



Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις

Οι πολύ μικρές, οι μικρές και οι μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αντιπροσωπεύουν το 99% των επιχειρήσεων στην ΕΕ. Παρέχουν τα δύο τρίτα των θέσεων απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα και συνεισφέρουν περισσότερο από το ήμισυ της συνολικής προστιθέμενης αξίας που δημιουργούν οι επιχειρήσεις στην ΕΕ. Έχουν εγκριθεί διάφορα προγράμματα δράσης για την ενίσχυση των ΜΜΕ, όπως η πρωτοβουλία «Small Business Act» και τα προγράμματα «Ορίζοντας 2020» και COSME. Σκοπός τους είναι η αύξηση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ μέσω της έρευνας και της καινοτομίας, και η παροχή καλύτερης πρόσβασης των ΜΜΕ σε χρηματοδότηση.

Νομική βάση

Οι ΜΜΕ δραστηριοποιούνται κυρίως σε εθνικό επίπεδο, δεδομένου ότι σχετικά λίγες ασκούν διασυνοριακές επιχειρηματικές δραστηριότητες εντός της ΕΕ. Όμως, ανεξάρτητα από το εύρος των δραστηριοτήτων τους, οι ΜΜΕ επηρεάζονται από την ενωσιακή νομοθεσία σε διάφορους τομείς, όπως η φορολογία (άρθρα 110 έως 113 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ)), ο ανταγωνισμός (άρθρα 101 έως 109 της ΣΛΕΕ) και το εταιρικό δίκαιο (δικαίωμα εγκατάστασης — άρθρα 49 έως 54 της ΣΛΕΕ). Ο ορισμός της Επιτροπής για τις ΜΜΕ περιλαμβάνεται στη σύσταση 2003/361/ΕΚ.

Στόχοι

Οι πολύ μικρές, οι μικρές και οι μεσαίες επιχειρήσεις αντιπροσωπεύουν το 99% του συνόλου των επιχειρήσεων στην ΕΕ. Το 2015, λίγο λιγότερες από 23 εκατομμύρια ΜΜΕ δημιούργησαν 3,9 τρισεκατομμύρια ευρώ προστιθέμενης αξίας και απασχόλησαν 90 εκατομμύρια άτομα, αποτελώντας ζωτική πηγή επιχειρηματικού πνεύματος και καινοτομίας, στοιχεία που έχουν ουσιαστική σημασία για την ανταγωνιστικότητα των εταιρειών της ΕΕ. Η πολιτική της ΕΕ για τις ΜΜΕ έχει ως στόχο να διασφαλίσει ότι οι πολιτικές και οι δράσεις της Ένωσης είναι φιλικές προς τις μικρές επιχειρήσεις και συμβάλλουν στην αύξηση της ελκυστικότητας της Ευρώπης όσον αφορά τη σύσταση εταιρειών και την άσκηση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

Επιτεύγματα

A. Πρωτοβουλία Small Business Act (SBA)

Η πιο ολοκληρωμένη και περιεκτική πρωτοβουλία για τις ΜΜΕ έως σήμερα παρουσιάστηκε από την Επιτροπή τον Ιούνιο του 2008 υπό τη μορφή ανακοίνωσης για τη «Small Business Act» (SBA) ([COM\(2008\)394](#)). Η SBA αποσκοπεί στη δημιουργία



ενός νέου πλαισίου πολιτικής που θα ενσωματώνει τα υφιστάμενα μέσα και θα βασίζεται στον «Ευρωπαϊκό Χάρτη για τις Μικρές Επιχειρήσεις» και τη «Σύγχρονη πολιτική για τις ΜΜΕ με στόχο την τόνωση της ανάπτυξης και της απασχόλησης». Για τον σκοπό αυτό ακολουθεί την «προσέγγιση της πολιτικής εταιρικής σχέσης με τα κράτη μέλη» αντί να προτείνει μια πλήρη κοινοτική προσέγγιση. Η SBA επιδιώκει να βελτιώσει τη γενική προσέγγιση όσον αφορά την επιχειρηματικότητα στην ΕΕ δίνοντας «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις».

1. Έξυπνη νομοθεσία

Ο περιορισμός της γραφειοκρατίας και των διοικητικών διατυπώσεων αποτελεί ύψιστη προτεραιότητα για την Επιτροπή στο πλαίσιο της SBA. Η εξασφάλιση μεγαλύτερης ανταπόκρισης εκ μέρους των δημόσιων διοικήσεων στις ανάγκες των ΜΜΕ μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη τους. Το 2006 δημοσιεύτηκε μια οδηγία σχετικά με τις υπηρεσίες στην εσωτερική αγορά (οδηγία 2006/123/ΕΚ) και εφαρμόστηκε από όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ το 2009.

Η τροποποίηση της οδηγίας για τις καθυστερήσεις πληρωμών (οι δημόσιες αρχές απαιτείται να προβαίνουν σε πληρωμές εντός 30 ημερών, πράγμα το οποίο χρησιμεύει ως εγγύηση ασφαλείας για τις ΜΜΕ) και της οδηγίας για την ηλεκτρονική τιμολόγηση (που προσδίδει ίδιο καθεστώς στην ηλεκτρονική και στην έντυπη τιμολόγηση) εξυπηρετούν ιδιαίτερα τις μικρές επιχειρήσεις. Επιπλέον, ο εκσυγχρονισμός της πολιτικής της ΕΕ στον τομέα των δημόσιων συμβάσεων σημαίνει ότι οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν πλέον ελαφρύτερα διοικητικά βάρη κατά την πρόσβαση στις δημόσιες συμβάσεις και έχουν καλύτερες ευκαιρίες για από κοινού υποβολή προσφορών. Η ίδια προσέγγιση αποδείχθηκε ότι απλοποιεί τις υποχρεώσεις χρηματοοικονομικής αναφοράς και ότι μειώνει τα διοικητικά βάρη για τις ΜΜΕ μέσω του εκσυγχρονισμού τόσο των διατάξεων για τις δημόσιες συμβάσεις στην ΕΕ όσο και της λογιστικής οδηγίας (πλέον οδηγία 2013/34/ΕΕ).

2. Πρόσβαση στη χρηματοδότηση

Οι ΜΜΕ συχνά δεν καταφέρνουν να εξασφαλίσουν την αναγκαία χρηματοδότηση μέσω των χρηματοπιστωτικών αγορών. Τα τελευταία έτη έχει επιτευχθεί κάποια πρόοδος όσον αφορά τη βελτίωση της διαθεσιμότητας χρηματοδότησης και πιστώσεων για τις ΜΜΕ μέσω της παροχής δανείων, εγγυήσεων και κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου. Τα ευρωπαϊκά χρηματοπιστωτικά θεσμικά όργανα — η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (ΕΤΕπ) και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων (ΕΤΕ) — έχουν αυξήσει τις δραστηριότητές τους όσον αφορά τις ΜΜΕ.

Όμως, η SBA εξακολουθεί να θεωρεί την πρόσβαση στη χρηματοδότηση ως το δεύτερο μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι επιμέρους ΜΜΕ. Τον Νοέμβριο του 2011 η Επιτροπή πρότεινε ένα «σχέδιο δράσης για τη βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ σε χρηματοδότηση» ([COM\(2011\)870](#)). Το σχέδιο δράσης περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, πρωτοβουλίες πολιτικής για τη διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜΜΕ σε αγορές κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου. Η Επιτροπή παρακολουθεί τις εξελίξεις όσον αφορά την πρόσβαση των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση μέσω της κοινής έκθεσης της Επιτροπής και της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας σχετικά με την πρόσβαση των επιχειρήσεων σε χρηματοδότηση (SAFE).



3. Οι ΜΜΕ στην ενιαία αγορά

Η SBA και οι ανακοινώσεις της Επιτροπής με τίτλο «Προς μια Πράξη για την Ενιαία αγορά — Για μια κοινωνική οικονομία της αγοράς με υψηλό βαθμό ανταγωνιστικότητας» ([COM\(2010\)608](#)) και «Ενιαία Αγορά — Πράξη II» ([COM\(2012\)573](#)) τονίζουν την ανάγκη για συνεχή βελτίωση των όρων πλαισίωσης των επιχειρήσεων στην ενιαία αγορά. Υφίστανται ή έχουν σχεδιαστεί διάφορες πρωτοβουλίες και μέτρα, προκειμένου να διευκολυνθεί η εγκατάσταση και η λειτουργία των ΜΜΕ στην εσωτερική αγορά. Έχουν χορηγηθεί παρεκκλίσεις για τις ΜΜΕ σε πολλούς τομείς, για παράδειγμα όσον αφορά τους κανόνες ανταγωνισμού, τη φορολογία και το εταιρικό δίκαιο.

4. Πολιτική ανταγωνισμού

Για μεγάλο χρονικό διάστημα η πολιτική της ΕΕ για τις κρατικές ενισχύσεις μεταχειριζόταν ευνοϊκά τις ΜΜΕ αναγνωρίζοντας τις ειδικές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν λόγω του μεγέθους τους. Το 2014 η Επιτροπή ενέκρινε έναν αναθεωρημένο γενικό κανονισμό απαλλαγής κατά κατηγορία (GBER) για τις κρατικές ενισχύσεις (κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 651/2014). Ένα από τα στοιχεία του εκσυγχρονισμού των κρατικών ενισχύσεων είναι η αυξημένη ευελιξία που παρέχεται στα κράτη μέλη να χορηγούν κρατική ενίσχυση στις ΜΜΕ χωρίς προηγούμενη γνωστοποίηση και έγκριση από την Επιτροπή, υπό την προϋπόθεση ότι πληρούνται ορισμένοι όροι. Βάσει αυτού του κανονισμού, οι ΜΜΕ μπορούν να επωφεληθούν από δημόσια στήριξη ύψους έως 7,5 εκατομμυρίων ευρώ.

Β. Δίκτυα της ΕΕ για τις ΜΜΕ

Μεταξύ των παραδειγμάτων δικτύων για τις ΜΜΕ συγκαταλέγονται, πρώτον, υπηρεσίες γενικής υποστήριξης για τις ΜΜΕ στην ΕΕ, όπως το δίκτυο «Enterprise Europe Network», το «Δίκτυο επίλυσης προβλημάτων στην εσωτερική αγορά (SOLVIT)», η διαδικτυακή πύλη «Η Ευρώπη σου — Επιχειρήσεις», «Οι ΜΜΕ και το περιβάλλον», καθώς και «Χειρισμός των χημικών προϊόντων: Εθνικά Γραφεία Υποστήριξης για τον κανονισμό REACH». Δεύτερον, η στήριξη για την καινοτομία και την έρευνα περιλαμβάνει τα «Ευρωπαϊκό Γραφείο Υποστήριξης ΔΔΙ», «SME Techweb», «Γραφείο Υποστήριξης ΔΠΙ ΜΜΕ για την Κίνα», το «Δίκτυο Ευρωπαϊκών Κέντρων Επιχειρηματικής Καινοτομίας (ΚΕΚ)», το «Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την Καινοτομία στο Χώρο Εργασίας» και το «Gate2Growth».

Γ. ΜΜΕ και έρευνα

Η έρευνα και η καινοτομία είναι ζωτικής σημασίας για την αειφόρο επιτυχία και ανάπτυξη των ΜΜΕ στην ΕΕ. Το πρόγραμμα «Ορίζοντας 2020», για την περίοδο 2014-2020, αποσκοπεί στη δημιουργία ενός καλύτερου και περισσότερο ολοκληρωμένου υποστηρικτικού περιβάλλοντος για τις δραστηριότητες έρευνας και καινοτομίας των ΜΜΕ. Θα πρέπει να επιτευχθεί σημαντική απλούστευση μέσω ενός ενιαίου συνόλου κανόνων. Ως τμήμα της εν λόγω προσέγγισης, οι ΜΜΕ ενθαρρύνονται να συμμετάσχουν μέσω ενός νέου «ειδικού μέσου για τις ΜΜΕ», το οποίο θα αποσκοπεί στην κάλυψη των κενών χρηματοδότησης όσον αφορά την πρώιμη έρευνα που ενέχει υψηλό ποσοστό κινδύνου και την καινοτομία από μέρους των ΜΜΕ.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η ενδιάμεση αξιολόγηση του προγράμματος «Ορίζοντας 2020» αποτελεί υποχρεωτική απαίτηση βάσει του κανονισμού για τη θέσπιση



του εν λόγω προγράμματος. Η ανακοίνωση ([COM\(2018\) 0002](#)) με θέμα την ενδιάμεση αξιολόγηση του προγράμματος «Ορίζοντας 2020» διερευνά ορισμένες πιθανές βελτιώσεις της υλοποίησης του προγράμματος ενώ παρέχει ισχυρά τεκμήρια για τον σχεδιασμό μελλοντικών δραστηριοτήτων και πρωτοβουλιών. Πράγματι, τα αποτελέσματα θα χρησιμοποιηθούν για να θέσουν τις βάσεις της δομής και του περιεχομένου του ένατου προγράμματος-πλασίου (ΠΠ9), το οποίο θα αποτελέσει αντικείμενο πρότασης που πρόκειται να δημοσιευτεί τον Ιούνιο του 2018.

Επιπλέον, η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ αποτελεί έναν από τους 11 θεματικούς στόχους για την πολιτική συνοχής την περίοδο 2014-2020. Περαιτέρω επενδύσεις στις ΜΜΕ θα πραγματοποιηθούν και στο πλαίσιο άλλων θεματικών στόχων, ιδίως όσον αφορά την έρευνα και την καινοτομία, την οικονομία με χαμηλές εκπομπές άνθρακα και τις τεχνολογίες των πληροφοριών και των επικοινωνιών.

Δ. Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας των Επιχειρήσεων και των ΜΜΕ (COSME)

Τον Δεκέμβριο του 2013, εγκρίθηκε ο κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1287/2013 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 11ης Δεκεμβρίου 2013, για τη θέσπιση προγράμματος για την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (COSME) για την περίοδο 2014-2020. Με προβλεπόμενο προϋπολογισμό ύψους 2,3 δισεκατομμυρίων ευρώ για την περίοδο 2014-2020, το πρόγραμμα COSME επιδιώκει τους ακόλουθους γενικούς στόχους:

- βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ σε χρηματοδότηση υπό τη μορφή μετοχικού κεφαλαίου και χρεωστικών μέσων: έναν μηχανισμό μετοχικού κεφαλαίου για επενδύσεις στη φάση της ανάπτυξης καθώς και έναν μηχανισμό εγγύησης δανείων, που θα παρέχουν στις ΜΜΕ άμεσες ή άλλες διευθετήσεις επιμερισμού του κινδύνου με ενδιάμεσους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς για την κάλυψη των δανείων· 1,3 δισεκατομμύρια ευρώ από τον προϋπολογισμό του COSME διατίθενται στα εν λόγω χρηματοδοτικά μέσα·
- βελτίωση της πρόσβασης στις αγορές τόσο εντός της Ένωσης όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο: μέσω του δικτύου «Enterprise Europe Network», θα παρέχονται υπηρεσίες υποστήριξης των επιχειρήσεων που είναι προσανατολισμένες στην ανάπτυξη προκειμένου να διευκολυνθεί η επέκταση των επιχειρήσεων τόσο εντός της ενιαίας αγοράς όσο και εκτός της ΕΕ·
- ενίσχυση της επιχειρηματικότητας: οι δραστηριότητες θα συμπεριλαμβάνουν την ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων και στάσεων, κυρίως μεταξύ νέων επιχειρηματιών, νεαρών ατόμων και γυναικών.

Σύμφωνα με την Επιτροπή, το πρόγραμμα αναμένεται ότι, σε ετήσια βάση, θα βοηθήσει 39 000 εταιρείες να δημιουργήσουν ή να διατηρήσουν 29 500 θέσεις απασχόλησης και να ξεκινήσουν τη διάθεση 900 νέων επιχειρηματικών προϊόντων, υπηρεσιών ή διαδικασιών έως το 2020.

Ο ρόλος του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου

Ήδη από το 1983, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ανακήρυξε το «Ευρωπαϊκό Έτος των ΜΜΕ και της Βιοτεχνίας» και δρομολόγησε μια σειρά πρωτοβουλιών για την ενθάρρυνση της ανάπτυξής τους. Έκτοτε, το Κοινοβούλιο επιδεικνύει σταθερά



τη δέσμευσή του για την ενθάρρυνση της ανάπτυξης των ευρωπαϊκών ΜΜΕ. Παραδείγματα χάρη:

- Τον Ιούνιο του 2010, το Κοινοβούλιο ενέκρινε [ψήφισμα](#) σχετικά με την κοινοτική πολιτική για την καινοτομία σε έναν μεταβαλλόμενο κόσμο^[1]. Στο ψήφισμα αυτό, το Κοινοβούλιο υπογραμμίζει την ανάγκη να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις προκειμένου τα επιχειρηματικά κεφάλαια να είναι ευκολότερα διαθέσιμα για τις ΜΜΕ. Το Κοινοβούλιο ζητεί την ανάπτυξη χρηματοδοτικών εργαλείων για τις ΜΜΕ, όπως οι μικροπιστώσεις, τα κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου για άτομα που επιζητούν να επενδύσουν σε καινοτόμες επιχειρήσεις, και οι «επιχειρηματικοί άγγελοι» για την υποστήριξη επιχειρηματικών σχεδίων από νέους ερευνητές. Ζητεί επίσης από τα κράτη μέλη και την Επιτροπή να δημιουργήσουν φορολογικά, χρηματοοικονομικά, επιχειρηματικά και διοικητικά κίνητρα για επενδύσεις.
- Τον Μάρτιο του 2011, το Κοινοβούλιο ενέκρινε [ψήφισμα](#) σχετικά με μια βιομηχανική πολιτική για την εποχή της παγκοσμιοποίησης^[2]. Μεταξύ άλλων, το Κοινοβούλιο καλεί την Επιτροπή να προχωρήσει στην εφαρμογή της SBA, έτσι ώστε να μειώσει τα διοικητικά βάρη και να εξασφαλίσει καλύτερη πρόσβαση σε ευκαιρίες χρηματοδότησης για τις ΜΜΕ. Ζητεί επίσης την επικαιροποίηση του ορισμού των ΜΜΕ, με σκοπό να επιτραπεί μεγαλύτερη ευελιξία σε συγκεκριμένους βιομηχανικούς τομείς. Επιπλέον, προτρέπει την Επιτροπή να αυξήσει το ποσοστό συμμετοχής των ΜΜΕ στα προγράμματα-πλαίσια για την έρευνα και την ανάπτυξη.
- Τον Μάιο του 2011, το Κοινοβούλιο ενέκρινε [ψήφισμα](#) σχετικά με την επανεξέταση της πρωτοβουλίας «Small Business Act» για την Ευρώπη^[3]. Στο ψήφισμα αυτό, το Κοινοβούλιο, μεταξύ άλλων, καλεί τα κράτη μέλη να εγκρίνουν την τελευταία εναπομένουσα πρόταση σχετικά με το καταστατικό της ευρωπαϊκής ιδιωτικής εταιρείας. Το Κοινοβούλιο τονίζει επίσης την ανησυχία του για το γεγονός ότι «το τεστ ΜΜΕ» δεν έχει ακόμη εφαρμοστεί σωστά και με συνέπεια σε όλες τις νέες νομοθετικές προτάσεις, ιδίως σε εθνικό επίπεδο. Επιπλέον, το Κοινοβούλιο προειδοποιεί τα κράτη μέλη να αποφεύγουν τον «κανονιστικό υπερθεματισμό», δηλαδή την υπέρβαση των απαιτήσεων νομοθεσίας της ΕΕ, όταν μεταφέρουν οδηγίες στο εθνικό τους δίκαιο.
- Τον Οκτώβριο του 2012 το Κοινοβούλιο ενέκρινε [ψήφισμα](#) με θέμα «Μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ): ανταγωνιστικότητα και επιχειρηματικές ευκαιρίες»^[4]. Στο ψήφισμα αυτό, το Κοινοβούλιο επισημαίνει μία σειρά σημείων, μεταξύ άλλων τη μείωση των διοικητικών βαρών, τη στήριξη της ανταγωνιστικότητας και της δημιουργίας θέσεων απασχόλησης, τη δημιουργία νεοφυών επιχειρήσεων και την πρόσβαση σε πληροφόρηση και χρηματοδότηση.
- Τον Ιανουάριο του 2014 το Κοινοβούλιο ενέκρινε [ψήφισμα](#) σχετικά με την αναβιομηχάνιση της Ευρώπης για την προαγωγή της ανταγωνιστικότητας και της βιωσιμότητας^[5], το οποίο υπογραμμίζει τη σημασία των ΜΜΕ στην οικονομία της ΕΕ και ζητεί την παροχή ειδικής στήριξης και συνδρομής στις ΜΜΕ.

[1]ΕΕ C 236 E της 12.8.2011, σ. 41.

[2]ΕΕ C 199 E της 7.7.2012, σ. 131.

[3]ΕΕ C 377 E της 7.7.2012, σ. 102.

[4]ΕΕ C 68 E της 7.3.2014, σ. 40.

[5]ΕΕ C 482 της 23.1.2016, σ. 89.



- Τον Σεπτέμβριο του 2016, το Κοινοβούλιο ενέκρινε [ψήφισμα](#) σχετικά με την πρόσβαση των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση, και την αύξηση της πολυμορφίας στη χρηματοδότηση των ΜΜΕ στο πλαίσιο μιας Ένωσης Κεφαλαιαγορών^[6].
- Τον Ιούλιο του 2017 το Κοινοβούλιο ενέκρινε [ψήφισμα](#) σχετικά με την ανάπτυξη μιας φιλόδοξης βιομηχανικής στρατηγικής της ΕΕ ως στρατηγική προτεραιότητα για την ανάπτυξη, την απασχόληση και την καινοτομία στην Ευρώπη ([2017/2732\(RSP\)](#))^[7].

Frédéric Gouardères
05/2019

[6]Κείμενα που εγκρίθηκαν, [P8_TA\(2016\)0358](#).

[7]Κείμενα που εγκρίθηκαν, [P8_TA\(2017\)0305](#).

