



PARLEMENT EUROPÉEN

2009 - 2014

Document de séance

A7-0374/2013

14.11.2013

RAPPORT

sur le plan d'action européen pour le commerce de détail au profit de tous les acteurs
(2013/2093(INI))

Commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs

Rapporteur: Cornelis de Jong

SOMMAIRE

	Page
PROPOSITION DE RÉOLUTION DU PARLEMENT EUROPÉEN	3
EXPOSÉ DES MOTIFS	12
AVIS DE LA COMMISSION DE L'EMPLOI ET DES AFFAIRES SOCIALES	17
RÉSULTAT DU VOTE FINAL EN COMMISSION	22

PROPOSITION DE RÉSOLUTION DU PARLEMENT EUROPÉEN

sur le plan d'action européen pour le commerce de détail au profit de tous les acteurs (2013/2093(INI))

Le Parlement européen,

- vu la communication de la Commission du 31 janvier 2013 intitulée "Un plan d'action européen pour le commerce de détail" (COM(2013)0036),
- vu le Livre vert de la Commission du 31 janvier 2013 sur les pratiques commerciales déloyales dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire et non-alimentaire interentreprises en Europe (COM(2013)0037),
- vu le rapport de la Commission du 5 juillet 2010 intitulé "Exercice de surveillance du marché du commerce et de la distribution - Vers un marché intérieur plus efficace et plus équitable du commerce et de la distribution à l'horizon 2020" (COM(2010)0355),
- vu sa résolution du 5 juillet 2011 sur un marché du commerce de détail plus efficace et plus équitable¹,
- vu la communication de la Commission du 22 mai 2012 intitulée "Un agenda du consommateur européen - Favoriser la confiance et la croissance" (COM(2012)0225),
- vu sa résolution du 11 juin 2013 sur un nouvel agenda pour la politique européenne des consommateurs²,
- vu le document de travail des services de la Commission de mai 2012 intitulé "Tableau de bord des marchés de consommation – Les consommateurs et le marché unique: intégration du marché intérieur de détail et conditions relatives aux consommateurs dans les États membres" (SEC(2012)0165),
- vu la communication de la Commission du 27 novembre 2012 intitulée "Protéger les entreprises contre les pratiques commerciales trompeuses et garantir l'application efficace des règles – Révision de la directive 2006/114/CE en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative" (COM(2012)0702),
- vu sa résolution du 22 octobre 2013 sur les pratiques publicitaires trompeuses³,
- vu les travaux du Forum à haut niveau sur l'amélioration du fonctionnement de la chaîne d'approvisionnement alimentaire et de la plateforme d'experts sur les pratiques contractuelles entre entreprises,
- vu le document de consultation de la Commission du 4 juillet 2013 intitulé "Consultation des partenaires sociaux, conformément à l'article 154 TFUE, sur le renforcement de la

¹ JO C 33 E du 5.2.2013, p. 9.

² Textes adoptés de cette date, P7_TA(2013)0239.

³ Textes adoptés de cette date, P7_TA(2013)0436.

coopération entre États membres de l'Union européenne pour la prévention et la dissuasion du travail non déclaré" (C(2013)4145),

- vu la communication de la Commission du 28 octobre 2009 intitulée "Une chaîne d'approvisionnement alimentaire plus performante en Europe" (COM(2009)0591),
- vu sa résolution du 7 septembre 2010 sur des revenus équitables pour les agriculteurs: une chaîne d'approvisionnement alimentaire plus performante en Europe¹,
- vu sa déclaration du 19 février 2008 sur la nécessité d'enquêter sur les abus de pouvoir des grands supermarchés établis au sein de l'Union européenne et de remédier à la situation²,
- vu la communication de la Commission du 11 janvier 2012 intitulée "Un cadre cohérent pour renforcer la confiance dans le marché unique numérique du commerce électronique et des services en ligne" (COM(2011)0942),
- vu ses résolutions du 11 décembre 2012³ et du 4 juillet 2013⁴ sur l'achèvement du marché unique numérique,
- vu l'avis du Comité économique et social européen du 10 juillet 2013 sur la communication de la Commission intitulée "Un plan d'action européen pour le commerce de détail"⁵,
- vu l'avis du Comité économique et social européen du 11 juillet 2013 sur le Livre vert de la Commission sur les pratiques commerciales déloyales dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire et non-alimentaire interentreprises en Europe⁶,
- vu la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs⁷,
- vu la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mars 2000 relative au rapprochement des législations des États membres concernant l'étiquetage et la présentation des denrées alimentaires ainsi que la publicité faite à leur égard⁸, et le règlement (UE) n° 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires⁹,
- vu la directive 2006/114/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 décembre 2006 en matière de publicité trompeuse et de publicité comparative¹⁰,

¹ JO C 308 E du 20.10.2011, p. 22.

² Textes adoptés de cette date, P6_TA(2008)0054.

³ Textes adoptés de cette date, P7_TA(2012)0468.

⁴ Textes adoptés de cette date, P7_TA(2013)0327.

⁵ <http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.fr.int-opinions&itemCode=26063>

⁶ <http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.fr.int-opinions&itemCode=26065>

⁷ JO L 304 du 22.11.2011, p. 64.

⁸ JO L 109 du 6.5.2000, p. 29.

⁹ JO L 304 du 22.11.2011, p. 18.

¹⁰ JO L 376 du 27.12.2006, p. 21.

- vu la directive 2011/7/UE du Parlement européen et du Conseil du 16 février 2011 concernant la lutte contre le retard de paiement dans les transactions commerciales¹ ,
 - vu la directive 2007/64/CE du Parlement européen et du Conseil du 13 novembre 2007 concernant les services de paiement dans le marché intérieur² ,
 - vu l'article 48 de son règlement,
 - vu le rapport de la commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs et l'avis de la commission de l'emploi et des affaires sociales (A7-0374/2013),
- A. considérant que l'importance du marché de détail ne saurait être surestimée, étant donné qu'il représente 11 % du PIB de l'Union et fournit plus de 15 % de tous les emplois en Europe, y compris des emplois qualifiés et non qualifiés, et contribue au tissu social de la société;
- B. considérant qu'il y a lieu de reconnaître pleinement l'importance stratégique du secteur du commerce de détail en tant que moteur de croissance, de création d'emplois, de compétitivité et d'innovation ainsi que facteur de renforcement du marché unique européen;
- C. considérant que dans une société de plus en plus marquée par des contacts virtuels à travers l'internet, les magasins sont encore un lieu de rencontre, et les rues commerçantes et les centres-villes, en particulier, ainsi que la vente directe par les producteurs, peuvent offrir un environnement pour partager des expériences et servir de point de référence de l'identité locale, de la fierté communautaire, d'un héritage commun et de valeurs partagées; considérant néanmoins que le commerce électronique et les points de vente physiques ne sont pas mutuellement exclusifs et sont même complémentaires;
- D. considérant que la crise économique actuelle est lourde de conséquences pour le commerce de détail, affectant en particulier les petits magasins indépendants;
- E. considérant que les pratiques commerciales déloyales existent toujours et ont une incidence négative sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement, y compris sur les agriculteurs et les PME; considérant que ces pratiques ont également une influence négative sur les intérêts des consommateurs, ainsi que sur la croissance et la création d'emplois;
1. se félicite de la mise en place par la Commission d'un plan d'action européen pour le commerce de détail;
 2. déclare que le plan d'action aurait dû accorder davantage d'attention aux effets de la crise économique actuelle sur le commerce de détail et, en particulier, sur les petits magasins indépendants;
 3. accueille favorablement l'intention de la Commission de créer un groupe permanent sur la compétitivité dans le commerce de détail, mais souligne l'importance d'une représentation

¹ JO L 48 du 23.2.2011, p. 1.

² JO L 319 du 5.12.2007, p. 1.

équilibrée, y compris, entre autres, des petits et grands détaillants, des fournisseurs, des coopératives et des groupes d'intérêts environnementaux, sociaux et des consommateurs; demande à la Commission d'envisager le commerce de détail de manière globale, en évitant les doubles emplois et les procédures bureaucratiques supplémentaires et en veillant à la cohérence et à la coordination étroite avec d'autres plateformes existantes, comme la table ronde annuelle sur le commerce de détail;

4. se félicite de la création par la Commission du groupe d'experts de haut niveau sur l'innovation dans le commerce de détail, et demande à la Commission d'examiner rapidement les recommandations à venir dudit groupe, pour continuer à favoriser l'entrepreneuriat, stimuler l'innovation et créer de l'emploi et de la croissance en Europe;
5. soutient la table ronde sur le commerce de détail organisée par la commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs, en tant que plateforme institutionnelle destinée à maintenir le commerce de détail au rang des priorités politiques de l'Union, en vue d'examiner l'avancement de la mise en œuvre des aspects concernés du plan d'action pour le commerce de détail, d'établir des rapports sur les travaux du groupe permanent sur la compétitivité dans le commerce de détail et de fournir des informations actualisées sur les progrès accomplis dans le cadre d'autres plateformes et mécanismes de dialogue informel existants; demande au groupe permanent sur la compétitivité dans le commerce de détail de travailler en étroite collaboration avec le Parlement pour organiser la table ronde annuelle sur le commerce de détail;
6. invite instamment les États membres, dans le contexte des politiques d'austérité, à ne prendre aucune mesure qui minerait la confiance des consommateurs et porterait directement préjudice aux intérêts du commerce de détail, telle qu'une augmentation de la TVA, une multiplication des types et reclassements de produits ou une hausse des charges pour les magasins; réaffirme qu'il importe d'améliorer l'accès au financement, en particulier pour les PME du commerce de détail et de gros; se félicite à cet égard du plan d'action 2011 de la Commission et des récentes propositions législatives visant à maintenir le flux de crédit en faveur des PME et à améliorer leur accès aux marchés des capitaux;
7. souligne que les États membres doivent s'abstenir de mesures discriminatoires, telles que des dispositions relatives aux échanges commerciaux et à la fiscalité qui affectent uniquement certains secteurs ou modèles économiques et faussent la concurrence;
8. déplore le fait que certains États membres discriminent les entreprises étrangères en créant de nouvelles barrières qui complexifient leur établissement dans un État membre donné, ce qui constitue clairement une infraction aux principes du marché intérieur;
9. invite la Commission et les États membres à accorder la plus grande importance politique au commerce de détail en sa qualité de pilier du marché unique, y compris du marché unique numérique, et à lever les obstacles réglementaires, administratifs et pratiques qui freinent la création d'entreprises, leur épanouissement et leur pérennité et empêchent les détaillants de profiter pleinement du marché intérieur; estime que la législation régissant le commerce de détail devrait être fondée sur des éléments probants, en tenant compte des besoins du secteur, et devrait en particulier reposer sur l'examen et la compréhension de son incidence sur les petites entreprises;

10. demande aux États membres de transposer les réglementations du marché intérieur de manière cohérente et homogène et de les mettre en œuvre pleinement et correctement; souligne que des obligations en matière de tests et d'enregistrements supplémentaires, la non-reconnaissance des certifications et des normes, les contraintes territoriales d'approvisionnement et des mesures similaires créent des coûts supplémentaires pour les consommateurs et les détaillants, notamment les PME, empêchant ainsi les citoyens européens de profiter pleinement des avantages du marché unique; invite en outre la Commission, afin d'établir une meilleure gouvernance, à pratiquer une politique de tolérance zéro vis-à-vis des États membres qui n'appliquent pas correctement les règles du marché intérieur, et ce, le cas échéant, au moyen de procédures d'infraction et en accélérant ces procédures grâce à une "approche ultra-rapide";
11. demande l'extension du tableau d'affichage du marché intérieur afin d'y inclure la mise en œuvre de la directive sur les services;
12. encourage les fédérations professionnelles et les associations de consommateurs à fournir davantage d'informations, de formations et de conseils juridiques aux parties prenantes sur leurs droits et les instruments de résolution des problèmes à leur disposition, comme SOLVIT, et à promouvoir, entre elles, l'échange des meilleures pratiques;
13. accueille favorablement l'intention de la Commission d'élaborer des instruments visant à faciliter l'accès des consommateurs à des informations transparentes, compréhensibles, comparables et fiables concernant les prix, la qualité et la durabilité des biens et des services; encourage la Commission à mettre en place une base de données facilement accessible contenant toutes les exigences européennes et nationales en matière d'étiquetage; dans le même temps, met en garde contre la multiplication des labels et des exigences en matière d'étiquetage, et appelle à une simplification, y compris en rassemblant divers aspects de la durabilité dans un label, tout en réduisant les différences qui existent dans les exigences d'étiquetage obligatoires au niveau national et en établissant, le cas échéant, des indicateurs de référence et des critères communs au niveau de l'Union;
14. demande à la Commission, lors du contrôle de la mise en œuvre de son plan d'action, d'accorder une attention particulière aux mesures visant à soutenir les détaillants indépendants; encourage les autorités locales et régionales à favoriser les initiatives visant à faciliter l'égalité d'accès et l'instauration de conditions de concurrence équitables pour les détaillants indépendants, dans le plein respect de la concurrence libre et loyale, telles que: la promotion du principe "adoptez un magasin" dans le cadre duquel de grands détaillants jouent le rôle de conseiller pour de petits magasins situés dans la même localité, en particulier pour les nouveaux entrants sur le marché; la promotion de groupes de détaillants indépendants, y compris des coopératives, qui bénéficient d'une assistance mutuelle et de certaines économies d'échelle, tout en conservant leur pleine indépendance; et le respect du droit des autorités locales et régionales de favoriser un climat propice aux petits magasins indépendants, souvent situés dans les centres-villes, en réduisant les prix de l'énergie, y compris pour les enseignes allumées la nuit, et les loyers au moyen de partenariats public-privé, en introduisant des réductions du taux applicable aux entreprises sur les charges locales pour les petites entreprises et les détaillants indépendants, dans le respect des réglementations applicables de l'Union en matière d'aides d'État, de

concurrence, de marché intérieur et de passation des marchés publics, et en favorisant la coopération entre les divers magasins de cette zone;

15. rappelle que, si la concentration de magasins en dehors des centres-villes peut se révéler pratique pour certains consommateurs, elle peut également avoir des incidences négatives sur l'environnement et poser des problèmes pour les autres consommateurs, en particulier pour les personnes âgées, les personnes à mobilité réduite et celles ne possédant pas de voiture; demande donc aux autorités locales et régionales d'adopter une approche équilibrée, en tenant également compte du fait que dans de nombreuses régions, en particulier eu égard à la crise économique, le point de saturation a déjà été atteint; souligne que les acteurs du commerce de détail devraient continuer à assumer leur responsabilité partagée pour ce qui est de promouvoir la durabilité, une vraie liberté de choix pour les consommateurs et l'accès au marché pour les petits magasins; observe que les loyers dans les centres commerciaux situés en dehors des centres-villes peuvent être trop élevés pour de petits magasins indépendants et met l'accent sur la nécessité de leur assurer des conditions de concurrence équitables, par exemple en basant les loyers sur un pourcentage du chiffre d'affaires, dans les cas où cette pratique n'a pas encore été adoptée;
16. reconnaît la compétence des autorités locales en matière d'urbanisme; souligne cependant que l'urbanisme ne devrait pas servir de prétexte pour contourner le droit à la liberté d'établissement; rappelle, à cet égard, qu'il est important de correctement mettre en œuvre la directive sur les services; invite instamment les États membres à lever les obstacles à la liberté de circulation et à ouvrir leurs marchés, afin de stimuler la compétitivité et de favoriser la diversité des magasins, laquelle est essentielle pour assurer l'attractivité des zones commerciales, en particulier dans les centres-villes;
17. souligne le rôle important que jouent les partenariats public-privé en garantissant des zones commerciales propres, sûres et accessibles dans les centres-villes, entre autres en contrant les effets néfastes des bâtiments vides dans les zones commerciales, notamment en mettant ces lieux à disposition de jeunes entreprises pour un loyer moins élevé que d'ordinaire, dans le respect des réglementations applicables de l'Union en matière d'aides d'État et de passation des marchés publics;
18. note que le développement rapide du commerce électronique a apporté des avantages considérables aux consommateurs et aux entreprises en matière d'innovation, de nouvelles perspectives de marchés et de croissance, d'élargissement du choix, d'intensification de la concurrence et de réduction des prix; note toutefois que les magasins sont à présent confrontés à de nouveaux défis, ce qui rend donc les stratégies de vente au détail multicanal encore plus importantes; encourage les détaillants, au regard du rôle social et culturel du commerce de détail, à exploiter au mieux les technologies innovantes et à développer de nouveaux modèles commerciaux pour leur clientèle en ligne, tout en élargissant l'expérience d'achat dans le point de vente physique, entre autres en augmentant les niveaux de service, à la fois avant et après la vente;
19. se félicite de l'intention de la Commission d'encourager le commerce électronique; déplore toutefois l'absence d'un objectif visant à rendre les biens et les services en ligne accessibles aux consommateurs de l'ensemble des États membres; demande à la Commission de proposer une stratégie en vue d'empêcher les opérateurs commerciaux

d'adopter des politiques discriminatoires dans leurs pratiques de commerce électronique, afin de veiller à ce que les citoyens européens bénéficient d'un accès sans restriction au commerce en ligne transfrontalier;

20. souligne que le commerce électronique est important pour garantir le choix des consommateurs ainsi que leur accès aux biens et aux services, en particulier dans les régions reculées; souligne qu'il convient de prendre des mesures appropriées pour développer pleinement son potentiel, notamment en améliorant l'accès à l'internet dans les régions les plus reculées de l'Union européenne; soutient les mesures souhaitées par la Commission dans sa communication du 11 janvier 2012 sur le commerce électronique, en vue de renforcer la confiance, de simplifier l'enregistrement transfrontalier des noms de domaines, d'améliorer la sécurité des paiements en ligne et des services de livraison, de faciliter le recouvrement transfrontalier de créances et de développer davantage l'information des consommateurs concernant leurs droits, notamment en matière de rétractation et de possibilités de recours;
21. rappelle qu'il importe de lever les obstacles (notamment linguistiques et administratifs, ainsi que ceux liés au manque d'information) qui restreignent le potentiel économique du commerce en ligne transfrontalier et sapent la confiance des consommateurs envers le marché unique;
22. salue la proposition de la Commission sur les commissions multilatérales d'interchange (CMI) et souligne qu'il importe de supprimer les réglementations applicables aux systèmes de paiement par carte qui en renforcent les effets anticoncurrentiels; invite instamment la Commission à soutenir les États membres qui ont déjà mis en place des systèmes de paiement transparents, concurrentiels et innovants, et à les utiliser en qualité de meilleures pratiques pour poursuivre le développement d'un marché des paiements moins cher et plus équitable en Europe;
23. met en avant la responsabilité du commerce de détail concernant le développement durable; salue le fait que les détaillants et les fournisseurs aient été à l'avant-garde de la responsabilité écologique notamment en matière de déchets, de consommation énergétique, de transports et d'émissions de CO₂; estime que des efforts supplémentaires sont nécessaires dans ce domaine;
24. se félicite notamment des initiatives et des engagements volontaires pris par certains détaillants et fournisseurs pour réduire le gaspillage alimentaire;
25. rappelle qu'il est important de sauvegarder le secteur du commerce de détail dans les espaces publics, ce secteur étant principalement constitué de milliers de microentreprises familiales et représentant également une particularité de l'économie européenne;
26. souligne que les détaillants proposent diverses solutions modernes d'achat et de vente des biens et services, ce qui contribue à élargir le choix des consommateurs et à ouvrir des perspectives d'emploi flexibles, tout particulièrement pour les jeunes et les chômeurs de longue durée;
27. invite à apporter un soutien accru aux PME et aux coopératives, en particulier lorsqu'elles sont innovantes, contribuent à l'économie sociale de marché, répondent à de nouveaux

besoins du marché et mènent une activité respectueuse de l'environnement et socialement responsable, en vue de renforcer la compétitivité du secteur du commerce de détail dans l'Union, de faire baisser les prix pour les consommateurs, d'améliorer la qualité des services et de créer de nouveaux emplois;

28. rappelle l'importance d'une mise en œuvre correcte de la législation sociale et de la législation du travail en vigueur; demande l'égalité de traitement entre les opérateurs commerciaux au sein du marché intérieur pour combattre le travail non déclaré et les fraudes fiscales et sociales;
29. accueille favorablement le modèle économique de la franchise, qui soutient la propriété de petites et de nouvelles entreprises; constate toutefois l'existence de conditions contractuelles déloyales dans certains cas et plaide en faveur de contrats transparents et équitables; attire en particulier l'attention de la Commission et des États membres sur les problèmes rencontrés par les franchisés qui souhaitent vendre leur entreprise ou modifier leur formule commerciale, tout en restant actifs dans le même secteur; invite la Commission à examiner l'interdiction de mécanismes d'imposition des prix dans les systèmes de franchise, ainsi que les effets des clauses de concurrence à long terme, des options d'achat et de l'interdiction de la multi-franchise, et à revoir à cet égard l'exemption actuelle des règles de concurrence pour les parties contractantes ayant une part de marché inférieure à 30 %;
30. s'inquiète du développement rapide des marques de distributeurs; souligne que les marques de distributeurs devraient être développées de manière à favoriser davantage le choix des consommateurs et notamment à améliorer la transparence, la qualité des informations fournies aux consommateurs et la diversité, et à ouvrir des possibilités claires de croissance et d'innovation pour les PME;
31. soutient les travaux du Forum à haut niveau sur l'amélioration du fonctionnement de la chaîne d'approvisionnement alimentaire et de sa plateforme d'experts sur les pratiques contractuelles entre entreprises; estime que le Parlement devrait de toute urgence résoudre les questions en suspens relatives à sa participation aux travaux du Forum; souligne que les pratiques commerciales déloyales se produisent également dans la chaîne d'approvisionnement non alimentaire; invite à cet égard la Commission et les fédérations d'entreprises à poursuivre un dialogue constructif et intersectoriel au sein des forums existants, y compris la table ronde annuelle sur le commerce de détail et le nouveau groupe de la Commission sur la compétitivité dans le commerce de détail;
32. accueille favorablement les principes de bonnes pratiques et la liste d'exemples de pratiques équitables et déloyales dans les relations commerciales verticales dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire, ainsi que le cadre pour la mise en œuvre et l'application de ces principes; se félicite que les associations professionnelles reconnaissent la nécessité de mesures coercitives, et souligne que, pour garantir l'effet pratique d'un mécanisme coercitif, il est essentiel que ce dernier soit respecté par tous les acteurs de la chaîne d'approvisionnement alimentaire et que tous les acteurs, y compris les organisations d'agriculteurs, ainsi que les secteurs de la fabrication et de la distribution en gros, y participent; invite la Commission à examiner les effets concrets de l'initiative volontaire, y

compris l'application des principes de bonnes pratiques, dans l'année suivant son entrée en vigueur;

33. note que des problèmes liés aux relations commerciales verticales se posent également en lien avec les accords de distribution sélective ou exclusive dans le cadre du commerce de détail des produits de marque; demande dès lors à la Commission et aux États membres de préserver les droits des détaillants et des propriétaires de magasins dont le pouvoir de négociation est plus limité;
34. estime que les opérateurs de marché plus faibles, en particulier les agriculteurs et autres fournisseurs, considèrent souvent qu'il est difficile de se plaindre des pratiques commerciales déloyales, et souligne, à cet égard, le rôle important des associations, qui devraient être en mesure de présenter ces plaintes en leur nom; invite la Commission à examiner la nécessité et la possibilité d'instituer un médiateur ou un arbitre, en étudiant la question de savoir si cette personne devrait avoir le pouvoir de prendre des mesures d'office en cas de pratiques commerciales déloyales attestées par des éléments tangibles;
35. invite la Commission à garantir le droit des petits fournisseurs de mettre en place des groupements de producteurs sans être pénalisés par les autorités nationales de concurrence, qui ont évalué l'importance de ces groupes sur la seule base de la production nationale;
36. invite la Commission à mettre en application la législation en vigueur concernant les contraintes territoriales d'approvisionnement imposées à leurs clients par les fournisseurs;
37. charge son Président de transmettre la présente résolution au Conseil et à la Commission ainsi qu'aux gouvernements et aux parlements des États membres.

EXPOSÉ DES MOTIFS

L'importance du commerce de détail pour la société

Le commerce de détail revêt une grande importance économique, étant donné qu'il représente 11 % du PIB au niveau européen et 15 % des emplois dans l'Union. L'Union européenne a mis un accent particulier sur le commerce de détail, qui constitue l'un des principaux piliers du marché unique. Pour les grands détaillants, les économies d'échelle éventuelles au sein d'un marché intérieur efficace peuvent représenter un net avantage. Il est dès lors regrettable que de nombreux détaillants qui souhaitent exercer une activité dans plusieurs ou dans tous les États membres soient encore confrontés à des obstacles inutiles, tels que des exigences différentes en matière d'emballage et d'étiquetage, ainsi que des différences dans les pratiques administratives.

Le marché unique numérique peut offrir d'autres opportunités aux détaillants, bien qu'actuellement la plupart des consommateurs préfèrent encore s'approvisionner auprès de fournisseurs situés dans leur propre pays, même pour des achats en ligne. Ceci peut s'expliquer par le fait que les consommateurs ne connaissent simplement pas aussi bien les détaillants situés dans d'autres États membres, mais également par l'incertitude relative à leurs droits.

La valeur sociale du commerce de détail est tout aussi importante que sa valeur économique. Le nombre d'opportunités d'interactions sociales dans la vie réelle diminue rapidement, en particulier du fait de l'importance sans cesse croissante que revêt l'internet dans la vie quotidienne et de l'informatisation de nos sociétés en général. Les gens ont tendance à passer toujours plus de temps devant leurs ordinateurs, leurs tablettes ou leurs téléphones portables, et nos sociétés risquent de devenir de plus en plus virtuelles. Les points de vente physiques sont toujours des lieux permettant aux gens d'interagir dans la vie réelle. Il est important qu'ils restent en place, de préférence intégrés dans un environnement sociétal plus large, offrant des services supplémentaires, tels que des bibliothèques et des édifices publics et culturels.

De nombreuses personnes déplorent le fait que les centres commerciaux perdent rapidement de leur attractivité, parce qu'ils contiennent tous les mêmes magasins qui font partie d'une chaîne nationale ou internationale. Cette situation peut progressivement saper le désir des consommateurs de se rendre dans ces centres, surtout s'ils peuvent acheter les mêmes produits tout aussi facilement en ligne. Pour garantir l'attractivité, il convient non seulement de repenser et d'améliorer en permanence l'expérience d'achat elle-même, mais également d'encourager la diversité des magasins. Les détaillants indépendants ont un rôle à jouer à cet égard, car les magasins indépendants peuvent stimuler la curiosité du consommateur. Les centres commerciaux offrant une diversité de magasins intégrés localement peuvent stimuler la vie de la communauté et même une identité locale que de plus en plus de personnes recherchent, en dépit, ou peut-être à cause, de la mondialisation.

Le commerce de détail dans la crise économique actuelle

Dans la plupart des États membres, la confiance des consommateurs est tombée à un niveau très bas. Les citoyens reportent leurs achats ou ont très fortement tendance à se tourner vers des produits à faible coût. Dans certains États membres, les taux de TVA ont été augmentés.

Dès lors, il devient plus difficile pour les consommateurs d'effectuer des achats et pour les détaillants de survivre. La situation générale du commerce de détail dans l'Union européenne est un sujet de préoccupation, mais il existe également des exceptions.

Les derniers chiffres d'Eurostat montrent une légère amélioration en mai 2013 par rapport à avril 2013¹. Cependant, dans la zone euro, le commerce de détail est encore en baisse par rapport au même mois de l'année précédente. Le secteur non alimentaire est plus durement touché que le secteur alimentaire, et les détaillants indépendants sont particulièrement vulnérables.

Le plan d'action de la Commission pour le commerce de détail ne traite pas directement des conséquences de la crise sur le commerce de détail, ni des mesures d'austérité mises en œuvre par les États membres. Ainsi, le plan d'action n'aborde ni les questions telles que l'accès au financement pour les petites entreprises, ni la prévention de la faillite, ni la question de plus en plus pressante des magasins vacants au milieu de zones commerciales. En ce qui concerne l'accès au financement, des rapports distincts ont été adoptés par le Parlement, ceci étant la seule raison pour laquelle votre rapporteur n'a pas inclus cette question dans son rapport. Toutefois, l'amélioration de l'accès au financement est essentielle, en particulier pour les PME.

Une attention particulière doit être accordée aux besoins des détaillants indépendants, étant donné que ceux-ci sont particulièrement concernés par les faillites et que leur part de marché diminue rapidement. La Commission et les États membres doivent agir d'urgence afin d'éviter que toutes les villes ne soient complètement identiques en matière de commerce de détail. Les grands magasins peuvent aider les plus petits, car il est également dans leur intérêt de maintenir une diversité de magasins dans leur voisinage, étant donné que cela attire plus de clients. Un grand détaillant a affirmé qu'il était disposé à introduire le principe "adoptez un magasin". Grâce à ce programme, de petites entreprises pourraient obtenir des conseils, notamment sur les questions administratives ou financières, sans perdre leur indépendance. Les magasins peuvent travailler ensemble, en créant des associations locales pour que le développement du quartier commerçant devienne leur engagement commun, en étroite coopération avec les autorités locales. Les loyers et les prix de l'énergie pourraient être réduits afin de revitaliser certaines zones commerciales, et les autorités locales pourraient moduler les charges locales afin de réduire les coûts pour les magasins situés dans des zones données.

La Commission souligne à juste titre que les politiques spatiales ne peuvent pas pratiquer une discrimination pour des raisons économiques. Des zones grises peuvent cependant être instaurées, lorsque les autorités locales souhaitent promouvoir les rues commerçantes dans les centres-villes. On constate que des types particuliers de commerces de détail ont tendance à s'emparer des rues commerçantes. Dans ces cas, les autorités locales devraient pouvoir mettre en place des règles spécifiques afin de garantir une diversité de magasins, qui est essentielle pour maintenir l'attractivité d'une zone commerciale.

Le commerce électronique peut constituer une véritable opportunité pour les détaillants, mais il peut aussi devenir une menace pour les magasins qui ignorent tout simplement le phénomène. J'ai entendu de nombreux détaillants déplorer le fait que des clients demandent un avis sur un produit dans un point de vente physique, uniquement pour acheter ce produit en

¹ Eurostat, communiqué de presse euro-indicateurs 104/2013.

ligne dans un autre magasin moins cher. Certains ont même soutenu qu'ils devraient peut-être instaurer un droit d'entrée. Ceci n'est évidemment pas une solution réaliste et ne ferait qu'accélérer le déclin des magasins concernés, mais elle démontre le désespoir de ces détaillants.

Les détaillants doivent accepter le commerce électronique comme un fait. Il est donc conseillé à de nombreux magasins de trouver des stratégies de vente multicanal, y compris des canaux en ligne et traditionnels. Le service constitue l'un des principaux avantages comparatifs d'un point de vente physique. Pour les articles électroniques, il est souvent important pour le client d'obtenir des conseils avisés. L'internet n'est pas toujours convivial pour les clients qui ne savent pas toujours à quels sites web faire confiance. Un bon moyen de remédier à ce problème serait de lier la boutique internet aux points de vente physiques, afin qu'un client puisse demander et obtenir un conseil auprès d'un vendeur réel dans la succursale la plus proche via l'internet. Une autre façon de promouvoir le point de vente physique est de créer une "expérience" dans le magasin. Un service supplémentaire doit être proposé. Les librairies peuvent inviter des auteurs à lire quelques-unes de leurs œuvres; les magasins de musique peuvent organiser des concerts de musique; les magasins de vêtements peuvent organiser des défilés de mode, etc. Le service et la promotion de l'expérience sont essentiels pour permettre aux points de vente physiques de survivre.

Les contrats de franchise désavantagent de plus en plus les franchisés. Il est regrettable que la Commission n'ait pas inclus de recommandations en réponse à cette situation, car celle-ci tend à saper tout le concept de la franchise, ce qui le rend moins attrayant, alors que la franchise pourrait permettre de réduire les effets de la crise économique.

Durabilité

En raison de la portée limitée du rapport, il a été impossible d'examiner en détail le rôle que joue le commerce de détail dans les politiques sociales et environnementales. Cependant, le commerce de détail est essentiel pour les questions de durabilité. Les magasins peuvent influencer le type de produits que les clients achètent et peuvent ainsi favoriser le commerce équitable. Les magasins peuvent encourager l'utilisation d'emballages respectueux de l'environnement qui peuvent permettre de réduire la quantité de déchets. Ils peuvent également influencer les habitudes des clients en matière de consommation alimentaire: acheter les quantités nécessaires et éviter le gaspillage, acheter des aliments biologiques, etc.

Il en va de même pour les politiques sociales. Malheureusement, les législations sociales et en matière d'immigration font l'objet de violations dans le commerce de détail. De plus, on observe une tendance consistant à engager du personnel jeune à un faible salaire et à le remplacer dès qu'il vieillit et devient plus cher. Il convient en particulier d'investir dans le personnel, lorsque le service et l'"expérience" prennent davantage d'importance pour la survie des magasins. Le commerce de détail est un secteur parfait pour proposer aux jeunes des formations, mais il devrait également s'appuyer sur une main-d'œuvre expérimentée afin de fournir des services d'une qualité adéquate. Les États membres devraient accorder la priorité à l'application du droit du travail. À cet égard, il convient d'encourager une coopération étroite entre le commerce de détail et les organes chargés de l'application de la législation, afin que toute violation soit traitée immédiatement et efficacement.

Pratiques commerciales déloyales

Les agriculteurs et les petits producteurs ont souvent l'impression qu'il n'existe pas de réelle liberté contractuelle, étant donné qu'ils peuvent uniquement vendre leurs produits à un nombre restreint de supermarchés. Mais en réalité, la situation est plus compliquée. Tous les producteurs ne sont pas de petites entreprises. Par exemple, la production de sucre est traditionnellement contrôlée par un nombre restreint d'entreprises, dont la position est si puissante qu'elle peut être considérée comme un monopole dans certains États membres. De plus, il est rare que les supermarchés traitent directement avec les producteurs, préférant plutôt traiter avec les distributeurs. Ceux-ci peuvent être de grandes entreprises multinationales. Les marges bénéficiaires de ces distributeurs sont souvent beaucoup plus élevées que celles des supermarchés. Il convient de tenir compte de la complexité de la situation dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire, lorsque l'on envisage d'autres mesures.

Les supermarchés considèrent souvent le livre vert comme une première étape vers une législation européenne dans le domaine. Bien qu'il puisse être utile de clarifier certains concepts, tels que la "dépendance économique", au moyen d'une législation européenne ou de lignes directrices, votre rapporteur n'est pas convaincu de l'efficacité d'une approche purement législative. Pour les petits producteurs, il sera souvent difficile d'entamer des poursuites judiciaires officielles contre les supermarchés (ou les distributeurs). Bien trop souvent, ils craignent des mesures de rétorsion: ils peuvent révéler certaines pratiques commerciales déloyales, mais en courant le risque de perdre leur relation commerciale avec le supermarché ou le distributeur concerné.

Votre rapporteur a dès lors adopté une approche prudente. S'il peut être utile de parvenir à un accord au niveau européen pour interdire la vente à perte dans le secteur de l'alimentation, il est en général préférable de ne pas trop s'appuyer sur des solutions législatives.

Il convient de saluer les initiatives volontaires, qui existent déjà dans certains États membres et qui sont également en cours d'élaboration au niveau européen grâce au Forum à haut niveau sur l'amélioration du fonctionnement de la chaîne d'approvisionnement alimentaire. Elles peuvent servir de base à une prise collective des responsabilités. Toutefois, certains producteurs déplorent le fait que, sans une mise en œuvre efficace, ces initiatives volontaires ne seront pas en mesure de changer la situation. Afin de maintenir la pression, il convient dès lors de désigner un médiateur ou un arbitre indépendant qui pourra rendre des décisions d'office. Les supermarchés s'opposent aux mécanismes de plainte anonyme. Ils affirment ne pas être en mesure de se défendre efficacement contre de telles plaintes et qu'ils peuvent devenir victimes de diffamation. En vue de trouver une solution qui respecte les intérêts des producteurs et des supermarchés, votre rapporteur privilégie un système permettant aux associations professionnelles de porter certaines pratiques à l'attention d'un médiateur ou d'un arbitre, tout en garantissant la confidentialité de leurs sources d'information. Associée à la possibilité du médiateur ou de l'arbitre d'agir d'office, cela peut constituer une solution acceptable.

Bien que votre rapporteur soutienne un mécanisme volontaire, celui-ci ne pourra être efficace que si toutes les parties concernées y participent. Cela signifie que les producteurs, les distributeurs et les supermarchés doivent prendre part à l'initiative. Actuellement, les

producteurs ne l'ont pas encore fait; il reste à voir combien de distributeurs le feront. L'initiative ne fonctionnera pas si les supermarchés en sont les principaux participants.

Deuxièmement, l'initiative volontaire ne prévoit pas la désignation d'un médiateur ou d'un arbitre indépendant. Elle repose plutôt sur un groupe de gouvernance composé de représentants de chaque groupe d'intérêt. Votre rapporteur ne rejette pas cette approche, mais se demande si elle sera aussi pratique que celle consistant à travailler par l'intermédiaire d'un médiateur ou d'un arbitre indépendant.

Enfin, l'initiative volontaire repose entièrement sur le principe de désignation et de condamnation, ainsi que sur celui de désignation et d'encensement; aucune autre sanction n'est prévue. C'est précisément l'absence de sanctions qui empêche les producteurs de rejoindre l'initiative. Si nous voulons que l'initiative soit une réussite, il est temps d'envisager l'introduction de sanctions supplémentaires, telles que des amendes et une indemnisation pour les pertes en cas de violation des principes de bonne pratique.

Empreinte législative

Les organisations suivantes ont partagé leur avis sur le sujet avec votre rapporteur:

Albert Heijn	Carrefour	Copa-Cogeca
Detailhandel NL	EDEKA	ESBA
Eurocommerce	Eurocoop	Association européenne des libraires
ERRT	IKEA	Jumbo
Svensk Handel	Tesco	Tradecraft
Vakcentrum NL	UGAL	

17.10.2013

AVIS DE LA COMMISSION DE L'EMPLOI ET DES AFFAIRES SOCIALES

à l'intention de la commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs

sur un plan d'action européen pour le commerce de détail au profit de tous les acteurs
(2013/2093(INI))

Rapporteur pour avis: David Casa

SUGGESTIONS

La commission de l'emploi et des affaires sociales invite la commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs, compétente au fond, à incorporer dans la proposition de résolution qu'elle adoptera les suggestions suivantes:

1. observe l'importance du commerce de détail – qui représente près de 15 % de l'emploi total, qualifié et non qualifié, dans l'Union – en particulier pour les jeunes; salue l'approche de la Commission selon laquelle une mobilité facilitée peut contribuer à la croissance du secteur; souligne toutefois que le placement transfrontalier seul ne saurait être considéré comme une solution à la crise; note en outre que 29 % des entreprises de l'Union, dont une large part de PME, sont actives dans ce secteur; estime par ailleurs que les métiers traditionnels ont souffert ces dernières années et qu'il est nécessaire d'adopter des mesures visant à soutenir et à promouvoir des emplois de qualité dans ce secteur;
2. souligne que les détaillants proposent diverses solutions modernes d'achat et de vente des biens et services, ce qui contribue à élargir le choix des consommateurs et à ouvrir des perspectives d'emploi flexibles, tout particulièrement pour les jeunes et les chômeurs de longue durée;
3. insiste sur la nécessité de mettre en place un cadre d'action uniforme et cohérent – coordonnant de manière efficace les différents domaines politiques – afin d'améliorer les performances économiques, sociales et environnementales, d'égale importance, du secteur du commerce de détail de manière à réaliser les objectifs de la stratégie Europe 2020, en mettant l'accent sur le maintien et la création d'emplois durables et de qualité;
4. estime que, du fait de la récession économique, le secteur, y compris la grande distribution, a subi une diminution significative du nombre d'emplois et a dû recourir davantage à l'imposition de régimes de travail à horaire réduit; constate qu'alors même qu'elles maintenaient des niveaux de rentabilité positifs, certaines multinationales ont

utilisé la crise comme prétexte pour réduire leurs effectifs, augmenter la charge de travail, recourir à des systèmes de salaires subventionnés et réduire l'horaire de travail;

5. souligne qu'il est essentiel de remédier à l'inadéquation entre les compétences de la population active et les besoins du secteur du commerce de détail, en particulier dans les pays où le niveau de chômage chez les jeunes est élevé, en portant une attention soutenue à l'amélioration des conditions de travail afin de favoriser la création d'emplois, en particulier pour les jeunes, les chômeurs de longue durée, les travailleurs âgés et les handicapés, et de tenir compte de la nécessité de mettre à jour les compétences par l'apprentissage tout au long de la vie pour permettre aux employés d'assumer les nouvelles tâches induites par l'innovation et de mieux s'adapter aux besoins du marché, ainsi que de trouver un emploi dans les métiers traditionnels connaissant une pénurie de main-d'œuvre; insiste également sur le fait que les employeurs devraient préparer leurs employés activement et régulièrement aux évolutions et aux innovations à l'œuvre dans leur secteur;
6. met l'accent, à cet égard, sur la nécessité de définir clairement les besoins qualitatifs et quantitatifs du secteur avec la participation active de l'ensemble des parties concernées, y compris les partenaires sociaux et les entreprises, afin de lutter efficacement contre le problème de l'inadéquation des compétences constatée dans le secteur;
7. estime que les salaires dans le secteur du commerce de détail sont généralement inférieurs à la moyenne relevée dans les autres secteurs et que cette situation génère des carences de compétences, étant donné que les bas salaires dissuadent les travailleurs hautement qualifiés de rester et de considérer le secteur comme propice à une carrière; recommande par conséquent aux États membres et aux entreprises d'instaurer dans le secteur, le cas échéant en concertation systématique avec les partenaires sociaux, des salaires conférant aux employés un niveau de vie décent;
8. déplore le phénomène présent dans le secteur, caractérisé par un taux élevé d'emploi des jeunes et de rotation du personnel et par une tendance à engager un personnel jeune à faible coût avec des contrats flexibles, pour ensuite le remplacer dès que l'âge augmente et quand le contrat devient stable et plus coûteux; invite les États membres à mettre en place des plans comprenant des mesures incitatives en vue de la formation et de la reconversion professionnelle des travailleurs plus âgés; estime qu'il est urgent de soutenir le secteur afin d'y offrir des emplois stables et décents;
9. met l'accent sur la nécessité de recourir davantage aux instruments existants et prévus au niveau de l'Union pour soutenir la mise en place de partenariats structurés entre les personnes possédant les compétences et les entreprises, notamment des alliances sectorielles pour les compétences, dans le cadre du programme Erasmus pour tous et de la garantie européenne pour la jeunesse; encourage la mise en place de partenariats entre les écoles et les entreprises, tels que des systèmes de formation en alternance pour les apprentis placés sous l'égide de l'alliance européenne pour l'apprentissage;
10. note que le secteur se caractérise par une grande flexibilité, ainsi que par le recours à des contrats à durée déterminée et à des intérimaires; estime également que les employés, dans ce secteur, sont souvent contraints à travailler le dimanche et les jours fériés, y compris le soir et la nuit, ce qui comporte des répercussions négatives sur leur santé et l'équilibre entre leur vie professionnelle et leur vie privée; indique qu'il importe d'encourager un

équilibre sain entre vie professionnelle et vie privée et invite par conséquent les États membres à adapter leurs politiques concernant le travail dominical et pendant les jours fériés dans le secteur du commerce de détail, afin de promouvoir cet équilibre pour les travailleurs sans pénaliser les PME du secteur; appelle fermement les États membres et les partenaires sociaux à envisager la mise en œuvre de politiques selon lesquelles le travail dominical serait réalisé uniquement sur la base du volontariat, suffisamment rémunéré et compensé par du repos, les exceptions à cette règle devant être dûment justifiées;

11. invite les partenaires sociaux à prendre pour modèle les nombreux accords internes aux entreprises encourageant la gestion personnalisée des horaires de travail, afin que les employés puissent planifier une semaine à l'avance leurs heures supplémentaires, au lieu d'être sollicités à brève échéance, et qu'ils puissent choisir pour des raisons personnelles d'exercer dans des points de vente autres que leur lieu de travail habituel;
12. invite à apporter un soutien accru aux PME et aux coopératives, en particulier lorsqu'elles sont innovantes, contribuent à l'économie sociale, répondent à de nouveaux besoins du marché et mènent une activité respectueuse de l'environnement et socialement responsable, en vue de renforcer la compétitivité du secteur du commerce de détail dans l'Union, de faire baisser les prix pour les consommateurs, d'améliorer la qualité des services et de créer de nouveaux emplois;
13. observe de nouvelles tendances de fond venant renforcer l'efficacité de la prestation de services de détail et souhaite que ces évolutions soient appuyées, y compris dans le cadre du marché unique numérique, et notamment son développement transfrontalier; demande qu'un soutien accru soit apporté aux petits détaillants, qui sont en général moins à même de suivre le rythme des évolutions technologiques;
14. remarque que les commerçants de la grande distribution ont engrangé l'essentiel des bénéfices, au détriment des petites et micro-entreprises, grâce à leur capacité d'exploiter les économies d'échelle, d'augmenter la productivité et d'offrir des prix plus bas; estime que cela représente une menace pour la cohésion sociale et locale, avec la disparition des boutiques situées en centre-ville, dans les petits villages ou dans des zones rurales, remplacées par des centres commerciaux situés hors des villes, ce qui rend difficile l'accès aux biens de première nécessité, notamment pour les personnes âgées et les personnes handicapées; constate que ce phénomène a donné lieu à une perte d'emplois considérable parmi les petits commerçants; invite la Commission et les États membres à proposer des investissements et des mesures incitatives afin de soutenir les PME du secteur, ainsi qu'à établir une législation stricte sur le régime des horaires d'ouverture en vue d'assurer une concurrence loyale;
15. observe que le travail non déclaré représente un problème majeur dans le secteur du commerce de détail et se traduit par des risques sociaux élevés et de faibles revenus pour les travailleurs concernés, qui ne bénéficient ni d'une couverture maladie, ni de prestations sociales, et entraîne des conséquences négatives pour les économies des États membres et la viabilité financière du modèle social européen, de même qu'il sape le financement et la fourniture des prestations sociales et des services publics; observe avec inquiétude le sous-emploi au sein des autorités d'inspection du travail dans de nombreux États membres; demande que la législation sociale et du travail en vigueur soit dûment appliquée et que

les inspections du travail soient multipliées, le cas échéant; salue l'initiative de la Commission d'entamer un dialogue avec les parties prenantes du secteur du commerce de détail, dans le contexte de la plateforme européenne de lutte contre le travail non déclaré, afin d'évaluer l'incidence de l'économie informelle sur les conditions de travail et de définir une approche européenne propre à enrayer ce phénomène; estime qu'il serait souhaitable que les associations professionnelles patronales procèdent à l'exclusion des employeurs qui recourent au travail non déclaré;

16. salue l'appel lancé par la Commission dans sa communication au sujet de la sécurité sur le lieu de travail, à assurer par le développement d'entrepôts "intelligents" réduisant le risque d'accidents dus au transport de charges lourdes dans l'un des secteurs les plus exposés, notamment au stress occasionné par le travail et aux troubles musculo-squelettiques dus à des positions incorrectes; concernant ce dernier aspect, invite la Commission à intervenir en reprenant le projet de directive précédemment abandonné;
17. regrette, même s'il considère le franchisage comme un instrument utile pour la croissance du secteur et la création d'emplois, que les travailleurs des sociétés franchisées ne se voient pas appliquer, dans certains cas, les contrats d'entreprise en vigueur chez le franchiseur;
18. estime que le dialogue social dans le secteur du commerce de détail a atteint un niveau satisfaisant et, pour ce motif, se félicite de la décision de la Commission d'instituer un groupe permanent sur la compétitivité du commerce de détail, qui prévoit la participation d'États membres et des parties concernées;
19. déplore l'absence, dans la communication de la Commission, de toute mention des phénomènes de dumping social touchant le secteur, qui conduisent certaines multinationales à investir dans des pays où les travailleurs ne sont pas libres de se constituer en associations ou de participer à des négociations collectives;
20. estime que la législation régissant le commerce de détail devrait être davantage fondée sur des éléments probants, tout particulièrement en ce qui concerne la nécessité d'évaluer et de déterminer l'incidence exacte de la législation sur les petites entreprises;
21. demande l'adoption de mesures, aussi bien à l'échelle de l'Union qu'à l'échelle nationale, afin d'éliminer les restrictions réglementaires inutiles et de lever les obstacles administratifs susceptibles de freiner la croissance, l'innovation et la création d'emplois dans ces secteurs;
22. observe qu'en 2010, 8,7 % de la population européenne n'avait pas accès à une alimentation de qualité en quantité suffisante; souligne l'importance de la politique de l'Union visant à favoriser l'accès aux commerces alimentaires qui proposent une nourriture de qualité à un prix abordable, notamment dans les régions défavorisées, ainsi qu'à des emplois décents;
23. insiste sur le rôle de premier plan des commerces de petite et moyenne taille dans la redynamisation, le maintien de la diversité et l'animation des centres urbains et des villages, dans l'offre de points de vente aux résidents locaux, notamment aux personnes âgées, et en matière d'emploi dans les zones rurales.

RÉSULTAT DU VOTE FINAL EN COMMISSION

Date de l'adoption	17.10.2013
Résultat du vote final	+: 34 -: 2 0: 0
Membres présents au moment du vote final	Regina Bastos, Edit Bauer, Heinz K. Becker, Phil Bennion, Vilija Blinkevičiūtė, Philippe Boulland, Alejandro Cercas, Ole Christensen, Minodora Cliveti, Marije Cornelissen, Emer Costello, Frédéric Daerden, Richard Falbr, Stephen Hughes, Danuta Jazłowiecka, Patrick Le Hyaric, Olle Ludvigsson, Thomas Mann, Csaba Óry, Sylvana Rapti, Licia Ronzulli, Elisabeth Schroedter, Nicole Sinclair, Jutta Steinruck, Andrea Zaroni, Inês Cristina Zuber
Suppléants présents au moment du vote final	Georges Bach, Sergio Gutiérrez Prieto, Anthea McIntyre, Csaba Sógor, Tatjana Ždanoka
Suppléants (art. 187, par. 2) présents au moment du vote final	Eric Andrieu, Pilar Ayuso, Eduard-Raul Hellvig, Roberta Metsola

RÉSULTAT DU VOTE FINAL EN COMMISSION

Date de l'adoption	5.11.2013
Résultat du vote final	+ : 24 - : 0 0 : 11
Membres présents au moment du vote final	Preslav Borissov, Jorgo Chatzimarkakis, Birgit Collin-Langen, Lara Comi, Anna Maria Corazza Bildt, António Fernando Correia de Campos, Cornelis de Jong, Vicente Miguel Garcés Ramón, Evelyne Gebhardt, Thomas Händel, Małgorzata Handzlik, Malcolm Harbour, Sandra Kalniete, Edvard Kožušník, Toine Manders, Hans-Peter Mayer, Phil Prendergast, Zuzana Roithová, Heide Rühle, Christel Schaldemose, Andreas Schwab, Catherine Stihler, Emilie Turunen, Barbara Weiler
Suppléants présents au moment du vote final	Raffaele Baldassarre, Regina Bastos, Jürgen Creutzmann, María Irigoyen Pérez, Constance Le Grip, Emma McClarkin, Claudio Morganti, Kerstin Westphal
Suppléants (art. 187, par. 2) présents au moment du vote final	Roberta Angelilli, Agustín Díaz de Mera García Consuegra, Marie-Thérèse Sanchez-Schmid