

**EL**

**EL**

**EL**



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Βρυξέλλες, 23.2.2011  
COM(2011) 78 τελικό

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

**Ανασκόπηση της πρωτοβουλίας «Small Business Act» για την Ευρώπη**

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

## Ανασκόπηση της πρωτοβουλίας «Small Business Act» για την Ευρώπη

### 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η πρωτοβουλία «Small Business Act» (SBA) για την Ευρώπη<sup>1</sup> παρέχει ένα συνεκτικό πλαίσιο πολιτικής για τις ΜΜΕ, προωθεί την επιχειρηματικότητα και συνδέει την αρχή «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» με τη χάραξη πολιτικής και την παραγωγή νομοθεσίας με σκοπό την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ.

Στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας αυτής που αναπτύχθηκε με άξονα δέκα αρχές και μερικές συγκεκριμένες πολιτικές και νομοθετικές ενέργειες για την υλοποίηση αυτών των αρχών, καλείται η Επιτροπή και τα κράτη μέλη να αντιμετωπίσουν τα εμπόδια που δυσκολεύουν τις ΜΜΕ να αναπτυχθούν και να δημιουργήσουν θέσεις εργασίας. Η παρούσα ανακοίνωση παρουσιάζει την εφαρμογή της πρωτοβουλίας SBA και αξιολογεί τις νέες ανάγκες των ΜΜΕ που λειτουργούν στο τρέχον οικονομικό περιβάλλον όπου συναντούν μεγάλες δυσκολίες χρηματοδότησης και πρόσβασης στις αγορές. Η πρωτοβουλία SBA πρέπει να συμβάλει στην επίτευξη των φιλόδοξων στόχων της νέας μεταρρυθμιστικής ημερήσιας διάταξης της Επιτροπής, δηλαδή της στρατηγικής «Ευρώπη 2020»<sup>2</sup>, όπου έχουν προσδιοριστεί διάφορες ενέργειες που αφορούν τις ΜΜΕ στο πλαίσιο των σημαντικότερων εμβληματικών πρωτοβουλιών. Η «Ετήσια επισκόπηση της ανάπτυξης»<sup>3</sup>, που παρουσιάστηκε από την Επιτροπή τον Ιανουάριο του 2011, συμπεραίνει ότι για να αποδώσει αποτελέσματα η στρατηγική «Ευρώπη 2020», εκτός από τη φορολογική ενοποίηση, απαιτούνται προδραστικές πολιτικές για να δοθεί έναυσμα στην ανάπτυξη στην ΕΕ, συμπεριλαμβανομένων μέτρων για τη βελτίωση του περιβάλλοντος για τη βιομηχανία και τις επιχειρήσεις, ιδίως τις ΜΜΕ. Επίσης, με την ανακοίνωση της Επιτροπής «Προς μια Πράξη για την Ενιαία αγορά» ξεκίνησε συζήτηση για τα βασικά μέτρα που πρέπει να ληφθούν για την επανέναρξη της ενιαίας αγοράς, μεταξύ άλλων και για πρωτοβουλίες που θα ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ.

Στην παρούσα ανασκόπηση εξετάζεται η πρόοδος που σημειώθηκε τα δύο πρώτα χρόνια της πρωτοβουλίας SBA, προτείνονται νέες ενέργειες για να αντιμετωπιστούν οι προκλήσεις που απορρέουν από την οικονομική κρίση και αναφέρονται από τα ενδιαφερόμενα μέρη, αλλά και προτείνονται τρόποι για τη βελτίωση της υλοποίησης της πρωτοβουλίας με σαφή ρόλο για τα ενδιαφερόμενα μέρη εκ των οποίων οι οργανώσεις επιχειρήσεων έχουν πρωταγωνιστικό ρόλο. Ταυτόχρονα, αξ σημειωθεί ότι κάθε ΜΜΕ είναι διαφορετική: ανάλογα με το μέγεθος, το πεδίο δραστηριότητας και τη νομική μορφή απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή από τους υπευθύνους χάραξης πολιτικής. Τέλος, στην παρούσα ανακοίνωση συνιστώνται υποδείξεις για δέσμευση της Επιτροπής να συνεχίσει να εφαρμόζει την πρωτοβουλία, ενώ καλούνται τα κράτη μέλη να καταβάλουν και αυτά τις προσπάθειες που τους αναλογούν.

<sup>1</sup> Ανακοίνωση της Επιτροπής «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις — Μια "Small Business Act" για την Ευρώπη», COM(2008) 394 τελικό.

<sup>2</sup> [http://ec.europa.eu/eu2020/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/eu2020/index_en.htm)

<sup>3</sup> COM (2011) 11 τελικό.

## **2. ΣΗΜΕΙΩΝΕΤΑΙ ΣΤΑΘΕΡΗ ΠΡΟΟΔΟΣ ΣΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑΣ SBA ΑΛΛΑ ΑΥΤΗ ΔΕΝ ΑΡΚΕΙ**

Η πρωτοβουλία SBA βασίζεται σε δέκα βασικές αρχές και ορισμένες συγκεκριμένες ενέργειες για τις οποίες συμφώνησε πλήρως το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο τον Δεκέμβριο του 2008. Τόσο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή όσο και τα κράτη μέλη έχουν δεσμευτεί για τη λήψη των αναγκαίων μέτρων που θα βελτιώσουν το κανονιστικό, διοικητικό και επιχειρηματικό περιβάλλον και θα στηρίξουν τις ευρωπαϊκές ΜΜΕ. Η εστίαση ήταν και παραμένει διαρθρωμένη γύρω από τρεις άξονες: εγγυημένη πρόσβαση στη χρηματοδότηση, πλήρης αξιοποίηση της ενιαίας αγοράς και έξυπνη νομοθεσία.

Μια πρώτη έκθεση για τα μέτρα που έλαβαν η Επιτροπή και τα κράτη μέλη για την υλοποίηση της πρωτοβουλίας SBA δημοσιεύτηκε τον Δεκέμβριο του 2009<sup>4</sup>. Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται συνοπτικά τα αποτελέσματα αυτά και αποτιμάται πώς και σε ποιο βαθμό η ΕΕ και τα κράτη μέλη έχουν υλοποιήσει την πρωτοβουλία SBA.

### **2.1. Η πρόοδος που έχει σημειωθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή**

*Ένα μεγάλο βήμα προς τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος*

Όλες οι νομοθετικές πρωτοβουλίες που προέβλεπε η SBA εγκρίθηκαν, με εξαίρεση τον κανονισμό περί του καταστατικού της ευρωπαϊκής ιδιωτικής εταιρείας, που συζητείται ακόμη στο Συμβούλιο. Η Επιτροπή καλεί επιμόνως τα κράτη μέλη να εγκρίνουν χωρίς καθυστέρηση την πρόταση κανονισμού ώστε να μειθούν τα διοικητικά εμπόδια στη διασυνοριακή επιχειρηματική δραστηριότητα. Η οδηγία για την ηλεκτρονική τιμολόγηση που εκδόθηκε από το Συμβούλιο το 2010 αποφέρει οφέλη, ειδικότερα επειδή καθιστά δυνατή την αποστολή ηλεκτρονικών τιμολογίων σε ισότιμο πλαίσιο όπως για τα έντυπα τιμολόγια. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών μικρότερο από 2 εκατομμύρια ευρώ μπορούν να χρησιμοποιούν προαιρετικά ένα καθεστώς ταμειακής λογιστικής κατά τρόπο ώστε να καθυστερούν την απόδοση του ΦΠΑ έως ότου πληρωθούν από τους πελάτες τους<sup>5</sup>. Η οδηγία για την καταπολέμηση των καθυστερήσεων πληρωμών στις εμπορικές συναλλαγές που εξέδωσε το Συμβούλιο τον Ιανουάριο του 2011 απαιτεί από τις δημόσιες αρχές να πληρώνουν εντός 30 ημερών και να καθορίζουν ανώτατο όριο 60 ημερών για τις πληρωμές επιχείρησης προς επιχείρηση, εκτός αν οι επιχειρήσεις συμφωνήσουν ρητώς για διαφορετική προθεσμία και αν δεν είναι κατάφορη αδικία για τον πιστωτή<sup>6</sup>. Τα κράτη μέλη καλούνται να εφαρμόσουν την οδηγία αμελλητί. Επιπλέον, η Επιτροπή άρχισε να χρησιμοποιεί ένα «τεστ ΜΜΕ» για τις εκτιμήσεις αντικτύπου.

*Ενισχυμένος ο ρόλος της ΕΕ στην πρόσβαση στη χρηματοδότηση*

Για τη βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση, τα δημοσιονομικά μέσα που παρέχονται από το πρόγραμμα-πλαίσιο για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία συνεχίζουν να διευκολύνουν τις επενδύσεις σε κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου και να παρέχουν εγγυήσεις για τη δανειοδότηση των ΜΜΕ. Οι μικροεπιχειρήσεις αντιπροσωπεύουν το 90% των 100 000 και πλέον ΜΜΕ επιχειρήσεων που έχουν κάνει χρήση των δημοσιονομικών μέσων του προγράμματος-πλαισίου. Άλλες 200 000 ΜΜΕ αναμένεται να

<sup>4</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/implementation/files/sba\\_imp\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/implementation/files/sba_imp_en.pdf)

<sup>5</sup> Επιπλέον, η Πράσινη Βίβλος της Επιτροπής για το μέλλον του ΦΠΑ περιέχει ειδικό τμήμα για τις ΜΜΕ.

<sup>6</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/single-market-goods/fighting-late-payments/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/single-market-goods/fighting-late-payments/index_en.htm)

ωφεληθούν έως το 2013. Κατά μέσο όρο, σε κάθε ΜΜΕ στην οποία χορηγείται εγγυημένο δάνειο στην ΕΕ δημιουργεί 1,2 θέσεις εργασίας<sup>7</sup>. Η Επιτροπή δημιούργησε, επίσης, ένα μόνιμο φόρουμ για τη χρηματοδότηση των ΜΜΕ χάρη στο οποίο έρχονται σε επαφή εκπρόσωποι των ΜΜΕ, τράπεζες, παράγοντες της αγοράς και άλλα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, συμπεριλαμβανομένης της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων, ώστε να αντιμετωπιστούν τα διάφορα πρακτικά εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ ενόσω επιχειρούν να λάβουν πίστωση. Επιπροσθέτως, το προσωρινό πλαίσιο για τη λήψη μέτρων κρατικών ενισχύσεων που επιτρέπει την πρόσθετη ενίσχυση για τις ΜΜΕ παρατάθηκε μερικώς έως το τέλος του 2011<sup>8</sup>.

*Η πρόσβαση στις αγορές βελτιώνεται, ιδίως για τις δημόσιες συμβάσεις*

Τόσο η Επιτροπή όσο και οι ευρωπαϊκοί οργανισμοί τυποποίησης έχουν σημειώσει πρόοδο στην προώθηση της πρόσβασης των ΜΜΕ στην κατάρτιση και χρήση προτύπων. Με την οικονομική στήριξη της Επιτροπής, ορισμένοι εμπειρογνώμονες που εκπροσωπούν συμφέροντα των ΜΜΕ συμβάλλουν στο να γίνουν τα ευρωπαϊκά πρότυπα πιο φιλικά στις ΜΜΕ, ενώ οι ευρωπαϊκοί οργανισμοί τυποποίησης αρχίζουν να διευκολύνουν την πρόσβαση των ΜΜΕ σε πρότυπα, π.χ. με γραφεία υποστήριξης και δικτυακές πύλες για τις ΜΜΕ.

Όσον αφορά τις δημόσιες συμβάσεις, μια πρόσφατη μελέτη της Επιτροπής έδειξε ότι οι ΜΜΕ επιβαρύνονται με λιγότερα διοικητικά εμπόδια όταν θέλουν να έχουν πρόσβαση στις δημόσιες συμβάσεις και έχουν καλύτερες ευκαιρίες για από κοινού υποβολή προσφορών. Εξασφάλισαν το 33% της συνολικής αξίας των δημόσιων συμβάσεων υπερβαίνοντας το κατώτατο όριο που θέτουν οι οδηγίες της ΕΕ την περίοδο 2006-2008, ενώ το συνολικό μερίδιο τους στην οικονομία, όπως υπολογίστηκε βάσει του συνδυασμένου κύκλου εργασιών τους, είναι 52 %<sup>9</sup>.

Τον Νοέμβριο του 2010 η Επιτροπή εγκαινίασε ένα κέντρο για τις ΜΜΕ της ΕΕ στην Κίνα, το οποίο παρέχει ενημέρωση, συμβουλές, κατάρτιση και ευκαιρίες ανεύρεσης επιχειρήσεων με παρόμοια επιχειρηματική δραστηριότητα για τις ευρωπαϊκές ΜΜΕ που θέλουν να εξάγουν ή να επενδύσουν στην ασιατική αγορά.

*Η επιχειρηματικότητα εντάσσεται στη νέα πολιτική για την καινοτομία*

Η «ευρωπαϊκή εβδομάδα για τις ΜΜΕ» συνέχισε να λειτουργεί ως μια πανευρωπαϊκή πλατφόρμα με πάνω από 1 500 εκδηλώσεις και 3 εκατομμύρια συμμετέχοντες<sup>10</sup>. Η διοργάνωση αυτή θα συνεχιστεί το 2011 και μετά. Επιπλέον, το πρόγραμμα Erasmus «Νεαροί επιχειρηματίες», που ξεκίνησε το 2009, προσφέρει εκπαίδευση επί του έργου σε εκκολαπτόμενους και νέους επιχειρηματίες με σκοπό την ενίσχυση της διασυνοριακής δικτύωσης και την επιχειρηματική συνεργασία με έμπειρους επιχειρηματίες. Τέλος, αλλά εξίσου σημαντικό: 250 επιτυχημένες γυναίκες επιχειρηματίες αποτελούν σήμερα το Ευρωπαϊκό δίκτυο πρεσβειρών γυναικείας επιχειρηματικότητας που συστάθηκε από την

<sup>7</sup> SEC(2005)0433 τελικό, παράρτημα στο COM(2005)121 τελικό.

<sup>8</sup> Ανακοίνωση της Επιτροπής: Προσωρινό πλαίσιο της Ένωσης για τη λήψη μέτρων κρατικής ενίσχυσης με σκοπό να στηριχθεί η πρόσβαση στη χρηματοδότηση κατά τη διάρκεια της τρέχουσας χρηματοπιστωτικής και οικονομικής κρίσης (ΕΕ C 6 της 11.1.2011, σ. 5).

<sup>9</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/business-environment/public-procurement/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/business-environment/public-procurement/index_en.htm)

<sup>10</sup> <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/entrepreneurship/sme-week/>

Επιτροπή το 2009 με σκοπό να παρακινήσει περισσότερες γυναίκες να γίνουν επιχειρηματίες<sup>11</sup>.

Η Επιτροπή έχει θέσει τους επιχειρηματίες και τις ΜΜΕ στο επίκεντρο της πολιτικής της για την καινοτομία και την έρευνα<sup>12</sup>. Σκοπός της είναι η άρση όσων εμποδίων υπολείπονται για να εισρεύσουν νέες ιδέες στην αγορά και να καλλιεργηθεί το επιχειρηματικό πνεύμα μεταξύ σπουδαστών και ερευνητών. Η πρόταση περιλαμβάνει νέα χρηματοοικονομικά εργαλεία για νέες επιχειρήσεις και ταχέως αναπτυσσόμενες εταιρείες που επεκτείνονται σε ευρωπαϊκές και παγκόσμιες αγορές (π.χ. δάνεια, επιχειρηματικά κεφάλαια κινδύνου και μέσα καταμερισμού κινδύνων), την περαιτέρω απλοποίηση των προγραμμάτων της ΕΕ για την έρευνα και την καινοτομία, προσιτές τιμές για δικαιώματα διανοητικής περιουσίας και στρατηγική χρήση των προϋπολογισμών για τις προμήθειες. Η Επιτροπή προτίθεται, επίσης, να στηρίξει διεθνώς ανταγωνιστικούς συνεργατικούς σχηματισμούς («clusters»), να φέρει σε επαφή μεγάλες εταιρείες και ΜΜΕ, πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα και κοινότητες επιστημόνων και επαγγελματιών για την ανταλλαγή γνώσεων και ιδεών.

Τα προγράμματα στο πλαίσιο της πολιτικής για τη συνοχή<sup>13</sup> και το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ)<sup>14</sup> είναι και τα δύο βασικά μέσα για να μετουσιωθούν σε πράξη οι προτεραιότητες της πρωτοβουλίας SBA, ενώ εξασφαλίζουν τη συμπληρωματικότητα των ενισχύσεων σε επίπεδο ΕΕ, εθνικό και περιφερειακό. Οι επιπλέον επενδύσεις αναμένεται να ενθαρρύνουν τις περιφέρειες να βρουν εξειδικευμένες αγορές στο περιβάλλον της καινοτομίας, βάσει «στρατηγικών έξυπνης εξειδίκευσης».

## 2.2. Εξελίξεις στα κράτη μέλη

*Το επιχειρηματικό περιβάλλον βελτιώνεται με αργούς ρυθμούς*

Όλα τα κράτη μέλη έχουν αναγνωρίσει πόσο σημαντική είναι η ταχεία εφαρμογή της πρωτοβουλίας SBA, αλλά η προσέγγιση και τα αποτελέσματα που έχουν επιτευχθεί ποικίλλουν σημαντικά από το ένα κράτος μέλος στο άλλο<sup>15</sup>. Ενώ τα πιο πολλά κράτη μέλη έχουν υιοθετήσει εθνικούς στόχους για τη μείωση των διοικητικών εμποδίων, αυτά δεν έχουν μειωθεί αποτελεσματικά σε όλα τα κράτη μέλη. Μόνο λίγα κράτη μέλη έχουν εντάξει ένα «τεστ ΜΜΕ» στην προσέγγιση που ακολουθούν για τη λήψη αποφάσεων (Βέλγιο, Δανία, Φινλανδία, Γερμανία, Πολωνία, Σλοβενία, Σουηδία και Ηνωμένο Βασίλειο).

*Η πρόσβαση στη χρηματοδότηση έχει βελτιωθεί, αλλά η πρόκληση παραμένει στα χέρια των κρατών μελών*

Ως απάντηση στη χρηματοπιστωτική και οικονομική κρίση, τα περισσότερα κράτη μέλη έχουν λάβει μέτρα για την ενίσχυση της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση, ιδίως τον τραπεζικό δανεισμό, μέσω προνομιακών δανείων μειωμένης εξασφάλισης, μηχανισμών εγγύησης δανείων ή προγραμμάτων μικροπίστωσης. Έξι κράτη μέλη (το Βέλγιο, η Ουγγαρία,

<sup>11</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/women/ambassadors/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/women/ambassadors/index_en.htm)

<sup>12</sup> Η εμβληματική πρωτοβουλία «Ένωση καινοτομίας» στο πλαίσιο της στρατηγικής «Ευρώπη 2020», που εγκρίθηκε από την Επιτροπή τον Οκτώβριο του 2010.

<sup>13</sup> Ανακοίνωση «Η περιφερειακή πολιτική συμβάλλει στην έξυπνη ανάπτυξη στο πλαίσιο της Ευρώπης 2020», COM(2010)553.

<sup>14</sup> [http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/leg/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/leg/index_en.htm) και [http://ec.europa.eu/agriculture/fin/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/fin/index_en.htm)

<sup>15</sup> Παραδείγματα μέτρων που έχουν λάβει τα κράτη μέλη για την υλοποίηση της πρωτοβουλίας SBA περιλαμβάνονται στο παράρτημα.

η Γαλλία, η Γερμανία, η Ιρλανδία και πρόσφατα η Φινλανδία) δημιούργησαν έναν «συνήγορο πίστωσης». Δεδομένου ότι η πρόσβαση στη χρηματοδότηση είναι, σε τελική ανάλυση σε μεγάλο βαθμό στα χέρια των κρατών μελών, απαιτείται δυναμικότερη προσέγγιση.

*Η πρόσβαση στις αγορές βελτιώνεται καθώς τα κράτη μέλη εισάγουν καινοτομικές διαδικασίες για τις δημόσιες συμβάσεις και την ηλεκτρονική διακυβέρνηση*

Αρκετές κυβερνήσεις υποστηρίζουν τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ, π.χ. με την οικονομική ενίσχυση για την προώθηση των εξαγωγών, στρατηγικές πρόσβασης στις αγορές και συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις (η Κύπρος, η Τσεχική Δημοκρατία, η Δανία, η Εσθονία, η Γαλλία, η Γερμανία, η Ιρλανδία, η Ιταλία, η Λετονία, η Λιθουανία, η Μάλτα, οι Κάτω Χώρες, η Πολωνία, η Πορτογαλία, η Σλοβακική Δημοκρατία, η Ισπανία, η Σουηδία και το Ηνωμένο Βασίλειο). Μερικές από αυτές (π.χ. η Δανία, η Σλοβενία) εστιάζονται σε εταιρείες υψηλής μεγέθυνσης που επιθυμούν να κάνουν διεθνές εμπόριο· άλλες χώρες έχουν συγκροτήσει φορείς για την προώθηση των εξαγωγών (π.χ. το Λουξεμβούργο) ή νέα υποστηρικτικά προγράμματα (π.χ. η Ουγγαρία). Σε δοκιμαστική φάση βρίσκεται επίσης ένα σύστημα καθοδήγησης, από τις μεγάλες εταιρείες, των ΜΜΕ που θέλουν να αναπτύξουν δραστηριότητες σε διεθνές επίπεδο (π.χ. στη Γαλλία).

Μόνο λίγες χώρες ανέφεραν ότι έχουν ξεκινήσει να προωθούν τον ευρωπαϊκό κώδικα βέλτιστων πρακτικών για να διευκολύνουν την πρόσβαση των ΜΜΕ σε δημόσιους διαγωνισμούς (π.χ. η Αυστρία, η Κύπρος, η Γαλλία, η Γερμανία, η Ουγγαρία, η Ιρλανδία, η Λιθουανία, η Πολωνία, η Πορτογαλία, η Σουηδία και το Ηνωμένο Βασίλειο). Τα πιο διαδεδομένα και φιλικά στις ΜΜΕ μέτρα στον τομέα αυτόν είναι η κατάτμηση των συμβάσεων σε μικρότερα κομμάτια και η διευκόλυνση της πρόσβασης σε πληροφορίες μέσω κεντρικών ιστοτόπων, διαδραστικών ιστοσελίδων και άλλων εξελίξεων στον τομέα των ηλεκτρονικών συμβάσεων.

Ορισμένα κράτη μέλη έχουν αναπτύξει νέα μοντέλα για την ενθάρρυνση της συνεργασίας μεταξύ εταιρειών (π.χ. η Ιταλία με επιχειρηματικά δίκτυα και η Γερμανία με δίκτυα συνεργατικών σχηματισμών).

*Για την υποστήριξη της επιχειρηματικότητας σ' αυτούς τους δύσκολους οικονομικά καιρούς, τα κράτη μέλη πρέπει να εντείνουν τις προσπάθειές τους για την απλούστευση των διαδικασιών πτώχευσης*

Δεν έχει σημειωθεί πρόοδος στον τομέα της απλούστευσης των διαδικασιών πτώχευσης. Μόνο πέντε κράτη μέλη (το Βέλγιο, η Φινλανδία, η Ιρλανδία, η Ισπανία και το ΗΒ) συμμορφώνονται με τη σύσταση να ολοκληρώνονται εντός ενός έτους όλες οι νομικές διαδικασίες για την εκκαθάριση μιας επιχείρησης σε περίπτωση μη δόλιας πτώχευσης. Για το θέμα αυτό η κατάσταση είναι όπως το 2009 και το 2008.

Τέλος, τα κράτη μέλη έχουν σημειώσει ικανοποιητική πρόοδο ως προς τον χρόνο και τα έξοδα που απαιτούνται για τη σύσταση μιας εταιρείας. Ο μέσος χρόνος για τη σύσταση εταιρείας περιορισμένης ευθύνης το 2010 ήταν 7 ημέρες (έναντι 12 ημερών το 2007) και το κόστος 399 ευρώ (έναντι 485 ευρώ το 2007)<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/business-environment/start-up-procedures/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/business-environment/start-up-procedures/index_en.htm)

### 2.3. Χρειάζονται και άλλα μέτρα

- Από την έγκριση της πρωτοβουλίας SBA και μετά έχουν γίνει πολλά. Η Επιτροπή υπήρξε πιστή στις δεσμεύσεις της και εφάρμοσε τα περισσότερα από τα υποσχεθέντα μέτρα. Τα κράτη μέλη, από την άλλη πλευρά, δεν παρουσιάζουν ομοιόμορφα αποτελέσματα. Για να επιτύχει η SBA τον στόχο της, δηλαδή τη διαμόρφωση φιλικής στις ΜΜΕ οικονομικής πολιτικής, είναι σημαντικό να εξασφαλιστεί ότι οι ενέργειες για τις οποίες έχουν δεσμευτεί τα κράτη μέλη και η ΕΕ εφαρμόζονται πλήρως. Ταυτόχρονα, έχουν αλλάξει πολλά στο οικονομικό πλαίσιο και έχουν εμφανιστεί νέες προκλήσεις. Για να μπορέσει η πολιτική σχετικά με τις ΜΜΕ να ανταποκριθεί στις περιστάσεις, έχει σημασία να μην είναι κοντόφθαλμη.
- Βάσει αυτών, η ανασκόπηση της SBA προτείνει ένα σύνολο νέων ενεργειών που στοχεύουν στο να ανταποκριθούν στις προκλήσεις που εκπορεύονται από την **οικονομική κρίση** και να αναπτύξουν περαιτέρω τα υφιστάμενα μέτρα σύμφωνα και με τη **στρατηγική «Ευρώπη 2020»**, στους εξής τομείς:
  - να γίνει η έξυπνη νομοθεσία πράξη για τις ευρωπαϊκές ΜΜΕ,
  - να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στις χρηματοδοτικές ανάγκες των ΜΜΕ,
  - να υιοθετηθεί ευρύτερη προσέγγιση στην ενίσχυση της πρόσβασης στη χρηματοδότηση για τις ΜΜΕ,
  - να βοηθηθούν οι ΜΜΕ να συμβάλουν σε μια αποδοτική ως προς τη χρήση των πόρων οικονομία, και
  - να προαχθεί η επιχειρηματικότητα, η δημιουργία θέσεων εργασίας και η ανάπτυξη για όλους.

Οι ενέργειες αυτές θα έχουν αποτελέσματα μόνο εάν βασιστούν σε μια ισχυρή διακυβέρνηση για τις ΜΜΕ. Τρόποι για τη βελτίωση αυτών προτείνονται στην ανασκόπηση της SBA και επιφυλάσσεται σαφής ρόλος για τα ενδιαφερόμενα μέρη.

## 3. ΝΑ ΔΟΘΕΙ ΝΕΑ ΩΘΗΣΗ ΣΤΗΝ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ SBA

### 3.1. Η «έξυπνη» νομοθεσία πρέπει να εφαρμοστεί στην πράξη για τις ευρωπαϊκές ΜΜΕ

Η εφαρμογή της αρχής «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» παραμένει βασική για την πρωτοβουλία SBA. Συνεπάγεται απλοποίηση του κανονιστικού και διοικητικού περιβάλλοντος στο οποίο λειτουργούν οι ΜΜΕ, ιδίως με τον καθορισμό κανόνων που συμβαδίζουν με την αρχή αυτή, μεταξύ άλλων και την αρχή «μία φορά μόνο» ή τη χρήση εργαλείων όπως η ηλεκτρονική διακυβέρνηση και οι λύσεις θυρίδων ενιαίας εξυπηρέτησης. Ενώ τόσο η Επιτροπή όσο και τα κράτη μέλη έχουν καταβάλει τεράστιες προσπάθειες για την εφαρμογή της αρχής αυτής, υπάρχει ακόμη δυνατότητα να γίνει πιο συστηματική βάσει της ημερήσιας διάταξης της ΕΕ για την «έξυπνη νομοθεσία»<sup>17</sup>.

<sup>17</sup> Ανακοίνωση για την έξυπνη νομοθεσία στην ΕΕ, COM(2010) 543.



Η Επιτροπή θα ενισχύσει περαιτέρω την εφαρμογή του «τεστ ΜΜΕ» στη διαδικασία για την εκτίμηση αντικτύπου, ώστε να εξασφαλίσει ότι οι συνέπειες για τις ΜΜΕ αναλύονται ενδελεχώς και λαμβάνονται υπόψη σε όλες τις σχετικές νομοθετικές προτάσεις και προτάσεις πολιτικής, με σαφή ένδειξη για ποσοτικά αποτελέσματα στις ΜΜΕ, όπου αυτό είναι δυνατό και αναλογικό. Κατά τη διεξαγωγή του ελέγχου της ανταγωνιστικότητας των προτάσεων της, η Επιτροπή θα αναλύει την ικανότητα των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων, και ειδικότερα των ΜΜΕ, να ανταγωνίζονται στις αγορές της ΕΕ και στο εξωτερικό. Επιπλέον, κατά την εφαρμογή του «τεστ ΜΜΕ» χρειάζεται να εντοπίζονται και να λαμβάνονται υπόψη οι διαφορές μεταξύ πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, και όπου χρειάζεται να λαμβάνονται ειδικά μέτρα όπως μειωμένα τέλη ή απλοποιημένες υποχρεώσεις υποβολής στοιχείων. Όταν δίνεται στα κράτη μέλη η δυνατότητα να αποφασίσουν για τα είδη των μέτρων, θα πρέπει να χρησιμοποιούν αυτά τα μέτρα. Παρομοίως, τα κράτη μέλη θα πρέπει, κατά τη μεταφορά οδηγιών στην εθνική νομοθεσία, να αποφεύγουν ρυθμιστικές πρωτοβουλίες με αυστηρότερες διατάξεις από τις απαιτήσεις της ΕΕ. Η Επιτροπή επαναλαμβάνει ότι είναι έτοιμη να βοηθήσει τα κράτη μέλη στο καθήκον αυτό.

Για να εξασφαλίσει ότι το κανονιστικό πλαίσιο είναι κατάλληλο για να εξυπηρετήσει τον σκοπό αυτό και να προσδιορίσει τα ποσοτικά αποτελέσματα της νομοθεσίας, η Επιτροπή θα εφαρμόσει «ελέγχους καταλληλότητας» στην υφιστάμενη νομοθεσία όπου η αξιολόγηση επιμέρους νομοθετικών πράξεων συνοδεύεται από μια πιο εμπεριστατωμένη προσέγγιση. Με αυτήν την προσέγγιση θα εντοπιστούν ασυνέπειες και παρωχημένα ή μη αποτελεσματικά μέτρα και θα μειωθεί περαιτέρω η επιβάρυνση για τις ΜΜΕ, μεταξύ άλλων και για αυτές που δεν δραστηριοποιούνται στον τομέα της μεταποίησης αλλά π.χ. στο εμπόριο ή τη βιοτεχνία. Μια τέτοια προσέγγιση αναπτύσσεται σήμερα στον τομέα των υπηρεσιών με σκοπό να ελεγχθεί η συνολική λειτουργία της ενιαίας αγοράς για τις υπηρεσίες, ιδίως από την οπτική γωνία των ΜΜΕ<sup>18</sup>.

Η απλοποίηση είναι ένας πολύ σημαντικός στόχος. Έως τον Οκτώβριο του 2011, η Επιτροπή θα απλουστεύσει τις απαιτήσεις για διαφάνεια και παρουσίαση στοιχείων για τις πιο μικρές εισηγμένες εταιρείες. Επιπλέον, η Επιτροπή αξιολογεί την απλούστευση των απαιτήσεων για λογιστικό έλεγχο για τις μικρότερες εταιρείες σύμφωνα και με την Πράσινη Βίβλο για την «πολιτική ελέγχου»<sup>19</sup>.

Κομβικό σημείο στην πρωτοβουλία SBA είναι η ενεργός συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών κατά τη χάραξη πολιτικής της ΕΕ για τις ΜΜΕ. Η απόφαση για να παραταθεί η περίοδος δημόσιας διαβούλευσης που έχει ξεκινήσει η Επιτροπή από οκτώ σε δώδεκα εβδομάδες από το 2012 και μετά, αναμένεται να δώσει περισσότερο χρόνο στα ενδιαφερόμενα μέρη για να συμβουλευτούν τα μέλη τους και να εδραιώσουν τη θέση τους απέναντι σε πρωτοβουλίες σχετικές με τις ΜΜΕ. Το δίκτυο «Enterprise Europe Network» εξέτασε τις συμπληρωματικές παρατηρήσεις των ομάδων εργασίας για τις ΜΜΕ που έλαβε από αντιπροσωπευτικές οργανώσεις ΜΜΕ σε εθνικό επίπεδο και επίπεδο ΕΕ.

Πρέπει να ενισχυθούν οι προσπάθειες για να ανταποκρίνονται καλύτερα οι δημόσιες διοικήσεις στις ανάγκες των ΜΜΕ, ιδίως με την αύξηση της χρήσης λύσεων ηλεκτρονικής διακυβέρνησης. Το σχέδιο δράσης για την ηλεκτρονική διακυβέρνηση<sup>20</sup> καθορίζει ένα ευρύ φάσμα ενεργειών που θα δώσουν τη δυνατότητα στις ΜΜΕ να ξοδεύουν λιγότερο χρόνο για διοικητικές διατυπώσεις, με την προώθηση, μεταξύ άλλων, των διασυνοριακών ηλεκτρονικών

<sup>18</sup> COM(2011) 20.

<sup>19</sup> [http://ec.europa.eu/internal\\_market/consultations/2010/green\\_paper\\_audit\\_en.htm](http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2010/green_paper_audit_en.htm)

<sup>20</sup> [http://ec.europa.eu/information\\_society/activities/egovernment/action\\_plan\\_2011\\_2015/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/activities/egovernment/action_plan_2011_2015/index_en.htm)

συμβάσεων. Κατά τον ίδιο τρόπο, η Επιτροπή θα συνεργαστεί με τα κράτη μέλη για να αναπτύξει περαιτέρω τα «σημεία ενιαίας εξυπηρέτησης», με στόχο να διευκολυνθούν σημαντικά τέτοιες διαδικασίες, και να τα μετατρέψει σε φιλικές προς τον χρήστη πύλες ηλεκτρονικής διακυβέρνησης, ώστε να είναι δυνατή η ηλεκτρονική διεκπεραίωση, και για τις διασυνοριακές συναλλαγές, όλων των αναγκαίων διοικητικών απαιτήσεων.

#### Η Επιτροπή:

- θα διασφαλίσει ότι θα έχει στη διάθεσή της τις απόψεις των ΜΜΕ κατά την εκτίμηση του αντικτύπου των νέων προτάσεων για τις ΜΜΕ, ενώ θα λάβει υπόψη της τις διαφορές στο μέγεθος των επιχειρήσεων, όπου χρειάζεται·
- θα προωθήσει σε όλη την ΕΕ την εφαρμογή της αρχής «μία φορά μόνο», βάσει της οποίας οι δημόσιες αρχές και οι διοικητικοί φορείς δεν πρέπει να ζητούν τις ίδιες πληροφορίες, τα ίδια στοιχεία, έγγραφα ή πιστοποιητικά όταν αυτά τους έχουν ήδη διατεθεί στο πλαίσιο άλλων διατυπώσεων·
- θα απλοποιήσει το πλαίσιο λογιστικής της ΕΕ αναθεωρώντας τις βασικές απαιτήσεις για ετήσιους και ενοποιημένους λογαριασμούς (4η και 7η οδηγία) για τις εταιρείες περιορισμένης ευθύνης·
- σύμφωνα με την ανακοίνωση για «έξυπνη νομοθεσία», θα διερευνήσει τη δυνατότητα μείωσης της πρακτικής των κρατών μελών να υιοθετούν αυστηρότερες διατάξεις από τις απαιτήσεις της ΕΕ κατά τη μεταφορά οδηγιών στην εθνική νομοθεσία («gold plating»)·
- θα διεξάγει «ελέγχους καταλληλότητας» ώστε να αξιολογεί αν το κανονιστικό πλαίσιο για έναν τομέα πολιτικής είναι κατάλληλο για τον σκοπό που εξυπηρετεί και, αν όχι, πώς μπορεί να βελτιωθεί·
- θα διενεργεί «ελέγχους επίδοσης» της ενιαίας αγοράς ώστε να προσδιορίσει αν, και ανάλογα με την περίπτωση, θα επανορθώσει δυσκολίες που αφορούν την αλληλεπίδραση παράλληλα εφαρμοστέων νομοθεσιών της ΕΕ στον δημόσιο τομέα.

#### Τα κράτη μέλη καλούνται:

- να αξιολογούν συστηματικά τον αντίκτυπο της νομοθεσίας για τις ΜΜΕ χρησιμοποιώντας ένα «τέστ ΜΜΕ», λαμβάνοντας υπόψη τις διαφορές στο μέγεθος των επιχειρήσεων, όπου χρειάζεται·
- να παρουσιάζουν σε μια συγκεκριμένη στιγμή κάθε χρόνο έναν προγραμματισμό της νομοθεσίας που αφορά τις επιχειρήσεις και θα τεθεί σε ισχύ την προσεχή δημοσιονομική περίοδο·
- να εφαρμόσουν την αρχή «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» όχι μόνο στη νομοθεσία αλλά και σε διοικητικές διατυπώσεις που αφορούν τις ΜΜΕ (π.χ. με την καθιέρωση ενός μόνο συνομιλητή και μειωμένες υποχρεώσεις υποβολής στοιχείων).

### 3.2. Λόγω της οικονομικής κατάστασης απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή στις χρηματοδοτικές ανάγκες των ΜΜΕ

Με βάση την πρωτοβουλία SBA καλούνται η ΕΕ και τα κράτη μέλη να διευκολύνουν την πρόσβαση των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση, υποστηρίζοντας, μεταξύ άλλων, την έγκαιρη πληρωμή στις εμπορικές συναλλαγές. Λόγω της οικονομικής κρίσης, πολλές ΜΜΕ είδαν τη χρηματοοικονομική και πιστοληπτική τους ικανότητα να επιδεινώνεται, ακόμη κι αν διέθεταν βιώσιμο επιχειρηματικό μοντέλο και στέρεη πελατειακή βάση. Ταυτόχρονα, οι πρόσφατες έρευνες της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας (ΕΚΤ) για τον δανεισμό δείχνουν ότι αρκετές ευρωπαϊκές τράπεζες έχουν κάνει πιο αυστηρούς τους όρους δανεισμού για τις εταιρείες<sup>21</sup>. Χρειάζονται νέες πρωτοβουλίες για τη βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση, μεταξύ άλλων και μέσω κεφαλαιαγορών και με την ενθάρρυνση των επενδύσεων μέσω φορολογικών πολιτικών. Λόγω της υψηλής χρέωσης πολλές ΜΜΕ βρέθηκαν αντιμέτωπες με δύσκολες συνθήκες χρηματοπιστωτικής αγοράς. Συνεπώς, τα κράτη μέλη πρέπει να δώσουν κίνητρα για επένδυση των εσόδων σε κεφάλαια, έχοντας υπόψη ότι οι ανάγκες των εταιρειών με επιχειρηματική μεγέθυνση και των εγκατεστημένων ευρωπαϊκών ΜΜΕ είναι διαφορετικές. Τα δημόσια συστήματα χρηματοδότησης των ΜΜΕ πρέπει να αναπτυχθούν σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο ώστε να καλυφθούν οι γνωστές δυσλειτουργίες της αγοράς και να απλουστευτούν ώστε να βελτιωθεί η προσβασιμότητα. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στο πρόβλημα της χρηματοδότησης της πρώτης φάσης των εταιρειών.

Οι νέες κανονιστικές διατάξεις για τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα που εισάγονται είτε σε επίπεδο ΕΕ είτε από τα κράτη μέλη θα πρέπει να μελετώνται προσεκτικά και να συνοδεύονται από εκτιμήσεις αντικτύπου («τεστ ΜΜΕ»). Η Επιτροπή θα δώσει ιδιαίτερη προσοχή στις συνέπειες για τον δανεισμό των ΜΜΕ όταν θα προτείνει αυξημένες κεφαλαιακές απαιτήσεις για τις τράπεζες το 2011.

Βελτιωμένα και αποδοτικότερα συστήματα εγγύησης δανείου έχουν μεγάλη σημασία για τις ΜΜΕ οι οποίες δεν διαθέτουν πάντα εμπράγματα εγγυήσεις. Αυτή είναι ιδίως η περίπτωση για όσους δανείζονται μικρά ποσά, αφού η βελτιωμένη παροχή μικροπιστώσεων μπορεί να αποτελέσει έναυσμα για την επιχειρηματικότητα σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο. Για τον σκοπό αυτό, η Επιτροπή έχει θέσει σε εφαρμογή τον μηχανισμό μικροχρηματοδοτήσεων Progress<sup>22</sup> και ενθαρρύνει την ανταλλαγή ορθών πρακτικών στις μικροχρηματοδοτήσεις, προωθεί την εκπαίδευση και δίνει συμβουλές σε ιδρύματα μικροχρηματοδοτήσεων, ιδίως στο πλαίσιο του JASMINE<sup>23</sup> και υποστηρίζει τη σύνταξη ενός κώδικα δεοντολογίας<sup>24</sup>. Όλες οι τράπεζες πρέπει, ανεξάρτητα από το μέγεθός τους, να έχουν πρόσβαση σε όλα τα χρηματοπιστωτικά μέσα της ΕΕ. Επιπλέον, οι τράπεζες θα μπορούσαν να ενθαρρυνθούν ώστε να αναπτύξουν συγκεκριμένα κριτήρια πιστοληπτικής αξιοπιστίας για τις ΜΜΕ, λαμβάνοντας υπόψη, για παράδειγμα, ποιοτικά κριτήρια.

Οι ανεπάρκειες της αγοράς ως προς τα κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου καθιστούν αναγκαία την αύξηση της προσφοράς κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου και την ύπαρξη περισσότερων εταιρειών υψηλής ποιότητας με δυνατότητες μεγέθυνσης στις οποίες να γίνονται επενδύσεις. Για να μπορέσουν οι επιχειρηματίες να ανταποκριθούν στις ανησυχίες

<sup>21</sup> <http://www.ecb.int/stats/money/surveys/lend/html/index.en.html>

<sup>22</sup> <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=836>

<sup>23</sup> Κοινή δράση για τη στήριξη μικροχρηματοπιστωτικών φορέων στην Ευρώπη.

<sup>24</sup> <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=836> και

[http://ec.europa.eu/enterprise/policies/finance/borrowing/microcredit/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/finance/borrowing/microcredit/index_en.htm)

των επενδυτών και να είναι έτοιμοι για επενδύσεις, πρέπει να διαδοθούν ευρέως οι υπάρχουσες ορθές πρακτικές κατάρτισης σε όλη την Ευρώπη. Επιπλέον, είναι ανάγκη να καθιερωθούν ποιοτικά κριτήρια σε ευρωπαϊκό επίπεδο για προγράμματα επενδυτικής ετοιμότητας, ώστε να βοηθηθούν οι επιχειρηματίες να επιλέξουν το σωστό πρόγραμμα.

Υπάρχει, επίσης, η ανάγκη, να ευαισθητοποιηθούν περισσότερο οι επενδυτές για τις ευκαιρίες που προσφέρονται από τις αναπτυξιακές προοπτικές των εισηγμένων ΜΜΕ, να δημιουργήσουν τις συνθήκες για ένα αποτελεσματικό δίκτυο χρηματοπιστηριακών αξιών ή ειδικά ρυθμισμένων αγορών που εστιάζονται στις ΜΜΕ, καθώς και να γίνουν πιο προσαρμοσμένες στις ΜΜΕ οι απαιτήσεις για εισαγωγή στο χρηματιστήριο και δημοσιοποίηση στοιχείων.

Η Επιτροπή θα εγκρίνει σχέδιο δράσης για τη βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση, συμπεριλαμβανομένης της πρόσβασης σε κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου, κεφαλαιαγορές και θα προσπαθήσει να βελτιώσει την αντιστοίχιση προσφοράς και ζήτησης για κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου, στο πλαίσιο του δικτύου «Enterprise Europe Network».

#### *Η οικονομική ενίσχυση της ΕΕ*

Η Επιτροπή θεωρεί ότι τα χρηματοπιστωτικά μέσα θα πρέπει να έχουν ενισχυμένο ρόλο στη διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση και, ταυτόχρονα, να λειτουργήσουν ως μοχλός άντλησης των κεφαλαίων για δανεισμό. Στο πλαίσιο της συνολικής της πρότασης για το μετά το 2013 πολυετές δημοσιονομικό πλαίσιο, η Επιτροπή θα προτείνει να εξορθολογικευτούν και να ενισχυθούν τα υπάρχοντα καινοτόμα χρηματοπιστωτικά μέσα, στα οποία συμπεριλαμβάνονται ο μηχανισμός εγγύησης των ΜΜΕ και η χρηματοδότηση κατανομής των κινδύνων (RSFF)<sup>25</sup>, ώστε να μπορέσουν οι ΜΜΕ να επενδύσουν και να αναπτυχθούν. Η Επιτροπή θα επιδιώξει να διασφαλίσει ότι τα μελλοντικά χρηματοπιστωτικά μέσα της ΕΕ θα διαδραματίσουν βασικό ρόλο στο να εξασφαλιστεί ότι αντιμετωπίζονται σωστά οι ανεπάρκειες της αγοράς που επηρεάζουν τις ΜΜΕ.

Επιπλέον, οι ανεπάρκειες του κανονιστικού περιβάλλοντος θα αντιμετωπιστούν με το να γίνει πραγματικότητα η ενιαία ευρωπαϊκή αγορά για κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου, αφού συνεκτιμηθούν όλα τα στοιχεία που εμποδίζουν την ομαλή λειτουργία της αγοράς κεφαλαίων επιχειρηματικών κινδύνου και παρακωλύουν τη μεγέθυνση και αφού διασφαλιστεί η σωστή προστασία των ιδιωτών επενδυτών, ανάλογα με την περίπτωση.

Το αίτημα που διατύπωσε το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο τον Φεβρουάριο του 2001 για απλοποίηση των μηχανισμών της ΕΕ που στηρίζουν την έρευνα και την καινοτομία αποσκοπεί στο να διευκολύνει την εξοικείωση των εταιρειών που καινοτομούν με τους μηχανισμούς αυτούς, ιδίως με την εξεύρεση νέας ισορροπίας μεταξύ εμπιστοσύνης και ελέγχου. Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο ζητά να αξιολογηθεί ποιος είναι ο καλύτερος τρόπος να ικανοποιηθούν οι ανάγκες των ταχύτατα αναπτυσσόμενων εταιρειών που καινοτομούν μέσω μιας προσέγγισης προσανατολισμένης στην αγορά. Για το θέμα αυτό η Επιτροπή κλήθηκε να διερευνήσει κατά πόσο είναι εφικτό ένα σύστημα έρευνας και καινοτομίας για τις μικρές επιχειρήσεις. Οι δημόσιες συμβάσεις θα πρέπει να στραφούν προς τη δημιουργία μεγαλύτερης ζήτησης για καινοτόμα αγαθά και υπηρεσίες και τα δικαιώματα διανοητικής

---

<sup>25</sup> Μηχανισμός χρηματοδότησης κατανομής των κινδύνων (RSFF), <http://www.eib.org/products/loans/special/rsff/index.htm?lang=en>

ιδιοκτησίας θα πρέπει να προβληθούν καλύτερα όπως υποδεικνύεται στην εμβληματική πρωτοβουλία «Ένωση καινοτομίας».

Η Επιτροπή θα εντείνει τις προσπάθειές της για να διευκολύνει την πρόσβαση των ΜΜΕ σε χρηματοδοτικά προγράμματα της ΕΕ. Θα συνεχίσει να παρακολουθεί την αποτελεσματική διάθεση του προϋπολογισμού της πολιτικής για τη συνοχή προς στήριξη των επιχειρήσεων, ιδίως το μέρος που αφορά άμεσα τις ΜΜΕ<sup>26</sup>. Θα συνεχίσει επίσης να δημοσιεύει προσκλήσεις υποβολής προσφορών ειδικά για τις ΜΜΕ στο τρέχον πρόγραμμα-πλαίσιο για την έρευνα και να παρέχει βελτιωμένη στήριξη στον χρήστη. Η Επιτροπή εξετάζει επίσης το ενδεχόμενο να προτείνει ένα κοινό στρατηγικό πλαίσιο που θα καλύπτει τα τρέχοντα προγράμματα και πρωτοβουλίες στους τομείς της έρευνας και της καινοτομίας, από τα οποία θα ωφεληθούν ιδίως οι ΜΜΕ, παρέχοντας πιο εύκαμπτους διοικητικούς και οικονομικούς κανόνες, ένα σύνολο απλοποιημένων εργαλείων για τις ΜΜΕ που θα καλύπτουν όλη την αλυσίδα καινοτομίας χωρίς κενά, αλλά και μια θυρίδα ενιαίας εξυπηρέτησης για συμβουλές και υποστήριξη.

Η εν εξελίξει απλοποίηση του δημοσιονομικού κανονισμού<sup>27</sup> θα πρέπει να έχει θετικό αντίκτυπο στην πρόσβαση των ΜΜΕ και στη συμμετοχή τους στη χρηματοδότηση της Ένωσης.

#### *Η Επιτροπή:*

- θα θέσει ως στόχο της, χάρη σε εξορθολογικευμένα και εμπλουτισμένα χρηματοπιστωτικά μέσα, να βοηθήσει όλο και πιο πολλές δικαιούχους ΜΜΕ μέσω ενισχυμένων συστημάτων εγγύησης δανείων που στηρίζουν τις επενδύσεις, τη μεγέθυνση, την καινοτομία και την έρευνα·
- θα καταστήσει τα χρηματοδοτικά προγράμματα της ΕΕ πιο προσιτά στις ΜΜΕ απλοποιώντας ακόμη περισσότερο τις διαδικασίες·
- θα εγκρίνει το 2011 ένα σχέδιο δράσης για τη βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση, συμπεριλαμβανομένης της πρόσβασης στις αγορές κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου, καθώς και σε στοχευμένα μέτρα που αποβλέπουν στην ευαισθητοποίηση των επενδυτών για τις ευκαιρίες που παρέχουν οι ΜΜΕ·
- θα εξετάσει το ενδεχόμενο έγκρισης νέου νομοθετικού καθεστώτος για να εξασφαλιστεί ότι, αν έχουν συσταθεί ταμεία κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου σε κάποιο κράτος μέλος, αυτά θα μπορούν να λειτουργούν και να επενδύουν ελεύθερα έως το 2012·
- θα διερευνήσει, όπως ζήτησε το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο, δυνατότητες για τη διαμόρφωση ενός εργαλείου αξιοποίησης των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας σε ευρωπαϊκό επίπεδο, ιδίως για τη διευκόλυνση της πρόσβασης στην ΜΜΕ στην αγορά της γνώσης.

<sup>26</sup> Ο συνολικός προϋπολογισμός για την ενίσχυση των επιχειρήσεων στον πλαίσιο της πολιτικής για τη συνοχή την τρέχουσα περίοδο προγραμματισμού 2007-2013 είναι περίπου 55 δισεκατομμύρια ευρώ από τα οποία τα 27 δισεκατομμύρια ευρώ απευθύνονται σε ΜΜΕ μόνο και τα 28 δισεκατομμύρια ευρώ είναι ανεξάρτητα από το μέγεθος της επιχείρησης.

<sup>27</sup> Πρόταση κανονισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τους δημοσιονομικούς κανόνες που εφαρμόζονται στον ετήσιο προϋπολογισμό της Ένωσης, COM (2010) 815.

*Τα κράτη μέλη καλούνται:*

- να διευκολύνουν την πρόσβαση των ΜΜΕ στα διαρθρωτικά ταμεία, επιτρέποντας στις ΜΜΕ να υποβάλουν όλα τα αναγκαία στοιχεία για την έγκριση της ενίσχυσης από τα διαρθρωτικά ταμεία μία φορά μόνο·
- να αναπτύξουν λύσεις τύπου «συνήγορος πίστωσης» για περαιτέρω διευκόλυνση του διαλόγου μεταξύ ΜΜΕ και πιστωτικών ιδρυμάτων·
- να εξασφαλίσουν ότι οι ασυνέπειες στη φορολογική μεταχείριση δεν οδηγούν σε διπλή φορολόγηση που θα αποτελούσε εμπόδιο για τις διασυνοριακές επενδύσεις σε κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου·
- να δημιουργήσουν θυρίδες ενιαίας εξυπηρέτησης όπου οι ΜΜΕ θα μπορούν να υποβάλουν αίτηση για ευρωπαϊκές, εθνικές και τοπικές επιχορηγήσεις.

### **3.3. Διαμόρφωση προσέγγισης ευρείας βάσης για βελτιωμένη πρόσβαση των ΜΜΕ στην αγορά**

Με την πρωτοβουλία SBA καλούνται η Επιτροπή και τα κράτη μέλη να στηρίζουν και να ενθαρρύνουν τις ΜΜΕ να αξιοποιήσουν την ενιαία αγορά, συμπεριλαμβανομένης της ψηφιακής ενιαίας αγοράς και της μεγέθυνσης των αγορών εκτός της ΕΕ, χωρίς όμως να αγνοούν τις προκλήσεις μιας βιώσιμης οικονομίας. Επιπλέον, στη στρατηγική «Ευρώπη 2020» αναπτύσσονται οι ενέργειες που χρειάζονται για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της ΕΕ απέναντι στους κυριότερους εμπορικούς εταίρους της, ιδίως με τη χάραξη μιας βιομηχανικής πολιτικής για την εποχή της παγκοσμιοποίησης και μιας ανανεωμένης εμπορικής στρατηγικής<sup>28</sup>, καθώς και για την προώθηση μιας αποδοτικής ως προς τη χρήση των πόρων οικονομίας. Τέλος, η ανακοίνωση «Προς μια Πράξη για την Ενιαία αγορά»<sup>29</sup> θέτει φιλόδοξους στόχους για τη βελτίωση της ενιαίας αγοράς και παρουσιάζει ένα πλήρες σύνολο μέτρων.

#### *3.3.1. Καλύτερη αξιοποίηση της ενιαίας αγοράς για τις ΜΜΕ*

Παρά τη σημαντική πρόοδο που έχει σημειωθεί ως προς την αρωγή προς τις ΜΜΕ για να αντλήσουν οφέλη από την ενιαία αγορά, αυτές παραμένουν επιφυλακτικές απέναντι σε διασυνοριακές δραστηριότητες για διάφορους λόγους. Οι διασυνοριακές πληρωμές θεωρούνται συχνά δαπανηρές και χρονοβόρες, και το ίδιο ισχύει για τους μηχανισμούς που διατίθενται για την επίλυση ενδεχόμενων διενέξεων με πελάτες, ιδίως στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Για την καλή λειτουργία της ενιαίας αγοράς έχει μεγάλη σημασία να διευκολυνθεί η ανάκτηση διασυνοριακών οφειλών. Δεδομένου ότι πάνω από το 60 % των διασυνοριακών οφειλών παραμένει ακάλυπτο, η Επιτροπή θα προωθήσει μέτρα για τη διευκόλυνση της ανάκτησης των διασυνοριακών οφειλών<sup>30</sup>.

Είναι επίσης ανάγκη να διευκολυνθεί περισσότερο η πρόσβαση των ΜΜΕ στις δημόσιες συμβάσεις που αντιπροσωπεύουν το 17 % του ΑΕγχΠ της ΕΕ, ιδίως με περαιτέρω

<sup>28</sup> Ανακοίνωση «Εμπόριο, ανάπτυξη και παγκόσμιες υποθέσεις», COM(2010)612, της 9.11.2010.

<sup>29</sup> [http://ec.europa.eu/internal\\_market/smact/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/internal_market/smact/index_en.htm)

<sup>30</sup> SEC(2005)0433 τελικό, παράρτημα στο COM(2010)135 τελικό.

απλοποίηση<sup>31</sup>. Η πρόσβαση των ΜΜΕ στα πρότυπα και η εκπροσώπηση των συμφερόντων των ΜΜΕ στη διαδικασία τυποποίησης βελτιώνεται, πλην όμως με αργούς ρυθμούς. Η διαδικασία μπορεί να βελτιωθεί και άλλο, ώστε να εξασφαλιστεί, μεταξύ άλλων, μια ισορροπημένη συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών στη διαδικασία τυποποίησης. Οι διαφορές στο εταιρικό δίκαιο, το δίκαιο των συμβάσεων και τα φορολογικά συστήματα μπορούν να προκαλέσουν δυσχέρειες και κόστος σε βαθμό που αποθαρρύνουν τους επιχειρηματίες από το να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους σε άλλα κράτη μέλη. Συνεπώς, η Επιτροπή θα προτείνει ένα σύνολο κανόνων για τον υπολογισμό της φορολογικής βάσης των εταιρειών σε όλη την ΕΕ, ώστε να μπορούν ευκολότερα οι ΜΜΕ να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους εντός της ενιαίας αγοράς. Θα διατυπωθούν, επίσης, πρωτοβουλίες για τη λειτουργία του ΦΠΑ, ώστε να περιοριστεί η διοικητική επιβάρυνση για τις επιχειρήσεις και να προαχθεί η διασυνοριακή δραστηριότητα. Επιπλέον, οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν συχνά αθέμιτους συμβατικούς όρους και πρακτικές που επιβάλλονται από διάφορους συντελεστές της αλυσίδας εφοδιασμού.

Η Επιτροπή λαμβάνει μέτρα για να εξασφαλίσει ότι υφίστανται οι βέλτιστες συνθήκες για τις ΜΜΕ που θέλουν να δραστηριοποιηθούν σε άλλο κράτος μέλος, μεταξύ άλλων και μέσω του διαδικτύου. Ο ενιαίος χώρος πληρωμών σε ευρώ (SEPA) θα δώσει τη δυνατότητα στις ΜΜΕ να ωφεληθούν από απλούστερες ρυθμίσεις για τις πληρωμές τους με μειωμένο κόστος και δεν θα χρειάζεται πλέον να χρησιμοποιούν πάνω από έναν τραπεζικό λογαριασμό εντός της ενιαίας αγοράς<sup>32</sup>. Ο SEPA παρέχει επίσης την πλατφόρμα για την ανάπτυξη της πανευρωπαϊκής ηλεκτρονικής τιμολόγησης και της υιοθέτησής της μαζικά από τις ΜΜΕ. Η Επιτροπή έχει, επιπλέον, στο πλαίσιο του «ψηφιακού θεματολογίου της», δώσει έμφαση στο διαδικτυακό επιχειρείν, με συγκεκριμένο στόχο να φθάσουν το 33 % οι ΜΜΕ που πραγματοποιούν αγορές/πωλήσεις στο διαδίκτυο έως το 2015. Ακόμη, για να προωθήσει φθηνότερους, απλούστερους και ταχύτερους μηχανισμούς έννομης προστασίας και για να προσφέρει μια αποτελεσματική, εναλλακτική πρόταση στις δικαστικές διαδικασίες, η Επιτροπή ετοιμάζει επί του παρόντος νομοθετική πρόταση για την προώθηση συστημάτων εναλλακτικής εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών στην ΕΕ, συμπεριλαμβανομένης της ενδεχόμενης ανάπτυξης ενός πανευρωπαϊκού συστήματος διαδικτυακής επίλυσης διαφορών για τις συναλλαγές του ηλεκτρονικού εμπορίου που θα καλύπτει τις περιπτώσεις B2B (εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων) και B2C (εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών).

Η Επιτροπή θα αναλύσει σε βάθος τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και συμβατικές ρήτρες στις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων στην ενιαία αγορά και, αν χρειαστεί, θα υποβάλει νομοθετική πρόταση, ώστε να προστατεύσει τις επιχειρήσεις από αθέμιτους όρους στις συμβάσεις. Επιπλέον, η Επιτροπή θα εκδώσει ανακοίνωση σχετικά με την οδηγία για την παραπλανητική και τη συγκριτική διαφήμιση<sup>33</sup>, προκειμένου να αντιμετωπιστούν προβλήματα που συχνά αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ, όπως οι απάτες καταλόγων. Η Επιτροπή θα επιδιώξει επίσης να εξασφαλίσει ότι οι ΜΜΕ που βρίσκονται σε εξαρτημένη οικονομική κατάσταση προστατεύονται από αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και έχουν στη διάθεσή τους αποτελεσματικά μέσα έννομης προστασίας από πρακτικές αυτού του είδους, όπου κι αν εφαρμόζονται αυτές μέσα στην αλυσίδα εφοδιασμού.

Το δίκαιο και οι πολιτικές της ΕΕ αναγνωρίζουν τη σημασία που έχει η σωστή ενημέρωση του καταναλωτή για τη διεργασία μεταποίησης, συγκεκριμένα για το ποιος είναι ο

<sup>31</sup> Βλέπε Πράσινη Βίβλο σχετικά με τον εκσυγχρονισμό της πολιτικής δημόσιων συμβάσεων της ΕΕ: [http://ec.europa.eu/internal\\_market/publicprocurement/modernising\\_rules/consultations/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/internal_market/publicprocurement/modernising_rules/consultations/index_en.htm)

<sup>32</sup> [http://ec.europa.eu/internal\\_market/payments/sepa/](http://ec.europa.eu/internal_market/payments/sepa/)

<sup>33</sup> Οδηγία 2006/114/EK.

κατασκευαστής και η καταγωγή των προϊόντων που κυκλοφορούν στην ενιαία αγορά<sup>34</sup>. Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται στην τήρηση προτύπων σχετικά με την υγεία και την ασφάλεια, την υγιεινή και την ασφάλεια των προϊόντων και τους κανόνες για την προστασία του περιβάλλοντος. Ενώ στο Κοινοβούλιο και στο Συμβούλιο συζητούνται νομοθετικές πρωτοβουλίες για τη βελτίωση του κανονιστικού πλαισίου με τη στήριξη της Επιτροπής<sup>35</sup>, οι ΜΜΕ θα πρέπει να ενημερωθούν καλύτερα για το πώς μπορούν να χρησιμοποιήσουν τα υπάρχοντα νομικά μέσα της ΕΕ για να προστατεύσουν τα νόμιμα συμφέροντά τους από τις αθέμιτες πρακτικές και την παραπλανητική πληροφόρηση.

Οι ΜΜΕ ζημιώνονται διαρκώς από μη ανταγωνιστικές πρακτικές, όπως τα καρτέλ ή η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Για να διερευνήσει ποιες δυνατότητες υπάρχουν για τις ΜΜΕ όσον αφορά την αποτελεσματική άσκηση του δικαιώματός τους για πλήρη αποζημίωση σε περίπτωση τέτοιου είδους ζημίας, η Επιτροπή δρομολόγησε δημόσια διαβούλευση σχετικά με μια συνεκτική ευρωπαϊκή προσέγγιση για τις συλλογικές αγωγές.

Τέλος, μεγάλο ποσοστό πληροφοριών που αφορούν την ενιαία αγορά και συμβουλές προς τις επιχειρήσεις διατίθενται μέσω των υπηρεσιών πληροφόρησης της ΕΕ (όπως το δίκτυο «Enterprise Europe Network», η Ευρωπαϊκή πύλη για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, το SOLVIT, η διαδικτυακή πύλη για επιχειρηματίες Your Europe - Business Portal) και οι εθνικοί ιστότοποι. Αυτό δίνει τη δυνατότητα στις ΜΜΕ να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες στη γλώσσα τους. Ταυτόχρονα, τα κράτη μέλη θα πρέπει να προβάλλουν τις υπηρεσίες πληροφόρησης της Επιτροπής και να εξασφαλίσουν αυξημένο συντονισμό μεταξύ των μέσων πληροφόρησης της Επιτροπής και αυτών των κρατών μελών.

#### *Η Επιτροπή:*

- θα αναλύσει σε βάθος τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές στην Ευρωπαϊκή Ένωση και, αν χρειαστεί, θα υποβάλει νομοθετική πρόταση·
- θα παρουσιάσει φορολογικές πρωτοβουλίες, όπως νομοθετική πρόταση για κοινή ενοποιημένη φορολογική βάση για τις εταιρείες και νέα στρατηγική για τον ΦΠΑ με σκοπό, ιδίως, τη μείωση των φορολογικών εμποδίων και διοικητικών φραγμών για τις ΜΜΕ στην ενιαία αγορά·
- θα προβεί σε αναθεώρηση του ευρωπαϊκού συστήματος τυποποίησης το 2011·
- θα ετοιμάσει έγγραφο με οδηγίες όπου θα εξηγεί τους κανόνες για την επισήμανση της καταγωγής και θα ενημερώνει τις ΜΜΕ για τα μέσα που έχουν στη διάθεσή τους προκειμένου να προστατεύσουν τα νόμιμα συμφέροντά τους·
- θα προτείνει νομική πράξη σχετική με το ευρωπαϊκό δίκαιο των συμβάσεων που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των ΜΜΕ που επιθυμούν να εισχωρήσουν σε νέες αγορές·
- θα καθιερώσει ενιαία διαδικασία για να διευκολύνει τη διασυνοριακή είσπραξη των

<sup>34</sup> Οι πληροφορίες για την καταγωγή ή τον τόπο προέλευσης των προϊόντων καλύπτονται από δύο νομοθετικές πρωτοβουλίες που βρίσκονται στο στάδιο της συζήτησης: την πρόταση κανονισμού σχετικά με την παροχή πληροφοριών για τα τρόφιμα στους καταναλωτές και τη δέσμη μέτρων για την ποιότητα, COM(2010) 738.

<sup>35</sup> Πρόταση κανονισμού του Συμβουλίου σχετικά με την ένδειξη της χώρας καταγωγής όσον αφορά ορισμένα προϊόντα που εισάγονται από τρίτες χώρες [COM (2005) 661] και πρόταση κανονισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τις ονομασίες και τη συναφή επισήμανση κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων [COM (2009)31].



οφειλών, δίνοντας τη δυνατότητα σε έναν πιστωτή να κρατήσει τα χρήματα που διαθέτει ο οφειλέτης του σε τραπεζικό λογαριασμό σε άλλο κράτος μέλος.

*Τα κράτη μέλη καλούνται:*

- να εφαρμόσουν πλήρως τον «ευρωπαϊκό κώδικα βέλτιστης πρακτικής» που θα διευκολύνει την πρόσβαση των ΜΜΕ στις δημόσιες συμβάσεις·
- να προωθήσουν τη δημοσίευση στο διαδίκτυο, εύκολα προσβάσιμων, δωρεάν περιλήψεων των ευρωπαϊκών προτύπων με σαφή ένδειξη των αλλαγών όταν αναθεωρούνται τα πρότυπα.

*Η Επιτροπή προτίθεται, και τα κράτη μέλη καλούνται:*

- να επιδιώξουν από κοινού την ενίσχυση της ηλεκτρονικής διαλειτουργικότητας στην εσωτερική αγορά, ιδίως με την έκδοση της πρότασης νομοθετικής πράξης για την Ενιαία αγορά έως το 2012, ώστε να εξασφαλιστεί η αμοιβαία αναγνώριση της ηλεκτρονικής ταυτοποίησης και η ηλεκτρονική επαλήθευση της ταυτότητας σε όλη την ΕΕ, και με την αναθεώρηση το 2011 της οδηγίας για τις ηλεκτρονικές υπογραφές.

### 3.3.2. Βοήθεια προς τις ΜΜΕ για να αντιμετωπίσουν τις παγκοσμιοποιημένες αγορές

Οι παγκοσμιοποιημένες αγορές προσφέρουν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες στις ΜΜΕ της ΕΕ. Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη<sup>36</sup> οι ευρωπαϊκές ΜΜΕ έχουν περισσότερες διεθνείς δραστηριότητες από ό,τι οι αμερικανικές ή ιαπωνικές ΜΜΕ: το 25 % των ΜΜΕ στην ΕΕ εξάγουν ή έχουν εξάγει σε κάποιο βαθμό τα τελευταία 3 χρόνια, ποσοστό από το οποίο το 13 % εξήγαγε εκτός της ενιαίας αγοράς της ΕΕ. Ταυτόχρονα, η μελέτη δείχνει ότι υπάρχουν τεράστιες αναξιοποίητες δυνατότητες, ιδίως στις χώρες BRIC<sup>37</sup>, οι οποίες εκτιμάται ότι ανέρχονται στο 60 % του παγκόσμιου ΑΕγχΠ έως το 2030. Επί του παρόντος, οι αγορές αυτές εξυπηρετούνται από το 7 % έως 10 % των εξαγουσών ΜΜΕ της ΕΕ.

Για να μπορούν να έχουν επιτυχώς πρόσβαση σε αγορές τρίτων χωρών, οι ΜΜΕ πρέπει να είναι εφοδιασμένες με τις κατάλληλες δεξιότητες, να υποστηρίζονται από το κατάλληλο πλαίσιο πολιτικής που θα τους δίνει τη δυνατότητα να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, και να λειτουργούν με ίσους όρους ανταγωνισμού για την κατάρριψη εμποδίων όπως τα κανονιστικά πλαίσια ξένων χωρών και οι μη δασμολογικοί φραγμοί<sup>38</sup>. Η Επιτροπή εξετάζει ορισμένες εναλλακτικές λύσεις, όπως παροχή βοήθειας για την πρόσβαση στις αγορές και καθοδήγηση για κανονιστικά ζητήματα, θέματα τυποποίησης και αξιολόγησης της συμμόρφωσης. Στο σημείο αυτό λαμβάνονται υπόψη οι υπηρεσίες που παρέχουν οι

<sup>36</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/internationalisation/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/internationalisation/index_en.htm)

<sup>37</sup> Βραζιλία, Ρωσία, Ινδία και Κίνα.

<sup>38</sup> Μια μελέτη που πραγματοποιήθηκε με εντολή της Επιτροπής προσδιορίζει συγκεκριμένα προβλήματα που αντιμετωπίζουν διάφορα είδη ΜΜΕ που εμπλέκονται σε έρευνες εμπορικής άμυνας, μεταξύ άλλων έλλειψη διαφάνειας και δυσχέρειες στην πρόσβαση σε πληροφορίες, και προτείνει πιθανές λύσεις. Τα κράτη μέλη συζητούν επί του παρόντος τα πορίσματα της μελέτης αυτής για να αποφασίσουν σε ποιες ενέργειες θα προβούν. Για περισσότερες πληροφορίες, βλέπε τον ιστότοπο της ΓΔ Εμπορίου: <http://ec.europa.eu/trade/tackling-unfair-trade/tradedefence/information-for-business/sme/>

υπάρχουσες οργανώσεις επιχειρήσεων, το δίκτυο Enterprise Europe Network καθώς και το Ευρωπαϊκό Επιχειρηματικό και Τεχνολογικό Κέντρο της ΕΕ στην Ινδία και το Κέντρο για τις ΜΜΕ της ΕΕ στην Κίνα. Παράλληλα, οι ΜΜΕ ωφελούνται από ενέργειες που αναλαμβάνονται στο πλαίσιο της στρατηγικής για την πρόσβαση στην αγορά, όπως η βάση δεδομένων για την πρόσβαση στην αγορά ή οι εργασίες 30 ομάδων για την πρόσβαση στην αγορά σε εξαγωγικές αγορές ζωτικής σημασίας που φέρνουν σε επαφή την τοπική εμπειρογνομosύνη των στελεχών των αντιπροσωπειών της ΕΕ, των πρεσβειών των κρατών μελών και των επιχειρήσεων της ΕΕ με σκοπό να βελτιωθεί η πρόσβαση των ευρωπαϊκών εταιρειών στις εν λόγω αγορές<sup>39</sup>.

Η Επιτροπή επιθυμεί να προωθήσει νέες μορφές συνεργασίας των εταιρειών, συμπεριλαμβανομένης της συνεργασίας επιχειρήσεων που είναι εγκατεστημένες σε διαφορετικές περιοχές ή χώρες. Πρόκειται για ένα νέο μοντέλο συνεργασίας μέσω συνεργατικών σχηματισμών (clusters) και επιχειρηματικών δικτύων, που θα δώσει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να συνενώσουν τις προσπάθειές τους και θα αποτελέσει έναυσμα για μια συνεκτική και συντονισμένη προσέγγιση για την επίτευξη ενός κοινού στόχου χωρίς να χαθεί η ανεξαρτησία των ΜΜΕ. Η Επιτροπή θα πραγματοποιήσει μελέτη σχετικά με το πώς μπορεί αυτού του είδους η συνεργασία να υποστηριχθεί σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Επιπροσθέτως, στις αρχές του 2011 η Επιτροπή θα δρομολογήσει νέες ενέργειες για τη στήριξη συνεργατικών σχηματισμών παγκόσμιας εμβέλειας, ώστε να προωθηθούν διεθνείς δραστηριότητες συνεργατικών σχηματισμών, η αριστεία στη διαχείριση αυτών και η επέκταση του Ευρωπαϊκού Παρατηρητηρίου για τους συνεργατικούς σχηματισμούς (European Cluster Observatory).

Στο πλαίσιο των διεθνών θεμάτων που απασχολούν την ΕΕ, η Επιτροπή θα προωθήσει τομείς ιδιαίτερου ενδιαφέροντος για τις ΜΜΕ στη διμερή και πολυμερή συνεργασία της με τρίτες χώρες, π.χ. διευκόλυνση του εμπορίου, καθώς και ενσωμάτωση των αρχών της πρωτοβουλίας SBA στις σχετικές συμφωνίες και τους συναφείς μηχανισμούς παρακολούθησης και συντονισμού. Επιπλέον, θα συνεχίσει να καταβάλει προσπάθειες για την εξάλειψη των μη δασμολογικών φραγμών και περιορισμών στην πρόσβαση στις πρώτες ύλες με τη χρήση των διαθέσιμων εργαλείων εμπορικής πολιτικής. Αυτό θα συμβάλει επίσης στο περαιτέρω άνοιγμα τομέων που είναι ακόμη απρόσιτοι στις ΜΜΕ, όπως οι αγορές των υπηρεσιών και των δημόσιων συμβάσεων, και θα βοηθήσει να ενισχυθούν τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας.

#### *Η Επιτροπή:*

- θα υποβάλει το 2011 νέα στρατηγική για τη στήριξη των ΜΜΕ της ΕΕ στις αγορές εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης και μια στρατηγική για συνεργατικούς σχηματισμούς («clusters») και δίκτυα<sup>40</sup> που θα είναι ανταγωνιστικά σε παγκόσμιο επίπεδο, με ιδιαίτερη έμφαση στην ανάλυση του ρόλου που αυτά μπορούν να διαδραματίσουν για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ·
- θα επιδιώξει να επιλύσει τα προβλήματα των ΜΜΕ ως προς τη χρήση των μέσων

<sup>39</sup> <http://ec.europa.eu/trade/creating-opportunities/trade-topics/market-access/export-from-eu/>

<sup>40</sup> Ανακοίνωση της Επιτροπής «Ολοκληρωμένη βιομηχανική πολιτική για την εποχή της παγκοσμιοποίησης — Η ανταγωνιστικότητα και η βιωσιμότητα τίθενται στο επίκεντρο», [COM(2010) 614].

εμπορικής άμυνας της ΕΕ, αυξάνοντας τις πληροφορίες και τη βοήθεια για τη χρήση αυτών των μέσων·

- θα καταβάλει συστηματικές προσπάθειες για την εξάλειψη των μη δασμολογικών φραγμών στις συμφωνίες ελεύθερου εμπορίου και θα διευκολύνει την πρόσβαση των ΜΜΕ σε αγορές τρίτων χωρών, αλλά και θα βοηθήσει στην ενίσχυση των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας, σύμφωνα και με την ανανεωμένη εμπορική πολιτική.

*Τα κράτη μέλη καλούνται:*

- να στηρίξουν τη δικτύωση των ΜΜΕ, σύμφωνα με τους κανόνες για τις κρατικές ενισχύσεις και τον ανταγωνισμό·
- να ενθαρρύνουν τις ΜΜΕ να μισθώσουν ή να αγοράσουν εμπειρογνομοσύνη από ειδικούς που θα βοηθήσει την ανάπτυξη των εταιρειών, την καινοτομία και τη διεθνοποίηση των δραστηριοτήτων τους.

### *3.3.3. Αρωγή προς τις ΜΜΕ για να συμβάλουν σε μια αποδοτική ως προς τη χρήση των πόρων οικονομία*

Η Επιτροπή έχει λάβει μέτρα για να αυξήσει την ευαισθητοποίηση των ΜΜΕ σχετικά με θέματα περιβάλλοντος και ενέργειας και έχει βοηθήσει τις ΜΜΕ στην εφαρμογή της νομοθεσίας, στην αξιολόγηση των περιβαλλοντικών και ενεργειακών επιδόσεων τους και στην αναβάθμιση δεξιοτήτων και προσόντων. Οι ενέργειες αυτές πρέπει να ενισχυθούν και η «Ευρώπη 2020» έχει στρέψει το ενδιαφέρον στην αρωγή προς τις ΜΜΕ, ώστε να γίνουν οι βασικοί συντελεστές στη μετάβαση προς μια αποδοτική ως προς τους πόρους μεγέθυνση. Κι ενώ οι ΜΜΕ έχουν κίνητρα αγοράς για να βελτιώσουν τη χρήση των πόρων, σε πολλές περιπτώσεις τα σημεία της αγοράς δεν είναι εύκολο να εντοπιστούν ή να ερμηνευτούν και οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν προκλήσεις περιορισμένης πληροφόρησης, χρόνου και ανθρώπινων και οικονομικών πόρων. Χρειάζονται περισσότερη χρηματοδότηση, συμπεριλαμβανομένων περιφερειακών προγραμμάτων στήριξης των επιχειρήσεων, έγκαιρης ενημέρωσης και συγκεκριμένης βοήθειας που θα παρέχουν οι οργανώσεις στήριξης των επιχειρήσεων όπως εμπορικά επιμελητήρια και υπηρεσίες καταναλωτών. Η μετάβαση αυτή μπορεί να ευνοηθεί από αναπτυξιακά κίνητρα για την πραγματοποίηση ελέγχων στη χρήση ενέργειας και πόρων.

Μηχανισμοί βασισμένοι στην αγορά μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν για να ενθαρρυνθούν συμπεριφορές που οδηγούν σε αποδοτική χρήση των πόρων, με τρόπο που θα ωφελεί τη δημιουργία θέσεων εργασίας και την οικονομική μεγέθυνση.

*Η Επιτροπή θα καθορίσει ένα ειδικό πλαίσιο για να μπορέσουν οι ΜΜΕ να ανταποκριθούν στην πρόκληση μιας αποδοτικής ως προς τους πόρους οικονομίας και να δρέψουν τους καρπούς. Ειδικότερα, η Επιτροπή:*

- θα υλοποιήσει το νέο σχέδιο ενεργειακής απόδοσης και θα κινηθεί προς ένα σχέδιο δράσης για την οικολογική καινοτομία που θα δίνει ιδιαίτερη προσοχή στις ΜΜΕ για την προώθηση της δικτύωσης, των τεχνολογιών χαμηλών εκπομπών άνθρακα και της αποδοτικής ως προς τη χρήση των πόρων καινοτομίας·
- θα αναπτύξει κι άλλο συγκεκριμένες ενέργειες για τους ειδικούς σε θέματα περιβάλλοντος και ενέργειας στο πλαίσιο του δικτύου «Enterprise Europe Network», ώστε ειδικές γνώσεις για τις μεθοδολογίες αιχμής και τις βέλτιστες πρακτικές θα

μεταφερθούν από τις περιφέρειες που έχουν προηγμένη εμπειρία σε αυτές που σημειώνουν υστέρηση στους τομείς αυτούς:

- το δίκτυο «Enterprise Europe Network» θα στηρίζει τις ΜΜΕ για την εμπορία προϊόντων και υπηρεσιών που προκύπτουν από βέλτιστες πρακτικές, ιδίως τεχνολογίες χαμηλών εκπομπών άνθρακα·
- θα χρησιμοποιήσει τις ομάδες ΜΜΕ και τη βάση δεδομένων ανάδρασης για τις ΜΜΕ του δικτύου «Enterprise Europe Network» για να βελτιώσει την ποιότητα της περιβαλλοντικής νομοθεσίας, συμπεριλαμβανομένης της εφαρμογής.

*Τα κράτη μέλη καλούνται:*

- να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες κρατικής ενίσχυσης για να στηρίξουν τις επενδύσεις στο περιβάλλον και την ενέργεια·
- να βοηθήσουν τις ΜΜΕ να αποκτήσουν τις αναγκαίες διαχειριστικές και τεχνικές δεξιότητες για να προσαρμόσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα προς μια οικονομία χαμηλών εκπομπών άνθρακα, αποδοτική ως προς τη χρήση των πόρων και μεταξύ άλλων μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου·
- να δώσουν κανονιστικά κίνητρα σε ΜΜΕ που είναι εγγεγραμμένες με το σύστημα EMAS (οικολογικής διαχείρισης και οικολογικού ελέγχου) και με το ISO 14.000 και να λάβουν μέτρα για να παρακινήθούν οι πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις να επωφεληθούν από τα συστήματα τύπου EMAS, όπως το EMAS-EASY.

### **3.4. Προαγωγή της επιχειρηματικότητας, της δημιουργίας θέσεων εργασίας και της ανάπτυξης χωρίς διακρίσεις**

Οι ΜΜΕ είναι αυτές που δημιουργούν κατεξοχήν θέσεις εργασίας στην ΕΕ αλλά λόγω της οικονομικής κρίσης έχουν χαθεί περίπου 3,25 εκατομμύρια θέσεις εργασίας στις ΜΜΕ

Στην τρέχουσα κατάσταση τα κράτη μέλη πρέπει να απλοποιήσουν κι άλλο τις διοικητικές απαιτήσεις και διαδικασίες για την εκκαθάριση μιας επιχείρησης που αντιμετωπίζει δυσκολίες. Επιπλέον, περίπου το ένα τρίτο των επιχειρήσεων που αντιμετωπίζουν δυσκολίες, το παθαίνουν λόγω μεταβίβασης της επιχείρησης. Συνεπώς, έχει σημασία η βελτίωση των συνθηκών-πλαισίου για τις μεταβιβάσεις επιχειρήσεων καθώς την προσεχή δεκαετία σχεδόν 500 000 επιχειρήσεις με 2 εκατομμύρια θέσεις εργασίας θα πρέπει να μεταβιβάζονται κάθε χρόνο<sup>41</sup>. Η Επιτροπή θα υποβάλει συστάσεις πολιτικής το 2011 βάσει μελέτης που μετρά το μέγεθος της πτώχευσης και το πρόβλημα της δεύτερης ευκαιρίας.

Στο πλαίσιο της εμβληματικής πρωτοβουλίας «Ατζέντα για νέες δεξιότητες και θέσεις εργασίας»<sup>42</sup>, η Επιτροπή θα αξιολογήσει τις ανάγκες σε δεξιότητες για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις και τις βιοτεχνίες. Επιπλέον, η πρωτοβουλία «Νεολαία σε κίνηση»<sup>43</sup> θα δώσει έμφαση στην επαγγελματική κατάρτιση, ώστε να εξασφαλιστεί ότι τα εκπαιδευτικά συστήματα παρέχουν πράγματι τις δεξιότητες που απαιτούνται για τη σύσταση και τη διαχείριση μιας ΜΜΕ.

<sup>41</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/documents/transfers/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/documents/transfers/index_en.htm)

<sup>42</sup> COM (2010) 682 τελικό.

<sup>43</sup> COM(2010) 477 τελικό.

Πάρα πολύ λίγες ΜΜΕ της ΕΕ που καινοτομούν εξελίσσονται σε μεγάλες, επιτυχείς παγκοσμίως εταιρείες. Τα εμπόδια που εξακολουθούν να συναντούν οι επιχειρηματίες για να φέρουν ιδέες στην αγορά πρέπει να αρθούν με ποικίλα μέτρα πολιτικής βάσει της καινοτομίας, με την ευρεία έννοια, στα προϊόντα και τις υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένων αλλαγών που επιταχύνουν και βελτιώνουν τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις σχεδιάζουν, αναπτύσσουν, παράγουν και εμπορεύονται νέα προϊόντα και υπηρεσίες όπως ορίζονται στην ανακοίνωση «Ένωση καινοτομίας»<sup>44</sup>. Η Επιτροπή θα διερευνήσει κατά πόσο είναι εφικτή η παρακολούθηση της επίδοσης των πολύ μικρών επιχειρήσεων ως προς την καινοτομία και θα προτείνει ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο για την ανάπτυξη και προαγωγή των ψηφιακών δεξιοτήτων για την καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα, με ιδιαίτερη έμφαση στις μικρές επιχειρήσεις, τις νεοσύστατες και τις ταχέως αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις.

Υπάρχουν επίσης ΜΜΕ που ακολουθούν διαφορετικά επιχειρηματικά μοντέλα από τις παραδοσιακές βασισμένες στο κεφάλαιο εταιρείες. Η εν λόγω κατηγορία, γνωστή ως «κοινωνική οικονομία» περιλαμβάνει μη κερδοσκοπικές οργανώσεις, ιδρύματα, συνεταιρισμούς, αλληλασφαλιστικές εταιρείες και παρόμοιες νομικές μορφές. Για να ανταποκριθεί στις ιδιαίτερες ανάγκες αυτών των επιχειρήσεων, η Επιτροπή εξήγγειλε στην πράξη για την ενιαία αγορά ορισμένες ενέργειες που θα διαμορφώσουν ίσους όρους ανταγωνισμού. Οι ενέργειες αυτές θα εξετάσουν, αφενός, θέματα σχετικά με συνεταιρισμούς, ιδρύματα και αλληλασφαλιστικές εταιρείες, και, αφετέρου, με επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται για κοινωνικούς σκοπούς.

#### *Η Επιτροπή:*

- θα δημιουργήσει συστήματα καθοδήγησης για γυναίκες επιχειρηματίες σε 10 τουλάχιστον χώρες της ΕΕ, που θα παρέχουν συμβουλές και στήριξη για τη σύσταση, τη λειτουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων·
- θα εντοπίσει τις ορθές πρακτικές για τη μεταβίβαση επιχειρήσεων και θα ξεκινήσει εκστρατεία για την προβολή αυτών των πρακτικών·
- θα εγκρίνει, έως τα τέλη του 2011, μια πρωτοβουλία για την κοινωνική επιχείρηση με επίκεντρο τις επιχειρήσεις που έχουν κοινωνικούς σκοπούς.

#### *Τα κράτη μέλη καλούνται:*

- να υλοποιήσουν, έως το 2012, τη σύσταση που περιέχεται στο σχέδιο δράσης SBA για τη μείωση του χρόνου που απαιτείται για τη σύσταση εταιρείας σε 3 εργάσιμες ημέρες και του κόστους σε 100 ευρώ· να έχουν επιτύχει, έως το 2013, τη μείωση του χρόνου που απαιτείται για έκδοση αδειών (συμπεριλαμβανομένων των περιβαλλοντικών) για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ένα μήνα·
- να υλοποιήσουν, έως το 2013, τη σύσταση που περιέχεται στο σχέδιο δράσης SBA για την παροχή δεύτερης ευκαιρίας σε επιχειρηματίες με τον περιορισμό του χρόνου απαλλαγής και εκκαθάρισης των οφειλών για έναν έντιμο επιχειρηματία μετά την πτώχευση σε τρία έτη, κατ' ανώτατο όριο·
- να αναπτύξουν φιλικές στον χρήστη και με ευρεία βάση υποστήριξης αγορές και βάσεις

<sup>44</sup> [http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index\\_en.cfm](http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm)

δεδομένων για μεταβιβάσιμες επιχειρήσεις και να παρέχουν κατάρτιση και υποστήριξη για να αυξηθεί ο αριθμός των επιτυχών μεταβιβάσεων επιχειρήσεων, συμπεριλαμβανομένων επικοινωνιακών εκστρατειών για την αύξηση της συνειδητοποίησης της ανάγκης για έγκαιρη προετοιμασία των μεταβιβάσεων επιχειρήσεων.

#### 4. ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ ΤΗΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑΣ SBA ΩΣΤΕ ΝΑ ΑΠΟΔΩΣΕΙ ΑΠΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Η ισχυρή διακυβέρνηση είναι το κλειδί για την επιτυχή υλοποίηση της πρωτοβουλίας SBA.

Για την αξιολόγηση της προόδου, η Επιτροπή θα συλλέξει πληροφορίες για τα μέτρα που έλαβαν τα κράτη μέλη και θα δημοσιεύσει ετήσιες εκθέσεις για την ανταγωνιστικότητα των κρατών μελών της ΕΕ, βάσει του άρθρου 173 της συνθήκης της Λισαβόνας. Η παρακολούθηση των πολιτικών ανταγωνιστικότητας των κρατών μελών θα αποτελέσει τη βάση για αξιολογήσεις από ομότιμους ειδικούς και ανταλλαγή ορθών πρακτικών. Η Επιτροπή θα αναφέρει στο Συμβούλιο σχετικά με την πρόοδο ως προς την υλοποίηση της SBA.

Η εμπλοκή των ενδιαφερόμενων μερών θα ενισχυθεί και οι ΜΜΕ που ενδιαφέρονται καλούνται να συμμετάσχουν ενεργά στην υλοποίηση της πρωτοβουλίας SBA, με την παροχή, μεταξύ άλλων, σε τακτά διαστήματα πληροφοριών για την υλοποίηση των μέτρων για την πρωτοβουλία SBA.

*Η Επιτροπή:*

- θα συγκροτήσει μια συμβουλευτική ομάδα για την SBA που θα αποτελείται από εκπροσώπους κυβερνήσεων και οργανώσεις επιχειρήσεων, η οποία θα συμβάλει στην αξιολόγηση και την αναφορά της προόδου στην υλοποίηση της SBA, στην αύξηση των προσπαθειών διάδοσης πληροφοριών για την υλοποίηση της πολιτικής για τις ΜΜΕ και στην προώθηση ανταλλαγών ορθών πρακτικών. Στο πλαίσιο αυτό, θα αναπτύξει περαιτέρω την ανασκόπηση της επίδοσης των ΜΜΕ, με έμφαση ιδίως στα μέτρα του σχεδίου δράσης για την SBA, ώστε να ελέγχεται και να αποτιμάται η επίδοση των κρατών μελών στην υλοποίηση της πρωτοβουλίας SBA βάσει πολλών και διαφόρων δεικτών επιτυχίας·
- θα προτείνει τη λειτουργία μιας ετήσιας συνέλευσης ΜΜΕ που θα συνδέεται στενά με το συνέδριο για τις ορθές πρακτικές ως προς την SBA, ώστε να κινητοποιηθούν όλα τα σχετικά ενδιαφερόμενα μέρη που εμπλέκονται στην υλοποίηση της πρωτοβουλίας SBA και να ενισχυθεί ο μεταξύ τους διάλογος.

*Τα κράτη μέλη και, ανάλογα με την περίπτωση, τα όργανα της περιφερειακής και τοπικής αυτοδιοίκησης καλούνται να:*

- να καταρτίσουν, σε συνεννόηση με τους εκπροσώπους των οργανώσεων επιχειρήσεων, εθνικά και τοπικά σχέδια υλοποίησης της πρωτοβουλίας SBA, τα οποία θα πλαισιώσουν με έναν ισχυρό μηχανισμό παρακολούθησης, καθώς και έναν φορέα που θα συντονίζει τα σχετικά με τις ΜΜΕ θέματα απέναντι στις διάφορες διοικητικές αρχές («απεσταλμένος των ΜΜΕ»), ο οποίος θα στελεχωθεί με το απαραίτητο ανθρώπινο δυναμικό και θα έχει υψηλή θέση εντός της διοίκησης.

## 5. ΤΑ ΕΠΟΜΕΝΑ ΒΗΜΑΤΑ

Για να εξασφαλιστεί πλήρως η υλοποίηση της πρωτοβουλίας SBA και να αντιμετωπιστούν οι τρέχουσες προκλήσεις για τις ΜΜΕ, η Επιτροπή είναι αποφασισμένη να εξακολουθεί να δίνει προτεραιότητα στις ΜΜΕ και να λαμβάνει υπόψη της τις ιδιαιτερότητές τους στις προτάσεις και τα προγράμματά της. Μεγάλη σημασία για την εγγυημένη υλοποίηση της SBA κοντά στους επιχειρηματίες θα έχει η αύξηση της προβολής και της ενημέρωσης για τα μέτρα που λαμβάνουν οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, και τα άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. Στον «απεσταλμένο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων» θα ανατεθεί το καθήκον να παρακολουθεί την πρόοδο των κρατών μελών κατά την εφαρμογή της πρωτοβουλίας SBA και να ενημερώνει τακτικά τη συνέλευση των ΜΜΕ. Τα κράτη μέλη καλούνται να υλοποιήσουν πλήρως την επικαιροποιημένη SBA. Η παρούσα πρόσκληση απευθύνεται εξίσου στις υποψήφιες για ένταξη χώρες και τις δυνάμει υποψήφιες χώρες.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### Ανασκόπηση της πρωτοβουλίας SBA

#### Παραδείγματα ορθών πρακτικών για την εφαρμογή των 10 αρχών της πρωτοβουλίας SBA

Ας σημειωθεί ότι το παρόν παράρτημα δεν αποτελεί εξαντλητική αξιολόγηση των πολιτικών των κρατών μελών και θα πρέπει να θεωρηθεί ως **συμπλήρωμα** στις διαθέσιμες εκδόσεις της ΕΕ ή των κρατών μελών για τις πολιτικές σχετικά με τις ΜΜΕ.

<b>Αρχή 1: Προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος</b>	<p>Πολλά κράτη μέλη έχουν καθιερώσει προγράμματα επιχειρηματικότητας για να τονώσουν το επιχειρηματικό πνεύμα και τις δεξιότητες των νέων αλλά και για να προβάλουν τη δυνατότητα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας, είτε με την ενσωμάτωση της επιχειρηματικότητας στη διδακτική ύλη των <u>σχολείων και των πανεπιστημίων</u> ή με τη διαμόρφωση ειδικών για το σκοπό αυτό προγραμμάτων<sup>45</sup>.</p> <p>Σε ορισμένες χώρες η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα είναι το αντικείμενο συνεπούς εθνικής στρατηγικής (<b>Δανία, Κάτω Χώρες, Σουηδία και ΗΒ</b>), ενώ άλλες χώρες κινούνται προς την ίδια κατεύθυνση (<b>Αυστρία, Πορτογαλία</b>). Στη <b>Λετονία</b>, εκατοντάδες φοιτητές μπορούν να υποβάλουν επιχειρηματικά σχέδια στο πλαίσιο διαγωνισμού. Στις <b>Κάτω Χώρες</b> εφαρμόζεται ένα πρόγραμμα για τους νέους επιχειρηματίες που θέλουν να δικτυωθούν στις ΗΠΑ.</p> <p>Ορισμένες χώρες συμμετέχουν σε εθνικά ή ευρωπαϊκά προγράμματα που ενθαρρύνουν τη <u>γυναικεία επιχειρηματικότητα</u> (<b>Κύπρος, Δανία, Ελλάδα, Φινλανδία, Γαλλία, Γερμανία, Ισλανδία</b><sup>46</sup>, <b>Ιρλανδία, Ιταλία, Νορβηγία</b><sup>47</sup>, <b>Πολωνία, Σλοβακία και Σουηδία</b>). Αρκετά κράτη μέλη αξιοποιούν σημαντικά ποσά που παρέχουν τα διαρθρωτικά ταμεία για τα εν λόγω προγράμματα.</p> <p><b><u>Άλλα παραδείγματα ορθής πρακτικής</u></b><sup>48</sup></p> <p><b>Αυστρία:</b> Εφαρμόζεται πρόγραμμα που διευκολύνει τη μεταβίβαση επιχειρήσεων που ξεκίνησε το 2008. Παρέχονται υπηρεσίες υποστήριξης και μια ηλεκτρονική πλατφόρμα για τους επιχειρηματίες που θέλουν να μεταβιβάσουν την επιχείρησή της και για όσους θέλουν να αναλάβουν μια επιχείρηση.</p>
---	---

<sup>45</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/industrial-competitiveness/industrial-policy/files/member\\_states\\_competitiveness\\_performance\\_kai\\_policies\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/industrial-competitiveness/industrial-policy/files/member_states_competitiveness_performance_kai_policies_en.pdf)

<sup>46</sup> Η Ιρλανδία και η Νορβηγία είναι μεταξύ των κρατών που δεν είναι μέλη της ΕΕ αλλά εφαρμόζουν την πρωτοβουλία SBA και ωφελούνται από το πρόγραμμα για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία.

<sup>47</sup> Βλέπε υποσημείωση 2.

<sup>48</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm) (βλέπε δελτία με τα στοιχεία χωρών του 2009 για τη SBA, τμήμα 5 για τις ορθές πρακτικές).



**Γαλλία:** Το σύστημα «Auto-entrepreneur» (2009) επιτρέπει σε κάθε πολίτη (άνεργο, εργαζόμενο, υπάλληλο, συνταξιούχο) να συστήσει εύκολα εταιρεία και να ωφεληθεί από φορολογικές ελαφρύνσεις τα πρώτα 3 χρόνια. Πάνω από 500 000 επιχειρήσεις τύπου «Auto-entrepreneur» δημιουργήθηκαν μεταξύ Ιανουαρίου 2009 και Ιουνίου 2010.

**Ρουμανία:** Το πρόγραμμα «Start» αποσκοπεί στην ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων για τους νέους (ηλικίας 18-35 ετών) και την υποστήριξη νεοσύστατων εταιρειών. Προϋπολογισμός: 21,2 εκατ. ευρώ το 2009, συμπεριλαμβανομένων 19 εκατ. ευρώ για επιχορηγήσεις και 2,1 για τη χρηματοδότηση του φορέα υλοποίησης).

**Σουηδία:** Το εθνικό πρόγραμμα για την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας (2007-2010) παρέχει υπηρεσίες στήριξης και καθοδήγησης σε νεοσύστατες επιχειρήσεις γυναικών. Συστάθηκε ένα εθνικό δίκτυο πρεσβειρών, από το οποίο προήλθε η έμπνευση, το 2009, για τη δημιουργία ενός ευρωπαϊκού δικτύου πρεσβειρών γυναικείας επιχειρηματικότητας.

## Αρχή 2: Δεύτερη ευκαιρία

Μόνο πέντε κράτη μέλη (**Βέλγιο, Φινλανδία, Ιρλανδία, Ισπανία και Ηνωμένο Βασίλειο**) συμμορφώνονται με τη σύσταση<sup>49</sup> για την ολοκλήρωση εντός ενός έτους όλων των νομικών διαδικασιών για την εκκαθάριση επιχείρησης σε περίπτωση μη δόλιας πτώχευσης .

### Άλλα παραδείγματα ορθής πρακτικής<sup>50</sup>

**Βέλγιο:** Νόμος για τη συνέχεια των επιχειρήσεων (2009), ο οποίος παρέχει χρεωστάσιο (μορατόριουμ) για τις εταιρείες με οικονομικές δυσκολίες ώστε να προληφθεί η κατάσταση της αφερεγγυότητας και της προπτώχευσης.

**Εσθονία:** Ο νόμος περί αναδιοργάνωσης που ψηφίστηκε το 2008 παρέχει μια εναλλακτική λύση σε διαδικασίες πτώχευσης και επιτρέπει σε εταιρείες να επιβιώσουν στην περίπτωση προσωρινών προβλημάτων φερεγγυότητας.

**Λετονία:** Ένας νέος νόμος περί αφερεγγυότητας άρχισε να ισχύει το 2010 και καθιστά τις διαδικασίες απλούστερες και ταχύτερες, εξασφαλίζει δε σταθερότητα στον χρηματοοικονομικό τομέα και μειώνει το επίπεδο του χρέους στον ιδιωτικό τομέα.

<sup>49</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/docs/sba/sba\\_action\\_plan\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/docs/sba/sba_action_plan_en.pdf)

<sup>50</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm)  
(βλέπε δελτία με τα στοιχεία χωρών του 2009 για τη SBA, τμήμα 5 για τις ορθές πρακτικές).

<p><b>Αρχή 3: Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις</b></p>	<p>Μόνο λίγα κράτη μέλη (<b>Βέλγιο, Δανία, Φινλανδία, Λουξεμβούργο, Γερμανία, Πολωνία, Σλοβενία, Σουηδία και Ηνωμένο Βασίλειο</b>) έχουν ενσωματώσει το «τεστ ΜΜΕ» στη λήψη αποφάσεων σε εθνικό επίπεδο για το θέμα αυτό.</p> <p><b>Οι Κάτω Χώρες</b> είναι ένα ενδιαφέρον παράδειγμα επιτυχούς μείωσης της διοικητικής επιβάρυνσης· το ολλανδικό μοντέλο<sup>51</sup> έχει αντιγραφεί και σε άλλες χώρες.</p> <p><b><u>Άλλα παραδείγματα ορθής πρακτικής</u></b></p> <p><b>Γερμανία:</b> 23 γραφειοκρατικές διαδικασίες απλοποιήθηκαν το 2009, στο πλαίσιο του τρίτου νόμου για τη μείωση των γραφειοκρατικών εμποδίων για τις ΜΜΕς<sup>52</sup>.</p> <p><b>Ιταλία:</b> Τον Απρίλιο του 2010, η κυβέρνηση εξέδωσε σύσταση για την εφαρμογή της πρωτοβουλίας SBA στην Ιταλία και συγκρότησε μόνιμη ομάδα εργασίας με τη συμμετοχή υπουργείων, επιμελητηρίων, οργανώσεων επιχειρήσεων και ενός Ιταλού, μέλους της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής, η οποία θα παρακολουθεί την υλοποίηση της SBA και θα προτείνει πρωτοβουλίες στο πλαίσιο αυτό. Συντάσσεται ετήσια έκθεση για την υλοποίηση της πρωτοβουλίας SBA, η οποία και δημοσιεύεται στο διαδίκτυο<sup>53</sup>.</p>
--	--

<sup>51</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/better-regulation/administrative-burdens/action-programme/index\\_en.htm#h2-5](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/better-regulation/administrative-burdens/action-programme/index_en.htm#h2-5) & and

<sup>52</sup> [http://english.minlnv.nl/portal/page?\\_pageid=116,4093799&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://english.minlnv.nl/portal/page?_pageid=116,4093799&_dad=portal&_schema=PORTAL)  
[http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm)  
(βλέπε δελτία με τα στοιχεία χωρών του 2009 για τη SBA, τμήμα 5 για τις ορθές πρακτικές.

<sup>53</sup> [http://www.sviluppoeconomico.gov.it/pdf\\_upload/documenti/Rapportosa2010DEF.pdf](http://www.sviluppoeconomico.gov.it/pdf_upload/documenti/Rapportosa2010DEF.pdf) and  
[http://www.sviluppoeconomico.gov.it/primopiano/dettaglio\\_primopiano.php?sezione=primopiano&tema\\_dir=tema2&id\\_primopiano=718](http://www.sviluppoeconomico.gov.it/primopiano/dettaglio_primopiano.php?sezione=primopiano&tema_dir=tema2&id_primopiano=718)

<p><b>Αρχή 4:</b> Ευέλικτες διοικήσεις</p>	<p><b><u>Παραδείγματα ορθής πρακτικής</u></b><sup>54</sup></p> <p><b>Τσεχική Δημοκρατία:</b> Το «The Data box» (2009) αποσκοπεί στην απλοποίηση της μεταφοράς και γνωστοποίησης δεδομένων μεταξύ επιχειρήσεων και διοικήσεων.</p> <p><b>Ουγγαρία:</b> Η διοίκηση προβλέπει θυρίδες ενιαίας εξυπηρέτησης για την εγγραφή μιας εταιρείας με απλές και ηλεκτρονικές διαδικασίες (από το 2008, οι ηλεκτρονικές διαδικασίες είναι υποχρεωτικές και ο χρόνος που απαιτείται για τη σύσταση επιχείρησης έχει μειωθεί σε μία ώρα).</p> <p><b>Πορτογαλία:</b> Το πρόγραμμα «Simplex» αποβλέπει στην απλούστευση των διοικητικών διατυπώσεων, διαδικασιών και πρακτικών. Από το 2009 οι δημόσιες διαβουλεύσεις γίνονται μέσω δημόσιου ιστολογίου.</p>
--	---

<sup>54</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm)  
(βλέπε δελτία με τα στοιχεία χωρών του 2009 για τη SBA, τμήμα 5 για τις ορθές πρακτικές.

<p><b>Αρχή 5: Πρόσβαση στις δημόσιες συμβάσεις</b></p>	<p>Μόνο λίγες χώρες έχουν ξεκινήσει να προάγουν τον <u>ευρωπαϊκό κώδικα βέλτιστων πρακτικών</u> ώστε να διευκολύνουν την πρόσβαση των ΜΜΕ στις δημόσιες συμβάσεις (<b>Αυστρία, Γαλλία, Γερμανία, Ιρλανδία, Πολωνία, Πορτογαλία, Σουηδία και Ηνωμένο Βασίλειο</b>). Τα πιο διαδεδομένα, φιλικά στις ΜΜΕ μέτρα είναι η κατάτμηση των διαγωνισμών σε μικρότερα μέρη και η διευκόλυνση της πρόσβασης σε πληροφορίες μέσω κεντρικών ιστοτόπων, διαδραστικών ιστοσελίδων και άλλων σχετικών με τις ηλεκτρονικές συμβάσεις εξελίξεων.</p>
	<p><b><u>Άλλο παράδειγμα ορθής πρακτικής</u><sup>55</sup></b></p> <p><b>Ηνωμένο Βασίλειο:</b> Στη διαδικτυακή πύλη της κυβέρνησης «Supply2.gov.uk» δημοσιεύονται συμβάσεις του δημόσιου τομέα και παρέχεται πρόσβαση σε ευκαιρίες στον δημόσιο τομέα. Το 2008 το Γραφείο Κυβερνητικού Εμπορίου δημοσίευσε 12 συστάσεις για τη μείωση των εμποδίων που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ όταν υποβάλλουν προσφορές για διαγωνισμούς του δημόσιου τομέα.</p>
<p><b>Αρχή 6: Πρόσβαση στη χρηματοδότηση</b></p>	<p><b><u>Παραδείγματα ορθής πρακτικής</u><sup>56</sup></b></p> <p>Τα περισσότερα κράτη μέλη έχουν λάβει μέτρα πολιτικής για να διευκολύνουν την πρόσβαση των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση μέσω της στήριξης του δημοσίου στα <u>συστήματα εγγυήσεων</u> (<b>Βέλγιο, Κύπρος, Τσεχική Δημοκρατία, Εσθονία, Γαλλία, Γερμανία, Ελλάδα, Ουγγαρία, Ιταλία, Λετονία, Λιθουανία, Κάτω Χώρες, Πολωνία, Πορτογαλία, Ρουμανία, Σλοβακία, Σλοβενία, Ισπανία και Ηνωμένο Βασίλειο</b>) ή μέσω της συγχρηματοδότησης <u>μικροπιστώσεων</u> (<b>Αυστρία, Γερμανία, Ουγγαρία, Ιρλανδία, Λετονία, Λιθουανία, Σλοβακία και Σουηδία</b>). Ορισμένα κράτη μέλη έχουν λάβει μέτρα για την αύξηση του <u>κεφαλαίου κινδύνου</u> (<b>Τσεχική Δημοκρατία, Δανία, Γερμανία, Ιρλανδία, Λουξεμβούργο, Πολωνία, Σλοβακία, Σουηδία και Ηνωμένο Βασίλειο</b>). Ας σημειωθεί ότι το <b>Βέλγιο, η Ουγγαρία, η Γαλλία, η Ιρλανδία</b> και πρόσφατα η <b>Φινλανδία</b> δημιούργησαν έναν «<u>Συνήγορο πίστωσης</u>».</p> <p>Λίγα κράτη μέλη έλαβαν μέτρα για την αντιμετώπιση της <b>καθυστερήσης πληρωμών</b>, πριν από την αναδιατύπωση της οδηγίας για την καθυστέρηση πληρωμών και, σε μερικές</p>

<sup>55</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm) (βλέπε δελτία με τα στοιχεία χωρών για τη SBA 2009, τμήμα 5 για τις ορθές πρακτικές).

<sup>56</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm) (βλέπε δελτία με τα στοιχεία χωρών για τη SBA 2009, τμήμα 5 για τις ορθές πρακτικές).

	περιπτώσεις, δεν περιορίστηκαν στο πεδίο εφαρμογής της (Βέλγιο, Γαλλία, Γερμανία, Πορτογαλία και Ηνωμένο Βασίλειο). Το 2010, η Ισπανία ψήφισε νέο νόμο βάσει του οποίου το Δημόσιο πρέπει να πληρώνει εντός 30 ημερών, ενώ οι πληρωμές μεταξύ επιχειρήσεων πρέπει να γίνονται εντός 60 ημερών.
--	--

<b>Αρχή 7: Ενιαία αγορά</b>	<b>22 κράτη μέλη</b> έχουν θέσει σε λειτουργία <b>σημεία ενιαίας εξυπηρέτησης (σημεία με έναν αρμόδιο επικοινωνίας)</b> <sup>57</sup> . Έτσι, οι πάροχοι υπηρεσιών μπορούν να διεκπεραιώνουν τις διοικητικές διατυπώσεις ηλεκτρονικά, όταν θέλουν να κάνουν δουλειές σε όλη την Ευρώπη. Από αυτά, τα 15 έχουν ιστότοπο στα αγγλικά επιπλέον της εθνικής γλώσσας (Βέλγιο, Κύπρος, Τσεχική Δημοκρατία, Δανία, Εσθονία, Φινλανδία, Γερμανία, Ελλάδα, Ουγγαρία, Ιταλία, Λιθουανία, Κάτω Χώρες, Πορτογαλία, Ισπανία και Σουηδία).
-----------------------------	--

<b>Αρχή 8: Δεξιότητες και καινοτομία</b>	<p>Αρκετά κράτη μέλη παρέχουν <u>χρηματοδότηση σε νέες καινοτομικές εταιρείες</u> μέσω κεφαλαίων αρχικής ώθησης και κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου (Αυστρία, Βέλγιο, Τσεχική Δημοκρατία, Φινλανδία, Γερμανία, Ελλάδα, Ουγγαρία, Ισπανία, Σουηδία και Ηνωμένο Βασίλειο). Άλλα στηρίζουν οικονομικά τα <u>κέντρα καινοτομίας ή ανταγωνιστικότητας</u> που συνδέουν πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα και επιχειρήσεις (Αυστρία, Βέλγιο, Τσεχική Δημοκρατία, Γερμανία, Γαλλία, Ιρλανδία, Ιταλία και Ηνωμένο Βασίλειο). Τα <u>«κουπόνια καινοτομίας»</u>, που δίνουν στις ΜΜΕ δυνατότητα να αγοράσουν καινοτομικές υπηρεσίες συμβουλών και τεχνογνωσίας, είναι διαδεδομένα (Αυστρία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Κάτω Χώρες, Πορτογαλία, Σλοβενία και Ηνωμένο Βασίλειο)<sup>58</sup>.</p> <p><b><u>Άλλο παράδειγμα ορθής πρακτικής</u></b></p> <p><b>Ιταλία:</b> Για να ενθαρρυνθεί η δικτύωση καινοτόμων ΜΜΕ, ψηφίστηκε νόμος τον Ιούλιο του 2010 που διέπει τα δίκτυα εταιρειών και τους παρέχει φορολογικά, διοικητικά και χρηματοοικονομικά κίνητρα<sup>59</sup>.</p>
--	---

<b>Αρχή 9: Μετατροπή των περιβαλλοντικών</b>	Για να μπορέσουν οι ΜΜΕ να αναβαθμίσουν ή να αντικαταστήσουν τον εξοπλισμό τους με ενεργειακά αποδοτικές
--	--

<sup>57</sup> [http://ec.europa.eu/internal\\_market/eu-go/](http://ec.europa.eu/internal_market/eu-go/)

<sup>58</sup> «SMEs, Entrepreneurship and Innovation» (ΜΜΕ, επιχειρηματικότητα και καινοτομία). Μελέτες του ΟΟΣΑ για τις ΜΜΕ και την επιχειρηματικότητα, 2010

<sup>59</sup> [http://www.urp.it/allegati/Legge\\_2010\\_122.pdf](http://www.urp.it/allegati/Legge_2010_122.pdf) (άρθρο 42).

<p><b>προκλήσεων σε ευκαιρίες</b></p>	<p>λύσεις, αρκετά κράτη μέλη χρηματοδοτούν τις λύσεις αυτές με ευνοϊκά δάνεια ή άμεσες επιδοτήσεις (<b>Βέλγιο, Βουλγαρία, Κύπρος, Γαλλία, Γερμανία, Μάλτα, Πορτογαλία, Σλοβενία και Ηνωμένο Βασίλειο</b>). Ορισμένα κράτη μέλη υποστηρίζουν τις αναπτυξιακές επιχειρηματικές ευκαιρίες των ΜΜΕ στις πράσινες αγορές (<b>Βουλγαρία, Τσεχική Δημοκρατία, Γερμανία και Σλοβακία</b>). Άλλα κράτη μέλη παρέχουν συμβουλευτικές υπηρεσίες στις ΜΜΕ και τις ενημερώνουν για την εξοικονόμηση κόστους μέσω ενεργειακά αποδοτικών λύσεων και για επιχειρηματικές ευκαιρίες (<b>Αυστρία, Βέλγιο, Βουλγαρία, Γερμανία, Ουγγαρία, Ισπανία, Σουηδία και Ηνωμένο Βασίλειο</b>).<sup>60</sup></p>
---------------------------------------	---

	<p><b><u>Άλλα παραδείγματα ορθής πρακτικής</u></b><sup>61</sup></p> <p><b>Δανία:</b> Μέσω του Ταμείου Καινοτομίας των Επιχειρήσεων (100 εκατ. για την περίοδο 2010-2012) που δημιουργήθηκε το 2009, το δανικό Υπουργείο Οικονομίας και Επιχειρήσεων ενισχύει τις επιχειρηματικές ευκαιρίες στις πράσινες αγορές.</p> <p><b>Κάτω Χώρες:</b> Το Ίδρυμα Γνώσης και Καινοτομίας στις Τεχνολογίες Ενέργειας και Περιβάλλοντος (ιδρύθηκε το 2008) είναι ένα δίκτυο 160 εταιρειών, ινστιτούτων και οργάνων της περιφερειακής και τοπικής αυτοδιοίκησης, συγχρηματοδοτούμενων σχεδίων που παράγουν οικολογικά προϊόντα και τεχνολογίες (π.χ. έξυπνες ηλιακές εφαρμογές, τεχνολογίες πλέγματος (GRID) κ.λπ.).</p>
--	--

<p><b>Αρχή 10: Στήριξη στη διεθνοποίηση των ΜΜΕ</b></p>	<p>Αρκετά κράτη μέλη στηρίζουν τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ, π.χ. με την οικονομική ενίσχυση της προώθησης των εξαγωγών, στρατηγικών πρόσβασης στις αγορές και συμμετοχής σε εμπορικές εκθέσεις (<b>Κύπρος, Τσεχική Δημοκρατία, Δανία, Εσθονία, Γαλλία, Ιρλανδία, Ιταλία, Λετονία, Λιθουανία, Μάλτα, Κάτω Χώρες, Πολωνία, Πορτογαλία, Σλοβακία, Ισπανία, Σουηδία και Ηνωμένο Βασίλειο</b>). Ορισμένες από τις χώρες αυτές (<b>Δανία, Σλοβενία</b>) εστιάζονται σε εταιρείες υψηλής μεγέθυνσης που θέλουν να δραστηριοποιηθούν διεθνώς άλλες, έχουν συστήσει υπηρεσίες προώθησης των εξαγωγών (<b>Λουξεμβούργο</b>) ή νέα προγράμματα ενίσχυσης (<b>Ουγγαρία</b>). Ένα πρόγραμμα καθοδήγησης για τις μεγάλες εταιρείες που στηρίζουν</p>
---	--

<sup>60</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm) (βλέπε δελτία με τα στοιχεία χωρών για τη SBA 2009, τμήμα 5 για τις ορθές πρακτικές).

<sup>61</sup> Πηγή: SBA: Database of good practices <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/best-practices/database/SBA/index.cfm?fuseaction=welcome.detail>

	τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ βρίσκεται σε δοκιμαστική φάση στη <b>Γαλλία</b> <sup>62</sup> .
--	---

---

<sup>62</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm)  
(βλέπε δελτία με τα στοιχεία χωρών για τη SBA 2009, τμήμα 5 για τις ορθές πρακτικές).