ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ
ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Βρυξέλλες, 10.3.2020
COM(2020) 103 final

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ, ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ, ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ

Στρατηγική για τις ΜΜΕ με στόχο μια βιώσιμη και ψηφιακή Ευρώπη

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ, ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ, ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ

Στρατηγική για τις ΜΜΕ με στόχο μια βιώσιμη και ψηφιακή Ευρώπη

1. Εισαγωγή

Στην Ευρώπη υπάρχουν 25 εκατομμύρια μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ), οι οποίες αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της οικονομίας της ΕΕ. Οι επιχειρήσεις αυτές απασχολούν περίπου 100 εκατομμύρια άτομα, αντιπροσωπεύουν πάνω από το μισό ΑΕΠ της Ευρώπης και διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο παρέχοντας προστιθέμενη αξία σε κάθε τομέα της οικονομίας. Οι ΜΜΕ προσφέρουν καινοτόμες λύσεις σε προκλήσεις όπως η κλιματική αλλαγή, η αποδοτική χρήση των πόρων και η κοινωνική συνοχή, και διευκολύνουν τη διάδοση αυτής της καινοτομίας σε όλες τις περιφέρειες της Ευρώπης. Ως εκ τούτου, έχουν κομβική σημασία για τη διττή μετάβαση της ΕΕ σε μια βιώσιμη και ψηφιακή οικονομία. Συμβάλλουν σημαντικά στην ανταγωνιστικότητα και την ευημερία της Ευρώπης, στην οικονομική και τεχνολογική της αυτοδυναμία, καθώς και στην ανθεκτικότητά της στους εξωτερικούς κλυδωνισμούς. Συνεπώς, αποτελούν νευραλγικό στοιχείο για την υλοποίηση της βιομηχανικής στρατηγικής της ΕΕ.

Οι ΜΜΕ είναι συνυφασμένες με τον οικονομικό και κοινωνικό ιστό της Ευρώπης. Παρέχουν δύο στις τρεις θέσεις εργασίας, προσφέρουν ευκαιρίες κατάρτισης —ακόμη και σε εργαζομένους χαμηλής ειδίκευσης— σε όλες τις περιφέρειες και τους τομείς, και στηρίζουν την ευημερία της κοινωνίας, μεταξύ άλλων σε απομακρυσμένες και αγροτικές περιοχές. Κάθε Ευρωπαίος και Ευρωπαία πολίτης γνωρίζει κάποιο άτομο που είναι επιχειρηματίας ή εργάζεται για λογαριασμό επιχειρηματία. Επομένως, οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν καθημερινά οι ευρωπαϊκές ΜΜΕ όσον αφορά τη συμμόρφωσή τους με τους κανόνες και την απόκτηση πρόσβασης σε πληροφορίες, αγορές και χρηματοδότηση αποτελούν προκλήσεις για ολόκληρη την Ευρώπη.

Οι ΜΜΕ παρουσιάζουν μεγάλη πολυμορφία όσον αφορά τα επιχειρηματικά μοντέλα, το μέγεθος, την ηλικία και το προφίλ των επιχειρηματιών, και αξιοποιούν ευρύ φάσμα δεξιοτήτων γυναικών και ανδρών. Κυμαίνονται από ελεύθερα επαγγέλματα και πολύ μικρές επιχειρήσεις στον τομέα των υπηρεσιών μέχρι μεσαίες βιομηχανικές επιχειρήσεις, και από παραδοσιακές βιοτεχνίες μέχρι νεοφυείς επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας. Η παρούσα στρατηγική αναγνωρίζει τις διαφορετικές ανάγκες τους και βοηθά τις επιχειρήσεις όχι μόνο να αναπτυχθούν και να επεκταθούν, αλλά και να είναι ανταγωνιστικές, ανθεκτικές και βιώσιμες. Για τον λόγο αυτό, καθορίζει μια φιλόδοξη, ολοκληρωμένη και διατομεακή προσέγγιση, η οποία βασίζεται σε οριζόντια μέτρα προς όφελος όλων των ειδών των ΜΜΕ, καθώς και σε δράσεις που ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένες ανάγκες.

Η στρατηγική προτείνει δράσεις που διαρθρώνονται γύρω από τους εξής **τρεις πυλώνες:**

- **ανάπτυξη ικανοτήτων και στήριξη για τη μετάβαση στη βιωσιμότητα και την ψηφιοποίηση**·
- **μείωση του κανονιστικού φόρτου και βελτίωση της πρόσβασης στην αγορά**· και
- **βελτίωση της πρόσβασης σε χρηματοδότηση.**

Το ζητούμενο είναι να απελευθερωθεί το δυναμικό των ευρωπαϊκών ΜΜΕ κάθε είδους, ώστε να μπορέσουν να ηγηθούν της διττής μετάβασης. Η στρατηγική αποβλέπει στη σημαντική αύξηση του αριθμού των ΜΜΕ που εφαρμόζουν βιώσιμες επιχειρηματικές πρακτικές, καθώς και του αριθμού των ΜΜΕ που χρησιμοποιούν ψηφιακές τεχνολογίες. Απώτερος στόχος είναι να καταστεί η Ευρώπη το πλέον ελκυστικό μέρος για τη δημιουργία μιας μικρής επιχείρησης και τη μετέπειτα ανάπτυξη και επέκτασή της στην ενιαία αγορά.

Η στρατηγική, για να είναι αποτελεσματική, πρέπει να έχει ως μοχλό της την υλοποίηση δράσεων σε επίπεδο ΕΕ και να στηρίζεται στην αταλάντευτη δέσμευση των κρατών μελών. Η ενεργός συμμετοχή της κοινότητας των ΜΜΕ και των ίδιων των επιχειρήσεων θα είναι εξαιρετικά σημαντική. Ως εκ τούτου, η στρατηγική θα υποστηρίζεται από μια άρρηκτη **εταιρική σχέση για την υλοποίηση των στόχων** μεταξύ της ΕΕ και των κρατών μελών, συμπεριλαμβανομένων των περιφερειακών και των τοπικών αρχών. Οι επιχειρηματίες θα πρέπει επίσης να αξιοποιήσουν την ευκαιρία των επενδυτικών προγραμμάτων της ΕΕ, ώστε να κάνουν την επιχείρησή τους περισσότερο ψηφιακή και βιώσιμη και να αναπτυχθούν στην ενιαία αγορά και πέραν αυτής.

Η στρατηγική βασίζεται στα πολύ ισχυρά θεμέλια του υφιστάμενου πλαισίου της ενωσιακής πολιτικής για τις ΜΜΕ και των προγραμμάτων στήριξης, και ιδίως στην πρωτοβουλία «Small Business Act» του 2008, την πρωτοβουλία του 2016 για τις νεοφυείς και τις αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, το πρόγραμμα για την ανταγωνιστικότητα των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (COSME), καθώς και τις δράσεις στήριξης των ΜΜΕ που χρηματοδοτούνται στο πλαίσιο του προγράμματος «Ορίζων 2020» και των Ευρωπαϊκών Διαρθρωτικών και Επενδυτικών Ταμείων[1]. Η στρατηγική θα έχει καθοριστική σημασία για την εφαρμογή, μεταξύ άλλων, της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας, του σχεδίου δράσης για την κυκλική οικονομία, της ευρωπαϊκής στρατηγικής για τα δεδομένα και του ευρωπαϊκού κοινωνικού πυλώνα.

Η στρατηγική αποτελεί μέρος της δέσμης μέτρων για τη βιομηχανία, η οποία περιλαμβάνει την ανακοίνωση και τη συνοδευτική της έκθεση για τον εντοπισμό και την αντιμετώπιση των φραγμών στην ενιαία αγορά («ανακοίνωση για τους φραγμούς στην ενιαία αγορά»)[2], το μακροπρόθεσμο σχέδιο δράσης για τη βελτίωση της εφαρμογής και της επιβολής των κανόνων της ενιαίας αγοράς («σχέδιο δράσης για την επιβολή της νομοθεσίας»)[3] και τη νέα βιομηχανική στρατηγική για την Ευρώπη («βιομηχανική στρατηγική»)[4]. Βασίζεται σε πολλές διαπιστώσεις της ανακοίνωσης για τους φραγμούς στην ενιαία αγορά όσον αφορά τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν σε διασυνοριακό επίπεδο. Η ορθή μεταφορά, εφαρμογή και επιβολή της ενωσιακής νομοθεσίας είναι εξαιρετικά σημαντικά στοιχεία για την ευχερέστερη ανάπτυξη των ΜΜΕ εντός της ενιαίας αγοράς. Το σχέδιο δράσης για την επιβολή της νομοθεσίας προβλέπει διάφορες πρωτοβουλίες για τη ρύθμιση αυτών των ζητημάτων. Η βιομηχανική στρατηγική τονίζει τον ρόλο των ΜΜΕ για μια ανταγωνιστική και καινοτόμο ευρωπαϊκή βιομηχανία.

2. Ανάπτυξη ικανοτήτων και στήριξη για τη μετάβαση στη βιωσιμότητα και την ψηφιοποίηση

Η ανταγωνιστική βιωσιμότητα είναι η κατευθυντήρια αρχή της Ευρώπης για το μέλλον. **Η ψηφιακή οικονομία, για να είναι κλιματικά ουδέτερη, αποδοτική ως προς τη χρήση των πόρων και ευέλικτη, απαιτεί την πλήρη κινητοποίηση των ΜΜΕ.** Αυτή η μετάβαση σε μια οικονομικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά πιο βιώσιμη Ευρώπη πρέπει να συμβαδίζει με τη μετάβαση στην ψηφιοποίηση. Για τον σκοπό αυτό, η κατάρτιση ειδικά προσαρμοσμένων μέτρων αποτελεί

[1] Το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ) έχουν στηρίξει περισσότερες από 900 000 και 500 000 ευρωπαϊκές ΜΜΕ, αντίστοιχα.
[2] COM(2020) 93 final της 10.3.2020.
[3] COM(2020) 94 final της 10.3.2020.
[4] COM(2020) 102 final της 10.3.2020.

προϋπόθεση για την ανάπτυξη ενός ακμαίου τμήματος της οικονομίας αποτελούμενου από ΜΜΕ, καθώς και για την παροχή ευκαιριών ανάπτυξης στις ΜΜΕ που επιθυμούν να επεκταθούν. Απαιτούνται επενδύσεις σε επίπεδο ΕΕ προκειμένου να δημιουργηθούν οι κατάλληλες υποδομές για τις επιχειρήσεις και την καινοτομία προς όφελος των ΜΜΕ.

ΜΜΕ — Ο μοχλός της βιώσιμης μετάβασης

Πολλές ΜΜΕ έχουν τα απαραίτητα στοιχεία: χαρακτηρίζονται από ευελιξία, διαθέτουν υψηλή τεχνολογία και είναι καινοτόμες και προσηλωμένες στις αξίες που προωθούν τη βιωσιμότητα και την κυκλική οικονομία. Σχεδόν το ένα τέταρτο[5] των **ΜΜΕ στην Ευρώπη καθιστούν ήδη εφικτή τη μετάβαση** παρέχοντας πράσινα προϊόντα ή υπηρεσίες, και πολλές ΜΜΕ (συμπεριλαμβανομένων των επιχειρήσεων της κοινωνικής οικονομίας) κάνουν πλέον πολλά για τις κοινότητες στις οποίες έχουν την έδρα τους. Υπάρχουν επίσης σημαντικές προκλήσεις. Ορισμένες ΜΜΕ αντιμετωπίζουν σημαντικές δυσκολίες κατά τη μετάβασή τους σε πιο βιώσιμα επιχειρηματικά μοντέλα. Το ένα τρίτο των ΜΜΕ αναφέρουν ότι χρειάζεται να διεκπεραιώσουν πολύπλοκες διοικητικές και νομικές διαδικασίες στην προσπάθειά τους να καταστήσουν την επιχείρησή τους πιο αποδοτική ως προς τη χρήση των πόρων. Ωστόσο, καθώς αυξάνεται η ευαισθητοποίηση ως προς τους κινδύνους που σχετίζονται με το κλίμα και άλλες περιβαλλοντικές πιέσεις και αλλάζουν οι προτιμήσεις των καταναλωτών, αυτή η μετάβαση σε βιώσιμες επιχειρηματικές πρακτικές και συμπεριφορές είναι καθοριστική προκειμένου να διατηρηθούν η ανταγωνιστικότητα και η ανάπτυξη των ΜΜΕ. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να υποστηριχθούν οι ΜΜΕ σ' αυτή τη διαδικασία και να εφοδιαστούν με μέσα για την κατανόηση των περιβαλλοντικών κινδύνων και την άμβλυνση εκείνων που σχετίζονται με συγκεκριμένους τομείς, όπως οι κατασκευές, τα πλαστικά, τα ηλεκτρονικά προϊόντα και τα γεωργικά προϊόντα διατροφής.

Τα περισσότερα από 600 μέλη του δικτύου «Enterprise Europe Network» (EEN) προσφέρουν εξατομικευμένες υπηρεσίες σε ΜΜΕ. Πολλά μέλη του δικτύου EEN βοηθούν ήδη τις ΜΜΕ να πραγματοποιήσουν τη μετάβαση στη βιωσιμότητα. Το δίκτυο EEN, αξιοποιώντας τις επιτυχίες που έχουν ήδη σημειωθεί, θα παρέχει **ειδικούς συμβούλους βιωσιμότητας** και άλλες υπηρεσίες βιωσιμότητας. Θα αξιολογούν τις ανάγκες των ΜΜΕ και θα παρέχουν συμβουλές για επενδύσεις σε διεργασίες και υποδομές που είναι πιο αποδοτικές ως προς τη χρήση των πόρων και περισσότερο κυκλικές, εντοπίζοντας κατάλληλους εμπορικούς εταίρους και ενθαρρύνοντας τη συνεργασία ομοτίμων. Επιπλέον, το ευρωπαϊκό κέντρο γνώσεων για την αποδοτικότητα των πόρων (EREK) θα συνεχίσει να βοηθά τις ΜΜΕ να μειώσουν το κόστος ενέργειας, υλικών και νερού. Οι λύσεις που προσφέρουν οι εταιρείες παροχής ενεργειακών υπηρεσιών, οι οποίες διαθέτουν την τεχνογνωσία, σε συνδυασμό με τεχνικές και χρηματοδοτικές λύσεις, θα μπορούσαν να ωφελήσουν τις ΜΜΕ.

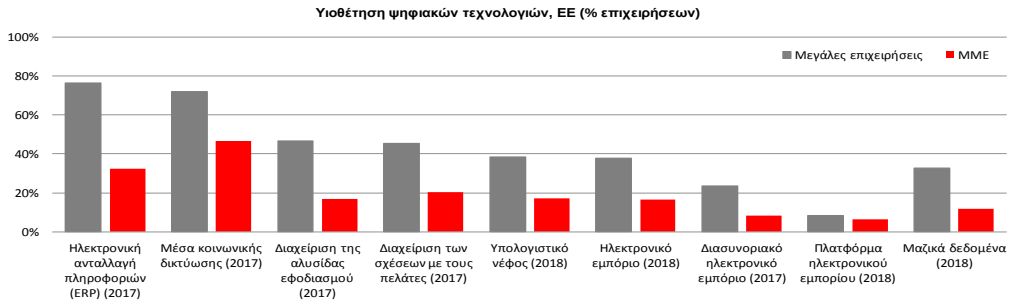
Η Ευρώπη είναι το λίκνο της πράσινης τεχνολογίας και η πρωτοκαθεδρία της θα εξαρτηθεί από το κατά πόσον οι ΜΜΕ θα προωθήσουν τις καινοτομίες στον πράσινο τομέα. Αυτός ο ρόλος θα υποστηριχθεί μέσω του επενδυτικού σχεδίου της Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας[6]. Στο πλαίσιο της ευρύτερης εκπόνησης πιλοτικών έργων του **Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Καινοτομίας** με σκοπό την προώθηση ανατρεπτικής καινοτομίας, ιδίως από τις ΜΜΕ, η Επιτροπή, μόνο το 2020, θα διαθέσει τουλάχιστον 300 εκατ. ευρώ σε νεοφυείς επιχειρήσεις και ΜΜΕ με μεγάλες δυνατότητες, προκειμένου να παραγάγουν ρηξικέλευθη καινοτομία στο πλαίσιο της Πράσινης Συμφωνίας. Το **Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Καινοτομίας και Τεχνολογίας** (ΕΙΤ) θα μεριμνήσει ώστε οι κοινότητες γνώσης και καινοτομίας (ΚΓΚ) του να είναι πιο ανοικτές στις ΜΜΕ και θα αυξήσει τη δυνατότητα συμμετοχής τους σε τοπικά οικοσυστήματα καινοτομίας, ιδίως σε περιοχές που υστερούν ως προς την καινοτομία. Ο στόχος αυτός θα επιτευχθεί χάρη σε ένα ειδικό μέσο υποστήριξης (περιφερειακό σχέδιο καινοτομίας), το οποίο θα ενισχύσει τα οικοσυστήματα όπου είναι περισσότερο αναγκαίο.

[5] Έρευνα του Ευρωβαρόμετρου το 2017 σχετικά με τις ΜΜΕ, την αποδοτική χρήση των πόρων και τις πράσινες αγορές.
[6] COM(2020) 21 final της 14.1.2020.

Ενίσχυση της θέσης των ΜΜΕ ώστε να αποκομίσουν τα οφέλη της ψηφιακής μετάβασης

Μόνο μια ακμάζουσα κοινότητα ΜΜΕ που χρησιμοποιεί ψηφιακές τεχνολογίες και δεδομένα μπορεί να καταστήσει την Ευρώπη τον σημαντικότερο διαμορφωτή της ψηφιακής οικονομίας παγκοσμίως. Η ψηφιοποίηση μπορεί να προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες στις ΜΜΕ για να βελτιώσουν την αποδοτικότητα των διαδικασιών παραγωγής και την ικανότητα καινοτομίας όσον αφορά τα προϊόντα και τα επιχειρηματικά μοντέλα. Η χρήση προηγμένων επαναστατικών τεχνολογιών, όπως η τεχνολογία blockchain και η τεχνητή νοημοσύνη, το υπολογιστικό νέφος και η υπολογιστική υψηλών επιδόσεων, μπορεί να ενισχύσει θεαματικά την ανταγωνιστικότητά τους.

Όμως οι ΜΜΕ δεν επωφελούνται ακόμη πλήρως από τα δεδομένα, αυτό το ζωτικό στοιχείο της ψηφιακής οικονομίας. Πολλές δεν γνωρίζουν την αξία των δεδομένων που παράγουν και δεν είναι επαρκώς προστατευμένες ή προετοιμασμένες ενόψει της επερχόμενης, ευέλικτης στην αξιοποίηση δεδομένων, οικονομίας. Μόνο το 17 % των ΜΜΕ έχουν ενσωματώσει επιτυχώς τις ψηφιακές τεχνολογίες στην επιχειρηματική τους δραστηριότητα, σε σύγκριση με το 54 % των μεγάλων επιχειρήσεων[7]. Οι παραδοσιακές ΜΜΕ είναι συχνά αβέβαιες ποια ψηφιακή επιχειρηματική στρατηγική να επιλέξουν, αντιμετωπίζουν προβλήματα στην αξιοποίηση μεγάλων αποθετηρίων δεδομένων που είναι διαθέσιμα σε μεγαλύτερες επιχειρήσεις, και αποφεύγουν τα προηγμένα εργαλεία και εφαρμογές που βασίζονται στην τεχνητή νοημοσύνη. Ταυτόχρονα, είναι πολύ ευάλωτες στις κυβερνοαπειλές.



Πηγή: Eurostat, Δείκτης ψηφιακής οικονομίας και κοινωνίας (DESI) 2019

Αυτές οι ΜΜΕ θα υποστηρίζονται από ένα δίκτυο έως 240 **κόμβων ψηφιακής καινοτομίας** σε κάθε περιφέρεια της Ευρώπης και θα ενισχύονται με επενδύσεις από το πρόγραμμα «Ψηφιακή Ευρώπη» και τα διαρθρωτικά ταμεία.

Η φιλοδοξία αυτού του στόχου δεν έγκειται μόνο στην παροχή εύχρηστων και στοχευμένων συμβουλών για τη βιωσιμότητα και την ψηφιοποίηση, αλλά και στη σύνδεση υποστηρικτικών δομών, προκειμένου **κάθε ΜΜΕ να έχει εύκολη πρόσβαση σε συμβουλές**. Το δίκτυο EEN θα συνεργάζεται στενά με τους κόμβους ψηφιακής καινοτομίας, την πρωτοβουλία «Startup Europe»[8] και άλλους φορείς, ώστε να εξασφαλίζεται η απρόσκοπτη παροχή υποστήριξης και συμβουλών, μεταξύ άλλων και από τις εθνικές, περιφερειακές και τοπικές αρχές και δομές υποστήριξης. Η μεταφορά βέλτιστων πρακτικών, τεχνογνωσίας και δεξιοτήτων μπορεί επίσης να πραγματοποιηθεί απευθείας από τις ψηφιακές ΜΜΕ σε ΜΜΕ άλλων τομέων.

Όπως ανακοινώθηκε στην **ευρωπαϊκή στρατηγική για τα δεδομένα**[9], η Επιτροπή θα εργαστεί για την ευρύτερη προσβασιμότητα των δεδομένων και για τη ροή δεδομένων μεταξύ επιχειρήσεων και

[7] Έκθεση της ομάδας εργασίας «Κόμβοι ψηφιακής καινοτομίας», 2018 — https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/dihs_access_to_finance_report_final.pdf

[8] Η «Startup Europe» είναι μια πρωτοβουλία της ΕΕ για τη σύνδεση τοπικών κόμβων νεοφυών επιχειρήσεων σε ολόκληρη την Ευρώπη — https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/startup-europe

[9] COM(2020) 66 final της 19.2.2020.

δημόσιων διοικήσεων, με τη δημιουργία κοινών ευρωπαϊκών χώρων δεδομένων για την αξιόπιστη και ασφαλή ανταλλαγή δεδομένων. Θα εξασφαλιστεί δίκαιη πρόσβαση για όλες τις επιχειρήσεις, ιδίως τις ΜΜΕ. Η Επιτροπή θα εξετάσει επίσης τα ζητήματα που ενδέχεται να προκύψουν σε σχέση με τα δικαιώματα χρήσης συμπαραγόμενων δεδομένων, ιδίως από το βιομηχανικό διαδίκτυο των πραγμάτων, ώστε να αποφευχθούν πιθανά μειονεκτήματα για τις ΜΜΕ. Επιπλέον, θα ασχοληθεί με την υιοθέτηση του υπολογιστικού νέφους από τις ΜΜΕ, για παράδειγμα μέσω μιας ειδικής αγοράς για υπηρεσίες υπολογιστικού νέφους η οποία θα εξασφαλίζει δίκαιους συμβατικούς όρους.

Αξιοποίηση του ταλέντου και της διανοητικής ιδιοκτησίας

Οι ΜΜΕ μπορεί επίσης να συναντήσουν δυσκολίες όσον αφορά, αφενός, την ανάπτυξη στρατηγικών **διανοητικής ιδιοκτησίας** με σκοπό να προστατεύσουν τις επενδύσεις τους στον τομέα της έρευνας και της ανάπτυξης και, αφετέρου, την άντληση αναπτυξιακών κεφαλαίων, παρόλο που τα στοιχεία αυτά έχουν καθοριστική σημασία για τη διττή μετάβαση. Μόνο το 9 % των ΜΜΕ προστατεύουν τη διανοητική ιδιοκτησία τους, καθώς δεν γνωρίζουν τις σχετικές ενωσιακές και εθνικές πρωτοβουλίες ή φοβούνται την πολυπλοκότητα και το κόστος που συνεπάγονται η κατοχύρωση και η επιβολή των σχετικών δικαιωμάτων. Το επικείμενο **σχέδιο δράσης για τη διανοητική ιδιοκτησία** θα προτείνει μέτρα που θα βελτιώνουν την αποτελεσματικότητα του συστήματος διανοητικής ιδιοκτησίας για τις ΜΜΕ, μέσω δράσεων που θα απλουστεύουν τις διαδικασίες καταχώρισης της διανοητικής ιδιοκτησίας (π.χ. μεταρρύθμιση της ενωσιακής νομοθεσίας για τα βιομηχανικά σχέδια και υποδείγματα)· θα διευκολύνουν την πρόσβαση σε στρατηγικές συμβουλές για θέματα διανοητικής ιδιοκτησίας (π.χ. καθιστώντας υποχρεωτική την παροχή τέτοιων συμβουλών για κάθε χρηματοδότηση έργων έρευνας και ανάπτυξης σε επίπεδο ΕΕ) και, τέλος, θα απλουστεύουν τη χρήση της διανοητικής ιδιοκτησίας ως μοχλού για την απόκτηση πρόσβασης σε χρηματοδότηση.

Στο πλαίσιο της ψηφιακής μετάβασης και της μετάβασης στη βιωσιμότητα, τόσο οι νεοφυείς επιχειρήσεις όσο και οι καθιερωμένες ΜΜΕ αντιμετωπίζουν την πρόκληση που συνιστά η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού. Συχνά δεν διαθέτουν τους ίδιους πόρους με τις μεγάλες επιχειρήσεις ώστε να μπορούν να επενδύουν στην κατάρτιση των εργαζομένων τους. Πάνω από το 70 % των επιχειρήσεων αναφέρουν ότι η πρόσβαση σε ταλαντούχο δυναμικό συνιστά εμπόδιο για την πραγματοποίηση νέων επενδύσεων σε ολόκληρη την ΕΕ[10]. Η διαθεσιμότητα ειδικευμένου προσωπικού ή έμπειρων διευθυντικών στελεχών παραμένει το σημαντικότερο πρόβλημα για το ένα τέταρτο των ΜΜΕ της ΕΕ[11]. Η έλλειψη δεξιοτήτων είναι ιδιαίτερα αισθητή στον τομέα της ψηφιοποίησης και των νέων τεχνολογιών, δεδομένου ότι το 35 % του εργατικού δυναμικού διαθέτει ελάχιστες ή μηδενικές ψηφιακές δεξιότητες.

Τα κράτη μέλη και οι κοινωνικοί εταίροι καλούνται να διαδραματίσουν καίριο ρόλο, και η ΕΕ μπορεί να βοηθήσει περαιτέρω στην αντιμετώπιση αυτών των προκλήσεων, διευκολύνοντας την πρόσβαση στην κατάρτιση και την αντιστοίχιση της ζήτησης ταλαντούχου προσωπικού από τις ΜΜΕ με την προσφορά στην αγορά εργασίας. Η επιχειρηματική εκπαίδευση και κατάρτιση, που ενισχύει τις επιχειρηματικές γνώσεις και δεξιότητες, διαδραματίζει καίριο ρόλο στην προετοιμασία των ΜΜΕ για την ενιαία αγορά. Οι εκπαιδευτικές δράσεις και οι δραστηριότητες αναβάθμισης των δεξιοτήτων έχουν ουσιαστική σημασία για όλα τα διευθυντικά στελέχη και τους εργαζομένους των ΜΜΕ, με ιδιαίτερη έμφαση στην ενδυνάμωση των γυναικών και των κοριτσιών ώστε να ιδρύουν εταιρείες και στη βελτίωση της ισόρροπης εκπροσώπησης των φύλων στο επίπεδο των ιδρυτικών και διευθυντικών στελεχών επιχειρήσεων[12].

Η Επιτροπή, με την υποστήριξη του προγράμματος «Ψηφιακή Ευρώπη» και αξιοποιώντας τις εμπειρίες της πλατφόρμας «Συνασπισμός για τις ψηφιακές δεξιότητες και θέσεις εργασίας», θα αναπτύξει **κύκλους εντατικών ψηφιακών μαθημάτων** για τους εργαζομένους των ΜΜΕ, ώστε να

[10] Έκθεση της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων (ΕΤΕπ) για τις επενδύσεις την περίοδο 2018/2019.
[11] Έρευνα σχετικά με την πρόσβαση των επιχειρήσεων στη χρηματοδότηση (SAFE), 2019.
[12] Στρατηγική για την ισότητα των φύλων 2020-2025 [COM(2020) 152 final της 4.3.2020].

αποκτήσουν επαρκείς γνώσεις σε τομείς όπως η τεχνητή νοημοσύνη, η κυβερνοασφάλεια ή η τεχνολογία blockchain. Οι κόμβοι ψηφιακής καινοτομίας θα λειτουργούν ως ενδιάμεσοι φορείς μεταξύ των ΜΜΕ και των πανεπιστημίων / παρόχων κατάρτισης σε τοπικό επίπεδο. Οι δραστηριότητες εκκόλαψης επιχειρήσεων θα βοηθήσουν τις ΜΜΕ να ενταχθούν σε οικοσυστήματα που έχουν ως επίκεντρο τα δεδομένα.

Η Επιτροπή θα δρομολογήσει επίσης ένα πρόγραμμα για «**ψηφιακούς εθελοντές**», το οποίο θα δώσει τη δυνατότητα σε προσοντούχους νέους και πεπειραμένους ηλικιωμένους να μοιραστούν τις ψηφιακές τους ικανότητες με παραδοσιακές επιχειρήσεις. Επιπλέον, θα στηρίξει και θα συνδέσει τους διαμεσολαβητές των ΜΜΕ, όπως οι συνεργατικοί σχηματισμοί, το δίκτυο EEN και το κέντρο EREK, ώστε να βοηθήσει το προσωπικό των ΜΜΕ να αναβαθμίσει τις δεξιότητές του ως προς τη βιωσιμότητα.

Η Επιτροπή θα επικαιροποιήσει το θεματολόγιο δεξιοτήτων για την Ευρώπη, μεταξύ άλλων με τη θέσπιση ενός συμφώνου δεξιοτήτων, το οποίο θα περιλαμβάνει **ειδική συνιστώσα για τις ΜΜΕ.** Η επαγγελματική εκπαίδευση και κατάρτιση (ΕΕΚ) έχει ιδιαίτερη σημασία για τις ΜΜΕ, προκειμένου να εξασφαλιστεί ότι το εργατικό δυναμικό τους διαθέτει τις δεξιότητες που απαιτούνται στην αγορά εργασίας. Επιπλέον, τα κράτη μέλη και οι περιφέρειες θα ενθαρρυνθούν να αξιοποιήσουν το μελλοντικό Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο+ και τις νέες δυνατότητες να επενδύσουν κονδύλια του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης με σκοπό την ανάπτυξη δεξιοτήτων στους τομείς της έξυπνης εξειδίκευσης, της βιομηχανικής μετάβασης και της επιχειρηματικότητας.

Η συνεργατική οικονομία δημιουργεί ευκαιρίες σε τομείς όπως η κινητικότητα και η στέγαση τόσο για τις καινοτόμες πλατφόρμες ΜΜΕ που διαμεσολαβούν μεταξύ παρόχων και αποδεκτών των υπηρεσιών όσο και για τις ΜΜΕ-παρόχους υπηρεσιών που αποκτούν πρόσβαση σε ευρύτερους κύκλους πελατών. Η Επιτροπή, σε συνέχεια της ανακοίνωσής της του 2016 για τη συνεργατική οικονομία[13], θα εξακολουθήσει να εξετάζει το ενδεχόμενο μιας πρωτοβουλίας η οποία θα εστιάζεται στις υπηρεσίες βραχυπρόθεσμης εκμίσθωσης καταλυμάτων (τον μεγαλύτερο τομέα συνεργατικής οικονομίας), με σκοπό την προώθηση της ισορροπημένης και υπεύθυνης ανάπτυξης της συνεργατικής οικονομίας σε ολόκληρη την ενιαία αγορά με πλήρη σεβασμό των δημόσιων συμφερόντων.

ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ

- Η Επιτροπή θα αναβαθμίσει το δίκτυο **«Enterprise Europe Network»**, μεταξύ άλλων με την παροχή ειδικών **συμβούλων βιωσιμότητας** και άλλων υπηρεσιών βιωσιμότητας.
- Η Επιτροπή θα αναπτύξει **κύκλους εντατικών ψηφιακών μαθημάτων** για τους εργαζομένους των ΜΜΕ, ώστε να αποκτήσουν επαρκείς γνώσεις σε τομείς όπως η τεχνητή νοημοσύνη, η κυβερνοασφάλεια ή η τεχνολογία blockchain.
- Η Επιτροπή θα δρομολογήσει ένα πρόγραμμα για «**ψηφιακούς εθελοντές**», το οποίο θα δώσει τη δυνατότητα σε προσοντούχους νέους και πεπειραμένους ηλικιωμένους να μοιραστούν τις ψηφιακές τους ικανότητες με παραδοσιακές επιχειρήσεις.
- Η Επιτροπή θα επικαιροποιήσει το **θεματολόγιο δεξιοτήτων για την Ευρώπη**, μεταξύ άλλων με τη θέσπιση ενός συμφώνου δεξιοτήτων, το οποίο θα περιλαμβάνει ειδική συνιστώσα για τις ΜΜΕ, και θα προτείνει σύσταση του Συμβουλίου για τον εκσυγχρονισμό της επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης.
- Η Επιτροπή θα επεκτείνει τους **κόμβους ψηφιακής καινοτομίας** σε συνάρτηση με την πρωτοβουλία «Startup Europe» και το δίκτυο EEN, και θα μεριμνά για την απρόσκοπτη παροχή υπηρεσιών στο πλαίσιο των τοπικών και περιφερειακών οικοσυστημάτων.
- Η Επιτροπή θα διαθέσει τουλάχιστον 300 εκατ. ευρώ για την ενθάρρυνση πρωτοποριακών καινοτομιών στο πλαίσιο της Πράσινης Συμφωνίας υπό την αιγίδα του **Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Καινοτομίας.**

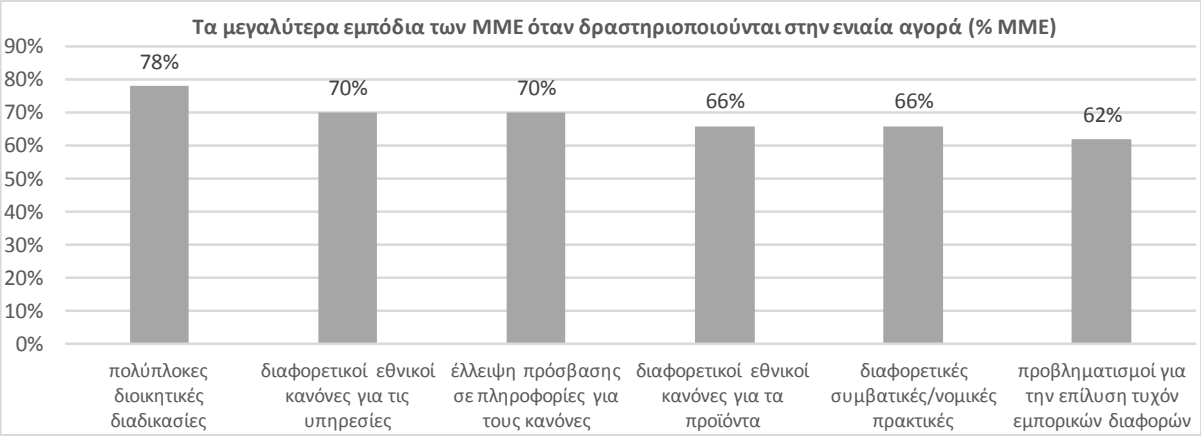
[13] COM(2016) 356 final της 2.6.2016.

- Για τις ΜΜΕ που δραστηριοποιούνται κατά κύριο λόγο στην παροχή υπηρεσιών βραχυπρόθεσμης εκμίσθωσης καταλυμάτων, η Επιτροπή θα συνεχίσει να εξετάζει το ενδεχόμενο ανάληψης **πρωτοβουλίας για τη συνεργατική οικονομία**.

3. Μείωση του κανονιστικού φόρτου και βελτίωση της πρόσβασης στην αγορά

Η ενιαία αγορά είναι η αγορά που πρωτίστως επιλέγουν οι ευρωπαϊκές ΜΜΕ για τις δραστηριότητές τους. Αντιπροσωπεύει το 70 % της αξίας των εξαγωγών αγαθών από ΜΜΕ και το 80 % του συνόλου των πωλήσεων που πραγματοποιούν εξαγωγικές ΜΜΕ σε άλλα κράτη μέλη[14]. Ωστόσο, ο αριθμός των ΜΜΕ που εξάγουν σε άλλα κράτη μέλη θα μπορούσε να είναι πολύ μεγαλύτερος: π.χ., μόνο το 17 % του συνόλου των ΜΜΕ του μεταποιητικού τομέα εξάγουν εντός της ενιαίας αγοράς[15]. Όπως προκύπτει από την ανακοίνωση για τους φραγμούς στην ενιαία αγορά, οι ΜΜΕ είναι εκείνες που πλήττονται περισσότερο από τα συνεχιζόμενα εμπόδια.

Η συμμόρφωση με **κανονισμούς, πρότυπα, ετικέτες και διοικητικές διατυπώσεις** επηρεάζει τις ΜΜΕ περισσότερο από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις λόγω των περιορισμένων οικονομικών και ανθρώπινων πόρων τους. Ενδεικτικά, στον τομέα των επιχειρηματικών υπηρεσιών, οι δαπάνες στις οποίες υποβάλλονται οι ΜΜΕ για να συμμορφωθούν με τις διοικητικές διατυπώσεις μπορούν να ανέλθουν σε 10 000 ευρώ[16]. Παρά την πρόοδο που έχει σημειωθεί από την ανάληψη της πρωτοβουλίας «Small Business Act», ο σωρευτικός αντίκτυπος των κανονιστικών ρυθμίσεων εξακολουθεί να αποτελεί μείζον πρόβλημα για τις ΜΜΕ.



Πηγή: Eurochambres, Έρευνα για τις επιχειρήσεις, 2019.

Οι ευρωπαϊκές ΜΜΕ θεωρούν ότι η νομοθεσία είναι περίπλοκη και επαχθής, ιδίως λόγω των διαφορετικών διαδικασιών στα κράτη μέλη. Αυτά τα εμπόδια αποτρέπουν πολλές ΜΜΕ από τη δραστηριοποίησή τους σε διασυνοριακό επίπεδο και την επέκτασή τους. Ωστόσο, ακόμη και όταν το επιχειρούν, συχνά χρησιμοποιούν ως ενδιάμεσους φορείς μεγάλες πλατφόρμες, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται άνισα επίπεδα διαπραγματευτικής ισχύος.

Η αντιμετώπιση αυτών των εμποδίων αποτελεί κοινή ευθύνη της ΕΕ και των κρατών μελών. Μεγάλο μέρος του φόρτου οφείλεται στην εθνική νομοθεσία, και είναι σημαντικό να αξιολογηθεί ο αντίκτυπος των «μέτρων κανονιστικού υπερθεματισμού» στις ΜΜΕ[17]. Τα κράτη μέλη, από κοινού με

[14] Ετήσια έκθεση για τις ευρωπαϊκές ΜΜΕ με τίτλο «SMEs growing beyond borders».
[15] Ενημερωτικό δελτίο σχετικά με την πρωτοβουλία «Small Business Act» για την ΕΕ-28.
[16] Ecorys, «Administrative formalities and costs involved in accessing markets cross-border for provisions of accountancy, engineering and architecture services», 2017.
[17] Η νομοθεσία της ΕΕ μπορεί να αφήνει ένα περιθώριο ευελιξίας όσον αφορά την εναρμόνιση και/ή την πρακτική των κρατών μελών («κανονιστικός υπερθεματισμός») [COM(2020) 93 final της10.3.2020].

την Επιτροπή, πρέπει να συνεχίσουν να εφαρμόζουν αυστηρά τις αρχές «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις»[18], «Μόνον άπαξ»[19] και «Εξ ορισμού ψηφιακά»[20].

Από την πλευρά της, η Επιτροπή δεσμεύεται ότι θα μειώσει την επιβάρυνση των ΜΜΕ και θα ενισχύσει τη φωνή τους σε όλο το εύρος του κύκλου βελτίωσης της νομοθεσίας. Βάσει του προγράμματος βελτίωσης της καταλληλότητας και της αποδοτικότητας του κανονιστικού πλαισίου (REFIT), η Επιτροπή ελέγχει συστηματικά την **ισχύουσα νομοθεσία της ΕΕ**, έχοντας ως στόχο να μειώσει τις επιβαρύνσεις και να απλουστεύσει τη νομοθεσία. Η Επιτροπή θα διενεργεί συστηματικότερα ελέγχους καταλληλότητας, αναζητώντας τρόπους για την ψηφιοποίηση, την απλούστευση και την επίτευξη των στόχων με το χαμηλότερο κόστος προς όφελος των ΜΜΕ. Επιπλέον, η νέα πλατφόρμα «Fit for Future»[21] θα εξετάζει την ισχύουσα νομοθεσία της ΕΕ για να εντοπίζει τυχόν περιθώρια απλούστευσης και μείωσης του διοικητικού φόρτου.

Για τη **νέα νομοθεσία**, το πρόγραμμα REFIT θα συμπληρωθεί και θα ενισχυθεί με την εισαγωγή της αρχής «για κάθε θέσπιση, μία κατάργηση». Σκοπός είναι να διασφαλιστεί ότι η ενωσιακή νομοθεσία παράγει οφέλη χωρίς να επιβάλλει περιττές επιβαρύνσεις στους πολίτες και τις επιχειρήσεις. Το τεστ ΜΜΕ αποτελεί ήδη μέρος της τακτικής αξιολόγησης και θα συνεχίσει να εφαρμόζεται για όλες τις σχετικές προτάσεις της Επιτροπής.

Οι ΜΜΕ επιβαρύνονται ιδιαίτερα από το κόστος που συνεπάγεται η συμμόρφωσή τους με τη νομοθεσία, δεδομένων των περιορισμένων ανθρώπινων και οικονομικών πόρων τους. Για να εξασφαλιστεί ότι η νέα νομοθεσία θα είναι φιλική προς τις ΜΜΕ, **ο απεσταλμένος της ΕΕ για τις ΜΜΕ**[22] θα φιλτράρει τις πρωτοβουλίες της ΕΕ, σε συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη των ΜΜΕ, ώστε να επισημαίνει στην Επιτροπή τις πρωτοβουλίες που χρήζουν ιδιαίτερης προσοχής από τη σκοπιά των ΜΜΕ. Σ' αυτό το πλαίσιο, ο απεσταλμένος της ΕΕ για τις ΜΜΕ θα συνεισφέρει επίσης την εμπειρογνωμοσύνη που έχει αποκτηθεί σε εθνικό επίπεδο από το δίκτυο απεσταλμένων για τις ΜΜΕ. Τα μέτρα αυτά φιλοδοξούν το σύνολο της μελλοντικής νομοθεσίας, τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε εθνικό επίπεδο, να καταρτίζεται με γνώμονα τον τελικό χρήστη, μέσω του εντοπισμού πιθανών εμποδίων και του έγκαιρου μετριασμού τους, π.χ. με τη χρήση ψηφιακών εργαλείων. Ο απεσταλμένος της ΕΕ για τις ΜΜΕ θα έχει επίσης ειδικό ρόλο στη νέα πλατφόρμα «Fit for Future», συνεισφέροντας την οπτική των ΜΜΕ για τον εντοπισμό στοιχείων της ισχύουσας νομοθεσίας που είναι ιδιαίτερα επαχθή για τις ΜΜΕ. Ο απεσταλμένος της ΕΕ για τις ΜΜΕ θα προτείνει στην Επιτροπή εύχρηστες λύσεις που θα μπορούσαν να ληφθούν υπόψη για τη συμμόρφωση με τη νομοθεσία.

Η διασφάλιση της συμμόρφωσης με τους κανόνες της ενιαίας αγοράς έχει ιδιαίτερη σημασία για τις ΜΜΕ, καθώς συχνά πλήττονται δυσανάλογα από διασυνοριακούς περιορισμούς. Το σχέδιο δράσης για την επιβολή της νομοθεσίας περιλαμβάνει κατάλογο πρωτοβουλιών που αποβλέπουν στην επίλυση αυτών των ζητημάτων, όπως τη σύσταση της ειδικής ομάδας για την επιβολή των κανόνων της ενιαίας αγοράς, με τη συμβολή του απεσταλμένου της ΕΕ για τις ΜΜΕ και του δικτύου εθνικών απεσταλμένων για τις ΜΜΕ. Η Επιτροπή θα παρακολουθεί τα κράτη μέλη και, σε συνεργασία μ' αυτά, δεν θα διστάσει να λάβει αυστηρά μέτρα επιβολής, όπου είναι αναγκαίο, προκειμένου να διασφαλίσει ότι η ενιαία αγορά λειτουργεί προς όφελος των ΜΜΕ. Οι ΜΜΕ επιβαρύνονται με

[18] Η αρχή «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» υπενθυμίζει ότι τα συμφέροντα των ΜΜΕ πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τη χάραξη πολιτικής, τόσο σε ενωσιακό όσο και σε εθνικό επίπεδο.

[19] Σύμφωνα με την αρχή «Μόνον άπαξ», οι πολίτες και οι επιχειρήσεις υποβάλλουν διάφορα δεδομένα σε μια δημόσια διοίκηση μόνο μία φορά.

[20] Η αρχή «Εξ ορισμού ψηφιακά» αποσκοπεί στη μείωση του διοικητικού φόρτου, καθιστώντας την ψηφιακή παροχή υπηρεσιών την εξ ορισμού επιλογή των δημόσιων διοικήσεων.

[21] Θα συσταθεί νέα ομάδα υψηλού επιπέδου, η οποία θα αντικαταστήσει την πλατφόρμα REFIT.

[22] Ο απεσταλμένος της ΕΕ για τις ΜΜΕ, αφενός, διασφαλίζει τη σύνδεση μεταξύ της χάραξης πολιτικής για τις ΜΜΕ σε επίπεδο ΕΕ και των εθνικών απεσταλμένων για τις ΜΜΕ / εθνικών φορέων που έχουν την αρμοδιότητα της πολιτικής για τις ΜΜΕ και, αφετέρου, προεδρεύει στο δίκτυο εθνικών απεσταλμένων για τις ΜΜΕ.

αναλογικά υψηλότερο κόστος φορολογικής συμμόρφωσης απ' ό,τι οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις[23] και η έλλειψη φορολογικής εναρμόνισης παραμένει ένα από τα κύρια εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις όταν δραστηριοποιούνται σε διασυνοριακό επίπεδο.

Επιπλέον, η αυστηρή εφαρμογή των ενωσιακών κανόνων ανταγωνισμού εξασφαλίζει ότι όλες οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ενιαία αγορά, και ιδίως οι ΜΜΕ, μπορούν να ανταγωνίζονται και να καινοτομούν με βάση τις ικανότητές τους, αποτρέποντας την κατάχρηση ισχύος στην αγορά και τη συγκέντρωση πλούτου σε ελάχιστες μεγάλες επιχειρήσεις.

Άρση των φραγμών μέσω εταιρικών σχέσεων και πειραματικών δράσεων σε επίπεδο πολιτικής

Μια σημαντική πρόκληση για την Ευρώπη είναι η σχετική έλλειψη ταχέως αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων που να είναι επιτυχημένες. Στις Ηνωμένες Πολιτείες υπάρχει τριπλάσιος αριθμός ταχέως αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων απ' ό,τι στην Ευρώπη[24]. Οι ευρωπαϊκές νεοφυείς και ταχέως αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν αρκετές προκλήσεις στην πράξη, στην προσπάθειά τους να προσελκύσουν και να διατηρήσουν το ταλαντούχο δυναμικό, να εξασφαλίσουν ευκαιρίες αγοράς και να αυξήσουν τα έσοδά τους. Πολλά κράτη μέλη αναμετρήθηκαν επιτυχώς μ' αυτές τις προκλήσεις, και εφαρμόζονται ήδη πολλές ορθές πρακτικές. Ο πολλαπλασιασμός τους σε ολόκληρη την ΕΕ θα δώσει σημαντική ώθηση στην ανάπτυξη νεοφυών επιχειρήσεων και τη μεγέθυνση των ΜΜΕ.

Υπό αυτό το πρίσμα, η Επιτροπή, σε στενή συνεργασία με τα κράτη μέλη και τα ενδιαφερόμενα μέρη, όπως το φόρουμ του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Καινοτομίας, θα προωθήσει τις βέλτιστες πρακτικές και θα δρομολογήσει μια νέα πολιτική πρωτοβουλία, το **ενωσιακό πρότυπο εθνών νεοφυών επιχειρήσεων**, που θα καλεί τα κράτη μέλη να εφαρμόσουν τις εν λόγω πρακτικές σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο. Ο φιλόδοξος στόχος είναι να καταστεί η Ευρώπη η **πιο ελκυστική ήπειρος για τις νεοφυείς και τις ταχέως αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις**. Η πρωτοβουλία θα εστιάζεται στη διευκόλυνση της έναρξης και της επέκτασης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων σε διασυνοριακό επίπεδο, στον εξορθολογισμό της εφαρμογής των κανόνων σχετικά με τις διαδικασίες για τις αιτήσεις θεώρησης και τις άδειες διαμονής όσον αφορά το ταλαντούχο δυναμικό από τρίτες χώρες, στην ελκυστικότερη χορήγηση μετοχικών δικαιωμάτων προαίρεσης σε εργαζόμενους, στην προώθηση της δημιουργίας επιχειρήσεων και της μεταφοράς τεχνολογίας από πανεπιστήμια, στην αύξηση της πρόσβασης σε χρηματοδότηση με σκοπό την επέκταση των επιχειρήσεων, καθώς και στην προώθηση διασυνοριακών ψηφιακών εργαλείων και πλατφορμών. Η Επιτροπή, για να συμπληρώσει αυτά τα μέτρα, θα εξετάσει στο πλαίσιο διαβουλεύσεων και θα αξιολογήσει την ανάγκη για πρόσθετα μέτρα εταιρικού δικαίου με σκοπό τη διευκόλυνση της διασυνοριακής επέκτασης και της μεγέθυνσης των ΜΜΕ.

Ορισμένες ιδιαίτερα καινοτόμες λύσεις δεν προτείνονται καν λόγω κανονιστικών ρυθμίσεων οι οποίες ενδέχεται να είναι παρωχημένες ή να μην ανταποκρίνονται επαρκώς στις ταχέως εξελισσόμενες τεχνολογίες. Ένας τρόπος για την αντιμετώπιση αυτού του προβλήματος είναι μέσω **ρυθμιστικών δοκιμαστηρίων**. Τα δοκιμαστήρια αυτά δίνουν τη δυνατότητα να υποβληθούν καινοτόμες λύσεις που δεν προβλέπονται ήδη σε κανονισμούς ή κατευθυντήριες γραμμές σε ζωντανή δοκιμή με τη συμμετοχή εποπτικών και ρυθμιστικών αρχών, υπό τον όρο ότι πληρούνται οι κατάλληλες προϋποθέσεις, π.χ. να εξασφαλίζεται ίση μεταχείριση. Τα ρυθμιστικά δοκιμαστήρια παρέχουν επικαιροποιημένες πληροφορίες στις ρυθμιστικές και εποπτικές αρχές, καθώς και πείρα σε σχέση με τις νέες τεχνολογίες, ενώ παράλληλα καθιστούν εφικτή την εφαρμογή πειραματικών δράσεων σε επίπεδο πολιτικής. Ορισμένα κράτη μέλη έχουν ήδη πειραματιστεί με τα ρυθμιστικά δοκιμαστήρια όσον αφορά τις καινοτόμες χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες.

[23] Μελέτη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής του 2018 σχετικά με το κόστος φορολογικής συμμόρφωσης για τις ΜΜΕ.
[24] Mind the Bridge, «Tech Scaleup Europe», έκθεση του 2019.

Η οδηγία για τις υπηρεσίες αποτελεί βασική πράξη για την καταπολέμηση των φραγμών της αγοράς. **Οι εταιρικές σχέσεις μεταξύ παραμεθόριων περιφερειών**, οι οποίες αποσκοπούν στην ενίσχυση της συνεργασίας των περιφερειακών αρχών, μπορούν να βοηθήσουν τις ΜΜΕ να υπερβούν τους φραγμούς στην αγορά κατά την παροχή υπηρεσιών. Η δημοσίευση σχετικής πρόσκλησης υποβολής προτάσεων αναμένεται ότι θα οδηγήσει στον καθορισμό τριών πιλοτικών περιοχών έως το τέλος του 2020, στις οποίες οι περιφέρειες-εταίροι από κοινού θα βελτιώνουν, θα ευθυγραμμίζουν ή θα συντονίζουν τους κανόνες και τις διαδικασίες για τη διασυνοριακή παροχή υπηρεσιών, π.χ. όσον αφορά την απόσπαση εργαζομένων και τη χρήση ψηφιακών εργαλείων.

Η Επιτροπή θα συμπληρώσει τις προσπάθειες αυτές ενθαρρύνοντας τα κράτη μέλη να εφαρμόσουν την **ενιαία ψηφιακή πύλη**[25] με τρόπο φιλικό προς τις ΜΜΕ. Τα κράτη μέλη θα πρέπει να έχουν ως στόχο να παρέχουν στις ΜΜΕ εύκολη διαδικτυακή πρόσβαση σε πληροφορίες, διαδικασίες και υπηρεσίες υποστήριξης για όλα τα ερωτήματά τους που αφορούν την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας σε διασυνοριακό επίπεδο, συμπεριλαμβανομένης της παροχής συμβουλών για τις δημόσιες συμβάσεις και τις πηγές χρηματοδότησης. Τα κράτη μέλη θα πρέπει να συγκεντρώνουν τις υπηρεσίες τους σε μια **υπηρεσία ενιαίας εξυπηρέτησης**, ώστε να παρέχουν στις ΜΜΕ συντονισμένη απάντηση σε όλα αυτά τα ερωτήματα.

Ποσοστό έως 71 % των ΜΜΕ που δοκίμασαν το υφιστάμενο σύστημα αμοιβαίας αναγνώρισης για τα μη εναρμονισμένα αγαθά[26] ήρθε αντιμέτωπο με απόφαση άρνησης πρόσβασης στην αγορά[27]. Η Επιτροπή, έπειτα από συζητήσεις με την ομάδα εμπειρογνωμόνων των κρατών μελών για την αμοιβαία αναγνώριση, θα εργαστεί για την προώθηση **«συμμαχιών αμοιβαίας αναγνώρισης»** μεταξύ των κρατών μελών σε τομείς όπως τα συμπληρώματα διατροφής και τα κοσμήματα.

Στο ποικίλο βιομηχανικό τοπίο, **οι τομείς του διαστήματος και της άμυνας** έχουν καίρια σημασία για τη στρατηγική και την τεχνολογική αυτοδυναμία της ΕΕ και παρέχουν μεγάλες δυνατότητες στις ευρωπαϊκές ΜΜΕ. Ωστόσο, οι αλυσίδες εφοδιασμού στον τομέα της άμυνας έχουν δημιουργηθεί πρωτίστως σε εθνική βάση. Επομένως, η Επιτροπή θα ενισχύσει τη διασυνοριακή συνεργασία και την είσοδο νέων παραγόντων, μεγιστοποιώντας τις δυνατότητες του Ευρωπαϊκού Ταμείου Άμυνας. Ειδικότερα, οι δράσεις αυτές θα περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, προσκλήσεις υποβολής προτάσεων ειδικά για τις ΜΜΕ, σύστημα πριμοδότησης και κριτήρια ανάθεσης ειδικά για τις ΜΜΕ, καθώς και σύνδεση των ΜΜΕ με την ευρύτερη αμυντική κοινότητα. Το Ταμείο θα συμβάλει στο άνοιγμα των αλυσίδων εφοδιασμού στον τομέα της άμυνας, συνδέοντας τους μεγάλους παρόχους ολοκληρωμένων συστημάτων με το σύνολο του οικοσυστήματος των ΜΜΕ του αμυντικού τομέα σε ολόκληρη την Ένωση. Η Επιτροπή θα χαρτογραφήσει επίσης τα πλεονεκτήματα των σχετικών οργανισμών έρευνας και τεχνολογίας και των πανεπιστημίων που μπορούν να στηρίξουν καινοτόμες νεοφυείς επιχειρήσεις και ΜΜΕ στον συγκεκριμένο τομέα.

Η Επιτροπή έχει επίσης ως στόχο να αυξήσει τον αριθμό των νεοφυών και ταχέως αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων στον **τομέα του διαστήματος**, οι οποίες εκμεταλλεύονται εμπορικά τις διαστημικές τεχνολογίες της ΕΕ. Η Επιτροπή θα προωθήσει, μέσω του διαστημικού προγράμματος της ΕΕ, την ανάδειξη ενός ευρωπαϊκού νέου διαστημικού οικοσυστήματος με σκοπό την προώθηση της επιχειρηματικότητας. Η νέα πρωτοβουλία «CASSINI» για την επιχειρηματικότητα στον τομέα του διαστήματος θα συνενώσει υπηρεσίες όπως η επιτάχυνση, η εκκόλαψη επιχειρήσεων, η παροχή κεφαλαίων εκκίνησης και η σύναψη προεμπορικών δημόσιων συμβάσεων.

[25] Ο κανονισμός (ΕΕ) 2018/1724 θεσπίζει ενιαία ψηφιακή πύλη με σκοπό την παροχή πληροφοριών, διαδικασιών και υπηρεσιών υποστήριξης και επίλυσης προβλημάτων για τους χρήστες στις χώρες τους και σε διασυνοριακό επίπεδο.

[26] Αγαθά που δεν έχουν εναρμονιστεί δυνάμει ενωσιακής νομοθεσίας, όπως τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα, τα υποδήματα, τα είδη παιδικής φροντίδας, τα κοσμήματα, τα επιτραπέζια σκεύη ή τα έπιπλα.

[27] COM(2020) 93 final της 10.3.2020.

Επιπλέον, οι **δημόσιες συμβάσεις** προσφέρουν ανεκμετάλλευτες ευκαιρίες εντός της ενιαίας αγοράς για τις ΜΜΕ, συμπεριλαμβανομένων των νεοφυών επιχειρήσεων, οι οποίες δυσκολεύονται να ανταγωνιστούν με επιτυχία στο πλαίσιο των δημόσιων διαγωνισμών. Υπάρχουν δύο είδη προκλήσεων: αφενός, ο δημόσιος τομέας είναι σχετικά απρόθυμος να αναλαμβάνει κινδύνους και συχνά δεν διαθέτει τις δεξιότητες που απαιτούνται για να προμηθευτεί καινοτομία· αφετέρου, πολλοί οικονομικοί φορείς, και ιδίως ΜΜΕ, θεωρούν τους δημόσιους διαγωνισμούς πολύπλοκους ή ακατάλληλους για τις επιδιώξεις τους.

Για να αντιμετωπιστεί η κατάσταση αυτή, η Επιτροπή καλεί τα κράτη μέλη και τις αναθέτουσες αρχές τους να χρησιμοποιούν την **ευελιξία που παρέχει το νέο πλαίσιο της ΕΕ για τις δημόσιες συμβάσεις.** Αυτό περιλαμβάνει την κατάτμηση των μεγαλύτερων συμβάσεων σε μικρότερες παρτίδες, την επέκταση των στρατηγικών προμηθειών, και ιδίως των συμβάσεων προμήθειας καινοτομίας, τη διατήρηση των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας, όπου είναι σκόπιμο, στις ΜΜΕ ώστε να μπορούν να τα εκμεταλλευτούν εμπορικά και, τέλος, την ολοκλήρωση της ψηφιοποίησης των οικείων διαδικασιών σύναψης συμβάσεων. Η Επιτροπή θα παροτρύνει επίσης τα κράτη μέλη να χρησιμοποιούν ψηφιακές πλατφόρμες για την προώθηση καινοτόμων λύσεων από ΜΜΕ και νεοφυείς επιχειρήσεις, καθώς και τη διασυνοριακή τους πρόσβαση σε δημόσιες συμβάσεις. Η Επιτροπή θα δρομολογήσει επίσης την πρωτοβουλία «**Μεγάλοι αγοραστές και δίκτυα»**, με σκοπό να διευκολύνει την από κοινού αγορά καινοτομίας και βιώσιμων προϊόντων, να προωθήσει την αντιστοίχιση αγοραστών και προμηθευτών καινοτομίας, και να παρακολουθεί την πρόοδο που συντελείται μέσω της συγκριτικής αξιολόγησης σε εθνικό επίπεδο. Επιπλέον, η Επιτροπή θα καθιερώσει ένα σήμα που θα αναρτάται από τους αγοραστές του δημόσιου τομέα οι οποίοι εφαρμόζουν **«φιλικές προς τις ΜΜΕ»** πρακτικές σύναψης δημόσιων συμβάσεων και θα συνεργαστεί με τους διεθνείς εμπορικούς της εταίρους προκειμένου να προωθηθεί η υιοθέτηση των προτύπων της σχετικά με τις δημόσιες συμβάσεις, όπως η ηλεκτρονική τιμολόγηση. Οι ΜΜΕ που παρέχουν καινοτόμα πράσινα προϊόντα και υπηρεσίες μπορούν να υποστηριχθούν από την αυξημένη υιοθέτηση των πράσινων δημόσιων συμβάσεων[28].

Η εξαγορά υφιστάμενης επιχείρησης είναι συχνά πιο συμφέρουσα εναλλακτική λύση από την ίδρυση επιχείρησης. Εκτιμάται ότι, κάθε χρόνο, περίπου 450 000 ΜΜΕ αλλάζουν ιδιοκτησία, κάτι που επηρεάζει πάνω από δύο εκατομμύρια εργαζομένους. Ωστόσο, στο ένα τρίτο των περιπτώσεων η μεταβίβαση δεν είναι επιτυχής, με αποτέλεσμα η Ευρώπη να χάνει περίπου 150 000 επιχειρήσεις και 600 000 θέσεις εργασίας[29]. Οι λόγοι είναι συχνά η έλλειψη έγκαιρης προετοιμασίας, η δυσκολία εξεύρεσης διαδόχου και τα δυσμενή φορολογικά και ρυθμιστικά μέτρα.

Η Επιτροπή θα συνεχίσει τις εργασίες της για τη διευκόλυνση των **μεταβιβάσεων επιχειρήσεων** και θα στηρίξει τα κράτη μέλη στις προσπάθειές τους για τη δημιουργία ενός φιλικού προς τις μεταβιβάσεις επιχειρηματικού περιβάλλοντος[30]. Η πρόσφατα εκδοθείσα οδηγία περί πλαισίου για την προληπτική αναδιάρθρωση και την παροχή δεύτερης ευκαιρίας[31] καθησύχασε πολλές ανησυχίες των επιχειρήσεων που αντιμετωπίζουν δυσχέρειες, και η Επιτροπή θα υποστηρίξει πλέον όλα τα κράτη μέλη κατά τη μεταφορά των διατάξεων της εν λόγω οδηγίας στο εθνικό τους δίκαιο, ώστε οι επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν οικονομικές δυσκολίες να έχουν πρόσβαση σε επαρκείς υπηρεσίες υποστήριξης που θα τις βοηθούν να αποφύγουν την πτώχευση.

Ενίσχυση της δικαιοσύνης στις σχέσεις μεταξύ επιχειρήσεων

Οι ΜΜΕ διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο σε ένα διαρκώς πιο πυκνό δίκτυο μεγάλων εταιρειών, νεοφυών επιχειρήσεων και ΜΜΕ που συνεργάζονται σε όλους τους τομείς και τις αξιακές αλυσίδες

[28] COM(2020) 98 final της 11.3.2020.

[29] Αναγωγή βάσει της τελικής έκθεσης της Business Dynamics με τίτλο «Start-ups, Business transfer and Bankruptcy», 2011, σ. 10 — http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/10448/attachments/1/translations

[30] Οδηγία (ΕΕ) 2019/2121 για τις διασυνοριακές μετατροπές, συγχωνεύσεις και διασπάσεις, η οποία εκδόθηκε στις 27 Νοεμβρίου 2019.

[31] Οδηγία 2019/1023, η οποία εκδόθηκε τον Ιούνιο του 2019.

για τη δημιουργία των προϊόντων και των υπηρεσιών του μέλλοντος. Είναι σημαντικό οι ΜΜΕ και οι νεοφυείς επιχειρήσεις να συμπεριλαμβάνονται στις στρατηγικές αξιακές αλυσίδες της ΕΕ και να ικανοποιούνται οι ιδιαίτερες ανάγκες τους, ώστε να διευκολύνονται οι συνεργασίες τους και η επέκτασή τους σε ολόκληρη την ενιαία αγορά και σε παγκόσμιο επίπεδο.

Λόγω της αυξημένης συγκέντρωσης και της κάθετης ολοκλήρωσης στις αλυσίδες εφοδιασμού, οι κυριότεροι πελάτες των ΜΜΕ είναι συχνά πολύ μεγαλύτεροι οργανισμοί. Αυτό δημιουργεί ασυμμετρίες ως προς τη διαπραγματευτική ισχύ και αυξάνει τον κίνδυνο να υπόκεινται οι μικρές επιχειρήσεις σε αθέμιτες επιχειρηματικές πρακτικές και όρους[32], όπως οι **καθυστερήσεις πληρωμών** και η πρόσβαση σε δεδομένα.

Ενώ η οδηγία για τις καθυστερήσεις πληρωμών έχει μειώσει τις προθεσμίες τόσο για τις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων όσο και για τις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και πλατφορμών, μόνο το 40 % των επιχειρήσεων στην ΕΕ πληρώνονται εγκαίρως[33]. Επιπλέον, οι καθυστερήσεις πληρωμών ευθύνονται για μία στις τέσσερις πτωχεύσεις ΜΜΕ στην ΕΕ. Είναι αναγκαίο να υπάρξει αποφασιστική μεταστροφή προς μια νέα επιχειρηματική νοοτροπία στο πλαίσιο της οποίας η έγκαιρη πληρωμή θα αποτελεί τον κανόνα. Για τον σκοπό αυτό, η Επιτροπή θα στηρίξει την εφαρμογή της οδηγίας για τις καθυστερήσεις πληρωμών, εμπλουτίζοντάς τη με ισχυρά εργαλεία παρακολούθησης και επιβολής. Τα εργαλεία αυτά θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν ένα εικονικό παρατηρητήριο για την παρακολούθηση των καθυστερήσεων πληρωμών, την αποσαφήνιση των αθέμιτων πρακτικών πληρωμής και τη διερεύνηση της σκοπιμότητας εναλλακτικών μηχανισμών επίλυσης διαφορών / διαμεσολάβησης για τις ΜΜΕ, με σκοπό την ταχεία επίλυση των διαφορών που αφορούν πληρωμές στο πλαίσιο εμπορικών συναλλαγών.

Αξιοποίηση των οφελών των παγκόσμιων αγορών

Οι **παγκόσμιες αγορές** αποτελούν σημαντική πηγή ανάπτυξης για τις ΜΜΕ. Ωστόσο, μόνο 600 000 ΜΜΕ, που απασχολούν περίπου 6 εκατομμύρια άτομα, εξάγουν εμπορεύματα εκτός ΕΕ. Στο πλαίσιο πολυμερών και διμερών διαλόγων, η Επιτροπή θα προωθήσει ένα φιλικό προς τις ΜΜΕ περιβάλλον σε τρίτες χώρες μέσω της ανταλλαγής ορθών πρακτικών με τους εμπορικούς της εταίρους. Θα δημιουργήσει επίσης **μια νέα διαδικτυακή πύλη ενημέρωσης** για την ευαισθητοποίηση των ΜΜΕ σχετικά με τις εμπορικές πολιτικές και για την παροχή λεπτομερών πληροφοριών σχετικά με τις τελωνειακές διαδικασίες και διατυπώσεις για τις εξαγωγές σε τρίτες χώρες.

Το εμπορικό άνοιγμα που βασίζεται σε κανόνες ωφελεί περισσότερο τις ΜΜΕ απ' ό,τι τις μεγάλες επιχειρήσεις, οι οποίες διαθέτουν περισσότερους πόρους για να υπερβούν τους εμπορικούς φραγμούς. Για να απλουστευθεί η πρόσβαση των ΜΜΕ στις διεθνείς αγορές, η Επιτροπή διαπραγματεύεται συνεχώς νέες εμπορικές και επενδυτικές συμφωνίες και εξαλείφει τους εμπορικούς φραγμούς που επηρεάζουν δυσανάλογα τις ΜΜΕ. Η Επιτροπή θα εξακολουθήσει να περιλαμβάνει ειδικά κεφάλαια για τις ΜΜΕ σε όλες τις εμπορικές συμφωνίες της, σε συνδυασμό με ειδικά μέτρα που θα δίνουν τη δυνατότητα στις ΜΜΕ να αξιοποιούν τα διάφορα οφέλη, όπως τη σύνδεση των ΜΜΕ μέσω διεθνών συνεργατικών σχηματισμών του εκάστοτε κλάδου, του δικτύου EEN, του κέντρου της ΕΕ για τις ΜΜΕ[34], καθώς και με δράσεις για τη στήριξη των ευρωπαϊκών ΜΜΕ προκειμένου να συμμετέχουν σε δημόσιες συμβάσεις εκτός της ΕΕ.

[32] Έκδοση της ΕΕ του 2018 με τίτλο «A comparative analysis of legal measures vs. soft-law instruments for improving payment behaviour».
[33] Έκδοση της ΕΕ του 2018 με τίτλο «A comparative analysis of legal measures vs. soft-law instruments for improving payment behaviour».
[34] Το κέντρο της ΕΕ για τις ΜΜΕ στο Πεκίνο παρέχει ένα αρχικό στάδιο βοήθειας στις ευρωπαϊκές ΜΜΕ που επιθυμούν να αναπτύξουν την παρουσία τους στην κινεζική αγορά — www.eusmecentre.org.cn.

Οι αντιπροσωπείες της ΕΕ σε χώρες με τις οποίες έχει συνάψει συμφωνία ελευθέρων συναλλαγών (ΣΕΣ) θα παρέχουν στήριξη απαντώντας σε ερωτήματα σχετικά με τις πρακτικές δυσκολίες που συναντούν οι ΜΜΕ όσον αφορά την εφαρμογή της οικείας συμφωνίας.

Η ΕΕ τάσσεται σθεναρά κατά των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, εφαρμόζοντας μέσα εμπορικής άμυνας (ΜΕΑ) όταν οι επιχειρήσεις της ΕΕ, συμπεριλαμβανομένων των ΜΜΕ, ζημιώνονται από εισαγωγές που αποτελούν αντικείμενο ντάμπινγκ ή επιδοτήσεων. Η Επιτροπή αυξάνει τη στήριξη που παρέχει ειδικά στις ΜΜΕ για να διευκολύνει την πρόσβασή τους σε μέσα εμπορικής άμυνας και τη συνεργασία τους με την Επιτροπή κατά τη διάρκεια των ερευνών[35].

Ο επικεφαλής για την εφαρμογή των εμπορικών συμφωνιών, από τη νεοσυσταθείσα θέση του, είναι αρμόδιος, μεταξύ άλλων, να παρακολουθεί και να βελτιώνει τη συμμόρφωση με τις εμπορικές συμφωνίες μας. Έτσι θα ενταθούν περαιτέρω οι εργασίες για την εξάλειψη των φραγμών στις συναλλαγές οι οποίοι πλήττουν ιδίως τις ΜΜΕ. Επιπλέον, η ΕΕ θα επιδοθεί ενεργά σε μια ειδική οικονομική προώθηση των συμφερόντων τους και διπλωματία για τις ΜΜΕ, προκειμένου να στηρίξει την πρόσβασή τους στις αγορές τρίτων χωρών. Οι ευκαιρίες για τους Ευρωπαίους επιχειρηματίες θα διευρυνθούν μέσω της παγκόσμιας συνιστώσας του προγράμματος «Erasmus για νέους επιχειρηματίες», με σκοπό την απόκτηση νέων εμπειριών σε αγορές τρίτων χωρών.

ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ

- Ο απεσταλμένος της ΕΕ για τις ΜΜΕ και το δίκτυο των εθνικών απεσταλμένων για τις ΜΜΕ θα συμβάλουν στο έργο της ειδικής ομάδας της Επιτροπής για την επιβολή των κανόνων της ενιαίας αγοράς, η οποία θα συσταθεί βάσει του σχεδίου δράσης για την επιβολή της νομοθεσίας, προκειμένου να αντιμετωπιστεί, μεταξύ άλλων, ο **κανονιστικός υπερθεματισμός** στη διαδικασία μεταφοράς στο εθνικό δίκαιο, ώστε να περιοριστεί στο ελάχιστο η κανονιστική επιβάρυνση για τις ΜΜΕ.
- Η Επιτροπή θα παροτρύνει τα κράτη μέλη να υλοποιήσουν την ενιαία ψηφιακή πύλη με τρόπο φιλικό προς τις ΜΜΕ. Τα κράτη μέλη θα πρέπει να συγκεντρώσουν τις υπηρεσίες τους σε μια **υπηρεσία ενιαίας εξυπηρέτησης.**
- Ο απεσταλμένος της ΕΕ για τις ΜΜΕ θα **φιλτράρει** τις ενωσιακές πρωτοβουλίες για να επισημαίνει στην Επιτροπή εκείνες που χρήζουν ιδιαίτερης προσοχής από τη σκοπιά των ΜΜΕ και θα έχει συγκεκριμένο ρόλο στη νέα πλατφόρμα «Fit for Future».
- Η Επιτροπή θα κινητοποιήσει τα κράτη μέλη στο πλαίσιο ενός **ενωσιακού προτύπου εθνών νεοφυών επιχειρήσεων**, με σκοπό την ανταλλαγή και την υιοθέτηση βέλτιστων πρακτικών, προκειμένου να επιταχυνθεί η ανάπτυξη ΜΜΕ και νεοφυών επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας.
- Η Επιτροπή καλεί τα κράτη μέλη και τις αναθέτουσες αρχές τους να χρησιμοποιούν την ευελιξία που παρέχει το νέο ενωσιακό **πλαίσιο για τις δημόσιες συμβάσεις** με σκοπό να βελτιώσουν τις ευκαιρίες των ΜΜΕ, μεταξύ άλλων με τη χρήση ψηφιακών εργαλείων και πλατφορμών ώστε να εντατικοποιηθεί η σύναψη διασυνοριακών δημόσιων συμβάσεων. Η Επιτροπή θα παράσχει **κατευθυντήριες γραμμές και υποστήριξη στις αναθέτουσες αρχές.**
- Η Επιτροπή θα ενθαρρύνει τα κράτη μέλη να καταρτίσουν προτάσεις για **ρυθμιστικά δοκιμαστήρια**, με τη δρομολόγηση ενός πιλοτικού προγράμματος.
- Η Επιτροπή θα προκηρύξει πρόσκληση υποβολής προτάσεων για την ανάπτυξη **πρωτοπόρων εταιρικών σχέσεων μεταξύ παραμεθόριων περιφερειών**, με σκοπό την ενίσχυση της συνεργασίας για την επιβολή των κανόνων της ενιαίας αγοράς και την άρση των διοικητικών φραγμών.
- Η Επιτροπή θα στηρίξει τα κράτη μέλη στην εφαρμογή της **οδηγίας για τις καθυστερήσεις πληρωμών**, δημιουργώντας εργαλεία παρακολούθησης και βελτίωσης

[35] Κανονισμός (ΕΕ) 2018/825, ο οποίος εκδόθηκε στις 30 Μαΐου 2018.

της επιβολής των κανόνων και διερευνώντας τη σκοπιμότητα εναλλακτικών μηχανισμών επίλυσης διαφορών / διαμεσολάβησης για τις ΜΜΕ.

- Η Επιτροπή θα διευκολύνει τη διασυνοριακή συνεργασία με τις ΜΜΕ και μεταξύ τους στο πλαίσιο του **Ευρωπαϊκού Ταμείου Άμυνας και θα χαρτογραφήσει τα πλεονεκτήματα** στο δικό της οικοσύστημα έρευνας και καινοτομίας.
- Η Επιτροπή θα δρομολογήσει την **πρωτοβουλία «CASSINI» για την επιχειρηματικότητα στον τομέα του διαστήματος.**
- Η Επιτροπή θα στηρίξει τα κράτη μέλη στη μεταφορά της πρόσφατα εκδοθείσας οδηγίας περί **πλαισίου για την προληπτική αναδιάρθρωση και την παροχή δεύτερης ευκαιρίας**, βοηθώντας τα να θεσπίσουν μηχανισμούς έγκαιρης προειδοποίησης για τις επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν οικονομικές δυσκολίες, ώστε να αποφύγουν την πτώχευση.
- Η Επιτροπή θα διερευνήσει με τα κράτη μέλη πιθανά μέτρα για τη δημιουργία ευνοϊκού περιβάλλοντος για τη **μεταβίβαση ΜΜΕ.**
- Η Επιτροπή θα συνεχίσει να **ενισχύει την πρόσβαση των ΜΜΕ στις αγορές τρίτων χωρών**, μεταξύ άλλων με ειδικά κεφάλαια για τις ΜΜΕ, με διαλόγους για την ανταλλαγή ορθών πρακτικών με τους εμπορικούς εταίρους και με τη δημιουργία μιας νέας διαδικτυακής πύλης ενημέρωσης. Η Επιτροπή θα διευκολύνει την πρόσβαση των ΜΜΕ σε μέσα εμπορικής άμυνας.
- Οι αντιπροσωπείες της ΕΕ θα παρέχουν στήριξη απαντώντας σε ερωτήματα των ΜΜΕ σχετικά με τις συμφωνίες ελευθέρων συναλλαγών.
- Η Επιτροπή θα επεκτείνει την **παγκόσμια συνιστώσα του προγράμματος «Erasmus για νέους επιχειρηματίες».**

4. Βελτίωση της πρόσβασης σε χρηματοδότηση

Η πρόσβαση σε χρηματοδότηση είναι εξαιρετικά σημαντική για τις ΜΜΕ προκειμένου να χρηματοδοτήσουν τις επενδυτικές ανάγκες για την πραγματοποίηση της μετάβασης. Ωστόσο, σε όλα τα στάδια της ανάπτυξης, οι μικρές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν μεγαλύτερες δυσκολίες χρηματοδότησης απ' ό,τι οι μεγάλες επιχειρήσεις. Στην περίπτωση των νέων επιχειρηματιών και των νεοφυών επιχειρήσεων, αυτό μπορεί να οφείλεται σε πολλούς λόγους: π.χ. δεν έχουν αποδεδειγμένο ιστορικό οικονομικών επιδόσεων, δεν διαθέτουν εξασφαλίσεις ή οι επενδυτές δεν έχουν στη διάθεσή τους πληροφορίες για να αξιολογήσουν τον πιστωτικό κίνδυνο που ενέχουν ή την αξία των άυλων περιουσιακών τους στοιχείων. Η βελτίωση της πρόσβασης σε χρηματοδότηση απαιτεί προσέγγιση που να συνδυάζει ευνοϊκό κανονιστικό περιβάλλον, επαρκή και ευθυγραμμισμένη ενωσιακή και εθνική χρηματοδότηση, καθώς και πρόσβαση σε δίκτυα επιχειρήσεων και επενδυτών.

Οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν μεγάλο χρηματοδοτικό κενό στην Ευρώπη, ύψους 20-35 δισ. ευρώ, παρά τα σημαντικά προγράμματα στήριξης σε ενωσιακό και εθνικό επίπεδο[36], και σε ορισμένα κράτη μέλη η πρόσβαση σε χρηματοδότηση παραμένει ένα από τα βασικότερα προβλήματά τους[37]. Το 2019 το 18 % των ΜΜΕ στην ΕΕ δεν έλαβαν το πλήρες τραπεζικό δάνειο που είχαν προγραμματίσει. Το γεγονός αυτό θέτει τις ΜΜΕ σε μειονεκτική θέση, καθώς η τραπεζική χρηματοδότηση καλύπτει περίπου το 90 % των χρηματοδοτικών αναγκών τους. Οι τραπεζικοί κανόνες της ΕΕ πρέπει να αποτελέσουν τη βάση για ένα σταθερό τραπεζικό σύστημα το οποίο να παρέχει επαρκή χρηματοδότηση σε όλες τις επιχειρήσεις. Η ενωσιακή δέσμη μέτρων για τις τράπεζες διατήρησε τον συντελεστή υποστήριξης των ΜΜΕ και τον επέκτεινε σε όλα τα δάνεια που χορηγούνται σε ΜΜΕ. Η Επιτροπή θα μεριμνήσει ώστε κάθε μελλοντική νομοθεσία για τις χρηματοπιστωτικές αγορές να

[36] Έλλειμμα δανειακής χρηματοδότησης ανά έτος κατά την περίοδο 2014-2018· βλ. SWD(2018) 320 final της 7.6.2018.

[37] Ευρωπαϊκή Επιτροπή και Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, Έρευνα σχετικά με την πρόσβαση των επιχειρήσεων σε χρηματοδότηση, Νοέμβριος 2019.

λαμβάνει υπόψη τα συμφέροντα των ευρωπαϊκών ΜΜΕ και να υποστηρίζει την απρόσκοπτη πρόσβασή τους σε ευρύ φάσμα χρηματοδοτικών επιλογών.

Διαφοροποίηση των πηγών χρηματοδότησης και αύξηση του αριθμού των ΜΜΕ που είναι έτοιμες για επενδύσεις

Παρ' όλα αυτά, είναι ανάγκη να **διαφοροποιηθούν οι πηγές χρηματοδότησης**. Τα κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου που επενδύθηκαν σε ευρωπαϊκές εταιρείες αυξήθηκαν κατά 13 %, φθάνοντας τα 8 δισ. ευρώ, το 2018, ενώ το μερίδιο της συγκέντρωσης ιδίων κεφαλαίων από χώρες εκτός Ευρώπης αυξήθηκε από το 7 % στο 20 % το 2018[38]. Ωστόσο, μόνο το 10 % των επιχειρήσεων στην Ευρώπη χρησιμοποίησαν χρηματοδότηση από τις κεφαλαιαγορές έναντι άνω του 25 % στις ΗΠΑ. Οι ευρωπαϊκές επενδύσεις επιχειρηματικών κεφαλαίων είναι περίπου οκτώ φορές μικρότερες από τις αντίστοιχες επενδύσεις στις ΗΠΑ και, ως εκ τούτου, δεν επαρκούν για να χρηματοδοτήσουν την ανάπτυξη των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων[39].

Οι καινοτόμες και ταχέως μεγεθυνόμενες ΜΜΕ και νεοφυείς επιχειρήσεις με σημαντικές κεφαλαιακές ανάγκες μεταφέρουν συχνά τις δραστηριότητές τους στο εξωτερικό σε αναζήτηση επιχειρηματικών κεφαλαίων[40]. Αυτό δεν αποτελεί μόνο κίνδυνο για την τεχνολογική αυτοδυναμία, την ανάπτυξη και την απασχόληση της Ευρώπης, αλλά έχει επίσης επακόλουθο αντίκτυπο στην ευρύτερη κοινότητα των ΜΜΕ.

Επιπλέον, οι Ευρωπαίοι επενδυτές μπορεί να είναι απρόθυμοι να επενδύσουν σε νεοφυείς επιχειρήσεις λόγω των δυσκολιών που παρουσιάζει η αξιολόγηση του δυναμικού της αγοράς και/ή της διανοητικής ιδιοκτησίας στην οποία βασίζεται μια νέα τεχνολογική υπηρεσία ή προϊόν μιας ΜΜΕ. Αυτό δυσχεραίνει την αποτίμηση της ίδιας της νεοφυούς επιχείρησης. Οι υπηρεσίες **«τεχνικής δέουσας επιμέλειας»** μπορούν να λύσουν αυτό το πρόβλημα και έχουν σημειώσει επιτυχία σε άλλες περιοχές, αλλά δεν είναι ακόμη ευχερώς διαθέσιμες στην Ευρώπη. Τελικά, ωφελούν όλα τα εμπλεκόμενα μέρη: τις ΜΜΕ, τους δυνητικούς επενδυτές και το ευρύτερο οικοσύστημα καινοτομίας. Η εφαρμογή πιλοτικού σχεδίου της ΕΕ θα καταστήσει εφικτή την ακριβέστερη αποτίμηση των νεοφυών επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των τεχνολογικών ΜΜΕ μεταγενέστερου σταδίου ανάπτυξης με βάση την τεχνολογία τους και το χαρτοφυλάκιο δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας τους[41].

Πρέπει να αποδεσμευθούν περισσότερες ιδιωτικές επενδύσεις στην Ευρώπη. Η Επιτροπή θα αναπτύξει νέους τρόπους επιμερισμού του κινδύνου με τον ιδιωτικό τομέα, όπως την πρωτοβουλία ESCALAR για την ενίσχυση του μεγέθους των εταιρειών επιχειρηματικού κεφαλαίου, θα εντείνει τις επενδυτικές της προσπάθειες και θα εργαστεί προς την κατεύθυνση ενός ανανεωμένου σχεδίου δράσης για την Ένωση Κεφαλαιαγορών. Η Ένωση Κεφαλαιαγορών στοχεύει στη διαφοροποίηση των πηγών χρηματοδότησης για τις επιχειρήσεις σε όλα τα στάδια της ανάπτυξής τους.

Προετοιμασία για τη σύσταση ενός ταμείου εισαγωγής στο χρηματιστήριο για τις ΜΜΕ

Οι ΜΜΕ στην Ευρώπη έχουν περιορισμένες δυνατότητες αναπτυξιακής χρηματοδότησης, όπως η εισαγωγή τους στις κεφαλαιαγορές μέσω αρχικής δημόσιας προσφοράς. Οι κεφαλαιαγορές αποτελούν σημαντική πηγή χρηματοδότησης για την ανάπτυξη των ΜΜΕ σε επιχειρήσεις μεσαίας κεφαλαιοποίησης και, εν τέλει, σε μεγάλες επιχειρήσεις. Ωστόσο, ο αριθμός των αρχικών δημόσιων προσφορών ΜΜΕ μειώθηκε δραστικά την περίοδο μετά τη χρηματοπιστωτική κρίση και έκτοτε δεν

[38] Invest Europe (2019)20.

[39] Έκθεση της Ένωσης Χρηματοπιστωτικών Αγορών της Ευρώπης (AFME) για τους δείκτες επιδόσεων της Ένωσης Κεφαλαιαγορών το 2019.

[40] «Financing the Deep Tech Revolution», Μελέτη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων, 2018.

[41] Αξιοποίηση πληροφοριών διαθέσιμων στην εξής διεύθυνση: https://www.innoradar.eu

έχει ανακάμψει. Το 2019 η αξία και ο αριθμός των ευρωπαϊκών αρχικών δημόσιων προσφορών συνέχισαν την πτωτική πορεία τους, κατά 40 % και 47 %, αντίστοιχα, σε σχέση με το 2018[42]. Πολλοί θεσμικοί επενδυτές δεν δραστηριοποιούνται επαρκώς στη χρηματοδότηση ΜΜΕ.

Για να αντιμετωπιστεί αυτό το πρόβλημα, η δημόσια χρηματοδότηση θα μπορούσε να λειτουργήσει ως βασική επένδυση για την προσέλκυση περισσότερων ιδιωτών επενδυτών σε ταχέως αναπτυσσόμενες και καινοτόμες ΜΜΕ στο στάδιο της δημόσιας εγγραφής. Ένα **ταμείο εισαγωγής στο χρηματιστήριο για τις ΜΜΕ** αναμένεται ότι θα στηρίξει τις ΜΜΕ κατά και μετά τη διαδικασία εγγραφής. Θα βασίζεται στην ανάλυση της ενωσιακής αγοράς αρχικών δημόσιων προσφορών και σε δοκιμές με τους επενδυτές και τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Δημιουργία πιο ευνοϊκού και συμπεριληπτικού περιβάλλοντος για την πρόσβαση σε χρηματοδότηση

Τα τελευταία χρόνια μειώθηκε σημαντικά η επενδυτική έρευνα για τις ΜΜΕ. Η επανεξέταση της οδηγίας για τις αγορές χρηματοπιστωτικών μέσων, την οποία θα πραγματοποιήσει η Επιτροπή το 2020, θα διερευνήσει τρόπους για να τονωθεί η ερευνητική κάλυψη των ΜΜΕ.

Η καινοτομία στον τομέα της χρηματοοικονομικής τεχνολογίας που βασίζεται σε τεχνολογία κατανεμημένου καθολικού **(«blockchain»)** μπορεί να ανοίξει νέους δρόμους ώστε οι ΜΜΕ να έρχονται σε άμεση επαφή με τους επενδυτές, είτε μέσω αξιόπιστων διαμεσολαβητών είτε απευθείας οι ίδιες σε αποκεντρωμένο επίπεδο. Μπορεί να δώσει τη δυνατότητα στις ΜΜΕ να εκδίδουν κρυπτοπεριουσιακά στοιχεία και ψηφιακά κουπόνια, για παράδειγμα με τη μορφή ομολόγων. Τα μέσα αυτά είναι ελκυστικά για τους επενδυτές, επειδή μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο άμεσης συναλλαγής. Πρόκειται για έναν τρόπο ταχύτερης, πιο αποτελεσματικής και οικονομικά αποδοτικής χρηματοδότησης για τις ΜΜΕ. Η Επιτροπή θα διευκολύνει τη χρήση των κρυπτοπεριουσιακών στοιχείων και την υιοθέτηση ψηφιακών κουπονιών από τις ΜΜΕ, τους επενδυτές και τους διαμεσολαβητές, σύμφωνα με την επικείμενη στρατηγική της ΕΕ για τον ψηφιακό χρηματοοικονομικό τομέα.

Οι κανόνες για τις **κρατικές ενισχύσεις** κατέστησαν εφικτή την παροχή σημαντικής εθνικής στήριξης στις ΜΜΕ και τα επιχειρηματικά κεφάλαια[43]. Η Επιτροπή θα απλουστεύσει και θα επανεξετάσει τους σχετικούς ενωσιακούς κανόνες για τις κρατικές ενισχύσεις έως το τέλος του 2021, προκειμένου να εξασφαλίσει ότι εξακολουθούν να εξυπηρετούν τον επιδιωκόμενο σκοπό. Κατά την επανεξέταση, η Επιτροπή θα μεριμνήσει ώστε οι κανόνες να ενθαρρύνουν τη συμμετοχή των ΜΜΕ σε σημαντικά σχέδια κοινού ευρωπαϊκού ενδιαφέροντος.

Επιπλέον, η έλλειψη πολυμορφίας μεταξύ εκείνων που λαμβάνουν επενδύσεις μειώνει τη δεξαμενή ταλέντων και την καινοτομία. Οι γυναίκες ίδρυσαν το ένα τρίτο των επιχειρήσεων στην Ευρώπη, αλλά οι επιχειρήσεις τους υποεκπροσωπούνται όσον αφορά την άντληση επιχειρηματικών κεφαλαίων. Το 2019, πάνω από το 92 % των κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου που αντλήθηκαν από ευρωπαϊκές εταιρείες τεχνολογίας κατευθύνθηκαν σε επιχειρήσεις που έχουν ιδρυθεί αποκλειστικά από άνδρες[44]. Το πρόγραμμα InvestEU —η μελλοντική επενδυτική χρηματοδότηση από την ΕΕ— θα μπορούσε να συμβάλει στην τόνωση των επενδύσεων σε γυναίκες και με την ενεργό συμμετοχή γυναικών και να παράσχει στοχευμένη στήριξη με σκοπό να αυξηθεί ο αριθμός των επιχειρήσεων και των εταιρειών επενδυτικών κεφαλαίων που διοικούνται από γυναίκες και είναι σε θέση να προσελκύσουν επενδύσεις **στο πλαίσιο μιας χρηματοδοτικής πρωτοβουλίας με βάση τη διάσταση του φύλου**. Επιπλέον, θα τριπλασιαστεί ο αριθμός των ΜΜΕ που διοικούνται από γυναίκες και επωφελούνται από την πλήρη στήριξη του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Καινοτομίας.

[42] https://www.pwc.co.uk/audit-assurance/assets/pdf/ipo-watch-q4-2019-annual-review.pdf
[43] Οι δαπάνες για το 2018 ανήλθαν σε 216 εκατ. ευρώ για τον στόχο «Επιχειρηματικά κεφάλαια» και σε 501 εκατ. ευρώ για τον στόχο «ΜΜΕ».
[44] Έκθεση του 2019 για την κατάσταση της ευρωπαϊκής τεχνολογίας — https://2019.stateofeuropeantech.com/chart/103-1338/

Κινητοποίηση ενωσιακής, εθνικής και ιδιωτικής χρηματοδότησης για τις ΜΜΕ μέσω του InvestEU

Κατά την περίοδο 2014-2018, τα χρηματοδοτικά μέσα της ΕΕ συνέβαλαν στην κινητοποίηση χρηματοδότησης ύψους 100 δισ. ευρώ, ιδίως για τις ΜΜΕ, με τη μορφή χρηματοδότησης με δανειακά μέσα και ίδια κεφάλαια. Το επενδυτικό σχέδιο της ΕΕ αναμένεται να στηρίξει περισσότερες από 1 εκατομμύριο ΜΜΕ. Ωστόσο, πρέπει να συνεχιστεί η παροχή ενωσιακής και εθνικής στήριξης προκειμένου να μειωθεί το κενό χρηματοδότησης των ΜΜΕ.

Στο πλαίσιο του σκέλους του InvestEU για τις ΜΜΕ, η Επιτροπή θα αξιοποιήσει τις θετικές εμπειρίες που έχουν αντληθεί από τα υφιστάμενα ενωσιακά συστήματα εγγυήσεων για τις ΜΜΕ[45]. Θα δημιουργήσει έναν ενιαίο ολοκληρωμένο μηχανισμό εγγυήσεων ειδικά για τις ΜΜΕ που θεωρούνται υψηλού κινδύνου ή διαθέτουν ανεπαρκείς εξασφαλίσεις, συμπεριλαμβανομένων των καινοτόμων ΜΜΕ, των ΜΜΕ του πολιτιστικού και του δημιουργικού τομέα, των ΜΜΕ που βρίσκονται στο στάδιο μετάβασης από μοντέλα υψηλής έντασης πόρων και ενέργειας προς πιο βιώσιμα μοντέλα, καθώς και των ΜΜΕ που υιοθετούν ψηφιακές επιχειρηματικές πρακτικές. Το σκέλος του InvestEU για τις ΜΜΕ θα στηρίξει τη χρηματοδότηση με ίδια κεφάλαια των ΜΜΕ και των μικρότερων επιχειρήσεων μεσαίας κεφαλαιοποίησης σε τομείς που παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την πολιτική της ΕΕ, όπως το διάστημα και η άμυνα, η βιωσιμότητα, η ψηφιοποίηση, η καινοτομία, η **χρηματοδότηση με βάση τη διάσταση του φύλου**, η υπερπροηγμένη και η **πράσινη τεχνολογία.** Για παράδειγμα, θα συγκεντρωθούν κονδύλια από την ΕΕ, τα κράτη μέλη και τον ιδιωτικό τομέα με σκοπό να αυξηθεί η πρόσβαση σε χρηματοδότηση με ίδια κεφάλαια για καινοτόμες ΜΜΕ και νεοφυείς επιχειρήσεις που αναπτύσσουν και υιοθετούν λύσεις πράσινης τεχνολογίας. Το InvestEU θα καταστήσει εφικτή τη χρηματοδότηση σε όλα τα στάδια ανάπτυξης, από την εκκίνηση έως την επέκταση και την αρχική δημόσια προσφορά. Επιπλέον, θα συμβάλει στη μόχλευση ιδιωτικής χρηματοδότησης από επενδυτές, όπως οι επιχειρηματικοί άγγελοι, οι οικογενειακές επιχειρήσεις, οι εταιρείες επιχειρηματικού κεφαλαίου, τα συνταξιοδοτικά ταμεία και οι ασφαλιστικές εταιρείες.

Η Επιτροπή θα συνεργαστεί στενά με τα κράτη μέλη για να συγκεντρώσει χρηματοδότηση και να αντιμετωπίσει τις γεωγραφικές ανισορροπίες ως προς τις επενδύσεις και την πρόσβαση σε χρηματοδότηση, ιδίως μέσω της πρωτοβουλίας DISC (Digital Innovation and Scaleup)[46]. Επιπλέον, το σκέλος «Κοινωνικές επενδύσεις και δεξιότητες» του InvestEU θα βελτιώσει την πρόσβαση σε μικροχρηματοδότηση, τη χρηματοδότηση κοινωνικών επιχειρήσεων, καθώς και τη χρηματοδότηση κοινωνικών επενδύσεων και επενδύσεων σε δεξιότητες.

ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ:

- Η Επιτροπή θα **στηρίξει τις αρχικές δημόσιες προσφορές ΜΜΕ** με επενδύσεις που θα διοχετεύονται μέσω ενός νέου ιδιωτικού-δημόσιου ταμείου, το οποίο θα δημιουργηθεί υπό την ομπρέλα του προγράμματος InvestEU, που θα αρχίσει να εφαρμόζεται το 2021 στο πλαίσιο της Ένωσης Κεφαλαιαγορών.
- Η Επιτροπή θα εισαγάγει έναν μοναδικό στο είδος του μηχανισμό κινδύνου/επιβράβευσης με σκοπό την ενίσχυση του μεγέθους των εταιρειών επιχειρηματικού κεφαλαίου και την προσέλκυση ιδιωτικών επενδύσεων για την επέκταση επιχειρήσεων μέσω της **πρωτοβουλίας ESCALAR**.
- Η Επιτροπή θα δρομολογήσει πρωτοβουλία για τη **χρηματοδότηση με βάση τη διάσταση του φύλου**, η οποία θα τονώσει τη χρηματοδότηση επιχειρήσεων και ταμείων που διοικούνται από γυναίκες και θα ενισχύσει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα.

[45] Διατίθενται στο πλαίσιο των προγραμμάτων COSME, «Ορίζων 2020» και «Δημιουργική Ευρώπη», καθώς και των ταμείων της ενωσιακής πολιτικής για τη συνοχή.

[46] https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/launch-digital-innovation-and-scale-initiative-central-eastern-and-south-eastern-europe

- Η Επιτροπή θα δρομολογήσει **πρωτοβουλία για επενδύσεις στον τομέα της πράσινης τεχνολογίας**, με σκοπό να συγκεντρωθεί χρηματοδότηση από την ΕΕ, τα κράτη μέλη και τον ιδιωτικό τομέα, προκειμένου να αυξηθεί η πρόσβαση σε χρηματοδότηση με ίδια κεφάλαια για καινοτόμες ΜΜΕ και νεοφυείς επιχειρήσεις που αναπτύσσουν και υιοθετούν λύσεις πράσινης τεχνολογίας.
- Η Επιτροπή θα δρομολογήσει **πρωτοβουλία με βάση την τεχνολογία blockchain**, η οποία θα επιτρέπει την έκδοση και την εμπορία ομολόγων ΜΜΕ σε ολόκληρη την Ευρώπη, με τη χρήση της ευρωπαϊκής υποδομής υπηρεσιών blockchain.
- Η Επιτροπή θα συγχρηματοδοτήσει υπηρεσίες **«τεχνικής δέουσας επιμέλειας»** στο πλαίσιο ενός δοκιμαστικού σχεδίου της ΕΕ με στόχο να καταστεί εφικτή η ακριβέστερη αποτίμηση των νεοφυών επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και η βελτίωση της επενδυτικής τους ετοιμότητας.
- Η Επιτροπή θα **απλουστεύσει περαιτέρω τους ισχύοντες κανόνες για τις κρατικές ενισχύσεις** όσον αφορά τους συνδυασμούς εθνικών πόρων με πόρους από τα προγράμματα InvestEU και «Ορίζων». Αυτό θα διευκολύνει τις ΜΜΕ να επωφεληθούν από ομαδοποιημένους πόρους για να επιτύχουν τη διττή μετάβαση. Επιπλέον, στο πλαίσιο της εν εξελίξει αναθεώρησης των κανόνων για τις κρατικές ενισχύσεις, η Επιτροπή θα **αναθεωρήσει τους κανόνες για τις κρατικές ενισχύσεις όσον αφορά τη χρηματοδότηση με κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου, καθώς και την ανακοίνωση σχετικά με τα σημαντικά σχέδια κοινού ευρωπαϊκού ενδιαφέροντος**, ώστε να στηρίξει περαιτέρω τη συμμετοχή των ΜΜΕ, να εξασφαλίσει την προσέλκυση ιδιωτικών επενδύσεων και, παράλληλα, να αποφύγει τυχόν στρέβλωση των ίσων όρων ανταγωνισμού.

5. Διακυβέρνηση: εταιρική σχέση μεταξύ της ΕΕ και των κρατών μελών για την υλοποίηση των στόχων

Η στρατηγική για τις ΜΜΕ πρέπει να έχει ως μοχλό την στοχοπροσήλωση και την ανάληψη δράσης τόσο στο επίπεδο της ΕΕ όσο και στο επίπεδο των κρατών μελών. Δεδομένου ότι πολλές ΜΜΕ είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με τα περιφερειακά και τοπικά οικοσυστήματα όπου παρέχουν θέσεις εργασίας, κατάρτιση, φορολογικά έσοδα και κοινωνική πρόνοια, η στοχοπροσήλωση αυτή πρέπει να επιδεικνύεται επίσης από τις περιφερειακές αρχές. Η υλοποίηση της στρατηγικής θα υποστηριχθεί από την ισχυρή εταιρική σχέση όλων των φορέων που έχουν από κοινού την ευθύνη υλοποίησης — ΕΕ, εθνικές, περιφερειακές και τοπικές αρχές, ΜΜΕ και επενδυτές. Θα περιλαμβάνει τον τακτικό απολογισμό, σε πολιτικό επίπεδο, της προόδου που έχει συντελεστεί, την πραγματοποίηση μετρήσεων και την παρακολούθηση.

Το δίκτυο απεσταλμένων για τις ΜΜΕ αποτελεί σημαντικό εργαλείο για τη διασφάλιση αυτής της εταιρικής σχέσης μεταξύ της ΕΕ και των κρατών μελών. Εκπροσωπεί τις εθνικές αρχές των κρατών μελών που είναι επιφορτισμένες με την πολιτική για τις ΜΜΕ και παρέχει έναν οργανικό σύνδεσμο μεταξύ των εν λόγω αρχών, των τοπικών επιχειρηματικών κοινοτήτων και της ΕΕ. Ο ρόλος του δικτύου, μετά την ανανέωση της εντολής του το 2020, θα ενισχυθεί, όπως και η αλληλεπίδρασή του με τους περιφερειακούς φορείς και τις αρχές.

Η Επιτροπή θα διορίσει ειδικό **ύπατο απεσταλμένο της ΕΕ για τις ΜΜΕ**, ο οποίος θα κατευθύνει τις εργασίες του δικτύου, ώστε να διασφαλίζεται η υλοποίηση της στρατηγικής και η εφαρμογή της αρχής «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» σε όλες τις ενωσιακές πολιτικές. Ο απεσταλμένος της ΕΕ για τις ΜΜΕ θα παρακολουθεί επίσης την εφαρμογή στα επιμέρους κράτη μέλη. Για να διευκολυνθεί η ενσωμάτωση της στρατηγικής για τις ΜΜΕ σε όλους τους τομείς πολιτικής, ο απεσταλμένος της ΕΕ για τις ΜΜΕ θα συμμετέχει εκ του σύνεγγυς στη διαδικασία του Ευρωπαϊκού Εξαμήνου. Ο απεσταλμένος της ΕΕ για τις ΜΜΕ θα αυξήσει την ευαισθητοποίηση σχετικά με τις πτυχές του προγράμματος της Επιτροπής για τη βελτίωση της νομοθεσίας που αφορούν τις ΜΜΕ, στο πλαίσιο τακτικού διαλόγου με την επιτροπή ρυθμιστικού ελέγχου, καθώς και στο πλαίσιο της πλατφόρμας «Fit for Future».

Η Επιτροπή, για να συμπληρώσει τις δραστηριότητες του δικτύου απεσταλμένων για τις ΜΜΕ (του δημόσιου τομέα), θα συνεργαστεί επίσης στενά με τους **πρέσβεις για τη στρατηγική επιχειρηματικότητα**, μια νέα συμβουλευτική ομάδα επιχειρηματιών από όλη την Ευρώπη, η οποία θα λειτουργεί ως πλαίσιο διαβούλευσης.

Η νέα στρατηγική θα υπόκειται σε **τακτική επανεξέταση**. Η Επιτροπή θα συνεχίσει να δημοσιεύει σε ετήσια βάση μια ενισχυμένη **ανασκόπηση των επιδόσεων των ΜΜΕ**. Η ανασκόπηση αυτή θα παρακολουθεί επίσης τις εθνικές πολιτικές που είναι φιλικές προς τις νεοφυείς επιχειρήσεις (δείκτης «Ευρωπαϊκά έθνη νεοφυών επιχειρήσεων»), την υιοθέτηση βιώσιμων επιχειρηματικών πρακτικών από τις ΜΜΕ, καθώς και την ψηφιοποίηση των ΜΜΕ[47] (δείκτης DESI). Η εν λόγω ανασκόπηση θα παρουσιάζεται και θα συζητείται σε ετήσια συνέλευση των ΜΜΕ, ώστε να δίνεται η ευκαιρία στους τοπικούς φορείς και στην ευρύτερη κοινότητα των ΜΜΕ να συμμετάσχουν ενεργά.

Το δίκτυο απεσταλμένων για τις ΜΜΕ και τα θεσμικά όργανα της ΕΕ θα συμμετέχουν στην παρακολούθηση της υλοποίησης της στρατηγικής, για παράδειγμα μέσω της ετήσιας έκθεσης των απεσταλμένων προς το Συμβούλιο Ανταγωνιστικότητας και μέσω του τακτικού διαλόγου με το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο. Για την εκπόνηση της εν λόγω έκθεσης, ο απεσταλμένος της ΕΕ για τις ΜΜΕ —από κοινού με τους εθνικούς απεσταλμένους για τις ΜΜΕ— θα συναντάται με υπευθύνους χάραξης πολιτικής για τις ΜΜΕ και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς στα κράτη μέλη, προκειμένου να συζητήσουν επίσης θέματα σχετικά με τις ΜΜΕ τα οποία προσδιορίστηκαν κατά τη διαδικασία του Ευρωπαϊκού Εξαμήνου. Με βάση την ανάλυση των διαπιστώσεων που θα προκύπτουν από αυτούς τους μηχανισμούς αξιολόγησης, ο εκπρόσωπος της ΕΕ για τις ΜΜΕ θα συντονίζεται με τους εθνικούς απεσταλμένους για τις ΜΜΕ με σκοπό την κατάρτιση εθνικών σχεδίων εφαρμογής της παρούσας στρατηγικής για τις ΜΜΕ σε συνεργασία με τους τοπικούς επιχειρηματικούς φορείς.

Ο ενωσιακός **ορισμός των ΜΜΕ** είναι ένα βασικό εργαλείο που διασφαλίζει ότι η παρούσα στρατηγική στοχεύει τον σωστό πληθυσμό, δηλαδή ότι παρέχει στήριξη και οφέλη στις επιχειρήσεις που τα έχουν μεγαλύτερη ανάγκη. Η Επιτροπή παρακολουθεί τακτικά κατά πόσον ο εν λόγω ορισμός εξυπηρετεί τον επιδιωκόμενο σκοπό. Σύμφωνα με δημόσια διαβούλευση[48], μελέτες και έρευνες που διενεργήθηκαν πρόσφατα, ο ορισμός λειτουργεί ικανοποιητικά και μπορεί να χρησιμοποιείται εύκολα από τη συντριπτική πλειονότητα των ΜΜΕ της ΕΕ, που είναι μικρές και αυτόνομες επιχειρήσεις. Η Επιτροπή θα αξιολογήσει περαιτέρω συγκεκριμένα ζητήματα που έχουν ανακύψει, π.χ. όσον αφορά τις σύνθετες δομές ιδιοκτησίας ή τα πιθανά «φαινόμενα περιχαράκωσης», και θα υποβάλει σχετικές εκθέσεις.

ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ:

- Η Επιτροπή θα διορίσει **ύπατο απεσταλμένο της ΕΕ για τις ΜΜΕ.**
- Η Επιτροπή θα ενισχύσει το **δίκτυο απεσταλμένων για τις ΜΜΕ**, προκειμένου να ισχυροποιηθεί η σύνδεση του ενωσιακού και του εθνικού επιπέδου όσον αφορά την πολιτική για τις ΜΜΕ.
- Η Επιτροπή θα δημιουργήσει μια ομάδα **πρέσβεων για τη στρατηγική επιχειρηματικότητα.**
- Ο **απεσταλμένος της ΕΕ για τις ΜΜΕ** θα αυξήσει την ευαισθητοποίηση σχετικά με τις πτυχές που αφορούν τις ΜΜΕ στο πλαίσιο **τακτικού διαλόγου με την επιτροπή ρυθμιστικού ελέγχου.**

[47] https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/integration-digital-technology

[48] Ανοικτή δημόσια διαβούλευση για τον ορισμό των ΜΜΕ: https://ec.europa.eu/info/consultations/public-consultation-review-sme-definition_el