

EL

EL

EL



ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ

Βρυξέλλες, 25.6.2008
COM(2008) 394 τελικό

**ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΣΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ ΣΤΟ
ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ
ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ**

**Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις
Μια «Small Business Act» για την Ευρώπη**

{SEC(2008) 2101}

{SEC(2008) 2102}

**ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΣΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ ΣΤΟ
ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ
ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ**

**Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις
Μια «Small Business Act» για την Ευρώπη**

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η βασική πρόκληση για την ΕΕ σήμερα είναι να διαχειριστεί τη μετάβαση προς την οικονομία της γνώσης. Η επιτυχία θα εξασφαλίσει ανταγωνιστική και δυναμική οικονομία με περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας και υψηλότερο επίπεδο κοινωνικής συνοχής.

Οι δυναμικοί επιχειρηματίες βρίσκονται σε ευνοϊκή θέση για να αποκομίσουν οφέλη από την παγκοσμιοποίηση και την επιτάχυνση των τεχνολογικών αλλαγών. Επομένως, η ικανότητά μας να αξιοποιήσουμε τις δυνατότητες ανάπτυξης και καινοτομίας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) θα είναι καθοριστικός παράγοντας για τη μελλοντική ευημερία της ΕΕ. Σε ένα συνολικά μεταβαλλόμενο περιβάλλον χαρακτηριζόμενο από συνεχείς διαρθρωτικές αλλαγές και έντονες ανταγωνιστικές πιέσεις, ο ρόλος των ΜΜΕ στην κοινωνία μας έχει καταστεί ακόμη πιο σημαντικός διότι δημιουργούν ευκαιρίες απασχόλησης και είναι βασικοί συντελεστές για την ευημερία των τοπικών και περιφερειακών πληθυσμών. Οι δραστήριες ΜΜΕ θα συμβάλουν στο να καταστεί ισχυρότερη η Ευρώπη ώστε να αντιμετωπίσει την σημερινή αβεβαιότητα που οφείλεται στην παγκοσμιοποίηση.

Έτσι, η ΕΕ έθεσε τις ανάγκες των ΜΜΕ στο επίκεντρο της στρατηγικής της Λισαβόνας για την ανάπτυξη και την απασχόληση, κυρίως από το 2005 με την εφαρμογή της προσέγγισης της σύμπραξης¹, η οποία πέτυχε απτά αποτελέσματα. Τώρα πρέπει πλέον να ενταχθούν οριστικά οι ανάγκες των ΜΜΕ στις πρώτες προτεραιότητες της πολιτικής της ΕΕ και να γίνει πραγματικότητα το όραμα των αρχηγών κρατών και κυβερνήσεων της ΕΕ του 2000 — δηλαδή να καταστεί η ΕΕ διεθνοποιημένο περιβάλλον για ΜΜΕ².

Το τοπικό και το εθνικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται οι ΜΜΕ διαφέρουν πολύ μεταξύ τους, όπως και η φύση των ίδιων των ΜΜΕ (που περιλαμβάνουν βιοτεχνίες, πολύ μικρές επιχειρήσεις, οικογενειακές επιχειρήσεις ή επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας). Οι πολιτικές με σκοπό την αντιμετώπιση των αναγκών των ΜΜΕ πρέπει, συνεπώς, να αναγνωρίζουν πλήρως αυτή την ποικιλία και να σέβονται απόλυτα την αρχή της επικουρικότητας.

¹ «Εφαρμογή του κοινοτικού προγράμματος της Λισαβόνας - Σύγχρονη πολιτική για τις ΜΜΕ με στόχο την τόνωση της ανάπτυξης και της απασχόλησης», COM(2005) 551 τελικό, 10.11.2005.

² http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/charter/docs/charter_en.pdf

2. ΚΑΤΑΛΛΗΛΗ ΣΤΙΓΜΗ ΓΙΑ ΝΕΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΗΣ ΕΕ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΜΕ

Η ενδιάμεση εξέταση της σύγχρονης πολιτικής της ΕΕ για τις ΜΜΕ³ από το 2005 έως το 2007 έδειξε ότι τόσο τα κράτη μέλη όσο και η ΕΕ σημείωσαν πρόοδο με τη δημιουργία ευνοϊκότερου για τις ΜΜΕ επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Η Επιτροπή κατέβαλε πραγματικές προσπάθειες για τον περιορισμό της γραφειοκρατίας για τις ΜΜΕ και επικέντρωσε περισσότερο στις ΜΜΕ τα κύρια προγράμματα υποστήριξης της ΕΕ για την περίοδο 2007-2013. Τα κράτη μέλη βελτίωσαν σημαντικά το επιχειρηματικό περιβάλλον για τις ΜΜΕ χρησιμοποιώντας τις ορθές πρακτικές που ανταλλάσσονται στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Χάρτη για τις μικρές επιχειρήσεις, ο οποίος εγκρίθηκε στη Feira το 2000 και με την εφαρμογή των συμπερασμάτων του εαρινού Ευρωπαϊκού Συμβουλίου του 2006, π.χ. με την εισαγωγή υπηρεσιών ενιαίας εξυπηρέτησης για την καταχώριση των επιχειρήσεων και με τη μείωση του απαιτούμενου χρόνου και κόστους για τη σύσταση επιχείρησης.

Επιπλέον, η στρατηγική της ΕΕ για τη βελτίωση της νομοθεσίας⁴ έχει μεγάλη σημασία για τις ΜΜΕ, οι οποίες θα επωφεληθούν σε μεγάλο βαθμό από τον εκσυγχρονισμό και την απλούστευση της ισχύουσας νομοθεσίας της ΕΕ και από το φιλόδοξο πρόγραμμα για τη μείωση κατά 25% των διοικητικών επιβαρύνσεων που οφείλονται στη νομοθεσία της ΕΕ έως το 2012.

Παρά την ενθαρρυντική αυτή πρόοδο, η ΕΕ χρειάζεται να λάβει περαιτέρω σημαντικά μέτρα για να αξιοποιηθούν πλήρως οι δυνατότητες των ΜΜΕ⁵. Γενικά, οι ΜΜΕ της ΕΕ εξακολουθούν να έχουν χαμηλότερη παραγωγικότητα και αναπτύσσονται πιο αργά από τις αντίστοιχες επιχειρήσεις στις ΗΠΑ. Στις ΗΠΑ οι επιχειρήσεις που επιβιώνουν αυξάνουν κατά μέσο όρο την απασχόληση σε αυτές κατά 60% έως τον έβδομο χρόνο λειτουργίας τους, ενώ η αύξηση των θέσεων εργασίας στις επιχειρήσεις που επιβιώνουν στην Ευρώπη είναι της τάξης του 10% έως 20%. Οι ΜΜΕ εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν αστοχίες της αγοράς που επιδεινώνουν τις συνθήκες λειτουργίας και ανταγωνισμού τους με άλλους παράγοντες σε τομείς όπως ο χρηματοπιστωτικός (ειδικότερα επιχειρηματικά κεφάλαια), η έρευνα, η καινοτομία και το περιβάλλον. Για παράδειγμα, περίπου το 21% των ΜΜΕ αναφέρουν ότι η πρόσβαση στη χρηματοδότηση αποτελεί πρόβλημα,⁶ και σε πολλά κράτη μέλη το ποσοστό είναι πολύ μεγαλύτερο για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις. Επίσης, σε σύγκριση με μεγάλες επιχειρήσεις, λιγότερες ευρωπαϊκές ΜΜΕ πραγματοποιούν με επιτυχία καινοτομίες. Η κατάσταση επιδεινώθηκε λόγω διαρθρωτικών δυσκολιών, όπως η έλλειψη διοικητικών και τεχνικών δεξιοτήτων, και της έλλειψης ευελιξίας που εξακολουθεί να χαρακτηρίζει τις αγορές εργασίας σε εθνικό επίπεδο.

Ο ρόλος των ΜΜΕ στην ευρωπαϊκή οικονομία έχει αναγνωριστεί επανειλημμένα στο υψηλότερο πολιτικό επίπεδο. Το Μάρτιο του 2008 το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο υποστήριξε σθεναρά την πρωτοβουλία με τίτλο «Small Business Act» (SBA) για την Ευρώπη, με σκοπό να ενισχυθεί ακόμη περισσότερο η αειφόρος ανάπτυξη και η ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ και ζήτησε την άμεση έγκρισή της. Κατά την επισκόπηση της ενιαίας αγοράς⁷ τονίστηκε

³ «Μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις – Βασικός παράγοντας για μεγαλύτερη ανάπτυξη και περισσότερες θέσεις απασχόλησης. – Ενδιάμεση εξέταση της σύγχρονης πολιτικής για τις ΜΜΕ», COM(2007) 592 τελικό, 4.10.2007.

⁴ http://ec.europa.eu/enterprise/admin-burdens-reduction/home_en.htm

⁵ «Εκτίμηση επιπτώσεων στην SBA», SEC(2008) 2101.

⁶ Παρατηρητήριο των ΜΜΕ της ΕΕ, 2007 .

⁷ http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/analysis/observatory_en.htm

⁷ «Ενιαία αγορά για την Ευρώπη του 21ου αιώνα», COM(2007) 724 τελικό, 20.11.2007.

επίσης η ανάγκη για την ανάληψη επιπλέον πρωτοβουλιών για την καλύτερη προσαρμογή της ενιαίας αγοράς στις σημερινές ανάγκες των ΜΜΕ, ώστε να μπορέσουν αυτές να επιτύχουν καλύτερα αποτελέσματα και μεγαλύτερα οφέλη. Τέλος, από την ακρόαση του κοινού και τη διαδικτυακή διαβούλευση, με βάση τις οποίες προετοιμάστηκε η SBA⁸, επιβεβαιώθηκε η ανάγκη για σημαντική πολιτική πρωτοβουλία με σκοπό να απελευθερώσουν οι ευρωπαϊκές ΜΜΕ το πλήρες δυναμικό τους. Για το λόγο αυτό η Επιτροπή έκανε αυτό το αποφασιστικό βήμα και υπέβαλε την «Small Business Act» (SBA) για την Ευρώπη.

3. ΦΙΛΟΛΟΓΕΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΜΕ: Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ «SMALL BUSINESS ACT» (SBA) ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Βάση της ευρωπαϊκής πρωτοβουλίας SBA αποτελεί η πεποίθηση ότι η επίτευξη των καλύτερων δυνατών γενικών συνθηκών για τις ΜΜΕ εξαρτάται πρωτίστως από την αναγνώριση των επιχειρηματιών από την κοινωνία. Το γενικό κλίμα που πρέπει να επικρατεί στην κοινωνία πρέπει να καθιστά ελκυστική την επιλογή των ανθρώπων να δημιουργήσουν δική τους επιχείρηση, και να αναγνωρίζεται ότι οι ΜΜΕ συμβάλλουν ουσιαστικά στην αύξηση της απασχόλησης και στην οικονομική ευημερία. Για να δημιουργηθεί περιβάλλον ευνοϊκό για τις ΜΜΕ, θα πρέπει, συνεπώς, να αλλάξει η αντίληψη στην ΕΕ για το ρόλο των επιχειρηματιών και την ανάληψη κινδύνου: η επιχειρηματικότητα και η συνδεδεμένη με αυτήν προθυμία ανάληψης επιχειρηματικού κινδύνου πρέπει να επιδοκιμάζονται από τους πολιτικούς ηγέτες και τα μέσα ενημέρωσης και να υποστηρίζονται από τις διοικητικές αρχές. Η πολιτική γενικά πρέπει να είναι ευνοϊκή προς τις ΜΜΕ, με βάση την πεποίθηση ότι οι κανόνες πρέπει να σέβονται την πλειοψηφία αυτών για τους οποίους ισχύουν. Πρόκειται για την αρχή «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις».

Επομένως, σκοπός της πρωτοβουλίας «Small Business Act» είναι: η βελτίωση της συνολικής προσέγγισης της πολιτικής όσον αφορά την επιχειρηματικότητα· η οριστική καθιέρωση της αρχής «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» στη χάραξη πολιτικής, από τις νομοθετικές ρυθμίσεις έως τις δημόσιες υπηρεσίες· και η προώθηση της ανάπτυξης των ΜΜΕ μέσω της υποστήριξής τους για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που εξακολουθούν να εμποδίζουν την ανάπτυξή τους.

Η πρωτοβουλία SBA αξιοποιεί τα επιτεύγματα της πολιτικής της Επιτροπής και των κρατών μελών, δημιουργεί νέο πλαίσιο πολιτικής στο οποίο ενσωματώνονται τα υφιστάμενα μέσα επιχειρηματικής πολιτικής και βασίζεται ιδιαίτερα στον Ευρωπαϊκό Χάρτη των Μικρών Επιχειρήσεων και τη σύγχρονη πολιτική για τις ΜΜΕ. Για την εφαρμογή αυτής της φιλόδοξης πολιτικής ατζέντας, η Επιτροπή προτείνει μια γνήσια πολιτική σύμπραξη μεταξύ της ΕΕ και των κρατών μελών που τηρεί τις αρχές της επικουρικότητας και της αναλογικότητας.

Η ονομασία «Act» που δόθηκε συμβολικά σε αυτή την πρωτοβουλία υπογραμμίζει την πολιτική βούληση να αναγνωριστεί ο κεντρικός ρόλος των ΜΜΕ στην οικονομία της ΕΕ και να θεσπιστεί για πρώτη φορά ένα ολοκληρωμένο πολιτικό πλαίσιο για την ΕΕ και τα κράτη μέλη της μέσω:

- ενός συνόλου 10 αρχών για τον προγραμματισμό και την εφαρμογή πολιτικών σε επίπεδο ΕΕ και κρατών μελών. Οι αρχές αυτές, που περιγράφονται λεπτομερώς στο

⁸ http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/docs/sba_consultation_report_final.pdf

κεφάλαιο 4, είναι σημαντικές διότι προσδίδουν προστιθέμενη αξία σε επίπεδο ΕΕ, δημιουργούν ίσους όρους ανταγωνισμού για τις ΜΜΕ και βελτιώνουν το νομικό και διοικητικό περιβάλλον σε ολόκληρη την ΕΕ:

I	Δημιουργία περιβάλλοντος στο οποίο οι επιχειρηματίες και οι οικογενειακές επιχειρήσεις μπορούν να προοδεύουν και στο οποίο η επιχειρηματικότητα ανταμείβεται
II	Εξασφάλιση ότι παρέχεται γρήγορα δεύτερη ευκαιρία στους έντιμους επιχειρηματίες σε περίπτωση πτώχευσης
III	Καθορισμός κανόνων σύμφωνα με την αρχή «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις»
IV	Μεγαλύτερη ανταπόκριση των δημόσιων διοικήσεων στις ανάγκες των ΜΜΕ
V	Προσαρμογή των μέσων της πολιτικής στις ανάγκες των ΜΜΕ: διευκόλυνση της συμμετοχής των ΜΜΕ στις δημόσιες συμβάσεις και καλύτερη αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσφέρουν οι κρατικές ενισχύσεις για τις ΜΜΕ
VI	Διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση και δημιουργία νομικού και επιχειρηματικού περιβάλλοντος που ευνοεί τις έγκαιρες πληρωμές στις εμπορικές συναλλαγές
VII	Υποστήριξη των ΜΜΕ για να επωφεληθούν περισσότερο από τις ευκαιρίες που προσφέρει η ενιαία αγορά
VIII	Προώθηση της αναβάθμισης των δεξιοτήτων στις ΜΜΕ καθώς και όλων των μορφών καινοτομίας
IX	Παροχή δυνατότητας στις ΜΜΕ να μετατρέψουν τις περιβαλλοντικές προκλήσεις σε ευκαιρίες
X	Ενθάρρυνση και υποστήριξη των ΜΜΕ ώστε να επωφεληθούν από την ανάπτυξη των αγορών

• ενός συνόλου νέων νομοθετικών προτάσεων με βάση την αρχή «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις»:

- Γενικός κανονισμός απαλλαγής κατά κατηγορία όσον αφορά τις κρατικές ενισχύσεις

Ο κανονισμός αυτός, που θα εκδοθεί σύντομα, θα απαλλάσσει από την εκ των προτέρων κοινοποίηση ορισμένες κατηγορίες κρατικών ενισχύσεων που καλύπτονται ήδη από υφιστάμενη νομοθεσία στον τομέα των ενισχύσεων προς τις ΜΜΕ, όσον αφορά την κατάρτιση, την απασχόληση, την Ε&Α και τις περιφερειακές ενισχύσεις και, ενδεχομένως, νέες κατηγορίες ενισχύσεων. Ο νέος κανονισμός θα απλοποιήσει και θα εναρμονίσει τους υφιστάμενους κανόνες για τις ΜΜΕ και θα αυξήσει τις εντάσεις των επενδυτικών ενισχύσεων για τις ΜΜΕ.

- Κανονισμός που θα θεσπίζει καθεστώς για την ευρωπαϊκή ιδιωτική εταιρεία

Ο κανονισμός αυτός προβλέπει καθεστώς για την ευρωπαϊκή ιδιωτική εταιρεία που μπορεί να δημιουργηθεί και να λειτουργεί σύμφωνα με τις ίδιες ενιαίες αρχές σε όλα τα κράτη μέλη. Η Επιτροπή θα υποβάλει επίσης τις αναγκαίες προτάσεις τροποποίησης για να εξασφαλιστεί ότι αυτή η νέα μορφή επιχείρησης μπορεί να επωφεληθεί από τις υφιστάμενες οδηγίες για τη φορολόγηση των εταιρειών.

– Οδηγία για μειωμένα ποσοστά ΦΠΑ

Η οδηγία αυτή, η οποία θα προταθεί σύντομα, θα προσφέρει στα κράτη μέλη την επιλογή να εφαρμόζουν μειωμένα ποσοστά ΦΠΑ κυρίως για τις υπηρεσίες που παρέχονται τοπικά, κυρίως από ΜΜΕ.

Επιπλέον, θα προετοιμαστούν οι ακόλουθες προτάσεις στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας «Small Business Act»:

- νομοθετική πρόταση για περαιτέρω εκσυγχρονισμό, απλούστευση και εναρμόνιση των υφιστάμενων κανόνων για την έκδοση τιμολογίων ΦΠΑ, ώστε να μειωθεί ο φόρτος για τις επιχειρήσεις.
- τροποποίηση της οδηγίας 2000/35/EK για τις καθυστερήσεις πληρωμών, με σκοπό να εξασφαλιστεί η έγκαιρη πληρωμή των ΜΜΕ κατά τις εμπορικές συναλλαγές.
- **σύνολο νέων μέτρων για την εφαρμογή αυτών των 10 αρχών σε επίπεδο ΕΕ και σε επίπεδο κρατών μελών, ανάλογα με τις ανάγκες των ΜΜΕ.**

4. ΜΕΤΑΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΑΡΧΩΝ ΣΕ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΑ ΜΕΤΡΑ

I *Η ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να δημιουργήσουν περιβάλλον στο οποίο οι επιχειρηματίες και οι οικογενειακές επιχειρήσεις μπορούν να προοδεύσουν και στο οποίο η επιχειρηματικότητα ανταμείβεται.*

Πρέπει να ασχοληθούν περισσότερο με τους μελλοντικούς επιχειρηματίες, κυρίως με την τόνωση του επιχειρηματικού ενδιαφέροντος και ταλέντου, προπαντός στους νέους και στις γυναίκες, και με την απλοποίηση των όρων για τις μεταβιβάσεις επιχειρήσεων.

Το Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο (*Flash Eurobarometer*)⁹ του 2007 για το επιχειρηματικό πνεύμα δείχνει ότι το 45% των Ευρωπαίων προτιμούν να είναι αυτοαπασχολούμενοι· στις ΗΠΑ το ποσοστό αυτό είναι 61%. Η κατάσταση αυτή δεν έχει αλλάξει εδώ και πολλά χρόνια. Οι Ευρωπαίοι πρέπει να κατανοήσουν ότι η αυτοαπασχόληση είναι μια ελκυστική σταδιοδρομία και να φροντίσουν ώστε να αποκτήσουν αυτοί τις απαραίτητες δεξιότητες ώστε εκπληρώσουν τις επιχειρηματικές φιλοδοξίες τους.

Το εκπαιδευτικό σύστημα, και κυρίως τα σχολικά προγράμματα, δεν επικεντρώνονται αρκετά στην επιχειρηματικότητα και δεν παρέχουν τις απαραίτητες δεξιότητες που χρειάζονται οι επιχειρηματίες. Τα παιδιά μπορούν να μάθουν να εκτιμούν την επιχειρηματικότητα από την αρχή της εκπαίδευσής τους.

⁹ http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/survey/eurobarometer_intro.htm

Επειδή περίπου 6 εκατομμύρια ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων θα συνταξιοδοτηθούν τα επόμενα δέκα χρόνια, η Ευρώπη δεν μπορεί να αναλάβει τον κίνδυνο να χάσει αυτές τις επιχειρήσεις απλώς λόγω δυσκολιών στις μεταβιβάσεις επιχειρήσεων και επειδή δεν εκτιμάται ο παραδοσιακός ρόλος της οικογενειακής επιχείρησης. Η αύξηση του αριθμού των μεταβιβάσεων επιχειρήσεων θα έχει άμεση θετική επίδραση στην ευρωπαϊκή οικονομία: η επιτυχής μεταβίβαση επιχείρησης διατηρεί κατά μέσο όρο περισσότερες θέσεις απασχόλησης από εκείνες που δημιουργούνται από την ίδρυση νέων επιχειρήσεων. Η μεταβίβαση επιχείρησης πρέπει, συνεπώς, να υποστηριχθεί εξίσου με τη δημιουργία νέας επιχείρησης. Η αναγνώριση του ειδικού ρόλου των ΜΜΕ, και ιδίως των οικογενειακών επιχειρήσεων, ο τοπικός τους χαρακτήρας, η κοινωνικά υπεύθυνη συμπεριφορά τους και η ικανότητά τους να συνδυάζουν την παράδοση με την καινοτομία, καθιστούν σαφές ότι είναι σημαντικό να απλοποιηθεί η μεταβίβαση των επιχειρήσεων καθώς και οι σχετικές δεξιότητες.

Οι δυνατότητες που προσφέρει η επιχειρηματικότητα πρέπει να αξιοποιηθούν περισσότερο. Εξακολουθεί να υπάρχει διαφορά μεταξύ των φύλων στο θέμα αυτό και ο αριθμός των γυναικών επιχειρηματιών είναι μικρότερος. Επιπλέον, υπάρχουν οι αναξιοποίητες επιχειρηματικές δυνατότητες των μεταναστών¹⁰.

Τέλος, η πρωτοβουλία SBA πρέπει επίσης να θεωρηθεί ως ευκαιρία για τους ίδιους τους επιχειρηματίες για να συμβάλουν στη δημιουργία καλύτερου επιχειρηματικού περιβάλλοντος με την ενίσχυση της συνεργασίας και της δικτύωσής τους, με τη μεγαλύτερη αξιοποίηση των δυνατοτήτων των ΜΜΕ, και ιδίως των οικογενειακών επιχειρήσεων, ως σημαντικούς χώρους εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα, και με κοινωνικά υπεύθυνο τρόπο δράσης.

Πρακτική εφαρμογή αυτής της αρχής:

η Επιτροπή:

- προωθεί το επιχειρηματικό πνεύμα και διευκολύνει τις ανταλλαγές ορθών πρακτικών εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα
- θα διοργανώσει για πρώτη φορά του 2009 μια «Ευρωπαϊκή εβδομάδα για τις ΜΜΕ», στο πλαίσιο της οποίας θα πραγματοποιηθούν πολλές ενημερωτικές εκδηλώσεις σε ολόκληρη την Ευρώπη
- ξεκινά το 2008 την πρωτοβουλία «Erasmus για νέους επιχειρηματίες», η οποία αποσκοπεί στην προώθηση των ανταλλαγών εμπειριών και των ανταλλαγών στον τομέα της κατάρτισης, με την προσφορά της δυνατότητας στους νέους επιχειρηματίες να αποκτήσουν γνώσεις δίπλα σε έμπειρους επιχειρηματίες και να βελτιώσουν τις γλωσσικές τους δεξιότητες
- θα δημιουργήσει σε επίπεδο ΕΕ ένα δίκτυο γυναικών - «πρεσβευτών» επιχειρηματικότητας, θα προωθήσει προγράμματα καθοδήγησης για την ενθάρρυνση των γυναικών να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση και θα προωθήσει την επιχειρηματικότητα στις γυναίκες αποφοίτους τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

¹⁰ «Μία κοινή μεταναστευτική πολιτική για την Ευρώπη: Αρχές, ενέργειες και μέσα», COM(2008)359 τελικό, 17.6.2008.

τα κράτη μέλη καλούνται:

- να ενθαρρύνουν την ικανότητα καινοτομίας και το επιχειρηματικό πνεύμα στους νέους με την εισαγωγή της επιχειρηματικότητας ως βασικής ικανότητας στα σχολικά προγράμματα, ιδίως στη γενική δευτεροβάθμια εκπαίδευση, και να εξασφαλίσει ότι τα στοιχεία αυτά λαμβάνονται υπόψη στη διδακτέα ύλη
- να εξασφαλίσει ότι η σημασία της επιχειρηματικότητας λαμβάνεται υπόψη στην κατάρτιση των εκπαιδευτικών
- να ενισχύσει τη συνεργασία με την επιχειρηματική κοινότητα με σκοπό να αναπτυχθούν συστηματικές στρατηγικές για εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα σε όλα τα επίπεδα
- να εξασφαλιστεί ότι η φορολογία (και κυρίως ο φόρος δωρεών, φορολογία των μερισμάτων και ο φόρος περιουσίας) δεν εμποδίζουν αδικαιολόγητα τη μεταβίβαση επιχειρήσεων
- να θεσπίσουν συστήματα για την προσέγγιση μεταβιβάσιμων επιχειρήσεων και πιθανών νέων ιδιοκτητών
- να παρέχουν καθοδήγηση και υποστήριξη στις μεταβιβάσιμες επιχειρήσεις
- να παρέχουν καθοδήγηση και υποστήριξη στις γυναίκες επιχειρηματίες
- να παρέχουν καθοδήγηση και υποστήριξη στους μετανάστες που επιθυμούν να γίνουν επιχειρηματίες.

II Τα κράτη μέλη πρέπει να εξασφαλίσουν ότι παρέχεται γρήγορα δεύτερη ευκαιρία στους έντιμους επιχειρηματίες σε περίπτωση πτώχευσης.

Οι πτωχεύσεις είναι η αιτία του 15% περίπου όλων περιπτώσεων παύσης δραστηριότητας των επιχειρήσεων. Περίπου 700 000 ΜΜΕ βρίσκονται κατά μέσο όρο κάθε χρόνο σε αυτή την κατάσταση και αυτό αφορά 2,8 εκατομ. περίπου θέσεις εργασίας ετησίως σε ολόκληρη την Ευρώπη¹¹. Στην ΕΕ υπάρχει ακόμη το στίγμα της αποτυχίας και η κοινωνία υποτιμά τις επιχειρηματικές ικανότητες των επιχειρηματιών που κάνουν νέα αρχή. Σήμερα το 47% των Ευρωπαίων θα δίσταζαν να παραγγείλουν σε μια επιχείρηση που είχε προηγουμένως αποτύχει. Ταυτόχρονα, η νέα αρχή είναι πολύπλοκη διαδικασία λόγω της μεγάλης διάρκειας της πτωχευτικής διαδικασίας. Ο μέσος χρόνος ολοκλήρωσης μιας πτωχευτικής διαδικασίας στην ΕΕ κυμαίνεται από 4 μήνες έως 9 χρόνια.

Πρακτική εφαρμογή αυτής της αρχής:

η Επιτροπή:

- θα συνεχίσει να προωθεί μια πολιτική παροχής δεύτερης ευκαιρίας διευκολύνοντας τις ανταλλαγές ορθών πρακτικών μεταξύ των κρατών μελών

τα κράτη μέλη καλούνται:

- να λάβουν μέτρα, π.χ. εκστρατείες ενημέρωσης του κοινού, έτσι ώστε η κοινωνία να αντιμετωπίζει θετικά την παροχή δεύτερης ευκαιρίας στους επιχειρηματίες
- να επιδιώξουν να ολοκληρώνονται όλες τις νομικές διαδικασίες για την παύση της λειτουργίας μιας επιχείρησης σε περίπτωση μη δόλιας πτώχευσης μέσα σε ένα χρόνο
- να εξασφαλίσουν ότι η αντιμετώπιση των επιχειρηματιών που κάνουν νέα αρχή είναι ισότιμη με εκείνη των νέων επιχειρήσεων, π.χ. στα προγράμματα υποστήριξης.

III Η ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να διαμορφώσουν κανόνες σύμφωνα με την αρχή «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις», λαμβάνοντας υπόψη τα χαρακτηριστικά των ΜΜΕ όταν εκπονούν νομοθετικές πράξεις, και να απλοποιήσουν το υφιστάμενο ρυθμιστικό περιβάλλον.

Ο πιο επαχθής περιορισμός που ανέφεραν οι ΜΜΕ είναι η τήρηση των διοικητικών κανονισμών. Πράγματι, σε σύγκριση με μεγαλύτερες επιχειρήσεις, ο κανονιστικός και διοικητικός φόρτος για τις ΜΜΕ είναι δυσανάλογος. Σύμφωνα με εκτιμήσεις, όταν μια μεγάλη επιχείρηση δαπανά 1 ευρώ ανά εργαζόμενο λόγω κανονιστικής υποχρέωσης, μια μικρή επιχείρηση μπορεί να πρέπει να δαπανήσει κατά μέσο όρο έως και 10 ευρώ¹². Το 36%

¹¹ «Εξάλειψη του στίγματος της επιχειρηματικής αποτυχίας – για μια πολιτική παροχής δεύτερης ευκαιρίας - Εφαρμογή της σύμπραξης της Λισαβόνας για την ανάπτυξη και την απασχόληση», COM(2007) 584 τελικό, 5.10.2007.

¹² Έκθεση της ομάδας εμπειρογνομόνων «Μοντέλα για τη μείωση του δυσανάλογου ρυθμιστικού φόρτου στις ΜΜΕ», Μάιος 2007.

των ΜΜΕ στην ΕΕ αναφέρουν ότι οι διοικητικές διατυπώσεις περιορίσαν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες τα τελευταία δύο χρόνια.

Πρακτική εφαρμογή αυτής της αρχής:

Για να συμμορφωθούν οι μελλοντικές νομοθετικές ρυθμίσεις με την αρχή «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις»,

η Επιτροπή:

- εκτιμά διεξοδικά κατά πόσον τηρείται το πρωτόκολλο σχετικά με την εφαρμογή των αρχών της επικουρικότητας και της αναλογικότητας στις μελλοντικές νομοθετικές και διοικητικές πρωτοβουλίες
- θα εφαρμόσει, όπου είναι δυνατόν, κοινές ημερομηνίες έναρξης ισχύος για τους κανονισμούς και τις αποφάσεις που αφορούν τις επιχειρήσεις, και θα δημοσιεύσει ετήσια κατάσταση με τη νομοθεσία αυτή που αρχίζει να ισχύει

η Επιτροπή προτίθεται και τα κράτη μέλη καλούνται:

- να εξασφαλίσουν ότι θα επιτευχθούν συγκεκριμένα αποτελέσματα από την πολιτική που θα εφαρμοστεί και, παράλληλα, θα μειωθούν στο ελάχιστο το κόστος και ο φόρτος για τις επιχειρήσεις, μεταξύ άλλων, με εύστοχο συνδυασμό μέσων όπως η αμοιβαία αναγνώριση, η αυτορρύθμιση ή η συρρύθμιση, ώστε να επιτευχθούν τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα
- να εκτιμήσουν με ακρίβεια τις επιπτώσεις των μελλοντικών νομοθετικών και διοικητικών πρωτοβουλιών στις ΜΜΕ («τεστ ΜΜΕ») και να λάβουν υπόψη τα σχετικά αποτελέσματα κατά την εκπόνηση προτάσεων
- να ζητήσουν τη γνώμη των ενδιαφερόμενων μερών, περιλαμβανομένων των οργανώσεων ΜΜΕ, τουλάχιστον 8 εβδομάδες πριν από την υποβολή μιας νομοθετικής ή διοικητικής πρότασης με επιπτώσεις στις επιχειρήσεις
- να λάβουν ειδικά μέτρα για μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις, π.χ. παρεκκλίσεις, μεταβατικές περιόδους και εξαιρέσεις, κυρίως όσον αφορά τις απαιτήσεις ενημέρωσης ή υποβολής έκθεσης, και να εφαρμόσουν άλλες προσεγγίσεις σε αυτές τις επιχειρήσεις, όταν αυτό κρίνεται αναγκαίο, και

τα κράτη μέλη καλούνται:

- να εξετάσουν εάν είναι σκόπιμη η εισαγωγή κοινών ημερομηνιών για την έναρξη ισχύος και τις ετήσιες δηλώσεις της νομοθεσίας που τίθεται σε ισχύ
- να χρησιμοποιήσουν τις διατάξεις περί ευελιξίας για τις ΜΜΕ κατά την εφαρμογή της νομοθεσίας της ΕΕ και να αποφύγουν τον κανονιστικό υπερθεματισμό

Για τη βελτίωση του κανονιστικού περιβάλλοντος με σκοπό την εφαρμογή της αρχής «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις»,

η Επιτροπή:

- θα υποβάλει όλες τις προτάσεις που απαιτούνται για να μειωθεί ο διοικητικός φόρτος για

τις επιχειρήσεις κατά 25% έως το 2012 στην ΕΕ

- θα ολοκληρώσει έως το τέλος του 2008 πλήρη επανεξέταση του κοινοτικού κεκτημένου και τα αποτελέσματα αυτής της εξέτασης θα περιληφθούν στο επικαιροποιημένο κυλιόμενο πρόγραμμα απλούστευσης που θα υποβληθεί στις αρχές του 2009. Θα δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στον καθορισμό των προτάσεων με τις οποίες μπορεί να απλουστευθεί η νομοθεσία προς το συμφέρον των ΜΜΕ, κυρίως στον τομέα του εταιρικού δικαίου, και

τα κράτη μέλη καλούνται:

- να εγκρίνουν, εάν δεν το έχουν κάνει ακόμη, στόχους ανάλογης φιλοδοξίας με την επιδιωκόμενη σε επίπεδο ΕΕ μείωση του διοικητικού φόρτου κατά 25% έως το 2012 και να τους υλοποιήσουν
- να εξασφαλίσουν ταχεία έγκριση των προτάσεων σχετικά με τη μείωση του διοικητικού φόρτου στην κοινοτική νομοθεσία
- να εγκρίνουν την πρόταση της Επιτροπής η οποία θα επιτρέψει στα κράτη μέλη να αυξήσουν το κατώτατο όριο για εγγραφή στο Μητρώο ΦΠΑ σε 100 000 €.

IV Η ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να φροντίσουν ώστε οι δημόσιες διοικήσεις να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των ΜΜΕ, να διευκολύνουν όσο το δυνατόν περισσότερο τη λειτουργία τους, κυρίως με την προώθηση λύσεων όπως η ηλεκτρονική διακυβέρνηση και οι υπηρεσίες ενιαίας εξυπηρέτησης.

Οι σύγχρονες και ανταποκρινόμενες στις ανάγκες του κοινού δημόσιες διοικήσεις μπορούν να συμβάλουν σημαντικά στην επιτυχία και την ανάπτυξη των ΜΜΕ επειδή δίνουν σε αυτές τη δυνατότητα να εξοικονομήσουν χρόνο και χρήμα και έτσι ελευθερώνονται πόροι για την καινοτομία και τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Συγκεκριμένα, η ηλεκτρονική διακυβέρνηση και οι υπηρεσίες ενιαίας εξυπηρέτησης μπορούν να βοηθήσουν στη βελτίωση των υπηρεσιών και τη μείωση του κόστους.

Η τρέχουσα εφαρμογή της οδηγίας για τις υπηρεσίες θα συμβάλει στη διευκόλυνση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων των ΜΜΕ και απαιτεί από τα κράτη μέλη να ορίσουν ενιαία κέντρα εξυπηρέτησης, να απλοποιήσει και να μειώσουν τον αριθμό των συστημάτων χορήγησης άδειας, και να εξαλείψει τους κανονιστικούς φραγμούς στην ανάπτυξη των δραστηριοτήτων παροχής υπηρεσιών. Προσφέρει επίσης ευκαιρίες υπέρβασης των απαιτήσεων που ορίζει και επιτάχυνσης της έναρξης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

Πρακτική εφαρμογή αυτής της αρχής:

τα κράτη μέλη καλούνται:

- να μειώσουν το επίπεδο των τελών που απαιτούν οι διοικήσεις των κρατών μελών για την εγγραφή μιας επιχείρησης, λαμβάνοντας ως παράδειγμα τα κράτη μέλη με τα καλύτερα αποτελέσματα στον τομέα αυτό
- να συνεχίσουν τις προσπάθειες για να μειωθεί ο απαιτούμενος χρόνος για τη σύσταση επιχείρησης σε λιγότερο από μία εβδομάδα, εάν αυτό δεν έχει γίνει ακόμη
- να επιταχύνουν την έναρξη των εμπορικών δραστηριοτήτων των ΜΜΕ μειώνοντας και απλοποιώντας τις άδειες άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ειδικότερα, τα κράτη μέλη μπορούν να καθορίσουν ανώτατη προθεσμία 1 μηνός για τη χορήγηση αυτών των αδειών, εκτός εάν υπάρχουν σοβαροί κίνδυνοι για τον άνθρωπο ή το περιβάλλον
- να μη ζητούν από τις ΜΜΕ πληροφορίες τις οποίες έχει ήδη στη διάθεσή της η διοικητική αρχή, εκτός εάν χρειάζονται επικαιροποίηση
- να εξασφαλίσουν ότι δεν ζητείται από μια πολύ μικρή επιχείρηση να συμμετέχει περισσότερες από μία φορές κάθε τρία χρόνια σε στατιστική έρευνα που διεξάγεται υπό την ευθύνη της εθνικής, περιφερειακής ή τοπικής στατιστικής υπηρεσίας, υπό την προϋπόθεση ότι οι ανάγκες για στατιστικές ή άλλου είδους πληροφορίες δεν απαιτούν διαφορετική συχνότητα
- να ορίσουν υπεύθυνο επικοινωνίας στον οποίο τα ενδιαφερόμενα μέρη θα μπορούν να γνωστοποιούν τους κανόνες ή τις διατάξεις που θεωρούνται δυσανάλογοι(ες) ή/και ότι εμποδίζουν άσκοπα τις δραστηριότητες των ΜΜΕ
- να εξασφαλίσουν πλήρη και έγκαιρη εφαρμογή της οδηγίας για τις υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένης της δημιουργίας ενιαίων κέντρων εξυπηρέτησης, μέσω των οποίων

οι επιχειρήσεις μπορούν να αποκτήσουν όλες τις σημαντικές πληροφορίες και να ολοκληρώσουν με ηλεκτρονικά μέσα όλες τις αναγκαίες διαδικασίες και διατυπώσεις.

V Η ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να προσαρμόσουν τα μέσα της πολιτικής στις ανάγκες των ΜΜΕ.

Πρέπει να χρησιμοποιήσουν τον κώδικα ορθής πρακτικής που παρέχει οδηγίες στις αναθέτουσες αρχές σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο μπορούν να εφαρμόσουν το πλαίσιο της ΕΕ που διέπει τις δημόσιες συμβάσεις ώστε να διευκολύνουν τη συμμετοχή των ΜΜΕ στις διαδικασίες δημοσίων συμβάσεων.

Για να αντιμετωπίσουν τις αδυναμίες της αγοράς που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους, πρέπει να χρησιμοποιήσουν καλύτερα τις δυνατότητες που προσφέρουν οι κοινοτικές διατάξεις για τις κρατικές ενισχύσεις σχετικά με την υποστήριξη των νεοσύστατων επιχειρήσεων και την παροχή κινήτρων στις ΜΜΕ.

Οι ΜΜΕ συναντούν εμπόδια κατά τη συμμετοχή τους στις αγορές των δημοσίων συμβάσεων, που αποτελούν το 16% του ΑΕγχΠ της ΕΕ, συχνά μόνο επειδή οι μικρότερες επιχειρήσεις δεν είναι ενημερωμένες για τις ευκαιρίες που υπάρχουν ή/και αποθαρρύνονται λόγω των διαδικασιών και επειδή οι δημόσιες αρχές μπορεί να θεωρούν πιο εύκολο να αναθέτουν ορισμένες συμβάσεις σε μεγάλες επιχειρήσεις με αποδεδειγμένη πείρα παρά σε νέες καινοτόμες επιχειρήσεις. Παρ' όλα αυτά, το 2005 το 42% της αξίας των δημοσίων συμβάσεων που υπερβαίνουν τα κατώτατα όρια της ΕΕ ανατέθηκαν σε ΜΜΕ¹³. Χρειάζεται ωστόσο να καταβληθούν περαιτέρω προσπάθειες για να μειωθούν τα εμπόδια που εξακολουθούν να υπάρχουν στην πρόσβαση των ΜΜΕ στις δημόσιες συμβάσεις, ιδίως μέσω του περιορισμού των απαιτήσεων που επιβάλλουν οι αναθέτουσες αρχές στο πλαίσιο των διαδικασιών ανάθεσης.

Οι κρατικές ενισχύσεις μπορούν να βοηθήσουν τις ΜΜΕ καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους. Επί του παρόντος οι ΜΜΕ δεν επωφελούνται σχεδόν καθόλου από τις διαθέσιμες κρατικές ενισχύσεις, δεδομένου ότι συχνά οι δυνατότητες ενίσχυσης δεν αξιοποιούνται πλήρως. Υπάρχουν διάφοροι λόγοι για αυτό: πρώτον, οι δημόσιες αρχές δεν δημιουργούν πάντα όλους τους μηχανισμούς υποστήριξης των ΜΜΕ που επιτρέπουν οι κοινοτικές διατάξεις· δεύτερον, οι διαδικασίες είναι συχνά πολύ μακρόχρονες και πολύπλοκες για τις ΜΜΕ· και τρίτον, συχνά οι ΜΜΕ δεν είναι ενημερωμένες για τα υπάρχοντα συστήματα για την ενίσχυσή τους.

Πρακτική εφαρμογή αυτής της αρχής:

η Επιτροπή:

- θα υποβάλει προαιρετικό κώδικα ορθής πρακτικής για τις αναθέτουσες αρχές, για να προκαλέσει περαιτέρω αλλαγές στην πρακτική των δημοσίων συμβάσεων. Θα καθορίσει

¹³ http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/docs/SME_public_procurement_Summary.pdf

κατευθυντήριες γραμμές για τον τρόπο με τον οποίο θα μειωθεί η γραφειοκρατία, θα βελτιωθεί η διαφάνεια και η ενημέρωση και θα εξασφαλιστούν ίσοι όροι ανταγωνισμού για τις ΜΜΕ

- συνεχίζει να διευκολύνει την πρόσβαση στις πληροφορίες για τις ευκαιρίες σύναψης δημοσίων συμβάσεων, συμπληρώνοντας τους υπάρχοντες δικτυακούς τόπους της ΕΕ σχετικά με τις δημόσιες συμβάσεις με μια σειρά πρωτοβουλιών, όπως η προαιρετική δημοσίευση προκηρύξεων διαγωνισμών για συμβάσεις κάτω από τα κατώτατα όρια, ένα ηλεκτρονικό εργαλείο για την αναζήτηση επιχειρηματικών εταίρων και η αύξηση της διαφάνειας των απαιτήσεων όσον αφορά τις δημόσιες συμβάσεις
- θα δημοσιεύσει έναν οδηγό για τις κρατικές ενισχύσεις για ΜΜΕ με σκοπό την καλύτερη ενημέρωση για τις υπάρχουσες δυνατότητες υποστήριξης

τα κράτη μέλη καλούνται:

- να δημιουργήσουν δικτυακές πύλες για τη διεύρυνση της πρόσβασης στις πληροφορίες σχετικά με τις δημόσιες συμβάσεις κάτω από τα κατώτατα όρια της ΕΕ
- να ενθαρρύνουν τις αναθέτουσες αρχές τους να υποδιαιρέσουν τη σύμβαση σε μέρη όταν κρίνεται σκόπιμο και να προβάλουν περισσότερο τις δυνατότητες υπεργολαβιών
- να υπενθυμίσουν στις αναθέτουσες αρχές τους την υποχρέωσή τους να αποφύγουν δυσανάλογες απαιτήσεις όσον αφορά τα προσόντα και τη χρηματοδότηση
- να ενθαρρύνουν τον εποικοδομητικό διάλογο και την αμοιβαία κατανόηση ανάμεσα στις ΜΜΕ και τους μεγάλους αγοραστές μέσω ενεργειών όπως ενημέρωση, κατάρτιση, παρακολούθηση και ανταλλαγή ορθών πρακτικών
- να επαναπροσδιορίσουν το επίκεντρο της πολιτικής για τις κρατικές ενισχύσεις με σκοπό την καλύτερη αντιμετώπιση των αναγκών των ΜΜΕ, συμπεριλαμβανομένου του σχεδιασμού μέτρων με καλύτερη στοχοθέτηση.

VI Η ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να διευκολύνουν την πρόσβαση των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση και ειδικότερα σε κεφάλαια υψηλού κινδύνου, μικροπιστώσεις και ενδιάμεση χρηματοδότηση, και να αναπτύξουν ένα νομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον το οποίο να ευνοεί τις έγκαιρες πληρωμές στις εμπορικές συναλλαγές.

Η εξεύρεση του σωστού είδους χρηματοδότησης μπορεί να είναι ιδιαίτερα δύσκολη υπόθεση για τους επιχειρηματίες και τις ΜΜΕ και είναι σε δεύτερη προτεραιότητα, με πρώτη το διοικητικό φόρτο. Αυτό συμβαίνει παρά τη δημόσια υποστήριξη της ΕΕ, όπως το πρόγραμμα-πλαίσιο ανταγωνιστικότητας και καινοτομίας (CIP), το οποίο παρέχει πάνω από 1 δισ. EUR για την υποστήριξη της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση. Ένα σημαντικό μέρος του ποσού αυτού διοχετεύεται μέσω του Ομίλου ΕΤΕπ. Έως το 2013 η πολιτική για τη συνοχή θα έχει χορηγήσει 27 δισ. EUR περίπου ειδικά για την υποστήριξη των ΜΜΕ. Περίπου 10 δισ. EUR θα διανεμηθούν μέσω μέτρων χρηματοοικονομικής τεχνικής, συμπεριλαμβανομένης της πρωτοβουλίας JEREMIE, και 3,1 δισ. EUR περίπου μέσω επιχειρηματικών κεφαλαίων. Τα Ευρωπαϊκά Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης παρέχει, επίσης, στήριξη στις ΜΜΕ καθώς προωθεί, μεταξύ άλλων, την επιχειρηματικότητα και ενθαρρύνει την οικονομική διαφοροποίηση των αγροτικών περιοχών.

Η απροθυμία ανάληψης κινδύνων κάνει συχνά τους επενδυτές και τις τράπεζες να αποφεύγουν να χρηματοδοτήσουν εταιρείες στο ξεκίνημά τους ή στα πρώτα στάδια της επέκτασής τους. Οι πιθανές αδυναμίες της αγοράς όσον αφορά τη χρηματοδότηση των ΜΜΕ πρέπει να εντοπιστούν και να διορθωθούν, ώστε να αναπτυχθούν περισσότερο οι ευρωπαϊκές αγορές κεφαλαίων υψηλού κινδύνου, να βελτιωθεί η πρόσβαση των ΜΜΕ σε μικροπιστώσεις και ενδιάμεσες χρηματοδοτήσεις και να αναπτυχθούν νέα προϊόντα και υπηρεσίες. Επιπλέον, πολλοί επιχειρηματίες χρειάζονται καθοδήγηση και εκπαίδευση σχετικά με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των διαφόρων μορφών χρηματοδότησης και σχετικά με το πώς μπορούν να παρουσιάσουν με τον καλύτερο τρόπο τα επενδυτικά τους σχέδια στους πιθανούς χρηματοδότες.

Επίσης, οι ΜΜΕ συχνά βρίσκονται σε αδύναμη θέση όσον αφορά τα ίδια κεφάλαια, γεγονός το οποίο υπονομεύεται ακόμη περισσότερο από τη νοοτροπία της καθυστέρησης των πληρωμών που επικρατεί στην Ευρώπη. Είναι γεγονός ότι, ανάλογα με τη χώρα, οι ΜΜΕ υποχρεώνονται να περιμένουν από 20 έως πάνω από 100 ημέρες κατά μέσο όρο για να εισπράξουν τα τιμολόγιά τους. Μία στις τέσσερις περιπτώσεις χρεωκοπίας οφείλεται στην καθυστέρηση των εισπράξεων. Η κατάσταση αυτή οδηγεί σε απώλεια 450 000 θέσεων εργασίας και 25 δισ. EUR κάθε χρόνο.

Η Επιτροπή συμφωνεί με την ανάλυση του Ομίλου της ΕΤΕπ (ΕΤΕπ και ΕΤΕ) ότι υπάρχει ανάγκη περαιτέρω βελτίωσης της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση και, κατά συνέπεια, εκφράζει την ικανοποίησή της για τις προσπάθειες που καταβάλλει ο Όμιλος για να εκσυγχρονίσει τα υπάρχοντα προϊόντα του, να απλοποιήσει τη χρήση τους και να διευρύνει το πεδίο εφαρμογής τους, ξεκινώντας από το 2008. Η Επιτροπή χαίρεται ιδιαίτερα για τη θέσπιση από τον Όμιλο ΕΤΕπ του νέου «μικροκεφαλαίου» με αρχικό κεφάλαιο 40 εκατ. EUR περίπου (από τα οποία τα 16 εκατ. EUR θα προέλθουν από την ΕΤΕπ) για την υποστήριξη μη τραπεζικών μικροπιστωτικών ιδρυμάτων στο πλαίσιο της νέας πρωτοβουλίας της Επιτροπής για τις μικροπιστώσεις. Η Επιτροπή επικροτεί, επίσης, το σχέδιο της ΕΤΕπ να προβλέψει ένα κονδύλιο ενδιάμεσης χρηματοδότησης για τις μικρότερες επιχειρήσεις του τομέα των ΜΜΕ και ειδικά μέσα καταμερισμού κινδύνων με τις εμπορικές τράπεζες, για την κάλυψη των αναγκών των γρήγορα αναπτυσσόμενων καινοτόμων ΜΜΕ και των επιχειρήσεων ενδιάμεσου μεγέθους, με σκοπό την αντιμετώπιση των αδυναμιών της αγοράς.

Πρακτική εφαρμογή αυτής της αρχής:

η Επιτροπή:

- θα αξιολογήσει τις επιλογές για την εισαγωγή ενός καθεστώτος ιδιωτικών τοποθετήσεων με σκοπό τη διευκόλυνση των διασυννοριακών επενδύσεων ώστε να ενισχυθούν οι ευρωπαϊκές αγορές επιχειρηματικών κεφαλαίων
- προσφέρει βοήθεια στα κράτη μέλη για να αναπτύξουν υψηλής ποιότητας προγράμματα επενδυτικής ετοιμότητας

τα κράτη μέλη καλούνται:

- να αναπτύξουν χρηματοδοτικά προγράμματα για την κάλυψη του χρηματοδοτικού ελλείμματος μεταξύ των 100 000 EUR και του 1 εκατ. EUR, ιδίως με μέσα που συνδυάζουν τα χαρακτηριστικά εξωτερικών και ιδίων κεφαλαίων, τηρώντας παράλληλα τους κανόνες των κρατικών ενισχύσεων
- να αντιμετωπίσουν τα ρυθμιστικά και φορολογικά εμπόδια που δεν επιτρέπουν στα επιχειρηματικά κεφάλαια της ενιαίας αγοράς επενδύσεις με τους ίδιους όρους που ισχύουν για τα εγχώρια κεφάλαια
- να εξασφαλίσουν ότι η φορολόγηση των εταιρικών κερδών ευνοεί τις επενδύσεις
- να αξιοποιήσουν πλήρως τη χρηματοδότηση που διατίθεται από τα προγράμματα της πολιτικής για τη συνοχή και από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης, για την υποστήριξη των ΜΜΕ.

VII Η ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να ενθαρρύνουν τις ΜΜΕ να εκμεταλλεύονται περισσότερο τις ευκαιρίες που προσφέρει η ενιαία αγορά, ιδίως μέσω της καλύτερης διακυβέρνησης και της βελτίωσης της ενημέρωσης σχετικά με την πολιτική για την ενιαία αγορά, δίνοντας τη δυνατότητα για καλύτερη εκπροσώπηση των συμφερόντων των ΜΜΕ στην ανάπτυξη των προτύπων και διευκολύνοντας την πρόσβαση των ΜΜΕ στα διπλώματα ευρεσιτεχνίας και στα εμπορικά σήματα.

Η ενιαία αγορά πρέπει να εξασφαλίζει την πρόσβαση των επιχειρήσεων στη μεγάλη κοινή αγορά των 500 εκατ. καταναλωτών που λειτουργεί με βάση μια κοινή σειρά κανόνων. Η απλοποίηση που προέκυψε από την αντικατάσταση 27 διαφορετικών σειρών εθνικών κανόνων από μία κοινή σειρά κανόνων για την εσωτερική αγορά της ΕΕ είναι προς όφελος ιδιαίτερα των ΜΜΕ. Εάν η ενιαία αγορά λειτουργεί σωστά θα δημιουργήσει ανταγωνιστικό περιβάλλον το οποίο θα δώσει τη δυνατότητα στις ΜΜΕ να επωφεληθούν από την παγκοσμιοποίηση, προσφέροντάς τους νέες ευκαιρίες για γνώση και καινοτομία. Σήμερα, ωστόσο, οι ΜΜΕ δεν επωφελούνται πλήρως από τις ευκαιρίες που προσφέρει η ενιαία αγορά, σε μεγάλο βαθμό λόγω έλλειψης ενημέρωσης σχετικά με τις επιχειρηματικές ευκαιρίες και τους ισχύοντες κανόνες στα άλλα κράτη μέλη, αλλά και λόγω έλλειψης γλωσσικών δεξιοτήτων. Το κόστος και οι κίνδυνοι που συνδέονται με την αντιμετώπιση πολλών διαφορετικών εθνικών νομικών συστημάτων συχνά αποτρέπουν τις εταιρείες από τη δραστηριοποίησή τους στο εξωτερικό.

Οι ΜΜΕ μπορούν, επίσης, να επωφεληθούν πολύ από την κρατική υποστήριξη που μπορεί να έχει τη μορφή υπηρεσιών παροχής συμβουλών ή δικτύωσης, καθώς και παροχής βοήθειας για να μπορέσουν να υπερασπιστούν τα συμφέροντά τους έναντι αθέμιτων εμπορικών πρακτικών. Ειδικότερα, το δίκτυο «Enterprise Europe Network»¹⁴, το οποίο δημιούργησε πρόσφατα η Επιτροπή, μπορεί, μεταξύ άλλων, να βοηθήσει τις ΜΜΕ παρέχοντάς τους πληροφορίες και συμβουλές σχετικά με τις ευκαιρίες που προσφέρονται από την ενιαία αγορά.

¹⁴ <http://www.enterprise-europe-network.ec.europa.eu/>

Επιπλέον, οι ΜΜΕ πρέπει να μπορούν να συμμετέχουν πλήρως στην ανάπτυξη των προτύπων και να έχουν ικανοποιητική πρόσβαση σε αυτά, καθώς και στη διαδικασία πιστοποίησης.

Τέλος, η Επιτροπή, για να υπογραμμίσει τη σπουδαιότητα των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας (ΔΔΙ) για τις ΜΜΕ, συνεχίζει τις εργασίες της σχετικά με ένα αποδοτικό, αποτελεσματικό από άποψη κόστους, υψηλής ποιότητας και νομικά ασφαλές σύστημα ευρεσιτεχνιών, που θα περιλαμβάνει ένα κοινοτικό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας και ένα ειδικό δικαιοδοτικό όργανο για όλη την ΕΕ.

Πρακτική εφαρμογή αυτής της αρχής:

η Επιτροπή:

- θα εξασφαλίσει ότι οι ΜΜΕ επωφελούνται από τις υπάρχουσες πολιτικές ανοίγματος της αγοράς συγκεντρώνοντας πληροφορίες σχετικά με τη λειτουργία της ενιαίας αγοράς μέσω της καλύτερης παρακολούθησης της αγοράς και του τομέα, ώστε να εντοπιστούν οι αδυναμίες της αγοράς και να αντιμετωπιστούν εκεί όπου το οικονομικό όφελος είναι μεγαλύτερο
- θα υποβάλει, εντός του 2008, ένα σχέδιο δράσης για την προώθηση της χρήσης των διαλειτουργικών ηλεκτρονικών υπογραφών και της ηλεκτρονικής αναγνώρισης και θα προβεί σε ενέργειες, σε συνεργασία με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη κατά το δεύτερο τρίμηνο του 2009, με σκοπό να προωθήσει τη συμμετοχή των ΜΜΕ στις παγκόσμιες αλυσίδες προσφοράς
- αυξάνει τη χρηματοοικονομική υποστήριξη της ΕΕ (σε 1 εκατ. EUR το 2008 και σε 2,1 εκατ. EUR από το 2009) για την προώθηση της συμμετοχής των ΜΜΕ στην τυποποίηση και την υπεράσπιση των συμφερόντων τους και για τη βελτίωση της ενημέρωσης των ΜΜΕ σχετικά με τα ευρωπαϊκά πρότυπα και τη χρήση τους
- θα κάνει το σύστημα του κοινοτικού εμπορικού σήματος πιο προσιτό, ιδίως μειώνοντας κατά πολύ τα τέλη του στο πλαίσιο μιας συνολικής λύσης για τις χρηματοοικονομικές προοπτικές του γραφείου εναρμόνισης στο πλαίσιο της εσωτερικής αγοράς (ΓΕΕΑ)
- θα εργαστεί με στόχο την εξάλειψη του κατακερματισμού των κανόνων προστασίας του καταναλωτή, ώστε το διασυνοριακό εμπόριο να γίνει ευκολότερο για τις ΜΜΕ, μειώνοντας παράλληλα και το διοικητικό φόρτο.

οι ευρωπαϊκοί οργανισμοί τυποποίησης καλούνται:

- να επανεξετάσουν, σε στενή συνεργασία με τα κράτη μέλη και την Επιτροπή, το επιχειρηματικό τους μοντέλο με σκοπό τη μείωση του κόστους για την πρόσβαση στα πρότυπα, ξεκινώντας από τα πρότυπα που αναπτύχθηκαν με υποστήριξη της νομοθεσίας και των πολιτικών της ΕΕ
- να δημιουργήσουν ένα ή περισσότερα «γραφεία υποστήριξης για ΜΜΕ» σε συντονισμό με τους εκπροσώπους των ενώσεων των ΜΜΕ
- να δημοσιεύουν συστηματικά περιλήψεις των ευρωπαϊκών προτύπων, καθώς και καταλόγους με αριθ. αναφοράς προτύπων, χωρίς περιορισμό στην πρόσβαση και σε

διάφορες γλώσσες.

τα κράτη μέλη καλούνται:

- να εξασφαλίσουν την ορθή εφαρμογή της αρχής της αμοιβαίας αναγνώρισης
- να ενισχύσουν το σύστημα επίλυσης προβλημάτων SOLVIT¹⁵ για να εξασφαλίσουν ότι τα προβλήματα που αφορούν την άσκηση των δικαιωμάτων στην ενιαία αγορά επιλύονται ανεπίσημα, γρήγορα και πραγματικά
- να ενθαρρύνουν τους εθνικούς οργανισμούς τυποποίησης να επανεξετάσουν το επιχειρηματικό τους μοντέλο με σκοπό τη μείωση του κόστους για την πρόσβαση στα πρότυπα
- να εξασφαλίζουν ότι η σύνθεση των επιτροπών τυποποίησης είναι αμερόληπτη
- να καλέσουν τους εθνικούς οργανισμούς τυποποίησης, σε συνεργασία με τους ευρωπαϊκούς οργανισμούς τυποποίησης, να πραγματοποιήσουν εκστρατείες προώθησης και ενημέρωσης με στόχο την ενθάρρυνση των ΜΜΕ για καλύτερη χρήση των προτύπων και την ανατροφοδότηση σχετικά με το περιεχόμενό τους
- να προσφέρουν στις ΜΜΕ υπηρεσίες παροχής συμβουλών, καθώς και υποστήριξη για την υπεράσπιση των συμφερόντων τους έναντι αθέμιτων εμπορικών πρακτικών.

VIII Η ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να προωθήσουν την αναβάθμιση των δεξιοτήτων στις ΜΜΕ, καθώς και όλες τις μορφές καινοτομίας.

Πρέπει να ενθαρρύνουν τις επενδύσεις των ΜΜΕ στην έρευνα και τη συμμετοχή τους σε προγράμματα υποστήριξης για την έρευνα και ανάπτυξη, τη διακρατική έρευνα, τις ομαδοποιήσεις και την ενεργό διαχείριση της διανοητικής ιδιοκτησίας.

Πάνω από το 60% των εταιρειών που συμμετείχαν στη διαβούλευση θεωρούν ότι τα σχολεία δεν παρέχουν τις ικανότητες που απαιτούνται από τους επιχειρηματίες και το προσωπικό τους. Το γεγονός αυτό υπογραμμίζει την κοινωνική ανάγκη να παρέχονται στους νέους οι βασικές δεξιότητες, δηλαδή ανάγνωση, γραφή, φυσικές επιστήμες, τεχνικές δεξιότητες, γλωσσικές δεξιότητες και δεξιότητες ΤΠΕ, και να τους δίνεται η δυνατότητα να είναι δημιουργικοί. Οι ΜΜΕ υποφέρουν ιδιαίτερα από την έλλειψη εξειδικευμένης εργασίας στον τομέα των νέων τεχνολογιών. Στη βάση αυτή, πρέπει να εφαρμοστεί το Ευρωπαϊκό Πλαίσιο Αναφοράς σχετικά με τις βασικές ικανότητες για τη διά βίου μάθηση¹⁶, σκοπός του οποίου είναι ο εφοδιασμός όλων των νέων με τις αναγκαίες βασικές δεξιότητες.

Η ευρωπαϊκή πολιτική για τη συνοχή υποστηρίζει ενέργειες για την προώθηση της προσαρμοστικότητας των εργαζομένων, των επιχειρηματιών και των επιχειρήσεων με 13,5 δισ. EUR περίπου για την περίοδο 2007-2013. Ένα σημαντικό μέρος του ποσού αυτού προορίζεται αποκλειστικά για τις ΜΜΕ. Επιπλέον, εκτιμάται ότι η υποστήριξη για την

¹⁵ http://ec.europa.eu/solvit/site/index_en.htm

¹⁶ Σύσταση της Επιτροπής σχετικά με τις βασικές ικανότητες για τη διά βίου μάθηση, 18.12.2006.

αυτοαπασχόληση και τις νεοσύστατες επιχειρήσεις ανέρχεται συνολικά σε 2,8 δις. EUR. Τέλος, η Επιτροπή επεξεργάζεται μια ανάλυση σχετικά τις μελλοντικές ανάγκες της ΕΕ σε δεξιότητες.

Με το έλλειμμα δεξιοτήτων συνδέεται και το ανεκμετάλλευτο δυναμικό για έρευνα και καινοτομία. Μόνο περίπου 3 από τις 10 ΜΜΕ στην ΕΕ ανέφεραν ότι το 2007 είχαν νέα προϊόντα ή είχαν εισόδημα από νέα προϊόντα. Επομένως, είναι σημαντικό οι ΜΜΕ να ενταχθούν στην ερευνητική κοινότητα και να διασυνδεθούν με τα πανεπιστήμια.

Επίσης, είναι αναγκαίο να ενθαρρυνθεί η ενεργός διαχείριση της διανοητικής ιδιοκτησίας από τις ΜΜΕ, π.χ. μέσω της ηλεκτρονικής έκδοσης τιμολογίων και της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης.

Πρακτική εφαρμογή αυτής της αρχής:

η Επιτροπή:

- θα διευρύνει περαιτέρω το σύστημα για την προώθηση της κινητικότητας των μαθητευομένων στο πλαίσιο του προγράμματος Leonardo Da Vinci για το 2010
- υποστηρίζει την ανάπτυξη από την πλευρά των ενδιαφερόμενων μερών μιας διαδικτυακής πύλης σχετικά με τις ηλεκτρονικές δεξιότητες και τη σταδιοδρομία το 2008, η οποία θα δώσει τη δυνατότητα στις εταιρείες να αυτοαξιολογήσουν τις ανάγκες τους σε ηλεκτρονικές δεξιότητες και να μάθουν πώς μπορούν να αναπτύξουν τη σταδιοδρομία και τα προσόντα του προσωπικού τους και θα δημοσιεύσει εντός του 2008 στο διαδίκτυο έναν οδηγό για τις ηλεκτρονικές επιχειρήσεις (e-Business), ο οποίος θα βοηθήσει τις ΜΜΕ να προσδιορίσουν τις ανάγκες τους στον τομέα αυτό
- θα συνεχίσει τις προσπάθειες απλοποίησης, καλύτερης ενημέρωσης και αύξησης των ποσοστών χρηματοδότησης ώστε να αυξηθεί η συμμετοχή των ΜΜΕ στο 7ο πρόγραμμα-πλαίσιο για την έρευνα και την ανάπτυξη (7ΠΠ)
- ενθαρρύνει την ανάπτυξη των ΜΜΕ, εξασφαλίζοντας ότι μια ΜΜΕ που συμμετέχει σε έργο του 7ΠΠ μπορεί να διατηρήσει το πλεονέκτημα του καθεστώτος της ΜΜΕ καθ' όλη τη διάρκεια του έργου αυτού, ακόμη και αν υπερβεί το ανώτατο όριο που ισχύει για τις ΜΜΕ κατά την περίοδο αυτή
- θα απλοποιήσει τους κανόνες των κρατικών ενισχύσεων για να μπορούν τα κράτη μέλη να υποστηρίζουν την έρευνα, την ανάπτυξη και την καινοτομία, ιδίως μέσω του γενικού κανονισμού απαλλαγής κατά κατηγορία
- προωθεί τη δημιουργία επιχειρήσεων υψηλής ανάπτυξης υποστηρίζοντας την ικανότητα έρευνας και καινοτομίας των ΜΜΕ, κυρίως μέσω του εντατικού συντονισμού των εθνικών προγραμμάτων και πρωτοβουλιών
- θα αναπτύξει, σε διαβούλευση με τα κράτη μέλη, μια στρατηγική ομαδοποιήσεων, συμπεριλαμβανομένων πρωτοβουλιών για την ενθάρρυνση της διακρατικής συνεργασίας σχετικά με τις ομαδοποιήσεις, τη διευκόλυνση της πρόσβασης των ομάδων σε νέες αγορές και τη λήψη μέτρων για την ενθάρρυνση της συμμετοχής των ΜΜΕ σε καινοτόμους ομάδες

- θα επιδιώξει την υποστήριξη της συμμετοχής των ΜΜΕ στη μεταφορά γνώσης, εν μέρει μέσω της έναρξης ενός δοκιμαστικού σχεδίου που θα συμβάλει στη χρηματοδότηση της εμπορίας της διανοητικής ιδιοκτησίας
- θα ενθαρρύνει την ενεργό συμμετοχή των ΜΜΕ στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων του Ευρωπαϊκού Ινστιτούτου Καινοτομίας και Τεχνολογίας (ΕΙΤ), ώστε να τους δοθεί η δυνατότητα να επωφεληθούν από τη μεταφορά γνώσεων που πραγματοποιείται από το ΕΙΤ.

τα κράτη μέλη καλούνται:

- να ενθαρρύνουν τις προσπάθειες των ΜΜΕ για να διεθνοποιηθούν και να γίνουν επιχειρήσεις υψηλής ανάπτυξης, και μέσω της συμμετοχής τους σε καινοτόμους ομάδες
- να προωθήσουν την ανάπτυξη των ικανοτήτων των ΜΜΕ στο πεδίο της έρευνας και της καινοτομίας π.χ. μέσω της απλοποιημένης πρόσβασης σε δημόσιες υποδομές έρευνας, της χρήσης υπηρεσιών έρευνας και ανάπτυξης, της πρόσληψης εξειδικευμένων εργαζομένων και της κατάρτισης, όπως προβλέπεται από το νέο κοινοτικό πλαίσιο για τις κρατικές ενισχύσεις σχετικά με την έρευνα, την ανάπτυξη και την καινοτομία
- να ανοίξουν τα εθνικά ερευνητικά προγράμματα, εάν το άνοιγμα αυτό μπορεί να είναι προς όφελος ΜΜΕ από άλλα κράτη μέλη και να προωθήσουν την πρόσβαση των ΜΜΕ σε διακρατικές ερευνητικές δραστηριότητες π.χ. μέσω κοινού προγραμματισμού
- να εξασφαλίσουν κατά την εκτέλεση του προγράμματός τους για την πολιτική συνοχής την εύκολη πρόσβαση των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση που συνδέεται με την επιχειρηματικότητα, την καινοτομία και τη γνώση
- να υποστηρίξουν την ανάπτυξη της ηλεκτρονικής ταυτότητας των επιχειρήσεων, ώστε να γίνει δυνατή η ηλεκτρονική έκδοση τιμολογίων και η ηλεκτρονική διακυβέρνηση
- να ενθαρρύνουν τις επιχειρήσεις, ιδίως τις ΜΜΕ και τα άλλα ενδιαφερόμενα μέρη, καθώς και τις αρχές που είναι αρμόδιες για τις δημόσιες συμβάσεις, να συμμετέχουν σε ενέργειες που συμβάλλουν στην ταχύτερη εκτέλεση της πρωτοβουλίας για τις πρωτοπόρους αγορές.

IX Η ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να δώσουν τη δυνατότητα στις ΜΜΕ να μετατρέψουν τις περιβαλλοντικές προκλήσεις σε ευκαιρίες.

Πρέπει να παρέχουν περισσότερες πληροφορίες, εμπειρογνωμοσύνη και χρηματοοικονομικά κίνητρα για πλήρη εκμετάλλευση των ευκαιριών για νέες «πράσινες» αγορές και αυξημένη ενεργειακή απόδοση, εν μέρει μέσω της εφαρμογής συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης στις ΜΜΕ.

Η κλιματική αλλαγή, η ανεπάρκεια των ενεργειακών πόρων και η αειφόρος ανάπτυξη αποτελούν τις κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ, αφού πρέπει να υιοθετήσουν περισσότερο βιώσιμα μοντέλα παραγωγής και εμπορίας. Η ζήτηση για φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα και υπηρεσίες ανοίγει επίσης το δρόμο για νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Μόλις το 29% των ΜΜΕ έχουν εισαγάγει μέτρα για εξοικονόμηση ενέργειας ή πρώτων υλών (σε σύγκριση με το 46% των μεγάλων επιχειρήσεων). Μόλις το 4% των ΜΜΕ της ΕΕ εφαρμόζουν ένα συνολικό σύστημα ενεργειακής απόδοσης σε σύγκριση με το 19% των μεγάλων επιχειρήσεων. Οι ΜΜΕ είναι ιδιαίτερα ευάλωτες στη τρέχουσα τάση αύξησης των τιμών της ενέργειας και των πρώτων υλών, καθώς και στις προβλεπόμενες κλιματικές αλλαγές, και πρέπει να αυξήσουν την απόδοση και την ικανότητα προσαρμογής τους ώστε να μετατρέψουν τις προκλήσεις αυτές σε ευκαιρίες.

Πρακτική εφαρμογή αυτής της αρχής:

η Επιτροπή:

- διευκολύνει την πρόσβαση των ΜΜΕ στο κοινοτικό σύστημα οικολογικής διαχείρισης και οικολογικού ελέγχου (EMAS) μέσω απλούστερων περιβαλλοντικών διαδικασιών, μειωμένων τελών και της επιλογής των ομαδικών εγγραφών
- θα χρηματοδοτήσει ένα δίκτυο ειδικών στους τομείς του περιβάλλοντος και της ενεργειακής απόδοσης, στο πλαίσιο του «Enterprise Europe Network», με σκοπό την παροχή συμβουλών σχετικά με τις οικολογικά αποδοτικές λειτουργίες, τη δυναμικότητα των αγορών και τις ευκαιρίες χρηματοδότησης για αποτελεσματικότερη λειτουργία ειδικά για τις ΜΜΕ
- αναπτύσσει νέες μορφές υποστήριξης για καινοτόμους νεοσύστατες επιχειρήσεις και ΜΜΕ στον τομέα της οικολογικής καινοτομίας, με στόχο τη διευκόλυνση της πρόσβασης στην αγορά, τη μεταφορά τεχνολογίας, τη χρήση προτύπων και την πρόσβαση στη χρηματοδότηση, σύμφωνα με τις ισχύουσες διατάξεις περί κρατικών ενισχύσεων.

τα κράτη μέλη καλούνται:

- να παρέχουν κίνητρα για οικολογικά αποτελεσματικές επιχειρήσεις και προϊόντα (π.χ. φορολογικά κίνητρα και προτεραιότητα στις επιχορηγήσεις που προορίζονται για τη χρηματοδότηση βιώσιμων επιχειρήσεων) σύμφωνα με τις κοινοτικές κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τις κρατικές ενισχύσεις για την προστασία του περιβάλλοντος, και να αξιοποιούν την απλουστευμένη προσέγγιση για τις περιβαλλοντικές ενισχύσεις προς τις ΜΜΕ που έχει αναπτυχθεί από τον κανονισμό γενικής απαλλαγής
- να χρησιμοποιήσουν πλήρως το ποσό των 2,5 εκατ. EUR περίπου, που προορίζεται για τα προγράμματα της πολιτικής για τη συνοχή, για την υποστήριξη φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων και επεξεργασιών στις ΜΜΕ.

X Η ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να υποστηρίξουν και να ενθαρρύνουν τις ΜΜΕ για να επωφεληθούν από την ανάπτυξη των αγορών εκτός της ΕΕ, ιδίως μέσω ειδικής υποστήριξης για την αγορά και δραστηριοτήτων κατάρτισης για την επιχειρηματικότητα

Μόλις το 8% των ευρωπαϊκών ΜΜΕ αναφέρουν κύκλο εργασιών από εξαγωγές (7% των πολύ μικρών επιχειρήσεων ανέφεραν εξαγωγές), ποσοστό σημαντικά χαμηλότερο από το αντίστοιχο των μεγάλων επιχειρήσεων (28%). Επιπλέον, μόνο το 12% των εισροών κατά μέσο όρο των ΜΜΕ αγοράζονται στο εξωτερικό.

Οι ταχέως αναπτυσσόμενες αγορές αποτελούν ανεκμετάλλευτη πηγή για πολλές ευρωπαϊκές ΜΜΕ. Ειδικότερα, οι πρόσφατες διευρύνσεις της ΕΕ δημιούργησαν νέες μεγάλες επιχειρηματικές ευκαιρίες για τις εταιρείες τόσο στα «παλιά» όσο και στα «νέα» κράτη μέλη. Αυτό αποδεικνύει τη σπουδαιότητα της πλήρους εκμετάλλευσης των ευκαιριών που προσφέρονται από τις αγορές των υποψηφίων για ένταξη στην ΕΕ χωρών και των γειτονικών χωρών.

Τα εμπορικά εμπόδια έχουν μεγαλύτερο αντίκτυπο στις ΜΜΕ παρά στις μεγάλες εταιρείες λόγω των περιορισμένων πόρων τους και της μικρότερης ικανότητάς τους να απορροφούν κινδύνους, ιδίως όταν δραστηριοποιούνται σε πολύ ανταγωνιστικές αγορές. Επομένως, οι ΜΜΕ, για να μπορέσουν να αποκτήσουν πρόσβαση στις αγορές αυτές, χρειάζονται βοήθεια για να ενημερωθούν σχετικά με τους δυνητικούς εταίρους και το άνοιγμα στις αγορές τους. Χρειάζονται, επίσης, βοήθεια για να ξεπεράσουν τους πολιτιστικούς φραγμούς και τις διαφορές στο ρυθμιστικό ή νομικό περιβάλλον.

Για να μπορέσουν οι ΜΜΕ να επωφεληθούν πλήρως από τις ευκαιρίες που προσφέρονται από την παγκοσμιοποίηση, πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στη βελτίωση της πρόσβασης στις αγορές δημοσίων συμβάσεων και στην ενίσχυση των δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας, εξασφαλίζοντας θεμιτό ανταγωνισμό, καθώς και πιο εύκολη πρόσβαση στην αγορά.

Πρακτική εφαρμογή αυτής της αρχής:

η Επιτροπή:

- έχει δημιουργήσει ομάδες για την πρόσβαση στην αγορά σε βασικές εξαγωγικές αγορές που αποτελούνται από εμπορικούς συμβούλους των κρατών μελών και οργανώσεις επιχειρήσεων της ΕΕ, οι οποίες θα συμβάλουν στη βελτίωση της ενημέρωσης των ΜΜΕ σχετικά με τα εμπορικά εμπόδια που δυσχεραίνουν την πρόσβαση στις αγορές εκτός της ΕΕ
- θα επιδιώξει ενεργά το άνοιγμα των αγορών τρίτων χωρών, ιδίως στις αναπτυγμένες και στις ταχέως αναπτυσσόμενες οικονομίες, μέσω διαπραγματεύσεων με τον ΠΟΕ και διμερών συμφωνιών
- θα επιδιώξει κυρίως το άνοιγμα των αγορών δημοσίων συμβάσεων στις χώρες εκτός ΕΕ, που θα οδηγήσει σε αμοιβαία οφέλη, μέσω διμερών και πολυμερών διαπραγματεύσεων (συμφωνία για τις δημόσιες συμβάσεις του ΠΟΕ), ιδίως στις ταχέως αναπτυσσόμενες χώρες
- θα προωθήσει τη διευκόλυνση των συναλλαγών τόσο στο πλαίσιο του ΠΟΕ όσο και με διμερείς διαπραγματεύσεις
- θα εξακολουθήσει να διευκολύνει την πρόσβαση των ΜΜΕ της ΕΕ στις αγορές των υποψηφίων για ένταξη και άλλων γειτονικών χωρών, ιδίως μέσω του δικτύου *Enterprise Europe Network* και της προώθησης της αρχής «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις», καθώς και μέσω ανταλλαγών ορθών πρακτικών βάσει του Ευρωπαϊκού Χάρτη των μικρών επιχειρήσεων και της πρωτοβουλίας «Small Business Act»
- σκοπεύει να δημιουργήσει το 2009 ευρωπαϊκά κέντρα πληροφόρησης επιχειρήσεων σε επιλεγμένες αγορές, ξεκινώντας από τις ταχέως αναπτυσσόμενες οικονομίες της Ινδίας

και της Κίνας

- σκοπεύει να θέσει σε εφαρμογή το σχέδιο «Gateway to China» (πύλη πρόσβασης στην Κίνα) με επίκεντρο τη δημιουργία ενός προγράμματος κατάρτισης στελεχών στην Κίνα, που θα δώσει τη δυνατότητα στις ευρωπαϊκές ΜΜΕ να γίνουν ανταγωνιστικότερες στην κινεζική αγορά έως το 2010.

τα κράτη μέλη καλούνται:

- να ενθαρρύνουν την καθοδήγηση των ΜΜΕ από μεγάλες εταιρείες με σκοπό να τις φέρουν στις διεθνείς αγορές.

5. ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΤΗΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑΣ «SMALL BUSINESS ACT» ΚΑΙ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ

Μετά την έναρξη της πρωτοβουλίας «Small Business Act» από την Επιτροπή τον Οκτώβριο του 2007, η ιδέα αυτή δημιούργησε πολλές προσδοκίες. Αν και υποστηρίζεται ευρέως σε επίπεδο κυβερνήσεων, Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και ΜΜΕ, είναι σημαντικό να εφαρμόζεται αυστηρά. Αυτό απαιτεί την πλήρη πολιτική δέσμευση τόσο της Επιτροπής όσο και των κρατών μελών. Για το λόγο αυτό, και ως βάση για την ανανέωση της δέσμευσης απέναντι στις ΜΜΕ, η Επιτροπή καλεί το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο να δεχθεί ευνοϊκά και να υποστηρίξει την πρωτοβουλία «Small Business Act» για την Ευρώπη, να εγκρίνει τις 10 αρχές και να δεσμευτεί για την εκτέλεση των προτεινόμενων ενεργειών. Επιπλέον, η Επιτροπή καλεί το Συμβούλιο και το Κοινοβούλιο να εγκρίνουν γρήγορα τις σχετικές νομοθετικές προτάσεις.

Η πρωτοβουλία «Small Business Act» πρέπει να ενσωματωθεί πλήρως στη στρατηγική για την ανάπτυξη και την απασχόληση για να εξασφαλιστεί η αποτελεσματική εκτέλεσή της και να υπάρξει το περιθώριο για τακτική επικαιροποίηση των αποτελεσμάτων της. Για το λόγο αυτό, τα κράτη μέλη καλούνται να εκμεταλλευτούν την επικαιροποίηση του κύκλου της Λισαβόνας, που προγραμματίζεται για το τέλος του 2008, για να συμπεριλάβουν την πρωτοβουλία «Small Business Act» στα εθνικά προγράμματα μεταρρυθμίσεων και στις ετήσιες εκθέσεις εκτέλεσης. Τα κράτη μέλη μπορούν να εμπνευστούν από τη συνημμένη επισκόπηση ορθών πρακτικών στην ΕΕ και η Επιτροπή θα εξακολουθήσει να παρέχει το μέσο για την ανταλλαγή ορθών πρακτικών.

Η Επιτροπή θα αξιολογήσει την πρόοδο που έχει σημειωθεί όσον αφορά την εκτέλεση της πρωτοβουλίας «Small Business Act» και θα υποβάλλει τακτικά σχετικές εκθέσεις στο πλαίσιο της στρατηγικής για την ανάπτυξη και την απασχόληση ξεκινώντας από το 2008. Με τον τρόπο αυτό το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο θα μπορέσει να εξετάσει την πρόοδο που έχει σημειωθεί στο πεδίο της πολιτικής για τις ΜΜΕ, τόσο σε επίπεδο Κοινότητας όσο και σε επίπεδο κρατών μελών, και να καταλήξει στα αναγκαία συμπεράσματα.

Παράρτημα: Ανταλλαγή ορθών πρακτικών στην πολιτική για τις ΜΜΕ

Η ανταλλαγή ορθών πρακτικών στην πολιτική για τις ΜΜΕ έχει αποδειχτεί επιτυχημένο εργαλείο για την εκτέλεση της στρατηγικής της Λισαβόνας για την ανάπτυξη και την απασχόληση. Από το 2000 η Επιτροπή έχει συγκεντρώσει παραδείγματα ορθών πρακτικών σε διάφορους τομείς. Οι ορθές πρακτικές που συγκεντρώθηκαν στο πλαίσιο του **Ευρωπαϊκού Χάρτη Μικρών Επιχειρήσεων** διατίθενται στην ηλεκτρονική διεύθυνση:

http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/charter/gr.

Τα **ευρωπαϊκά επιχειρηματικά βραβεία** αναγνωρίζουν την αριστεία στην προώθηση της περιφερειακής επιχειρηματικότητας και ανταμείβουν τις αξιοσημείωτες πρωτοβουλίες. Παραδείγματα ορθών πρακτικών όσον αφορά την προώθηση της επιχειρηματικότητας υπάρχουν στη διεύθυνση:

http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/smes/awards/download/compendium_2007_en_lowres.pdf.

Το παρόν παράρτημα περιλαμβάνει ορισμένα παραδείγματα ορθών πρακτικών από κράτη μέλη, που μπορούν να αποτελέσουν πηγή έμπνευσης για την εκτέλεση της πρωτοβουλίας «Small Business Act».

Αρχή 1:	Δημιουργία περιβάλλοντος στο οποίο οι επιχειρηματίες και οι οικογενειακές επιχειρήσεις μπορούν να προοδεύσουν και στο οποίο η επιχειρηματικότητα ανταμείβεται
	Δίκτυο Saxony-Anhalt Impulse, Γερμανία
	Δικτυακός τόπος: www.impuls-netzwerk.de
	Επιχειρήσεις νέων και στρατηγική επιχειρηματικού πνεύματος στην Ουαλία, Ηνωμένο Βασίλειο
	Δικτυακός τόπος: http://www.projectdynamo.co.uk www.becauseyoucan.com .
	Cap'Ten, πάρε το τιμόνι στα χέρια σου, Βέλγιο
	Δικτυακός τόπος: www.ichec-pme.be
	Emax – Σκανδιναβικό στρατόπεδο εκπαίδευσης για νέους επιχειρηματίες, Σουηδία
	Δικτυακός τόπος: www.emaxevent.com , www.startcentrum.se
	Παιδική επιχειρηματική εβδομάδα, Αυστρία
	Δικτυακός τόπος: www.kinderbusinessweek.at
	Ημέρες επιχειρηματικού πνεύματος: Emprendemos Juntos – Είμαστε όλοι επιχειρηματίες, Ισπανία
	Δικτυακός τόπος: www.emprendemosjuntos.es
	Ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος των γυναικών, Ρουμανία
	Δικτυακός τόπος: www.animmc.ro
Αρχή 2:	Εξασφάλιση ότι παρέχεται γρήγορα δεύτερη ευκαιρία στους έντιμους επιχειρηματίες σε περίπτωση πτώχευσης
	Αναπτυξιακό πρόγραμμα για την προετοιμασία της ελεγχόμενης διαδοχής γενεών στις ΜΜΕ, Φινλανδία
	Δικτυακός τόπος: www.te-keskus.fi , www.yrityssuomi.fi
	Γρήγορο ξεκίνημα μετά την πτώχευση, Δανία
	Δικτυακός τόπος: www.naec.dk
	Βοήθεια για αυτοαπασχολούμενους και επιχειρηματίες που αντιμετωπίζουν δυσκολίες, Βέλγιο
	Δικτυακός τόπος: www.beci.be

Αρχή 3:	Καθορισμός κανόνων σύμφωνα με την αρχή «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις»
	Δικτυακός τόπος δημόσιας διαβούλευσης «Teeme koos», Εσθονία
	Δικτυακός τόπος: www.osale.ee , www.riigikantselei.ee , www.valitsus.ee
	Παροχή υπηρεσιών υποστήριξης για ΜΜΕ σε τοπικό επίπεδο μέσω υπηρεσιών ενιαίας εξυπηρέτησης, Σλοβενία
	Δικτυακός τόπος: www.japti.si
	Κατάλογος ελέγχου σχετικά με τον κανονισμό, Ηνωμένο Βασίλειο
	Δικτυακός τόπος: www.businesslink.gov.uk
	Επιτροπή Υ4, Φινλανδία
	Δικτυακός τόπος: www.y4.fi
Αρχή 4:	Μεγαλύτερη ανταπόκριση των δημόσιων διοικήσεων στις ανάγκες των ΜΜΕ
	Πρόγραμμα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης στο βελγικό κοινωνικό τομέα για τις ΜΜΕ, Βέλγιο
	Δικτυακός τόπος: www.ksz-bcss.fgov.be
	Ενιαία σημεία εγγραφής για τους επιχειρηματίες, Τσεχική Δημοκρατία
	Δικτυακός τόπος: www.mpo.cz
	Υπηρεσίες ενιαίας εξυπηρέτησης, Γερμανία
	Δικτυακός τόπος: www.one-stop-shop-trier.de
	Κέντρο διαχείρισης πολύ μικρών επιχειρήσεων για οικονομικές και χρηματοοικονομικές αναφορές, Γαλλία
	Δικτυακός τόπος: www.artifrance.eu
	Διαδικτυακή πύλη δημόσιας ενημέρωσης για μικρές επιχειρήσεις, Γαλλία
	Δικτυακός τόπος: pme.service-public.fr
	CORE - Companies Online Registration Environment (περιβάλλον ηλεκτρονικής εγγραφής εταιρειών) Ιρλανδία
	Δικτυακός τόπος: www.cro.ie
	Σχέδιο «kick-start», Μάλτα
	Δικτυακός τόπος: www.mcmpgov.mt
	Ταμείο εταιρείας στο Διαδίκτυο, Κάτω Χώρες
	Δικτυακός τόπος: www.bedrijvenloket.nl
	KSU – Εθνικό δίκτυο υπηρεσιών για τις ΜΜΕ, Πολωνία
	Δικτυακός τόπος: www.euoinfo.org.pl , www.ksu.parp.gov.pl
	Επιχείρηση online, Πορτογαλία
	Δικτυακός τόπος: www.portaldaempresa.pt
	Υπηρεσίες ενιαίας εξυπηρέτησης για ΜΜΕ, Σλοβενία
	Δικτυακός τόπος: www.japti.si
	Κεντρική πύλη δημόσιας διοίκησης, Σλοβακία
	Δικτυακός τόπος: www.telecom.gov.sk
	Υπηρεσία μισθοδοσίας on line για μικρούς εργοδότες, Φινλανδία
	Δικτυακός τόπος: www.palkka.fi
Αρχή 5:	Προσαρμογή των μέσων της πολιτικής στις ανάγκες των ΜΜΕ: διευκόλυνση της συμμετοχής των ΜΜΕ στις δημόσιες συμβάσεις και καλύτερη αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσφέρουν οι κρατικές ενισχύσεις για τις ΜΜΕ
	Πύλη ηλεκτρονικών δημόσιων συμβάσεων, Λουξεμβούργο
	Δικτυακός τόπος: http://www.marches.public.lu , http://www.mtp.public.lu
Αρχή 6:	Διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση και

	δημιουργία νομικού και επιχειρηματικού περιβάλλοντος που ευνοεί τις έγκαιρες πληρωμές στις εμπορικές συναλλαγές
	Πρόγραμμα κεφαλαίων εκκίνησης και επιχειρηματικών κεφαλαίων, Ιρλανδία
	Δικτυακός τόπος: www.enterprise-ireland.com
	Δάνεια σε μικρές επιχειρήσεις με επιδότηση επιτοκίου, Κύπρος
	Δικτυακός τόπος: www.bankofcyprus.com
	Δημόσιο ταμείο επιχειρηματικών κεφαλαίων, Λετονία
	Δικτυακός τόπος: www.lga.lv
	Πρόγραμμα μικροδανεισμού για γυναίκες επιχειρηματίες, Ισπανία
	Δικτυακός τόπος: www.ipyme.org
Αρχή 7:	Υποστήριξη των ΜΜΕ για να επωφεληθούν περισσότερο από τις ευκαιρίες που προσφέρει η ενιαία αγορά
	Διαδικτυακή πύλη για τις επιχειρήσεις και τις εξαγωγές, Τσεχική Δημοκρατία
	Δικτυακός τόπος: Businessinfo.cz
	Δίκτυο ικανοτήτων INTER-NED Κάτω Χωρών/Βόρειας Ρηνανίας Βεστφαλίας, Γερμανία
	Δικτυακός τόπος: www.inter-ned.info
	Ευαισθητοποίηση του κοινού σχετικά με την τυποποίηση, Λιθουανία
	Δικτυακός τόπος: www.lsd.lt
	CETMOS — The Central European Trade Mark Observation Service (παρατηρητήριο εμπορικών σημάτων που κατατίθενται στην κεντρική Ευρώπη), Αυστρία
	Δικτυακός τόπος: www.cetmos.eu
Αρχή 8:	Προώθηση της αναβάθμισης των δεξιοτήτων στις ΜΜΕ καθώς και όλων των μορφών καινοτομίας
	Εθνική στρατηγική e-business, Ιρλανδία
	Δικτυακός τόπος: www.entemp.ie
	Διαχείριση καινοτομίας, Ουγγαρία
	Δικτυακός τόπος: www.chic.hu
	Εθνικό ταμείο καινοτομίας, Βουλγαρία
	Δικτυακός τόπος: www.sme.government.bg
	Ελληνική Πρωτοβουλία Τεχνολογικών Συνεργατικών Σχηματισμών, Ελλάδα
	Δικτυακός τόπος: www.htei.gr
Αρχή 9:	Παροχή δυνατότητας στις ΜΜΕ να μετατρέψουν τις περιβαλλοντικές προκλήσεις σε ευκαιρίες
	Νέα μέθοδος επεξεργασίας για το φινίρισμα επιφανειών στην κεραμουργία, που περιορίζει τις συνέπειες για το περιβάλλον, Ιταλία
	Δικτυακός τόπος: http://www.fondovalle.it
	Οικολογική φορολογική μεταρρύθμιση, Εσθονία
	Δικτυακός τόπος: www.fin.ee
	EDM – Ηλεκτρονική διαχείριση δεδομένων περιβάλλοντος και αποβλήτων, Αυστρία
	Δικτυακός τόπος: www.lebensministerium.at
Αρχή 10:	Ενθάρρυνση και υποστήριξη των ΜΜΕ ώστε να επωφεληθούν από την ανάπτυξη των αγορών
	Internet Fair, Πολωνία
	Δικτυακός τόπος: www.euoinfo.org.pl
	Pipe - introduction plan to foreign promotion (εισαγωγή στην προώθηση στο εξωτερικό), Ισπανία

	Δικτυακός τόπος: www.portalpipe.com
	Sprint – Ένωση των δυνάμεων για μεγαλύτερη ανταγωνιστικότητα στις παγκόσμιες αγορές, Ιταλία
	Δικτυακός τόπος: www.sprint-er.it