionen vil om nødvendigt udøve sin nultolerancepolitik gennem traktatbrudsprocedurer.*
- 4) *Kommissionen vil*
 - a) *iværksætte en præstationsprøvning i detailsektoren for at undersøge, hvordan de kompetente myndigheder anvender regler og planer for handel og fysisk planlægning i praksis, når en potentiel tjenesteleverandør ønsker at oprette et lille, mellemstort eller stort detailsalgssted*
 - b) *gennem udveksling af bedste praksis skabe større klarhed om den rette balance mellem fri etableringsret, fysisk planlægning og byplanlægning på handelsområdet samt miljøbeskyttelse og social sikring.*

3.3 Udvikling af en mere afbalanceret virksomhed-til-virksomhed-forsyningskæde for fødevarer og nonfoodvarer

Illoyal handelspraksis er praksis og vilkår, som klart afviger fra god praksis på handelsområdet, og som er i strid med god tro og redelig handlemåde i forbindelser mellem virksomheder (B2B). Detailhandel mellem virksomheder med såvel fødevarer som nonfoodvarer i forsyningskæden er kæden af transaktioner mellem virksomheder eller mellem virksomheder og offentlige myndigheder, som indebærer levering af varer hovedsagelig beregnet til den brede offentlighed til personlig brug eller husholdningsbrug eller forbrug. Det omfatter en række aktører (producenter, forarbejdningsvirksomheder/distributører). En velfungerende B2B-forsyningskæde for fødevarer og nonfoodvarer er nøglen til at indfri det maksimale økonomiske potentiale i disse undersektorer. Illoyal handelspraksis anvendes typisk af en stærkere part over for en svagere part i en situation med en ulige magtfordeling.

Retfærdighed i forbindelserne mellem virksomhederne sikrer en velfungerende B2B-forsyningskæde for fødevarer og nonfoodvarer. Det hævdes, at illoyal handelspraksis kan have negative virkninger for virksomhedernes, især SMV'ernes, evne til at investere og innovere. Et eksempel på illoyal handelspraksis kunne være en praksis, som giver

²⁴ Kilde: Ebay-undersøgelse: "Enabling traders to enter and grow on the global stage" (handlendes muligheder for at komme ind på og vokse på verdensmarkedet), juni 2012.

detailhandlerne mulighed for at overføre en del af den risiko, der er forbundet med detailhandel, til leverandørerne. Den kan anvendes i tilfælde af et begrænset salg, rabatter, statusopgørelser ved en salgsperiodes afslutning m.v. Et yderligere eksempel på illoyal handelspraksis kan være tilfælde, hvor geografiske forsyningsbegrænsninger, som visse multinationale leverandører anvender, forhindrer detailhandlere i at foretage grænseoverskridende indkøb af identiske varer fra et centralt salgssted, hvorfra de kan distribueres til andre medlemsstater. Sådanne begrænsninger opdeler markedet i segmenter og kan resultere i betydelige engrosprisforskelle mellem landene. Hvis disse problemer løses, vil det mindske disse forskelle og hjælpe detailhandlerne til at kunne udnytte det indre marked fuldt ud til fordel for forbrugerne.

Illoyal handelspraksis imødegås på forskellig vis på nationalt plan. Når illoyal handelspraksis skal imødegås, afviger de nationale regler (regulering eller selvregulering) normalt fra den ene medlemsstat til den anden. I medlemsstater, hvor der ikke findes specifikke bestemmelser om illoyal handelspraksis, er begrundelsen som regel, at den generelle konkurrencelovgivning er tilstrækkeligt effektiv til at løse problemet, eller at der er en vis modvilje mod at gribe ind i parternes aftalefrihed, navnlig hvis der ikke er tale om en overtrædelse af konkurrencereglerne.

I fødevarersektoren repræsenterede arbejdet i Forummet på Højt Plan for en Bedre Fungerende Fødevarerforsyningskæde de berørte parter samordnede indsats for at fremme selvregulering som løsning på dette problem. Ekspertgruppen om aftalepraksis mellem virksomheder har udarbejdet en række principper for loyal praksis i vertikale relationer i fødevarerforsyningskæden, som er blevet undertegnet af 11 organisationer, som repræsenterer forskellige interesser i hele den europæiske fødevarerforsyningskæde²⁵, og ekspertgruppen har desuden arbejdet på en håndhævelsesordning. Trods de fælles bestræbelser opnåede de foreslåede rammebestemmelser ikke støtte fra repræsentanter fra hele forsyningskæden, og der blev ikke peget på effektive retsmidler i tilfælde af manglende overholdelse. Der arbejdes fortsat på at finde et kompromis gennem denne sektorspecifikke tilgang, og Kommissionen vil fortsat overvåge den specifikke udvikling inden for fødevarerforsyningskæden.

For at sikre, at der findes effektive løsninger, bør illoyal handelspraksis i hele B2B-forsyningskæden anskues i et bredere perspektiv. Udviklingen i detailsektoren, navnlig "blandede" formater, betyder, at illoyal handelspraksis kan forekomme i andre sektorer af B2B-forsyningskæden for fødevarer og nonfoodvarer.

3.3.1 Løsning af problemerne vedrørende illoyal handelspraksis

Som en del af denne handlingsplan vedtager Kommissionen også en grøn bog om illoyal handelspraksis i B2B-forsyningskæden for fødevarer og nonfoodvarer. Grøn bogen vil indlede en høring om dette emne, og resultaterne heraf forventes at foreligge i slutningen af foråret 2013. På grundlag af resultaterne af høringen vil Kommissionen overveje, hvilke skridt der bør tages i 2013.

Aktion:

- 5) *Kommissionen vil vedtage en grøn bog om de fælles træk ved illoyal handelspraksis i B2B-forsyningskæden for fødevarer og nonfoodvarer og indlede en høring, hvis resultater vil foreligge i slutningen af foråret 2013. Resultaterne af høringen vil*

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

indgå i en konsekvensanalyse af de forskellige løsningsmuligheder, der er indkredset på EU-plan.

3.4 Udvikling af en mere bæredygtig forsyningskæde inden for detailhandel

Optimering af de miljømæssige resultater i EU's sektor for detail- og engroshandel (f.eks. gennem en reduktion af fødevarerrelateret spild og unødvendig emballage og fremme af bæredygtige indkøb) kunne resultere i en forbedret levestandard og bedre livskvalitet i EU og samtidig spare ressourcer og støtte innovative SMV'er, der fremmer miljøvenlige aktiviteter.

3.4.1 Mere bæredygtig produktion og mere bæredygtigt forbrug

Detailhandlerne kan spille en central rolle, når det gælder fremme af mere bæredygtige forbrugsmønstre, på grund af deres daglige kontakt med millioner af europæiske forbrugere og også gennem deres egne tiltag og deres partnerskaber med leverandørerne. Forskningsresultater²⁶ viser, at det er af afgørende betydning, at detailhandlerne bestræber sig på at udbyde varesortimenter, som er mere bæredygtige og miljøvenlige, og dermed fremmer grønnere forsyningskæder²⁷. Nogle detailhandlere har allerede udviklet sådanne strategier og har haft held til at gennemføre dem som en del af deres daglige forretningspraksis.

Detailhandlere spiller en vigtig rolle med hensyn til at vejlede forbrugerne, således at de træffer mere bæredygtige valg, og at afhjælpe den forvirring, der skyldes en lang række forskellige grønne mærker og anprisninger, gennem fremme af klare og sammenlignelige oplysninger om produkters miljøpåvirkning²⁸ og kendskab til EU-miljømærket.

Energibesparelser er et andet centralt spørgsmål. Navnlig fødevareretailhandlere har gode muligheder for at forbedre deres energieffektivitet. De væsentligste foranstaltninger ville være tildækning af kølediske og genindvinding af den varme, der produceres af køleanlæg, og anvendelse heraf til rumopvarmning samt anvendelse af naturlige kølemidler²⁹.

3.4.2 Reduktion af fødevarerspild

Hvis der skal opnås bæredygtige mønstre for forbrugervalg, skal forbrugerne gøres bevidste om problemet vedrørende fødevarerspild og have hjælp til at løse det. Spildet skyldes hovedsageligt: i) ineffektivitet i forsyningskæden, ii) ineffektiv lagerforvaltning, iii) markedsføringsstrategier og iv) handelsnormer (varer afvises på grund af emballagens tilstand, hvor hverken fødevarerens kvalitet eller -sikkerheden er berørt). For at løse dette presserende problem vurderer Kommissionen for nærværende, hvordan man bedst muligt kan begrænse fødevarerspildet i hele fødevarerforsyningskæden for at nå det mål om at halvere

²⁶ F.eks. sektorreferencedokumentet om bedste praksis inden for miljøforvaltning i detailsektoren fra EU EMAS.

²⁷ Pilotreferencedokument om den bedste praksis for miljøforvaltning i detailsektoren fra JRC/IPTS (2011), <http://susproc.jrc.ec.europa.eu/activities/emas/documents/RetailTradeSector.pdf> og JRC/IPTS (Styles et al), Environmental Improvement of Product Supply Chains: A Review of European Retailer' Performance, Resources, Conservation and Recycling 65 (2012) 57-78, og Environmental Improvement of Product Supply Chains: Proposed Best Practice Techniques, Quantitative Indicators and Benchmarks of Excellence for Retailers, Journal of Environmental Management 110 (2012) 135-150.

²⁸ Som omhandlet i akten for det indre marked vil Kommissionen vedtage en meddelelse om det indre marked for grønne produkter i 2013, som skal omfatte harmoniserede kriterier og metoder for måling af miljøpåvirkningen for visse produktkategorier.

²⁹ I pilotreferencedokumentet om den bedste praksis for miljøforvaltning i detailsektoren fra JRC/IPTS findes en beskrivelse af forskellige teknikker til undersøgelse af detailsektorens betydelige energibesparelspotentiale.

spildet af spiselige fødevarer senest i 2020, som er fastsat i køreplanen for ressourceeffektivitet

Detailhandlernes rolle som mellemmand er af afgørende betydning, når det gælder nedbringelse af fødevarespildet. Detailforummet for bæredygtighed³⁰ er en multiinteressentplatform, som er blevet oprettet med henblik på at udveksle bedste praksis om bæredygtighed i EU's detailsektor og udpege muligheder og hindringer, som kan fremme eller stå i vejen for opnåelse af bæredygtigt forbrug og bæredygtig produktion. Det blev oprettet efter udarbejdelsen af handlingsplanen for bæredygtigt forbrug, bæredygtig produktion og en bæredygtig industripolitik³¹, og det behandler allerede centrale miljøspørgsmål, herunder fødevarespild, gennem frivillige tiltag³².

Aktioner:

- 6) *Med udgangspunkt i EU's eksisterende platforme vil Kommissionen støtte detailhandlernes gennemførelse af aktioner, som har til formål at reducere fødevarespildet, uden at det går ud over fødevarerens sikkerhed (oplysning, kommunikation, lettere omfordeling til fødevarerbanker osv.), f.eks. gennem aftalen om spild i detailhandelen, og arbejde på at udvikle en langsigtet politik for fødevarespild, herunder en meddelelse om bæredygtige fødevarer, som skal vedtages i 2013.*
- 7) *Gennem dialog med de berørte parter vil Kommissionen definere bedste praksis for at gøre forsyningskæderne mere miljøvenlige og bæredygtige og minimere detailsalgsstedernes energiforbrug. Kommissionen vil tilskynde detailhandlerne til at anvende disse eksempler på bedste praksis inden for rammerne af eksisterende fora.*

3.5 Udvikling af mere innovative løsninger

Innovation er en af de mest afgørende faktorer for sikring af økonomisk vækst. Detailhandlere er en vigtig drivkraft for innovation. De følger udviklingen i forbrugsmønstret nøje og bidrager også til at forme det, og desuden videregiver de oplysninger herom til leverandørerne. De fungerer som "innovationsmultiplikatorer", som hurtigt kan tilpasse og anvende nye teknologier i hele forsyningskæden. Detailhandlere er pionerer, hvad angår indførelse af ny teknologi, og bidrager således med innovation og merværdi i hele detailhandelskæden. I logistiksektoren muliggør detailhandleres "intelligente" lagre f.eks., at tunge byrder kan flyttes lettere og hurtigere og dermed mere effektivt, end hvis de flyttes manuelt, hvorved risikoen for arbejdsulykker mindskes, og produktiviteten samtidig øges. Visse detailhandlere har desuden udviklet særlige anlæg, der muliggør afhentning og levering af varer bestilt online, hvilket bidrager til en mere bæredygtig forsyningskæde.

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

³¹ Meddelelse fra Kommissionen til Europa-Parlamentet, Rådet, Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget "om handlingsplanen for bæredygtigt forbrug, bæredygtig produktion og en bæredygtig industripolitik" (KOM(2008) 397 endelig af 16. juli 2008).

³² Aftalen om spild i detailhandelen (http://ec.europa.eu/environment/industry/retail/event_2012/pdf/retail-agreement-on-waste.pdf) blev i oktober 2012 underskrevet på det årlige Detailforum af 19 detailvirksomheder og –sammenslutninger, som forpligtede sig til at gennemføre mindst to bevidstgørelseskampagner om nedbringelse af spildet senest medio 2014.

Mange af detailhandlerne i EU har dog ikke tilpasset sig udviklingen hurtigt nok til at udnytte hele potentialet i ny teknologi. Dette kan til dels skyldes de specifikke træk ved detailtjenester (f.eks. let at kopiere, altid kundeorienteret, ofte ikke teknologisk og serviceorienteret). I en international sammenhæng kan det ikke desto mindre konstateres, at de fleste aktører i USA har investeret kraftigt i innovation inden for detailhandel.

Der bør derfor indføres passende mekanismer, som kan forbedre detailhandleres engagement i flagskibsinitiativet "Innovation i EU", der omhandler en omfattende innovationsstrategi fra forskning til detailsalg³³. Innovative teknologiske løsninger bør undersøges nærmere for at afhjælpe den opsplitning af markederne, som skyldes forskelle mellem medlemsstaterne med hensyn til reguleringsordninger, og lempe besværlige og omkostningstunge ufravigelige regler. Det vil også fremme produktiviteten i detailsektoren, hvis forskningsresultater og idéer bliver anvendt på markedet hurtigere gennem en bedre inddragelse af detailhandlerne i denne proces.

Opnåelse af ensartede spilleregler for aktørerne inden for innovation kunne bidrage til at fremme en endnu tættere integration af det indre marked og samtidig fremme de eksempler på bedste praksis, der kommer fra innovative SMV'er. De fleste SMV'er har stor innovationskapacitet, uanset om der er tale om nystartede højteknologiske virksomheder eller traditionelle håndværksvirksomheder, og uanset om de primært er aktive på lokale markeder eller har kunder i hele verden. Mere end en fjerdedel (27 %) af de SMV'er, der gennemfører innovationsaktiviteter i EU, indførte nye eller forbedrede produkter på markedet alene i 2008³⁴.

I detailsektoren spiller SMV'er en meget vigtig rolle for sikring af disponibilitet (udtrykt i rum, tid og sortiment) af produkter og tjenester for forbrugerne. Eftersom detailhandel er en forbrugerorienteret sektor, giver SMV'ernes omfattende markedskendskab dem mulighed for hurtigt at indkredse, hvor nye teknologier kan bidrage til at imødekomme forbrugernes efterspørgsel. Endvidere kan SMV'erne på grund af deres organisatoriske fleksibilitet let udvikle nye produkter og tjenesteydelser eller ændre de eksisterende, således at de bedst opfylder forbrugernes behov.

3.5.1 Produktmærkning

Forskellige obligatoriske mærkningskrav kan afholde de erhvervsdrivende fra frit at købe i hele EU, når de søger en bedre pris. EU's nuværende regler om mærkning af fødevarer³⁵ harmoniserer obligatorisk fødevarerinformation. Dette åbner imidlertid ligeledes mulighed for indførelse af yderligere obligatoriske mærkningskrav på nationalt plan i visse specifikke tilfælde. Selv om de regler, der anvendes i medlemsstaterne, svarer til hinanden, kræves der i visse tilfælde en overensstemmelsesvurdering for hvert enkelt land i forbindelse med markedsføringen af produktet. Den deraf følgende retlige kompleksitet kan hæmme grænseoverskridende indkøb og gøre det vanskeligt at opnå stordriftsfordele.

Øget gennemsigtighed på dette område ville være til gavn for alle berørte parter. En gennemførlighedsundersøgelse vedrørende en pilotdatabase, der samler EU's såvel som

³³ Meddelelse fra Kommissionen til Europa-Parlamentet, Rådet, Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget "Europa 2020-flagskibsinitiativ - Innovation i EU" (KOM(2010) 546 endelig af 6. oktober 2010).

³⁴ Rapporten om konkurrenceevnen i et innovativt EU (2011): http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm?section=competitiveness-report&year=2011.

³⁵ Direktiv 2000/13/EF harmoniserer generelle bestemmelser om mærkning af fødevarer; skal erstattes af forordning (EF) nr. 1169/2011 pr. 13. december 2014.

nationale mærkningskrav i fødevareresektoren, vil blive iværksat for at gøre information om mærkningsregler tilgængelige for alle. Innovative teknologiske løsninger kan undersøges (f.eks. anvendelse af strekkodescannere i forretningerne til indhentning af de krævede oplysninger i stedet for traditionelle etiketter) med henblik på at opnå omkostningseffektive, forbrugerorienterede løsninger.

3.5.2 Elektroniske betalinger

Ifølge en ny undersøgelse, som Den Europæiske Centralbank³⁶ har offentliggjort, er omkostningerne for samfundet i forbindelse med detailbetalinger betydelige. I gennemsnit beløb de sig til 1 % af BNP eller ca. 130 mia. EUR i 2009. Omkring halvdelen af disse sociale omkostninger bæres af banker og betalingsinfrastrukturer, mens 46 % bæres af detailhandlerne. Sociale omkostninger omfatter ikke de gebyrer, der betales til andre markedsaktører inden for betalingstjenestekæden. Hvis sådanne gebyrer medregnes, er detailhandlernes samlede udgifter til betalinger endnu større end for banker og betalingsinfrastrukturer. Betalinger tegner sig således for en betydelig del af omkostningerne ved at drive forretning for de handlende i EU.

Elektroniske betalinger giver store muligheder på dette område. Markedet for detailbetalinger er dynamisk og har undergået en betydelig udvikling, efter at e-handel er kommet frem. Selv om bankerne og kortordninger stadig dominerer detailbetalinger, har andre betalingsformer, herunder betaling via internettet, som ikke er baseret på kort, og mobilbetaling vundet udbredelse som følge af den stigende udbredelse af smartphones, og disse alternativer udviser et stærkt fremtidigt vækstpotentiale³⁷.

Kommissionens grønbog om kort-, internet- og mobilbetalinger³⁸ søger at fremme et integreret europæisk marked inden for disse områder til gavn for forbrugerne og de handlende. Fordelene ved øget integration omfatter:

- Mere konkurrence mellem betalingstjenesteudbydere og ensartede vilkår for gamle og nye aktører.
- Flere valgmuligheder og gennemsigtighed inden for betalingstjenester for forbrugere og handlende.
- Mere innovation inden for betalingstjenester og bedre sikkerhedsforanstaltninger, hvilket fremmer udviklingen af e-handel.

I grønbogen og under den efterfølgende høring af de berørte parter blev der påpeget en række mulige hindringer for markedsintegrationen for kort-, internet- og mobilbetaling. Der er tale om:

- Begrænset markedsadgang for nye udbydere af kortbaserede eller ikke-kortbaserede betalingstjenester (f.eks. adgang til oplysninger om uafhængige leverandørers betalingskonti eller adgang til clearings- og afviklingssystemer for nye udbydere af betalingstjenester).

³⁶ The social and private costs of retail payment instruments: a European perspective (de sociale og private omkostninger i forbindelse med instrumenter til detailbetalinger: et europæisk perspektiv), Occasional Paper Series, ECB, No. 137, Frankfurt, september 2012.

³⁷ Rapport fra arbejdsgruppen om innovation inden for detailbetalinger — Banken for Internationale Betalinger (BIS), maj 2012.

³⁸ Grønbog "På vej mod et integreret europæisk marked for kort-, internet- og mobilbetaling" (KOM(2011) 941 endelig af 11. januar 2011).

- Stærkt svingende (mellem medlemsstaterne) og muligvis alt for høje multilaterale interbankgebyrer for kortbetalinger. Sådanne gebyrer udgør den største del af de gebyrer, som handlende opkræves i forbindelse med accept af kortbetalinger.
- Hindringer, som afholder de handlende fra at drage fordel af grænseoverskridende eller centraliserede kortbetalinger.
- Mangler vedrørende standardisering og interoperabilitet i forbindelse med varetagelsen af kort-, internet- og mobilbetaling og de deraf følgende negative incitamenter for de handlende til at investere i den nødvendige infrastruktur, herunder f.eks. betalingsterminaler.

Nogle af de foranstaltninger, der kan løse disse problemer, kan indføres gennem en revision af betalingstjenestedirektivet³⁹ og indførelse af en forbedret forvaltningsmodel for detailbetalinger i EU. Kommissionen har også bebudet et lovgivningsforslag om multilaterale interbankgebyrer i meddelelsen om akten for det indre marked II⁴⁰.

Aktioner:

- 8) *Kommissionen vil iværksætte et initiativ vedrørende innovation i detailsektoren i 2013, hvor Kommissionen med bistand fra eksperter på højt niveau vil undersøge, hvordan det kan sikres, at detailsektoren kan bidrage til og drage fordel af innovative produkter, tjenesteydelser og teknologier. På dette grundlag vil Kommissionen udvikle konkrete aktioner, som fokuserer på at øge detailsektorens konkurrenceevne, herunder f.eks. hurtigere anvendelse af forskningsresultater på markedet, integration af e-handel og fysiske salgssteder, nye metoder til oplysning af forbrugerne om produkter, udvikling af innovationsvenlige bestemmelser og standarder osv.*
- 9) *Kommissionen vil undersøge, om det er praktisk muligt at oprette en særlig database med alle EU's bestemmelser og nationale bestemmelser om mærkning af fødevarer og med mulighed for hurtigt og enkelt at få overblik over kravene til mærkning af det enkelte produkt.*
- 10) *Kommissionen vil træffe foranstaltninger for at sikre en bedre markedsintegration af kort-, internet- og mobilbetaling gennem:*
 - a) *revision af betalingstjenestedirektivet*
 - b) *en forbedret forvaltningsmodel for detailbetalingstjenester og*
 - c) *et lovforslag om multilaterale interbankgebyrer for betalingskort.*

3.6 Tilvejebringelse af et bedre arbejdsmiljø

Dynamik på arbejdsmarkedet er af største betydning for at gøre det muligt for detailsektoren at give unge, ufaglærte arbejdstagere og/eller sæsonarbejdere adgang til beskæftigelse (32 %

³⁹ Direktiv 2007/64/EF af 13. november 2007 om betalingstjenester i det indre marked og om ændring af direktiv 97/7/EF, 2002/65/EF, 2005/60/EF og 2006/48/EF og om ophævelse af direktiv 97/5/EF (EUT L 319 af 5.12.2007, s. 1).

⁴⁰ Meddelelse fra Kommissionen til Europa-Parlamentet, Rådet, Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget "Akten for det indre marked II - Sammen om fornyet vækst" (COM(2012) 573 final af 3. oktober 2012).

af alle arbejdstagere i detailsektoren er ufaglærte eller specialarbejdere, hvilket skal ses i forhold til et gennemsnit på 27 % i arbejdsstyrken som helhed). Handel og distribution fungerer ofte som et udgangspunkt for arbejdstagere, som begynder eller kommer tilbage på arbejdsmarkedet (15 % af alle arbejdstagere i detailsektoren er under 24 år gamle, hvilket skal ses i forhold til et gennemsnit på 9 %; 30 % af arbejdstagerne i detailsektoren er på deltid, hvilket skal ses i forhold til et gennemsnit på 20 %).⁴¹

I betragtning af den betydelige arbejdskraft, der er beskæftiget i detailsektoren, bør sektoren udnytte den øgede mobilitet blandt arbejdstagerne fuldt ud, således at de disponible kvalifikationer kan udnyttes, hvor det er mest relevant. Dette er af afgørende betydning for at øge sektorens bidrag til vækst i EU. De foreslåede foranstaltninger vil bidrage til bedre udnyttelse af de disponible kvalifikationer, navnlig blandt SMV'er, på grund af den høje andel af selvstændige erhvervsdrivende i sektoren.

3.6.1 Misforhold mellem udbudte og efterspurgte kvalifikationer

Det øjeblikkelige misforhold mellem arbejdskraftens kvalifikationer og detailsektorens behov udgør en betydelig udfordring for at opnå en sektor, som fungerer optimalt. For at løse dette problem skal den nuværende og fremtidige arbejdsstyrke have de rette kvalifikationer, hvilket forudsætter en nøjagtig forudgående analyse af kvalifikationsbehovene. Indkredsning af kvalifikationsbehovene og tilfældene af misforhold mellem udbud og efterspørgsel er særligt relevant for forbedring af beskæftigelsesmulighederne for unge, som kommer ind på arbejdsmarkedet, langtidsledige, ældre arbejdstagere, indvandrere og handicappede. Desuden vil løbende innovation og den deraf følgende øgede automatisering i detailsektoren kræve, at arbejdstagerne hyppigt ajourfører deres kompetencer for at tilpasse sig et job eller opgaver, der er under forandring.

Hvis ovennævnte mål skal nås, er offentlige investeringer alene ikke tilstrækkeligt. Ansvar for investeringer i kvalifikationer skal deles, og detailsektoren skal spille en større rolle sammen med det offentlige, privatpersoner og uddannelsessektoren. Selv i den nuværende situation, hvor der er fokus på at kontrollere budgetudgifterne, bør en reduktion af investeringerne i uddannelse ikke komme på tale. Derimod vil betydelige og intelligente investeringer i udvikling af kvalifikationer ikke blot sikre, at man får mest muligt for pengene, men også bidrage til udnyttelse af arbejdstagernes potentiale. Som understreget i meddelelsen "Nytænkning af uddannelse"⁴² skal bestræbelserne på at modernisere uddannelsessystemerne øges kraftigt for at sikre en arbejdsstyrke med relevante kvalifikationer. Detailsektorens virksomheder bør spille en central rolle i forbindelse med udformningen af nye læseplaner og udvikling af erhvervsuddannelses- og lærlingeuddannelsesprogrammer og have et tæt samarbejde med uddannelsessystemerne om at udpege områder, der skal fokuseres på, herunder f.eks. forbedring af arbejdstagernes kvalifikationer på miljøområdet eller etablering af bedre forbindelser med leverandørerne. Fremme af partnerskaber mellem skoler og virksomheder, herunder tosporede uddannelsessystemer for lærlinge, som støttes af den

⁴¹ *Structural features of distributive trades and their impact on prices in the euro area* (strukturelle træk ved handel og distribution og deres indvirkning på priserne i euroområdet), ECB, Occasional Paper, No128 fra september 2011.

⁴² Meddelelse fra Kommissionen til Europa-Parlamentet, Rådet, Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget *"Nytænkning på uddannelsesområdet: investering i kvalifikationer for bedre socioøkonomiske resultater"* (COM(2012) 669 final af 20. november 2012).

europæiske alliance for lærlingeuddannelser⁴³, og indførelse af forskellige former for praktikophold og stipendier kan være nyttige for begge parter: Virksomhederne i detailsektoren kan således sikre, at de har adgang til en veluddannet arbejdsstyrke med de rette kvalifikationer, mens skolerne kan tiltrække flere studerende, hvis deres uddannelser fører til et eksamensbevis, som har en højere værdi på arbejdsmarkedet. Desuden er der på EU-plan for nylig blevet udviklet og afprøvet sektorspecifikke redskaber, som skal være til støtte for stærkere og mere strukturerede partnerskaber mellem uddannelsesudbydere og virksomheder. Et af dem - alliancer vedrørende sektorspecifikke kvalifikationer⁴⁴, som er blevet foreslået under det nye Erasmus for Alle-program⁴⁵ – kan være særligt velegnet til at imødekomme detailsektorens specifikke behov. Rehabiliteringsprojekter er gode eksempler på, hvordan detailhandlere kan arbejde sammen med de lokale myndigheder om at bekæmpe langtidsledighed.

Misforholdet mellem udbudte og efterspurgte kvalifikationer varierer meget på tværs af sektorerne og i EU som helhed og er også af forskellig varighed. For at løse de problemer vedrørende misforhold mellem udbudte og efterspurgte kvalifikationer, som virksomhederne og jobsøgende står over for, bør alle berørte parter, herunder virksomhederne og arbejdsmarkedets parter i detailhandlen, engagere sig i at definere sektorens kvalitative og kvantitative kvalifikationsbehov på kort, mellemlang og lang sigt.

Indførelsen af et europæisk råd for kvalifikationer i sektoren for handel – der omfatter detail- og engrossalg – i 2012 forventes at spille en afgørende rolle med hensyn til at etablere en oversigt over kvalifikationerne i sektoren i samarbejde med de nationale råd for kvalifikationer i denne sektor. Arbejdet i disse råd for kvalifikationer, der fungerer som input til EU-oversigten over kvalifikationer⁴⁶, som er blevet lanceret for nylig, vil bidrage til at foregribe misforhold og mangler ved at forsyne de berørte parter med oplysninger om udviklingen inden for kvalifikationsbehov og beskæftigelse. Bedre foregribelse vil give virksomheder og privatpersoner i medlemsstaterne mulighed for at foretage mere bevidste valg og investeringer.

3.6.2 Den uformelle økonomi

Sort arbejde er et vigtigt emne for detailsektoren. Arbejdstagere i den uformelle økonomi⁴⁷ er udelukket fra den eksisterende sundhedsdækning og sociale ydelser. Dette medfører store sociale risici samt ringe indkomst og social beskyttelse for disse arbejdstagere. Desuden kan eksistensen af en uformel økonomi føre til tab af budgetindtægter som følge af en reduktion af skatteindtægterne og indbetalingen af sociale sikringsbidrag. Det medfører således en højere skattebyrde for den registrerede arbejdskraft og påvirker medlemsstaternes konkurrenceevne.

⁴³ Meddelelse fra Kommissionen til Europa-Parlamentet, Rådet, Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget "*Unge på vej ind i beskæftigelse*" (COM(2012) 727 endelig af 5. december 2012).

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

⁴⁵ Meddelelse fra Kommissionen til Europa-Parlamentet, Rådet, Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget "*ERASMUS FOR ALLE: EU-programmet for almen uddannelse, erhvervsuddannelse, ungdom og idræt*" (KOM(2011) 787 endelig af 23. november 2011).

⁴⁶ <http://euskills panorama.ec.europa.eu/>.

⁴⁷ Aktivitet og indkomst, der helt eller delvis falder uden for offentlig regulering og beskatning.

Kommissionen vil inddrage alle berørte parter i en dialog med henblik på at vurdere den uformelle økonomis betydning for arbejdsvilkårene og for at fastslå, hvordan EU bedst muligt løser problemet⁴⁸.

Kommissionens tjenestegrene vil arbejde sammen for at sikre, at der tages hensyn til de særlige forhold inden for detailsektoren i forbindelse med gennemførelsen af foranstaltninger til bekæmpelse af den uformelle økonomi.

Aktion:

11) *Kommissionen vil styrke samarbejdet med arbejdsmarkedets parter for at skabe betingelser, der gør det muligt at skabe overensstemmelse mellem de udbudte kvalifikationer og arbejdsmarkedets behov i detailsektoren, navnlig gennem indkredsning og foregribelse af kvalifikationsbehov ved hjælp af et europæisk råd for kvalifikationer i sektoren og forbedring af detailhandlernes uddannelses- og omskolingspolitikker.*

3.7 Den internationale dimension

Internationale handelshindringer i detailhandelen (vedrørende etablering og andre leveringsformer, f.eks. restriktioner vedrørende franchising og e-handel) udgør en betydelig hindring for vækst og jobskabelse. I øjeblikket afhænger helt op til 36 mio. arbejdspladser i EU direkte eller indirekte af handelen. Adgang til tredjelandes markeder åbner vigtige kanaler for europæiske aktører, navnlig SMV'erne, der giver dem mulighed for at udnytte væksten på disse markeder. Detailsektorens adgang til tredjelandes markeder indebærer et betydeligt vækstpotentiale for EU's økonomi. De europæiske detailhandlere kan spille en vigtig rolle som drivkraft bag eksporten ved at levere produkter, der er fremstillet i EU, til tredjelande og således bane vej for SMV'ers adgang til markeder uden for EU. Det foreslås derfor, at der med udgangspunkt i en tæt dialog med detailsektoren udvikles en EU-strategi, som skal åbne den internationale samhandel og fjerne eksisterende hindringer navnlig gennem:

- bedre indsamling af oplysninger om tredjelandes handelshindringer på detailhandelsområdet for at hjælpe de relevante tjenestegrene i Kommissionen med at overvåge gennemførelsen af eksisterende frihandelsaftaler og forberede fremtidige forhandlinger og
- forbedring af SMV-helpdesken⁴⁹ samt eksport-helpdesken og databaserne vedrørende markedsadgang med henblik på at udvide deres anvendelsesområde til at omfatte tjenesteydelser.

⁴⁸ Det skal fremhæves, at Kommissionens arbejdsprogram for 2013 omhandler indførelse af en europæisk platform for bekæmpelse af sort arbejde. Denne platform vil have til formål at dække alle de vigtigste områder, der påvirkes af sort arbejde, og at støtte en mere effektiv bekæmpelse af sort arbejde gennem forbedring af samarbejdet, udveksling af bedste praksis og fastlæggelse af fælles principper. Initiativet blev annonceret i meddelelsen fra Kommissionen til Europa-Parlamentet, Rådet, Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget "*Et opsving med høj beskæftigelse*" (KOM(2012) 173 final af 18. april 2012 (også kaldet "beskæftigelsespakken")).

⁴⁹ En specifik struktur, som forvaltes af Kommissionen for at løse de erhvervsdrivendes problemer og besvare deres forespørgsler ved at forbedre den indsats, der er rettet mod SMV'er.

4. KONKLUSION: LØBENDE DIALOG MED DETAILSEKTOREN

I betragtning af det potentiale for vækst og beskæftigelse, som handel og distribution kan bidrage med til EU's økonomi som helhed, er der behov for en sammenhængende og helhedsorienteret strategi, der løser de flaskehalsproblemer, der i dag står i vejen for fuld udnyttelse af sektorens potentiale.

Adgang til mere konkurrencedygtig handel og distribution, forbrugere med indflydelse, som er i stand til at træffe mere kvalificerede valg, for så vidt angår de produkter, de ønsker at købe, udvikling af en mere velafbalanceret forsyningskæde, støtte til innovative løsninger, hurtigere anvendelse af forskningsresultater på markedet og etablering af et bedre arbejdsmiljø i detailsektoren vil alt sammen bidrage til opfyldelse af dette mål.

De 11 konkrete aktioner⁵⁰ i denne handlingsplan bør gennemføres senest i 2014 med henblik på at opnå et indre marked for detailhandel. Det er afgørende, at denne handlingsplan gennemføres sideløbende med andre initiativer, bl.a. initiativerne vedrørende fuld gennemførelse af servicedirektivet, handlingsplanen for e-handel og de igangværende initiativer vedrørende betalinger.

Kommissionen vil overvåge udviklingen og aflægge rapport om fremskridtene med hensyn til gennemførelsen af denne handlingsplan i 2015. Overvågningen vil blive foretaget på grundlag af de igangværende drøftelser i EU-institutionerne med medlemsstaterne og med repræsentanter for detailsektoren og andre relevante berørte parter i gruppen om detailhandelens konkurrenceevne.

⁵⁰ Alle de aktioner, der foreslås gennemført af Kommissionen i dette dokument, er i overensstemmelse med og forenelige med den nuværende flerårige finansielle ramme (2007-2013) og med forslaget til den nye flerårige finansielle ramme 2014-2020.