



COMISIA
EUROPEANĂ

Bruxelles, 31.1.2013
COM(2013) 36 final

**COMUNICARE A COMISIEI CĂTRE PARLAMENTUL EUROPEAN, CONSILIU,
COMITETUL ECONOMIC ȘI SOCIAL EUROPEAN ȘI COMITETUL
REGIUNILOR**

**INSTITUIREA UNUI PLAN EUROPEAN DE ACȚIUNE ÎN DOMENIUL
COMERȚULUI CU AMĂNUNTUL**

(Text cu relevanță pentru SEE)

CUPRINS

1.	INTRODUCERE	3
2.	REALIZAREA PIETEI UNICE A COMERȚULUI CU AMĂNUNTUL.....	5
2.1	Schimbările din sectorul comerțului cu amănuntul.....	5
2.2	Sectorul comerțului cu amănuntul se confruntă cu multiple provocări	6
2.3	O piață unică a vânzărilor cu amănuntul în beneficiul tuturor actorilor	6
3.	CINCI FACTORI-CHEIE PENTRU SERVICII DE COMERȚ CU AMĂNUNTUL MAI COMPETITIVE ȘI MAI DURABILE.....	7
3.1	Responsabilizarea consumatorilor	8
3.1.1	Informarea consumatorilor.....	8
3.1.2	Alegeri mai durabile din partea consumatorilor.....	9
3.2	Accesul la servicii de comerț cu amănuntul mai competitive.....	9
3.2.1	Stabilirea societăților.....	10
3.2.2	Comerțul electronic.....	11
3.3	Dezvoltarea unui lanț de aprovizionare mai echilibrat cu produse alimentare și nealimentare între întreprinderi.....	12
3.3.1	Combaterea practicilor comerciale neloiale.....	13
3.4	Dezvoltarea unui lanț de aprovizionare mai durabil în sectorul comerțului cu amănuntul.....	14
3.4.1	Producție și consum mai durabile	14
3.4.2	Reducerea risipei de alimente	15
3.5	Conceperea de soluții mai inovatoare	16
3.5.1	Etichetarea produselor.....	17
3.5.2	Plățile electronice	18
3.6	Crearea unui mediu de lucru mai bun	20
3.6.1	Decalajul dintre competențe și nevoi	20
3.6.2	Economia informală	21
3.7	Dimensiunea internațională.....	22
4.	CONCLUZIE: DIALOGUL PERMANENT CU SECTORUL COMERȚULUI CU AMĂNUNTUL.....	23

1. INTRODUCERE

Serviciile de comerț cu amănuntul și cu ridicata, cunoscute, de asemenea, sub denumirea de servicii de distribuție comercială, reprezintă 11 % din PIB-ul UE și aproape 15 % din totalul forței de muncă ocupate din UE. Mai mult de 6 milioane de întreprinderi, adică 29 % din totalul întreprinderilor din UE, sunt active în acest sector. Sectorul comerțului cu amănuntul se caracterizează printr-un procentaj foarte mare de IMM-uri, în special microîntreprinderi (peste 95 %) ¹. Sectoarele comerțului cu amănuntul și comerțului cu ridicata sunt strâns legate între ele, precum și cu alte sectoare economice, cum ar fi agricultura, industria prelucrătoare, serviciile IT, sectorul energetic, logistica și transporturile ². Aceste sectoare sunt din ce în ce mai integrate, iar distincția dintre ele este tot mai neclară, deoarece unii comercianți cu amănuntul desfășoară în prezent și activități de comercianți cu ridicata sau chiar de producători.

Sectoarele comerțului cu amănuntul și comerțului cu ridicata au un rol esențial în stimularea creșterii economice și a creării de locuri de muncă în cadrul Strategiei Europa 2020: acestea se numără printre principalele sectoare care pot asigura tranziția către o economie și modele de consum mai durabile. Eficiența acestor sectoare are implicații asupra concurenței, inovării, evoluției prețurilor și competitivității.

Comercianții cu amănuntul joacă un rol important în realizarea apropierii dintre piața unică și consumatorii europeni. Cu toate acestea, persistă o serie de obstacole care împiedică crearea unei piețe unice eficiente și competitive a comerțului cu amănuntul. Potrivit Tabloului de bord al situației consumatorilor, din mai 2012, piața unică a comerțului cu amănuntul din UE este în continuare departe de a fi pe deplin integrată ³. Există, de asemenea, o serie întreagă de obstacole în calea unor procese precum aprovizionarea transfrontalieră sau intrarea pe piață a comercianților cu amănuntul. O serie de obstacole care împiedică dezvoltarea pieței unice a comerțului cu amănuntul au fost identificate în raportul Comisiei „*Exercițiul de monitorizare a pieței comerțului și distribuției cu amănuntul*” ⁴, în raportul Parlamentului European „*O piață a comerțului cu amănuntul mai eficientă și mai corectă*” ⁵ și în cadrul atelierelor ⁶ organizate de Comisie în etapa de pregătire a prezentului plan de acțiune. În timp ce directiva privind serviciile ⁷ și măsurile luate în vederea aplicării acesteia ⁸ definesc o strategie generală

¹ Sursă: Eurostat SBS (2010).

² Prezentul plan de acțiune se referă la toate serviciile de distribuție comercială (secțiunea G din clasificarea NACE Rev. 2: NACE), inclusiv comerțul cu autovehicule, comerțul cu ridicata și comerțul cu amănuntul. Prin urmare, titlul prezentului document, „Plan european de acțiune în domeniul comerțului cu amănuntul”, este menit să aibă un domeniu de aplicare mai larg decât cel al termenului „comerț cu amănuntul” *stricto sensu*.

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

⁴ Exercițiul de monitorizare a pieței comerțului și distribuției cu amănuntul „Către o piață internă a comerțului și distribuției mai eficace și mai echitabilă până în 2020” [COM(2010) 355 final, din 5 iulie 2010].

⁵ Rezoluția Parlamentului European din 5 iulie 2011 referitoare la o piață a comerțului cu amănuntul mai eficientă și mai corectă [2010/2109 (INI)].

⁶ Organizate în cursul primului trimestru al anului 2012 cu participarea reprezentanților principalelor părți interesate din cadrul lanțului de aprovizionare în sectorul comerțului cu amănuntul (rezumatele reuniunilor sunt disponibile la adresa http://ec.europa.eu/internal_market/retail/index_en.htm).

⁷ Directiva 2006/123/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 12 decembrie 2006 privind serviciile în cadrul pieței interne (JO L 376 din 27 decembrie 2006, p. 36).

⁸ Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor pe tema implementării directivei privind serviciile: parteneriat pentru o nouă

în domeniul serviciilor, prezentul plan de acțiune vizează în mod specific sectorul comerțului cu amănuntul și cu ridicata. Acesta reprezintă o foaie de parcurs către o piață unică a comerțului cu amănuntul.

Blocajele identificate în sectorul comerțului cu amănuntul, care adesea țin de mai multe domenii de politică, trebuie abordate prin intermediul unui plan coerent vizând îmbunătățirea performanței economice, sociale și de mediu a acestui sector și garantarea faptului că acesta contribuie pe deplin la obiectivele Strategiei Europa 2020. Sectorul comerțului cu amănuntul din UE se confruntă cu două provocări majore, care au fost identificate deja în contextul recomandărilor specifice fiecărei țări, emise de Consiliu în iulie 2012: (i) restricțiile privind stabilirea societăților și, la un nivel mai general, (ii) lipsa de competitivitate din sectorul comerțului cu amănuntul, în special în unele state membre, precum și necesitatea de a reduce obstacolele și restricțiile de funcționare.

Prezentul plan de acțiune are drept obiectiv abordarea obstacolelor principale menționate anterior, care împiedică realizarea unei piețe unice a comerțului cu amănuntul, prin elaborarea unei strategii vizând sporirea competitivității sectorului comerțului cu amănuntul și consolidarea performanței economice, sociale și de mediu a acestuia. Cu toate acestea, obiectivele strategice ale planului de acțiune nu pot fi îndeplinite doar prin intermediul unor măsuri impuse de sus; va fi nevoie de colaborarea activă a sectorului comerțului cu amănuntul și de inițiative venite din partea acestuia. De exemplu, responsabilitatea pentru investițiile în materie de competențe va trebui să fie împărțită, iar sectorul comerțului cu amănuntul trebuie să joace un rol important în acest sens, alături de autoritățile publice, persoanele fizice și sectorul educației.

La nivel european, serviciile de comerț cu amănuntul au un caracter diversificat și complex. Prin urmare, nu există o soluție sau o abordare universal valabilă cu privire la provocările cu care se confruntă aceste servicii. Varietatea sectorului comerțului cu amănuntul este dată de o serie întreagă de diferențe legate de tipul de furnizori (IMM-uri sau întreprinderi mai mari), de organizare (grupuri de comercianți cu amănuntul independenți, cooperative, societăți etc.), de dimensiunile și formatele punctelor de vânzare, de liniile de produse, de lanțurile de aprovizionare implicate, de localizare, de modelele de afaceri, de gradul de integrare verticală, de structurile de acționariat și de volumul operațiunilor.

În Europa, este necesară îmbunătățirea nivelurilor de productivitate din sectorul distribuției comerciale, menținându-se în același timp calitatea locurilor de muncă și nivelul actual de ocupare a forței de muncă. Microîntreprinderile și IMM-urile contribuie într-o proporție relativ însemnată la crearea de valoare adăugată la nivelul UE, acesta fiind motivul pentru care sunt necesare acțiuni care să stimuleze într-o măsură și mai mare productivitatea acestora, astfel încât să se genereze atât o creștere economică mai mare, cât și mai multe locuri de muncă la nivelul UE. Unele dintre măsurile propuse în prezentul plan de acțiune (de exemplu, măsura privind etichetarea) vor ajuta întreprinderile să realoce resurse către activitățile care generează o creștere reală, impulsionându-le astfel productivitatea. Acest lucru este valabil în special în cazul IMM-urilor care sunt adesea obligate să aloce o mare parte din resursele umane și financiare de care dispun activității de colectare a informațiilor, în special cu privire la normele aplicabile în alte state membre. Unele dintre celelalte măsuri propuse în acest plan de acțiune (de exemplu, măsura privind plățile electronice) vor încuraja vânzările la distanță prin internet și vor crea astfel, în special pentru IMM-uri, oportunități de

creștere a serviciilor 2012-2015 [COM(2012) 261 final din 8 iunie 2012] și documentele de lucru ale serviciilor Comisiei (2012) 146 final, 147 final și 148 final din 8 iunie 2012.

extindere a bazei de consumatori, eventual dincolo de frontierele naționale. Acestea vor contribui, de asemenea, la realizarea obiectivelor definite în comunicarea „O agendă digitală pentru Europa”⁹ și în „Planul de acțiune privind comerțul electronic”¹⁰.

2. REALIZAREA PIETEI UNICE A COMERȚULUI CU AMĂNUNTUL

În ultimele decenii, sectorul comerțului cu amănuntul din UE a cunoscut schimbări profunde și, în prezent, se confruntă cu o serie de provocări care îi afectează capacitatea de a contribui pe deplin la realizarea obiectivelor Strategiei Europa 2020 în materie de creștere economică și creare de locuri de muncă.

Prin urmare, este esențial să se propună o strategie vizând realizarea unei piețe unice a comerțului cu amănuntul care să funcționeze bine, contribuind astfel la coeziunea teritorială și socială a UE, prin îmbunătățirea accesului la servicii de comerț cu amănuntul mai durabile și mai competitive. O astfel de strategie ar aduce o contribuție substanțială la creșterea economică și ar permite comercianților cu amănuntul să ofere consumatorilor europeni servicii de calitate sporită.

2.1 Schimbările din sectorul comerțului cu amănuntul

În ultimele două decenii, modernizarea economiei UE a dus la o serie de modificări în domeniul comerțului cu amănuntul. Au apărut rețele de puncte de vânzare care comercializează mai multe linii de produse. Integrarea verticală a permis comercianților cu amănuntul să beneficieze de o distribuție și o logistică mai eficiente. Marii comercianți cu amănuntul au reușit să realizeze economii de scară în cadrul procesului de cumpărare, sporindu-și astfel puterea de negociere față de furnizori. Achiziționarea centralizată a condus la o internaționalizare treptată a aprovizionării, atât în cadrul UE, cât și în cazul achizițiilor din țări terțe. Au fost create alianțe de cumpărare și grupuri de IMM-uri independente din domeniul comerțului cu amănuntul în scopul de a pune în comun expertiza acestora și de a realiza economii de scară. În cele din urmă, în efortul de a răspunde mai bine cererii consumatorilor, comercianții cu amănuntul și-au sporit controlul asupra lanțului de aprovizionare (de exemplu, prin mărci proprii)¹¹.

Cumulate, aceste modificări au dus la creșterea numărului de puncte de vânzare, a formatelor acestora și a liniilor de produse puse la dispoziție, precum și la o relativă scădere a prețurilor pentru consumatorul final. Cu toate acestea, concurența mai mare și comprimarea marjelor au provocat, de asemenea, scoaterea de pe piață a unui număr mare de magazine mici independente și de producători/furnizori de dimensiuni mici și mijlocii. Presiunea sporită asupra condițiilor de muncă nu a generat neapărat doar avantaje pentru consumatori, ci și, uneori, chiar a mărit amprenta ecologică a UE.

⁹ Comunicare din partea Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor *O Agendă digitală pentru Europa* [COM(2010) 245 final din 26 august 2010].

¹⁰ Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor *Un cadru coerent pentru creșterea încrederii în piața unică digitală a comerțului electronic și a serviciilor online* [COM(2011) 942 final din 11 ianuarie 2012, cunoscută și sub denumirea de Planul de acțiune privind comerțul electronic].

¹¹ Document de lucru al serviciilor Comisiei care însoțește exercițiul de monitorizare a pieței comerțului și distribuției cu amănuntul [SEC(2010) 807, p. 11].

2.2 Sectorul comerțului cu amănuntul se confruntă cu multiple provocări

În prezent, comercianții cu amănuntul se confruntă cu diverse provocări, în funcție de dimensiunea lor și de sectorul în care își desfășoară activitatea. De asemenea, dezvoltarea comerțului electronic exercită presiuni asupra sectorului comerțului cu amănuntul, care trebuie să-și reînnoiască modelele de afaceri. În plus, estomparea limitelor dintre sectoare (gama serviciilor de comerț cu amănuntul continuă să se extindă prin adăugarea permanentă de noi produse și servicii, inclusiv servicii financiare, de telecomunicații și turistice, servicii de utilități publice etc.) înseamnă că modelele de afaceri devin din ce în ce mai complexe. Fenomenele mondiale, cum ar fi consecințele crizei financiare asupra puterii de cumpărare a consumatorilor, creșterea prețurilor la materiile prime, tendințele demografice, în special îmbătrânirea populației UE, precum și accentul pus pe dezvoltarea durabilă reprezintă o provocare pentru actualele modele și procese de afaceri din sectorul comerțului cu amănuntul.

Astfel cum s-a explicat mai sus, provocările din acest sector pot fi diferite pentru diversele tipuri de comercianți cu amănuntul și pot varia de la un stat membru la altul, din cauza diferențelor dintre piețele naționale. De exemplu, în momentul de față apar noi tehnologii pentru efectuarea plăților prin intermediul telefoanelor inteligente (plăți efectuate de pe telefonul mobil). Cu toate acestea, noile tehnologii necesită crearea infrastructurii necesare pentru acceptarea acestor plăți la punctul de vânzare. În cazul marilor comercianți cu amănuntul, care își desfășoară activitatea în cel puțin două state membre, una dintre principalele provocări în acest sens este lipsa de norme paneuropene pentru acceptarea plăților efectuate de pe telefonul mobil. Comercianții cu amănuntul de dimensiuni mai mici nu dispun întotdeauna de competențele necesare pentru a putea utiliza noile tehnologii.

2.3 O piață unică a vânzărilor cu amănuntul în beneficiul tuturor actorilor

Abordarea blocajelor majore care împiedică realizarea pieței unice a comerțului cu amănuntul are potențialul de a aduce beneficii tuturor actorilor implicați, precum și mediului înconjurător:

- *în cazul consumatorilor*: accesul îmbunătățit la servicii și produse cu amănuntul de calitate, prețuri mai competitive și o mai bună informare privind calitatea și prețurile, precum și privind caracteristicile de mediu ale produselor, ar spori posibilitățile de alegere ale consumatorilor, atât în cazul comerțului cu amănuntul tradițional, cât și în cazul comerțului electronic;
- *în cazul întreprinderilor*: comercianții cu amănuntul și furnizorii acestora, în special IMM-urile, ar beneficia în mod concret de avantajele pieței unice, datorită creării unui mediu juridic mai previzibil, care le-ar permite să ofere servicii de calitate sporită de-a lungul întregului lanț de aprovizionare. În mod similar, prin găsirea de soluții pentru practicile abuzive din cadrul lanțului de aprovizionare, actorii din amonte și din aval ar beneficia de relații mai durabile și ar fi încurajați să sporească atât inovarea, cât și investițiile. Dezvoltarea în continuare a comerțului electronic va aduce beneficii comercianților cu amănuntul, care vor dispune de mai multe posibilități de a găsi noi piețe;
- *în cazul angajaților*: sectorul comerțului cu amănuntul ar trebui să aibă de câștigat de pe urma sporirii calificării personalului și îmbunătățirii condițiilor de muncă, ceea ce ar duce la creșterea satisfacției la locul de muncă. Îmbunătățirea formării angajaților ar contribui, de asemenea, la asigurarea unor oportunități mai bune de încadrare în muncă, în special pentru tineri și pentru persoanele mai puțin calificate.

Aceste aspecte diferite nu pot fi abordate în mod izolat. Acțiunile de politică propuse trebuie să permită găsirea echilibrului adecvat între libertățile economice și obiectivele de interes public. În scopul realizării acestor obiective, prezenta comunicare definește un plan european de acțiune în domeniul comerțului cu amănuntul, bazat pe 11 acțiuni concrete care constituie o strategie europeană coerentă și globală¹².

În plus, Comisia va înființa un **grup** permanent **privind competitivitatea în domeniul comerțului cu amănuntul**, în care vor fi implicate statele membre și toate părțile interesate relevante, în special IMM-urile și care va avea drept scop includerea sistematică a comerțului cu amănuntul în agenda politică, prin creșterea gradului de sensibilizare cu privire la chestiunile și preocupările legate de acest tip de comerț. Acest grup va contribui la stabilirea de noi obiective specifice pentru domeniile identificate, va monitoriza progresele realizate, va formula recomandări în scopul asigurării punerii depline în aplicare a acțiunilor incluse în prezentul plan și, în cazul în care este necesar, va oferi consultanță Comisiei cu privire la acțiunile suplimentare care ar putea fi propuse.

3. CINCI FACTORI-CHEIE PENTRU SERVICII DE COMERȚ CU AMĂNUNTUL MAI COMPETITIVE ȘI MAI DURABILE

Comisia a identificat următoarele cinci priorități esențiale:

- (1) *responsabilizarea consumatorilor prin intermediul, inter alia, a unor informații mai transparente, mai fiabile și mai ușor de comparat privind prețul și calitatea produselor;*
- (2) *îmbunătățirea accesului la servicii de comerț cu amănuntul mai competitive și mai durabile - atât comerțul cu amănuntul tradițional, cât și cel electronic ar avea de profitat de pe urma îmbunătățirii accesului la piață, facilitate în special prin norme mai clare și mai transparente privind stabilirea unei societăți;*
- (3) *relații comerciale mai echitabile și mai durabile de-a lungul lanțului de aprovizionare din sectorul comerțului cu amănuntul – părțile interesate ar avea de beneficiat de pe urma unui cadru prin care să fie combătute în mod eficient practicile comerciale neloiale;*
- (4) *soluții mai inovatoare - părțile interesate ar avea de câștigat dacă rezultatele cercetărilor ar fi introduse mai rapid pe piață;*
- (5) *un mediu de muncă mai bun - atât angajații, cât și angajatorii vor avea de câștigat de pe urma creării unor condiții de muncă mai bune și a găsirii de soluții cu privire la decalajele dintre competențele cerute și cele disponibile.*

¹²

Abordarea propusă este conformă cu principiile anunțate în Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor *Adecvarea reglementărilor UE* [COM(2012) 746 final din 12 decembrie 2012]. În acest context, Comisia și-a asumat angajamentul de a revizui legislația existentă privind sectorul comerțului cu amănuntul în vederea identificării potențialului în ceea ce privește simplificarea normelor și reducerea costurilor aferente reglementării pentru întreprinderi și cetățeni, fără a compromite obiectivele de politică publică.

3.1 Responsabilizarea consumatorilor

Agenda consumatorului european¹³ a subliniat faptul că responsabilizarea consumatorilor în cadrul unei piețe unice integrate necesită un ansamblu solid de principii și instrumente. Un astfel de cadru asigură aplicarea adecvată a drepturilor consumatorilor, accesul la măsuri reparatorii eficiente, la informații fiabile și pertinente, precum și o mai bună educare a consumatorilor.

Consumatorii responsabilizați pot lua decizii de cumpărare mai bune. Aceștia caută informații și le folosesc. De asemenea, își cunosc drepturile și fac uz de acestea. Consumatorii mai bine informați și mai implicați dau dovadă nu doar de o capacitate mai mare de a găsi „*cel mai bun raport calitate-preț*”, ci și de un interes sporit pentru consumul durabil și etic. Alegerile și preferințele consumatorilor se numără printre principalii factori care stimulează dezvoltarea sectorului comerțului cu amănuntul. Comercianții cu amănuntul sunt bine plasați pentru a influența în mod pozitiv deciziile de cumpărare ale consumatorilor: prin contactul zilnic cu clienții și prin influența pe care o exercită asupra altor actori din cadrul lanțului de aprovizionare, comercianții cu amănuntul pot informa consumatorii cu privire la produse de calitate mai bună, fabricate în condiții echitabile sau care se deosebesc de alte produse printr-o mai bună performanță de mediu și/sau performanță socială.

Prin sporirea transparenței pentru consumatori, sectorul comerțului cu amănuntul are potențialul de a crea o veritabilă piață unică a comerțului cu amănuntul. Facilitarea accesului consumatorilor la informații fiabile, pertinente și utile cu privire la varietatea de oferte disponibile în UE le va permite acestora să profite pe deplin de piața unică. Facilitarea comparării ofertelor i-ar ajuta pe consumatori să aleagă produsele și serviciile care corespund cel mai bine nevoilor lor, promovând astfel o concurență sănătoasă. În combinație cu alte măsuri care pot oferi soluții pentru cazurile persistente de fragmentare a pieței UE, aceasta ar trebui să contribuie la convergența prețurilor la nivelul întregii Uniuni. Acțiunile vizând sporirea transparenței și a fiabilității informațiilor destinate consumatorilor ar fi benefice în special dacă ar fi puse în aplicare la nivelul UE, având în vedere faptul că măsurile restrânse strict la nivelul național, oricât de bine concepute ar fi, nu ar permite reunirea avantajelor care ar putea fi obținute de pe urma existenței unei piețe unice cu adevărat integrate.

3.1.1 Informarea consumatorilor

Potrivit studiilor de cercetare existente, majoritatea europenilor care utilizează internetul caută informații pentru a compara prețurile sau calitatea, înainte de a achiziționa bunuri de pe internet sau din magazine. Fiind confrunțați cu o cantitate copleșitoare de informații, aceștia recurg adesea la intermediari, cum ar fi instrumentele de comparație on-line, care îi pot ajuta să identifice cele mai bune oferte disponibile. Deși acest tip de site-uri îi poate ajuta pe consumatori să compare ofertele, practicile respectivilor intermediari de informații prezintă și deficiențe semnificative¹⁴. Pentru a aduce cu adevărat beneficii consumatorilor, instrumentele de comparație ar trebui să fie relevante pentru nevoile acestora, precum și transparente,

¹³ Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor *O agendă a consumatorului european - stimularea încrederii și a creșterii economice* [COM(2012) 225 final din 22 mai 2012].

¹⁴ *Consumer market study on the functioning of e-commerce and internet market and selling techniques in the retail of goods* („Studiu de piață în rândul consumatorilor privind funcționarea comerțului electronic și a pieței internetului și privind tehnicile de vânzare în comerțul de mărfuri cu amănuntul”), CIVIC consulting, 2011:

http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/market_studies/e_commerce_study_en.htm

fiabile, complete și ușor de accesat. Este important ca site-urile de comparație să includă ofertele transfrontaliere, astfel încât consumatorii să poată profita pe deplin de piața unică.

În plus, o mai bună informare a consumatorilor are drept rezultat nu doar sensibilizarea acestora, în vederea sporirii capacității lor de a-și apăra drepturile, ci și sensibilizarea întreprinderilor cu privire la obligațiile care le revin în conformitate cu legislația privind protecția consumatorilor aplicabilă în cadrul pieței unice.

Astfel cum se precizează în Agenda europeană pentru consumatori și în Planul de acțiune privind comerțul electronic, Comisia va colabora cu intermediari și comercianți în vederea elaborării unor coduri de bună conduită, a unor orientări în materie de bune practici și/sau a altor instrumente de comparare a prețurilor, în funcție de necesități.

În plus, ca parte a Agendei digitale, Codul UE al drepturilor în mediul online sintetizează, în mod transparent și pe înțelesul tuturor, drepturile legale ale consumatorilor prevăzute în legislația UE privind mediul digital. Acest cod este un instrument important pentru a câștiga încrederea consumatorilor și contribuie la utilizarea într-o mai mare măsură a serviciilor online¹⁵.

3.1.2 Alegeri mai durabile din partea consumatorilor

Performanța de mediu a organizațiilor și a produselor este în prezent măsurată și comunicată prin diverse canale și sub diverse forme, în cadrul unor inițiative private și publice diferite, care au propriile niveluri de ambiție și metodologii de evaluare. Această situație generează un cadru complex de etichete, de revendicări și de mecanisme de raportare. Introducerea unor metodologii europene armonizate va avea drept rezultat mai multă transparență pentru consumatori. Comisia va elabora astfel de metodologii, asigurând, în același timp, existența unor condiții de concurență echitabile pentru întreprinderi și menținerea costurilor la un nivel minim, în special pentru IMM-uri.

Actiuni:

- (1) *Prin dialogul cu părțile interesate, Comisia va elabora orientări în materie de bune practici și/sau coduri de conduită pentru a facilita accesul consumatorilor la informații transparente și fiabile, înlesnind compararea prețurilor, a calității și a durabilității bunurilor și serviciilor.*
- (2) *Comisia va propune metodologii europene pentru măsurarea și comunicarea impactului global asupra mediului pe care îl au produsele și organizațiile.*

3.2 Accesul la servicii de comerț cu amănuntul mai competitive

Accesibilitatea serviciilor de comerț cu amănuntul a crescut considerabil în ultimii ani, atât în ceea ce privește localizarea, cât și în ceea ce privește disponibilitatea. Dezvoltarea comerțului electronic a devenit parte integrantă a modelelor de afaceri ale comercianților cu amănuntul, sporind gama de produse/servicii disponibile și facilitând compararea prețurilor. Cu toate acestea, mai trebuie abordate o serie de probleme pentru a stimula concurența în sectorul serviciilor de comerț cu amănuntul.

Necesitatea de a elimina barierele existente din calea stabilirii societăților și, mai general, de a spori concurența în sectorul comerțului cu amănuntul, a fost una dintre principalele

¹⁵ <https://ec.europa.eu/digital-agenda/en/code-eu-online-rights>

recomandări specifice fiecărei țări formulate în cadrul semestrului european 2012, al cărei obiectiv era sporirea creșterii economice și crearea unui număr mai mare de locuri de muncă în Europa. Introducerea unor măsuri favorabile concurenței, în special măsuri privind comerțul electronic, ar contribui la consolidarea pieței unice, mai ales pentru IMM-uri. În plus, potrivit unor estimări recente¹⁶, impactul economic al directivei privind serviciile ar putea duce la o creștere de până la 2,6 % a PIB-ului UE, în cazul punerii pe deplin în aplicare a acesteia. Având în vedere faptul că sectorul comerțului cu amănuntul și cel al comerțului cu ridicata reprezintă un sfert din valoarea adăugată a tuturor sectoarelor care intră sub incidența directivei privind serviciile, impactul eliminării barierelor care persistă în aceste sectoare ar trebui să fie considerabil.

3.2.1 Stabilirea societăților

Concurența dintre comercianții cu amănuntul poate fi stimulată prin facilitarea intrării pe piață. Alegerea amplasării potrivite pentru dezvoltarea unei activități de comerț cu amănuntul și începerea operațiunilor la momentul potrivit sunt esențiale pentru succesul unei afaceri. Punerea în practică a activităților nu depinde doar de disponibilitatea unor bunuri imobile adecvate, ci și de existența unor norme și proceduri comerciale și de amenajare a teritoriului care nu afectează în mod necorespunzător concurența.

Responsabilitatea asigurării unei dezvoltări teritoriale echilibrate și durabile revine în primul rând statelor membre. Acțiunile întreprinse de acestea pot avea drept rezultat o serie de restricții privind amplasarea sau gama de produse/servicii pe care le pot pune la dispoziție comercianții cu amănuntul. Astfel de restricții au un impact major asupra: (i) organizării teritoriale (de exemplu, traficul și infrastructura de transport); (ii) libertății de acțiune de care se bucură societățile pentru deschiderea și operarea de magazine; (iii) formatelor punctelor de vânzare cu amănuntul și (iv) alegerilor consumatorilor. Astfel cum a fost confirmat de Curtea de Justiție a Uniunii Europene, restricțiile privind libertatea de stabilire pot fi justificate prin motive imperative de interes general, precum protecția mediului, planificarea teritorială la nivelul orașului sau al țării și protecția consumatorilor, cu condiția ca acestea să fie adecvate și proporționale¹⁷.

Prin urmare, este important să se asigure, pe de o parte, respectarea libertății de stabilire și evitarea denaturării concurenței și, pe de altă parte, respectarea altor obiective și interese relevante consacrate în cadrul politicilor generale ale UE. Este nevoie de o abordare echilibrată, care să poată ține seama, printre altele, de planificarea teritorială vizând dezvoltarea durabilă, asigurarea coeziunii teritoriale și un nivel ridicat al calității vieții, atât în mediul urban, cât și în mediul rural, precum și de reducerea la minimum a impactului asupra mediului¹⁸.

Directiva privind serviciile, care se aplică în acest domeniu, conține, de asemenea, o serie de obligații neechivoce pentru statele membre. Una dintre acestea este obligația de a elimina cerințele interzise de directiva privind serviciile, cum ar fi testele economice care

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

¹⁷ Hotărârea CJUE din 24 martie 2011, Comisia/Spania, C-400/08.

¹⁸ Pentru a evalua caracterul adecvat al măsurilor de mediu, vor fi utilizate diferite instrumente, printre care se numără directiva privind evaluarea strategică de mediu (Directiva 2001/42/CE). În plus, în cazul proiectelor concrete, precum construirea de centre comerciale și de parcuri, trebuie să fie efectuată o „analiză” în temeiul articolului 4 alineatul (2) din Directiva privind evaluarea impactului asupra mediului (Directiva 2011/92/UE), pe baza căreia se va decide dacă este necesară o procedură completă de evaluare a impactului asupra mediului.

condiționează acordarea unei autorizații de a desfășura o activitate de servicii de dovedirea existenței unei nevoi economice sau a unei cereri pe piață, de o evaluare a efectelor economice potențiale sau curente ale activității sau de o evaluare a adecvării activității în raport cu obiectivele planificării economice stabilite de către autoritatea competentă. În cadrul comunicării privind punerea în aplicare a Directivei privind serviciile¹⁹, Comisia a anunțat o politică de toleranță zero în scopul eliminării cazurilor persistente de nerespectare a obligațiilor neechivoce, precum obligația de a elimina testele economice care, deși sunt interzise de directiva privind serviciile, continuă să fie aplicate în unele state membre. Cu toate acestea, politica de toleranță zero nu se aplică cerințelor de planificare teritorială determinate de motive imperative de interes general²⁰.

Prin urmare, având în vedere anumite obiective importante ale UE, cum ar fi coeziunea teritorială și protecția mediului, ar trebui depuse eforturi pentru a identifica și disemina cele mai bune practici de planificare comercială care pot asigura o îmbinare reușită între un sector competitiv al comerțului cu amănuntul și dezvoltarea echitabilă și durabilă a metropolelor, orașelor și zonelor rurale de pe întreg teritoriul Uniunii Europene.

3.2.2 Comerțul electronic

Răspândirea semnificativă a comerțului electronic are drept rezultat sporirea concurenței dintre comercianții cu amănuntul tradiționali și canalele de distribuție online și creează noi oportunități care pot mobiliza un potențial de creștere semnificativ. Cu toate acestea, comerțul electronic reprezintă în prezent doar 5 % din totalul vânzărilor cu amănuntul din UE²¹ și doar 10 % din cetățenii UE au făcut cumpărături online în alt stat membru, în timp ce 39 % au făcut acest lucru în propriul stat membru²². Aceste cifre demonstrează imensul potențial încă neexplorat al economiei digitale. Adaptarea la aceste noi realități prin dezvoltarea de strategii orientate spre canale de distribuție multiple ar deschide calea valorificării, de către IMM-uri, a potențialului de creștere pe care îl reprezintă canalul online. Într-adevăr, IMM-urile care folosesc intens tehnologiile internet înregistrează o creștere și exporturi de două ori mai importante decât alte întreprinderi. De asemenea, acestea creează de două ori mai multe locuri de muncă²³. De exemplu, 97 % din „vânzătorii profesioniști” de pe eBay, inclusiv 94 % din cei mai mici 10 % dintre aceștia, vând bunuri în străinătate²⁴. Acest lucru arată că, făcând investiții limitate, IMM-urile pot utiliza o platformă online pentru a ajunge la piețele străine și pentru a dezvolta o activitate transfrontalieră potențial importantă. În acest mediu în continuă transformare, Comisia va urmări îndeaproape evoluția situației, atât pe piețele cu amănuntul online, cât și pe cele tradiționale, va examina rolurile acestora în cadrul comerțului modern cu amănuntul și își va adapta acțiunile posibile astfel încât acestea să constituie o reacție pozitivă la acest dinamism.

¹⁹ COM(2012) 261 final.

²⁰ Document de lucru al serviciilor Comisiei de însoțire a Comunicării pe tema implementării directivei privind serviciile [SWD(2012) 148 final din 8 iunie 2012].

²¹ Sursă: Eurostat, *ICT usage and e-commerce in enterprises* („Utilizarea TIC și a comerțului electronic în întreprinderi”), 2011.

²² Sursă: Eurostat, *ICT usage in households and by individuals* („Utilizarea TIC în gospodării și de către persoanele fizice”), 2011.

²³ *Internet Matters, the net's sweeping impact on growth, jobs, and prosperity* („Internetul contează, vastul impact al rețelei asupra creșterii, ocupării forței de muncă și prosperității”), McKinsey Global Institute, mai 2011.

²⁴ Sursă: Studiu eBay, *Enabling traders to enter and grow on the global stage* („Facilitarea accesului și dezvoltării comercianților pe scena mondială”), iunie 2012.

În acest context, este important să se asigure că noile propuneri legislative nu ar avea un impact negativ, nici asupra comerțului cu amănuntul tradițional, nici asupra comerțului electronic, în special în ceea ce privește vânzările transfrontaliere. Prin urmare, este necesară o reflecție prudentă atunci când se planifică orice nouă propunere legislativă. Comisia va analiza în mod proactiv aceste aspecte în cadrul lucrărilor de pregătire aferente tuturor noilor propuneri.

Actiuni:

- (3) *Statele membre trebuie să elimine toate cazurile persistente de nerespectare a obligațiilor neechivoce în temeiul Directivei privind serviciile cu privire la accesul la activități de comerț cu amănuntul și la exercitarea acestora, inclusiv prin eliminarea testelor privind nevoile economice în sensul articolului 14 alineatul (5) din Directiva privind serviciile. Comisia va aplica politica de toleranță zero, dacă este necesar, prin intermediul procedurilor de constatare a neîndeplinirii obligațiilor.*
- (4) *Comisia:*
- a) *va lansa un test de performanță în sectorul comerțului cu amănuntul pentru a analiza modul în care normele și planurile comerciale și de amenajare a teritoriului sunt aplicate pe teren de către autoritățile competente, atunci când un potențial furnizor de servicii dorește să deschidă un punct de vânzare cu amănuntul de dimensiune mică, medie sau mare.*
 - b) *prin schimbul de bune practici, va asigura o mai mare claritate în ceea ce privește echilibrul adecvat dintre libertatea de stabilire, planificarea teritorială/comercială și protecția socială și a mediului.*

3.3 Dezvoltarea unui lanț de aprovizionare mai echilibrat cu produse alimentare și nealimentare între întreprinderi

Practicile comerciale neloiale (PCN) sunt acele practici și condiții care se abat în mod vădit de la buna conduită comercială și care sunt contrare bunei-credințe și corectitudinii în relațiile dintre întreprinderi (B2B). Lanțul de aprovizionare cu amănuntul între întreprinderi (B2B) cu produse alimentare și nealimentare este lanțul de tranzacții care au loc între întreprinderi sau între întreprinderi și autorități publice în scopul distribuției de bunuri destinate în principal publicului larg pentru consum sau uz personal sau casnic. Acesta este alcătuit dintr-o serie de actori (producători/prelucrători/distribuitori). Buna funcționare a lanțului de aprovizionare B2B cu produse alimentare și nealimentare este esențială pentru a valorifica la maximum potențialul economic al acestor sub-sectoare. Practicile comerciale neloiale sunt impuse, de obicei, în situațiile în care există un dezechilibru de putere, de către partea mai puternică asupra părții mai vulnerabile.

Echitatea în cadrul relațiilor B2B asigură buna funcționare a lanțului de aprovizionare între întreprinderi cu produse alimentare și nealimentare. Se presupune că impactul negativ al practicilor comerciale neloiale se poate răsfârge asupra capacității întreprinderilor, în special a IMM-urilor, de a investi și de a inova. Un exemplu de practică comercială neloială ar putea fi cazul practicilor care permit comercianților cu amănuntul să transfere către furnizori o parte din riscurile pe care le presupune comerțul cu amănuntul. Aceasta poate fi aplicată în caz de vânzări scăzute, de reduceri la vânzare, de inventar de sfârșit de sezon etc. Un alt exemplu de practică comercială neloială ar putea fi cazul în care limitarea teritorială a aprovizionării,

impusă de unii furnizori multinaționali, împiedică comercianții cu amănuntul să se aprovizioneze transfrontalier cu mărfuri identice dintr-o locație centrală, din care acestea ar putea fi distribuite către alte state membre. Astfel de constrângeri segmentează piața și pot duce la diferențe considerabile între prețurile cu ridicata din diferite țări. Abordarea acestor aspecte ar reduce aceste diferențe și i-ar ajuta pe comercianții cu amănuntul să răsfrângă avantajele pieței unice asupra consumatorilor.

Există abordări diferite pentru soluționarea practicilor comerciale neloiale la nivel național. În cazurile în care aceste practici sunt tratate, normele naționale (de reglementare sau de autoreglementare) sunt, în general, diferite de la un stat membru la altul. În statele membre în care nu există cadre specifice privind practicile comerciale neloiale, raționamentele prezentate indică, de obicei, faptul că legislația generală în materie de concurență este suficient de eficientă pentru a aborda problema sau că există un anumit grad de reticență în a aduce atingere libertății contractuale a părților, în special în absența unei încălcări a normelor de concurență.

În sectorul alimentar, activitatea forumului la nivel înalt pentru îmbunătățirea funcționării lanțului de aprovizionare cu alimente a reprezentat un efort concertat depus de părțile interesate în vederea propunerii unei soluții bazate pe autoreglementare la această problemă. Platforma experților privind practicile contractuale între întreprinderi a prezentat o serie de principii privind practicile loiale în relațiile verticale din lanțul de aprovizionare cu alimente, acestea fiind semnate de unsprezece organizații care reprezintă diferite interese de-a lungul lanțului european de aprovizionare cu alimente²⁵ și lucrează la un mecanism de punere în aplicare. În ciuda eforturilor comune, cadrul propus nu a obținut sprijinul reprezentanților din întregul lanț de aprovizionare și nu a reușit să identifice căi de atac eficiente în cazul nerespectării obligațiilor. Se depun în continuare eforturi în vederea găsirii unui compromis prin intermediul acestei abordări sectoriale, iar Comisia va continua să monitorizeze evoluțiile specifice din cadrul lanțului de aprovizionare cu alimente.

Pentru a garanta identificarea de soluții eficiente, problema practicilor comerciale neloiale în relațiile de-a lungul lanțului de aprovizionare dintre întreprinderi ar trebui să fie abordată dintr-o perspectivă mai largă. Evoluțiile din sectorul comerțului cu amănuntul, în special formatele „mixte”, înseamnă că practicile comerciale neloiale pot avea loc și în alte sectoare ale lanțului de aprovizionare cu produse alimentare și nealimentare între întreprinderi.

3.3.1 Combaterea practicilor comerciale neloiale

Ca parte a prezentului plan de acțiune, Comisia va adopta, în paralel, o carte verde privind practicile comerciale neloiale din lanțul de aprovizionare cu produse alimentare și nealimentare între întreprinderi. Cartea verde va deschide o consultare pe această temă; se preconizează că rezultatele acesteia vor fi disponibile la sfârșitul primăverii 2013. Pe baza rezultatelor consultării, Comisia va aprecia măsurile adecvate care urmează să fie luate în 2013.

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

Acțiune:

- (5) *Comisia va adopta o carte verde care va prezenta în detaliu caracteristicile comune ale practicilor comerciale neloiale din lanțul de aprovizionare cu produse alimentare și nealimentare între întreprinderi și va deschide o consultare ale cărei rezultate vor fi disponibile la sfârșitul primăverii 2013. Rezultatele consultării vor sta la baza unei evaluări a impactului diferitelor opțiuni identificate pentru a soluționa această problemă la nivelul UE.*

3.4 Dezvoltarea unui lanț de aprovizionare mai durabil în sectorul comerțului cu amănuntul

Optimizarea performanței de mediu a sectorului comerțului cu amănuntul și a sectorului comerțului cu ridicata din UE (de exemplu, prin reducerea risipei de alimente și a ambalajelor inutile, precum și prin promovarea unei aprovizionări durabile) ar putea duce la creșterea nivelului de trai și la sporirea calității vieții în UE, permițând, în același timp, realizarea de economii de resurse și sprijinirea IMM-urilor inovatoare care promovează activități cu nocivitate redusă pentru mediu.

3.4.1 Producție și consum mai durabile

Comercianții cu amănuntul ocupă o poziție esențială pentru promovarea unor modele de consum mai durabile, nu doar prin contactele cotidiene pe care le au cu milioane de consumatori europeni, ci și prin intermediul propriilor acțiuni și prin parteneriatele cu furnizorii. Rezultatele unor cercetări realizate²⁶ ilustrează faptul că este esențial pentru comercianții cu amănuntul să încerce să ofere game de produse mai durabile și mai puțin nocive pentru mediu și, astfel, să se orienteze către lanțuri de aprovizionare mai ecologice²⁷. Unii comercianți cu amănuntul au elaborat deja astfel de strategii și le-au pus în aplicare cu succes, ca parte a practicilor comerciale de zi cu zi.

Comercianții cu amănuntul joacă un rol important în orientarea consumatorilor către alegeri mai durabile și în clarificarea confuziilor generate de multitudinea de etichete și de afirmații ecologice, prin încurajarea determinării amprente ecologice a produselor²⁸, care să fie clară și comparabilă, și prin promovarea informării cu privire la eticheta ecologică a UE.

²⁶ De exemplu, documentul de referință sectorial EMAS la nivelul UE privind cele mai bune practici de management de mediu din sectorul comerțului cu amănuntul.

²⁷ JRC/IPTS *Pilot Reference Document on Best Environmental Management Practice in the Retail Trade Sector* („Document de referință pilot privind cele mai bune practici de management de mediu în sectorul comerțului cu amănuntul”) (2011), <http://susproc.jrc.ec.europa.eu/activities/emas/documents/RetailTradeSector.pdf> și JRC/IPTS (Styles et al), *Environmental Improvement of Product Supply Chains: A Review of European Retailer' Performance* („Îmbunătățirea performanțelor de mediu ale lanțurilor de aprovizionare cu produse: o analiză privind performanțele comercianților cu amănuntul europeni”), Resources, Conservation and Recycling, volumul 65 (2012), p. 57-78, și *Environmental Improvement of Product Supply Chains: Proposed Best Practice Techniques, Quantitative Indicators and Benchmarks of Excellence for Retailers* („Îmbunătățirea performanțelor de mediu ale lanțurilor de aprovizionare cu produse: propuneri de bune practici în materie de tehnici, indicatori cantitativi și valori de referință privind excelența pentru comercianții cu amănuntul”), Journal of Environmental Management, volumul 110 (2012), p. 135-150.

²⁸ Astfel cum a anunțat în Actul privind piața unică, Comisia va adopta, în 2013, o comunicare privind piața unică pentru produsele ecologice, aceasta urmând să prevadă criteriile și metodologiile armonizate pentru determinarea amprente ecologice a anumitor categorii de produse.

Un alt aspect esențial este cel al economiilor de energie. Comercianții cu amănuntul din sectorul alimentar au un potențial considerabil de a-și îmbunătăți eficiența energetică. Cele mai importante măsuri posibile ar fi acoperirea vitrinelor frigorifice și recuperarea căldurii reziduale provenite în urma refrigerării în scopul utilizării acestora la încălzirea localurilor, precum și utilizarea agenților frigorifici naturali²⁹.

3.4.2 Reducerea risipei de alimente

Sporirea sensibilizării consumatorilor și sprijinirea acestora în combaterea risipei de alimente reprezintă elemente esențiale pentru obținerea unor modele durabile în materie de alegeri ale consumatorilor. Risipa de acest tip provine în principal din: (i) ineficiența lanțului de aprovizionare; (ii) ineficiența gestionării stocurilor; (iii) strategiile de comercializare și (iv) standardele de comercializare (respingerea produsului din cauza unor probleme legate de ambalaj, în cazuri în care nu este afectată nici calitatea alimentelor, nici siguranța acestora). În vederea găsirii de soluții la această problemă stringentă, Comisia evaluează în momentul de față cele mai eficiente modalități de a limita risipa de alimente de-a lungul lanțului de aprovizionare cu alimente, în scopul îndeplinirii obiectivului esențial de reducere cu 50 % până în 2020 a risipei de alimente care sunt încă comestibile, prevăzut în Foaia de parcurs privind eficiența din punct de vedere al utilizării resurselor.

Rolul comercianților cu amănuntul, în calitatea lor de intermediari, este crucial pentru reducerea risipei de alimente. Forumul comerțului cu amănuntul privind dezvoltarea durabilă³⁰ este o platformă multilaterală instituită în scopul de a face schimb de bune practici cu privire la dezvoltarea durabilă din sectorul comerțului cu amănuntul la nivelul UE și de a identifica, pe de o parte, oportunitățile care ar putea contribui la un consum și o producție durabile și, pe de altă parte, obstacolele care, dimpotrivă, ar putea împiedica realizarea acestora. Acest forum a fost instituit în urma Planului de acțiune privind consumul și producția durabile și politica industrială durabilă³¹ și se ocupă deja de aspecte fundamentale în materie de mediu, inclusiv de risipa de alimente, prin intermediul unor acțiuni comune pe bază de voluntariat³².

²⁹ A se vedea documentul de referință pilot JRC/IPTS privind cele mai bune practici de management de mediu în sectorul comerțului cu amănuntul, pentru descrierea tehnicilor de punere în valoare a potențialului considerabil al sectorului comerțului cu amănuntul în materie de economisire a energiei.

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

³¹ Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor cu privire la Planul de acțiune privind consumul și producția durabile și politica industrială durabilă [COM(2008) 397 final din 16 iulie 2008].

³² Acordul din sectorul comerțului cu amănuntul privind risipa (http://ec.europa.eu/environment/industry/retail/event_2012/pdf/retail-agreement-on-waste.pdf) a fost semnat în octombrie 2012, în cadrul Forumului anual al comerțului cu amănuntul, de către 19 societăți și asociații de comerț cu amănuntul, acestea luându-și angajamentul de a pune în aplicare cel puțin două inițiative de sensibilizare cu privire la reducerea risipei până la jumătatea anului 2014.

Acțiuni:

- (6) *În contextul platformelor existente ale UE, Comisia îi va sprijini pe comercianții cu amănuntul în punerea în aplicare a unor acțiuni vizând reducerea risipei de alimente, fără a compromite siguranța alimentelor (campanii de sensibilizare, comunicare, facilitarea redistribuirii alimentelor către băncile de alimente etc.), de exemplu, prin intermediul Acordului din sectorul comerțului cu amănuntul privind risipa; Comisia își va continua activitatea în vederea elaborării unei politici pe termen lung privind risipa de alimente, inclusiv prin adoptarea, în 2013, a unei comunicări privind alimentația durabilă.*
- (7) *Prin dialogul cu părțile interesate, Comisia va defini cele mai bune practici pentru ca lanțurile de aprovizionare să devină mai ecologice și mai durabile și pentru a se reduce la minimum consumul de energie al punctelor de vânzare cu amănuntul. Comisia îi va încuraja pe comercianții cu amănuntul, în contextul forurilor existente, să aplice aceste bune practici.*

3.5 Conceperea de soluții mai inovatoare

Inovarea este unul dintre factorii cei mai importanți în asigurarea creșterii economice. Comercianții cu amănuntul reprezintă o forță motrice esențială a inovării. Aceștia urmăresc îndeaproape tendințele de consum, contribuind, în același timp, și la definirea acestora, și transmit aceste informații către furnizori. Aceștia joacă rolul de „multiplicatori ai inovării”, care adoptă și aplică rapid tehnologii noi de-a lungul întregului lanț de aprovizionare. Comercianții cu amănuntul sunt printre primii care adoptă tehnologii noi, favorizând astfel inovarea și conferind valoare adăugată întregului lanț al comerțului cu amănuntul. În sectorul logistic, de exemplu, depozitele comercianților cu amănuntul care sunt concepute inteligent permit deplasarea încărcăturilor grele fără eforturi și mai rapid decât dacă această operațiune s-ar efectua manual. Prin urmare, acestea sunt mai eficiente, reducând astfel riscul producerii unor accidente de muncă și sporind în același timp productivitatea. Unii comercianți cu amănuntul au elaborat, de asemenea, instrumente specifice care permit colectarea și livrarea de bunuri comandate online, ceea ce contribuie la realizarea unui lanț de aprovizionare mai durabil.

Cu toate acestea, numeroși comercianți cu amănuntul din UE nu și-au reorganizat activitățile suficient de rapid pentru a profita pe deplin de potențialul noilor tehnologii. Acest lucru poate fi determinat, parțial, de caracteristicile specifice ale serviciilor de comerț cu amănuntul (de exemplu, ușor de copiat, orientate întotdeauna către client, adesea netehnologice și axate pe servicii). Cu toate acestea, pe plan internațional, se poate constata că în Statele Unite majoritatea actorilor din domeniu au investit masiv în inovarea sectorului comerțului cu amănuntul.

Prin urmare, ar trebui să fie create mecanisme adecvate pentru a spori implicarea comercianților cu amănuntul în inițiativa emblematică „O Uniune a inovării”, care prevede o strategie de inovare globală, incluzând toate etapele, de la cercetare la comercializarea cu amănuntul³³. Ar trebui să fie explorate soluții tehnice inovatoare pentru a se depăși problema fragmentării piețelor, provocată de diferențele dintre regimurile de reglementare din statele membre, și pentru a relaxa normele obligatorii care sunt greoaie și costisitoare. Integrarea mai

³³ Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor *Inițiativă emblematică a Strategiei Europa 2020 O Uniune a inovării* [COM(2010) 546 final din 6 octombrie 2010].

rapidă pe piață a rezultatelor și ideilor provenite din cercetare, printr-o mai bună implicare a comercianților cu amănuntul în acest proces, ar contribui, de asemenea, la stimularea productivității din sectorul comerțului cu amănuntul.

Obținerea unor condiții echitabile pentru actorii din domeniul inovării ar putea contribui la promovarea unei integrări și mai bune a pieței unice, încurajându-se în același timp cele mai bune practici care provin de la IMM-urile inovatoare. Majoritatea IMM-urilor au o mare capacitate de inovare, indiferent dacă acestea sunt întreprinderi tinere de înaltă tehnologie sau întreprinderi meșteșugărești tradiționale ori dacă își desfășoară activitatea în principal pe piețele locale sau au clienți în întreaga lume. Dacă ar fi să luăm în calcul doar anul 2008, mai mult de un sfert (27 %) din IMM-urile care desfășoară activități de inovare în UE au introdus produse noi sau îmbunătățite pe piață³⁴.

În sectorul comerțului cu amănuntul, IMM-urile joacă un rol foarte important în ceea ce privește asigurarea disponibilității produselor și serviciilor pentru consumatori (în termeni de loc, timp și gamă). Întrucât comerțul cu amănuntul este un sector orientat către consumator, cunoștințele aprofundate privind piața, de care dispun IMM-urile, le permit acestora să identifice rapid cazurile în care noile tehnologii pot contribui la satisfacerea cererii consumatorilor. În plus, datorită flexibilității lor organizaționale, IMM-urile pot dezvolta cu ușurință noi produse și servicii sau le pot modifica pe cele care există deja, astfel încât să răspundă cât mai bine nevoilor consumatorilor.

3.5.1 Etichetarea produselor

Cerințele obligatorii diferite privind etichetarea îi pot împiedica pe operatori să se aprovizioneze în mod liber pe teritoriul UE în căutarea unui preț mai bun. Actualul regim de reglementare de la nivelul UE privind etichetarea produselor alimentare³⁵ armonizează informațiile care trebuie să figureze pe aceste produse. Totuși, acest regim permite, de asemenea, introducerea unor cerințe obligatorii suplimentare de etichetare la nivel național din anumite motive specifice. Astfel, chiar dacă normele aplicate în statele membre sunt similare, în unele cazuri comercializarea produselor necesită o evaluare a conformității pentru fiecare țară în parte. Complexitatea juridică generată de acest proces poate împiedica aprovizionarea transfrontalieră și poate îngreuna realizarea de economii de scară.

O transparență sporită în acest domeniu ar aduce beneficii tuturor părților interesate. Va fi lansat un studiu de fezabilitate privind o bază de date pilot care să reunească atât cerințele privind etichetarea în sectorul alimentar de la nivelul UE, cât și pe cele de la nivel național, astfel încât informațiile privind normele de etichetare să devină accesibile tuturor. Pot fi explorate soluții tehnice inovatoare (de exemplu, folosirea, în magazine, a instrumentelor de scanare a codurilor de bare pentru a furniza informațiile necesare în loc de etichetele tradiționale), care ar putea oferi soluții eficiente din punct de vedere al costurilor și orientate către consumatori.

³⁴ Raportul privind competitivitatea Uniunii inovării (2011); http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm?section=competitiveness-report&year=2011

³⁵ Directiva 2000/13/CE armonizează dispozițiile generale privind etichetarea produselor alimentare; aceasta urmează să fie înlocuită de Regulamentul (CE) nr. 1169/2011 începând cu 13 decembrie 2014.

3.5.2 Plățile electronice

Potrivit unui studiu recent publicat de Banca Centrală Europeană³⁶, costurile pe care le generează pentru societate oferirea de servicii de plăți de mică valoare sunt substanțiale. În medie, pentru 2009, acestea se ridică la 1 % din PIB sau aproximativ 130 de miliarde de euro. Aproximativ jumătate din aceste costuri sociale sunt suportate de bănci și de infrastructurile de plată, iar 46 % sunt suportate de comercianții cu amănuntul. Costurile sociale exclud taxele plătite altor actori de pe piață în cadrul lanțului tranzacțional al serviciilor de plată. În cazul în care se includ aceste taxe, costul total al plăților pentru comercianții cu amănuntul este chiar mai mare decât cel suportat de bănci și infrastructuri. Prin urmare, plățile reprezintă o componentă semnificativă a costului aferent desfășurării de activități economice pentru comercianții din UE.

Plățile electronice oferă oportunități importante în acest domeniu. Piața plăților de mică valoare este dinamică și a cunoscut evoluții semnificative determinate de apariția comerțului electronic. Cu toate că băncile și sistemele de plată cu cardul sunt în continuare predominante în domeniul plăților de mică valoare, au apărut și alte metode de plată, cum ar fi plățile efectuate fără card pe internet și de pe telefonul mobil, determinate de numărul din ce în ce mai mare de telefoane inteligente (*smartphone-uri*) care au pătruns pe piață, aceste plăți prezentând un potențial considerabil de creștere în viitor³⁷.

Cartea verde a Comisiei privind plățile efectuate cu cardul, pe internet și de pe telefonul mobil³⁸ are drept obiectiv promovarea unei piețe europene integrate în aceste domenii, în beneficiul consumatorilor și al comercianților. Printre avantajele care decurg dintr-o integrare mai accentuată se numără:

- un grad mai mare de concurență între furnizorii de plăți, precum și condiții echitabile de concurență între actorii tradiționali și noii actori;
- mai multe posibilități de alegere și o mai mare transparență a serviciilor de plată pentru consumatori și comercianți;
- mai multă inovare în serviciile de plată și sporirea securității în sprijinul dezvoltării comerțului electronic.

În Cartea verde și în cadrul consultărilor ulterioare cu părțile interesate, au fost identificate o serie de obstacole posibile în calea integrării pe piață a plăților efectuate cu cardul, pe internet și de pe telefonul mobil. Printre acestea se numără:

- accesul limitat pe piață pentru furnizorii noi de servicii de plată pe bază de card sau fără card; (de exemplu, accesul prestatorilor terți la informații privind conturile de plăți sau accesul noilor furnizori de servicii de plată la sistemele de compensare și de decontare);

³⁶ *The social and private costs of retail payment instruments: a European perspective* („Costurile sociale și private ale instrumentelor de plăți de mică valoare: o perspectivă europeană”, Occasional Paper Series, BCE, nr. 137, Frankfurt, septembrie 2012.

³⁷ Raportul grupului de lucru privind inovațiile din domeniul plăților de mică valoare – Banca Reglementelor Internaționale, mai 2012.

³⁸ Carte verde „Către o piață europeană integrată a plăților efectuate cu cardul, pe internet și de pe telefonul mobil” [COM(2011) 941 final din 11 ianuarie 2011].

- comisioane interbancare multilaterale (CIM) foarte diferite (de la un stat membru la altul) și, posibil, prea mari pentru plățile cu cardul. Aceste comisioane reprezintă cea mai mare parte din comisioanele care sunt aplicate de prestatorii de servicii de plată acceptatori comercianților pentru ca aceștia din urmă să poată accepta plățile cu cardul;
- obstacole care îi împiedică pe comercianți să beneficieze de avantajele pe care le presupune un sistem de acceptare a plăților cu cardul transfrontalier sau centralizat;
- lacunele în materie de standardizare și de interoperabilitate pentru furnizarea de servicii de plată cu cardul, pe internet și de pe telefonul mobil, precum și factori care îi descurajează pe comercianți să investească în infrastructura necesară, cum ar fi terminalele de plată.

Unele dintre măsurile privind aceste aspecte ar putea fi introduse prin revizuirea Directivei privind serviciile de plată³⁹ și prin introducerea unui model de guvernare consolidată pentru plățile de mică valoare din UE. Comisia a anunțat, de asemenea, o propunere legislativă privind CIM în comunicarea sa referitoare la Actul privind piața unică II⁴⁰.

Actiuni:

- (8) *În 2013, Comisia va lansa o inițiativă de inovare a sectorului comerțului cu amănuntul prin care va analiza, cu sprijinul unor experți de nivel înalt, modalitățile de a garanta că sectorul comerțului cu amănuntul poate contribui la crearea de produse, servicii și tehnologii inovatoare și beneficia de avantajele pe care le oferă acestea. Pe această bază, Comisia va elabora acțiuni concrete axate pe creșterea competitivității sectorului comerțului cu amănuntul, cum ar fi introducerea mai rapidă a rezultatelor cercetării pe piață, apropierea dintre mediul comerțului electronic și mediul comerțului tradițional, noi modalități de informare a consumatorilor cu privire la produse, elaborarea de reglementări și standarde care să favorizeze inovarea etc.*
- (9) *Comisia va examina fezabilitatea creării unei baze de date specifice, care să conțină toate normele de etichetare a produselor alimentare din statele membre și de la nivelul UE și care să ofere o modalitate simplă de identificare a cerințelor de etichetare pentru fiecare produs.*
- (10) *Comisia va lua măsuri pentru a asigura o mai bună integrare a pieței plăților efectuate cu cardul, pe internet și de pe telefonul mobil prin:*
- a) *revizuirea Directivei privind serviciile de plată;*
 - b) *un model de guvernare consolidată pentru serviciile de plăți de mică valoare și*
 - c) *o propunere legislativă privind comisioanele interbancare multilaterale pentru cardurile de plată.*

³⁹ Directiva 2007/64/CE din 13 noiembrie 2007 privind serviciile de plată în cadrul pieței interne, de modificare a Directivelor 97/7/CE, 2002/65/CE, 2005/60/CE și 2006/48/CE și de abrogare a Directivei 97/5/CE (JO L 319 din 5 decembrie 2007, p. 1).

⁴⁰ Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor *Actul privind piața unică II - Împreună pentru o nouă creștere* [COM(2012) 573 final din 3 octombrie 2012].

3.6 Crearea unui mediu de lucru mai bun

Fluiditatea pieței muncii este extrem de importantă pentru a permite sectorului comerțului cu amănuntul să asigure accesul la locuri de muncă pentru lucrătorii tineri, necalificați și/sau sezonieri (32 % din totalul angajaților din sectorul comerțului cu amănuntul sunt necalificați sau au calificare medie, în comparație cu o medie de 27 % din totalul forței de muncă în ansamblu). Serviciile de comerț cu amănuntul reprezintă adesea un punct de plecare pentru cei care intră sau se reintegrează pe piața muncii (15 % din totalul lucrătorilor din sectorul comerțului cu amănuntul au vârste sub 24 de ani, în comparație cu o medie de 9 %; 30 % din angajații din acest sector lucrează cu fracțiuni de normă, în comparație cu o medie de 20%)⁴¹.

Având în vedere că forța de muncă angajată în sectorul comerțului cu amănuntul este considerabilă, acest sector ar trebui să beneficieze pe deplin de facilitarea mobilității lucrătorilor, astfel încât competențele să poată fi utilizate acolo unde sunt cel mai necesare. Acest lucru este esențial în vederea maximizării contribuției acestui sector la creșterea economică a UE. Măsurile propuse vor contribui la o mai bună utilizare a competențelor disponibile, în special în cazul IMM-urilor, având în vedere proporția ridicată de lucrători care desfășoară o activitate independentă în acest sector.

3.6.1 Decalajul dintre competențe și nevoi

Decalajele existente dintre competențele forței de muncă și nevoile sectorului comerțului cu amănuntul constituie o provocare importantă pentru funcționarea în condiții optime a acestui sector. Pentru a remedia această problemă, actuala și viitoarea forță de muncă trebuie să dispună de un bagaj adecvat de competențe, ceea ce va necesita o analiză *ex-ante* precisă a nevoilor în materie de competențe. Identificarea nevoilor și a decalajelor în materie de competențe este deosebit de importantă pentru îmbunătățirea capacității de inserție profesională a tinerilor care intră pe piața muncii, a șomerilor pe termen lung, a lucrătorilor mai în vârstă, a imigranților și a persoanelor cu handicap. În plus, inovarea permanentă și creșterea nivelurilor de automatizare pe care aceasta o determină în sectorul comerțului cu amănuntul ar impune ca lucrătorii să își actualizeze frecvent competențele astfel încât să se poată adapta la evoluția permanentă a activităților și a sarcinilor pe care le au de îndeplinit.

Investițiile publice nu vor fi suficiente pentru realizarea obiectivelor menționate mai sus. Responsabilitatea pentru investițiile în materie de competențe va trebui să fie împărțită, iar sectorul comerțului cu amănuntul trebuie să joace un rol mai important în acest sens, alături de autoritățile publice, persoanele fizice și sectorul educației. Chiar și în situația actuală, în care se pune accentul pe controlarea cheltuielilor bugetare, reducerea investițiilor în domeniile educației și formării profesionale nu ar trebui să reprezinte o opțiune. Dimpotrivă, investiții substanțiale și inteligente în dezvoltarea competențelor vor permite nu doar obținerea celui mai bun raport „calitate-preț”, ci și beneficierea pe deplin de avantajele oferite de potențialul resurselor umane. Astfel cum s-a precizat în Comunicarea privind regândirea educației⁴², pentru a asigura o forță de muncă bine calificată și dispunând de competențele corespunzătoare, va fi necesară sporirea eforturilor vizând modernizarea sistemelor de educație și de formare profesională. Întreprinderile din sectorul comerțului cu amănuntul ar

⁴¹ *Structural features of distributive trades and their impact on prices in the euro area* („Caracteristici structurale ale serviciilor de distribuție comercială și impactul acestora asupra prețurilor în zona euro”), BCE, Occasional Paper, nr. 128, septembrie 2011.

⁴² Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor *Regândirea educației: investiții în competențe pentru rezultate socio-economice mai bune* [COM(2012) 669 final din 20 noiembrie 2012].

trebui să joace un rol important în elaborarea noilor programe de studiu, în dezvoltarea de programe de formare și de ucenicie, precum și în cooperarea strânsă cu sistemele de educație pentru a identifica domeniile asupra cărora trebuie să se concentreze atenția, cum ar fi sporirea competențelor de mediu în rândul angajaților sau îmbunătățirea relațiilor cu furnizorii. Consolidarea parteneriatelor dintre instituțiile de învățământ și întreprinderi, inclusiv prin instituirea unor sisteme de formare în alternanță pentru ucenici, sprijinite de Alianța europeană pentru ucenicii⁴³, precum și crearea de noi forme de stagii și burse de studiu, pot fi utile pentru ambele părți: întreprinderile din sectorul comerțului cu amănuntul pot astfel să se asigure că au acces la o forță de muncă bine pregătită, care dispune de competențele adecvate, în timp ce școlile pot atrage mai mulți studenți dacă programele lor de studiu permit obținerea unei diplome care are o valoare mai mare pe piața muncii. În plus, la nivelul UE, au fost elaborate și testate recent instrumente specifice fiecărui sector, destinate sprijinirii unor parteneriate mai puternice și mai bine structurate între furnizorii de competențe și întreprinderi. Dintre acestea, Alianțele pentru competențele sectoriale⁴⁴, propuse în cadrul noului program Erasmus pentru toți⁴⁵, ar putea fi adaptate în mod deosebit la nevoile specifice ale sectorului comerțului cu amănuntul. Proiectele de regenerare sunt exemple care ilustrează bine modul în care comercianții cu amănuntul pot colabora cu autoritățile locale, în scopul combaterii șomajului de lungă durată.

Decalajele în materie de competențe variază foarte mult de la un sector la altul și de la un stat membru al UE la altul și, de asemenea, diferă în ceea ce privește durata lor. În vederea reducerii lacunelor în materie de competențe cu care se confruntă întreprinderile și persoanele în căutarea unui loc de muncă, toate părțile interesate, inclusiv întreprinderile și partenerii sociali din sectorul comerțului cu amănuntul, ar trebui să se implice în definirea nevoilor calitative și cantitative în materie de competențe pe care le are acest sector pe termen scurt, mediu și lung.

Se preconizează că înființarea, în 2012, a Consiliului european al competențelor sectoriale pentru sectorul comerțului, care acoperă comerțul cu amănuntul și comerțul cu ridicata, va juca un rol esențial în reunirea de informații cu privire la competențele din acest sector, în colaborare cu consiliile naționale privind competențele. Activitatea acestor consilii privind competențele va alimenta Panorama competențelor în UE⁴⁶, lansată de curând, și va contribui la anticiparea și prevenirea lacunelor și decalajelor, punând la dispoziția părților interesate informații privind evoluția nevoilor în materie de competențe și a încadrării în muncă. O mai bună anticipare va permite atât întreprinderilor, cât și persoanelor private din statele membre, să facă alegeri și investiții mai bine informate.

3.6.2 Economia informală

Munca nedeclarată reprezintă un aspect important în sectorul comerțului cu amănuntul. Lucrătorii din economia informală⁴⁷ nu au acces nici la asigurări medicale, nici la prestațiile

⁴³ Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor *Către integrarea tinerilor pe piața muncii* [COM(2012) 727 final din 5 decembrie 2012].

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

⁴⁵ Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor *ERASMUS PENTRU TOȚI: Programul EU pentru educație, formare, tineret și sport* [COM(2011) 787 final din 23 noiembrie 2011].

⁴⁶ <http://euskillspacepanorama.ec.europa.eu/>

⁴⁷ Activități și venituri care nu intră, total sau parțial, sub incidența reglementărilor și a impozitării impuse de autoritățile publice.

sociale disponibile. Pentru lucrătorii respectivi, această situație implică riscuri sociale ridicate, precum și un nivel scăzut al veniturilor și al protecției sociale. În plus, existența unei economii informale provoacă pierderi de venituri bugetare, prin reducerea impozitelor și a contribuțiilor la asigurările sociale plătite. Prin urmare, aceasta pune o presiune fiscală mai mare asupra muncii declarate și afectează competitivitatea statelor membre.

Comisia va iniția un dialog cu toate părțile interesate pentru a evalua impactul economiei informale asupra condițiilor de muncă și pentru a determina mijloacele de elaborare a unei abordări la nivelul UE pentru combaterea acestui fenomen⁴⁸.

Serviciile Comisiei vor colabora pentru a garanta că particularitățile sectorului comerțului cu amănuntul sunt luate în considerare la punerea în aplicare a diferitelor acțiuni de combatere a economiei informale.

Acțiune:

(11) *Comisia va întări cooperarea cu partenerii sociali pentru a crea condițiile favorabile corelării competențelor cu nevoile de pe piața muncii din sectorul comerțului cu amănuntul, în special prin identificarea și anticiparea nevoilor în materie de competențe, prin intermediul unui Consiliu european al competențelor sectoriale și prin îmbunătățirea politicilor adoptate de comercianții cu amănuntul în materie de formare și de recalificare.*

3.7 Dimensiunea internațională

Obstacolele în calea comerțului internațional în sectorul comerțului cu amănuntul (care împiedică stabilirea și adoptarea altor moduri de aprovizionare, cum ar fi restricțiile legate de franciză și de comerțul electronic) constituie o constrângere majoră asupra creșterii economice și a creării de locuri de muncă. În prezent, nu mai puțin de 36 de milioane de locuri de muncă din UE depind, direct sau indirect, de comerț. Accesul la piețele țărilor terțe deschide canale de desfacere importante pentru actorii europeni, în special pentru IMM-uri, permițându-le să beneficieze de creșterea economică înregistrată de piețele respective. Accesul sectorului comerțului cu amănuntul la piețele țărilor terțe prezintă un important potențial de multiplicare a creșterii pentru economia Uniunii Europene. Comercianții cu amănuntul europeni pot juca un rol important de stimulatori ai exporturilor, prin furnizarea de bunuri produse în UE către țări terțe, deschizând calea accesului IMM-urilor pe piețe din afara UE. În consecință, se propune instituirea, în strânsă colaborare cu sectorul comerțului cu amănuntul, a unei strategii UE de deschidere a comerțului internațional și de combatere a obstacolelor existente, în special prin:

- îmbunătățirea colectării de informații privind obstacolele din țările terțe care împiedică comerțul cu amănuntul, pentru a ajuta serviciile relevante ale Comisiei să monitorizeze

⁴⁸ În special, programul de lucru al Comisiei pentru 2013 menționează înființarea unei „Platforme europene de combatere a muncii nedeclarate”. Această platformă va avea drept scop să acopere toate domeniile-cheie afectate de munca nedeclarată și să sprijine combaterea mai eficace a muncii nedeclarate prin îmbunătățirea cooperării, prin schimbul de bune practici și prin identificarea unor principii comune. Această inițiativă a fost anunțată în Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliul, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor *Către o redresare generatoare de locuri de muncă* [COM(2012) 173 final din 18 aprilie 2012, cunoscută și sub denumirea de „Pachetul privind ocuparea forței de muncă”].

punerea în aplicare a acordurilor de liber schimb existente și să pregătească viitoarele negocieri și

- îmbunătățirea serviciului de asistență pentru IMM-uri⁴⁹, a serviciului de asistență pentru exporturi și a bazelor de date privind accesul la piață, în scopul extinderii domeniilor de aplicare ale acestora pentru a acoperi serviciile.

4. CONCLUZIE: DIALOGUL PERMANENT CU SECTORUL COMERȚULUI CU AMĂNUNTUL

Având în vedere potențialul serviciilor cu amănuntul de a genera creștere economică și de a spori ocuparea forței de muncă, contribuind astfel la economia UE în ansamblu, este nevoie de o strategie globală și coerentă pentru eliminarea blocajelor care împiedică, în prezent, dezvoltarea deplină a acestora.

Înlesnirea accesului la servicii cu amănuntul mai competitive și mai durabile, responsabilizarea consumatorilor astfel încât aceștia să facă alegeri mai bine informate cu privire la produsele pe care doresc să le achiziționeze, dezvoltarea unui lanț de aprovizionare mai echilibrat în sectorul comerțului cu amănuntul, sprijinirea soluțiilor inovatoare, integrarea mai rapidă a rezultatelor cercetării pe piață și crearea unui mediu de lucru mai bun în sectorul comerțului cu amănuntul vor contribui la realizarea acestui obiectiv.

Cele 11 acțiuni concrete⁵⁰ prevăzute în prezentul plan de acțiune ar urma să fie puse în aplicare până în 2014 în vederea realizării unei piețe unice a comerțului cu amănuntul. Este esențial ca acest plan de acțiune să fie executat în paralel cu alte inițiative, în special cu cele referitoare la aplicarea integrală a directivei privind serviciile, la planul de acțiune privind comerțul electronic, precum și cu inițiativele în curs din domeniul plăților.

Comisia va monitoriza evoluțiile și va prezenta progresele înregistrate în punerea în aplicare a prezentului plan de acțiune, prin elaborarea unui raport în 2015. Acest proces de monitorizare se va desfășura pe baza discuțiilor permanente din cadrul instituțiilor UE, cu statele membre și cu reprezentanți ai sectorului comerțului cu amănuntul și alte părți interesate relevante, prin intermediul grupului privind competitivitatea din sectorul comerțului cu amănuntul.

⁴⁹ Mecanism specific pus la dispoziție de Comisie pentru a răspunde la preocupările și la solicitările de informații ale comercianților, printr-o orientare mai accentuată către IMM-uri.

⁵⁰ Toate acțiunile propuse în prezentul document în vederea realizării de către Comisie sunt consecvente și compatibile cu actualul cadru financiar multianual (2007-2013) și cu propunerea privind noul cadru financiar multianual 2014-2020.