

SV

SV

SV



EUROPEISKA KOMMISSIONEN

Bryssel den 5.7.2010
KOM(2010)355 slutlig

**RAPPORT FRÅN KOMMISSIONEN
TILL RÅDET, EUROPAPARLAMENTET, EUROPEISKA EKONOMISKA OCH
SOCIALA KOMMITTÉN SAMT REGIONKOMMITTÉN**

**Övervakning av marknaden för handel och distribution
”Mot en mer effektiv och rättvis inre marknad för handel och distribution 2020”**

SEK(2010)807

**RAPPORT FRÅN KOMMISSIONEN
TILL RÅDET, EUROPAPARLAMENTET, EUROPEISKA EKONOMISKA OCH
SOCIALA KOMMITTÉN SAMT REGIONKOMMITTÉN**

**Övervakning av marknaden för handel och distribution
”Mot en mer effektiv och rättvis inre marknad för handel och distribution 2020”**

1. INLEDNING

Denna rapport har antagits av kommissionen inom ramen för den övervakning av marknaden för handel som inleddes i början av 2009 som ett led i det arbete med marknadsövervakning som följde efter meddelandet ”En inre marknad för framtidens Europa” från 2007.¹ Detaljhandeln valdes ut för övervakning därför att sektorn i flera avseenden är mycket viktig för Europeiska unionen (4,2 procent av EU:s BNP, 17,4 miljoner personer och 20 procent av de europeiska små och medelstora företagen²), och särskilt på grund av dess nära samband med en mängd ekonomiska verksamheter i både föregående och efterföljande led.

Detaljhandel förekommer i en rad olika varianter (butiker, e-handel, torghandel...), storleksordningar (från kvartersbutiker till stormarknader), med olika produkter (livsmedel, andra varor, receptbelagda och receptfria läkemedel...), i olika juridiska former (oberoende företag, franchiseföretag, företagsgrupper...), på olika platser (tätort/landsbygd, innerstad/förort...). Analysen i rapporten omfattar alla dessa varianter, med särskild betoning på dagligvaruhandeln på grund av dess ekonomiska betydelse³. Komplexiteten kan dock inte reduceras till en enkel uppdelning i ”småbutiker/stora detaljhandlare”. De stora koncernernas strategi har faktiskt på senare år präglats av diversifiering, från små kvartersbutiker till stormarknader, via medelstora enheter som större butiker och lågprismarknader. I denna rapport används begreppet ”handel och distribution” om detaljhandeln.

Efter en analys gör vi i denna rapport, och i det åtföljande arbetsdokumentet från kommissionens avdelningar, en första sammanställning av sektorns problem, eller potentiella problem, utifrån den inre marknadens synvinkel. Vidare diskuteras de ekonomiska, sociala och miljömässiga resultaten (t.ex. när det gäller innovation, konkurrenskraft, produktivitet, sysselsättning, kampen mot fattigdom, social integration av särskilt funktionshindrade, klimatförändringarna, etiskt och socialt ansvar) för de företag som är verksamma inom handels- och distributionssektorn⁴. De problem som tas upp i rapporten har identifierats med beaktande av de olika

¹ KOM(2007) 724 ”En inre marknad för framtidens Europa”.

² I handelssektorn finns 3 700 000 små och medelstora företag, vilket kan jämföras med 2 300 000 små och medelstora företag inom industrisektorn, dvs. 63 procent fler. Eurostat, SBS, 2005 och 2007. ”Small Business Act” för Europa (KOM(2008) 394) utgör en viktig del i EU:s politik för att främja de små och medelstora företagen.

³ Den står för ungefär hälften av den totala försäljningen inom detaljhandeln. Euromonitor International 2007.

⁴ Analyserna i rapporten förklaras närmare i arbetsdokumentet från kommissionens avdelningar: ”Market monitoring of EU Retail services”, juni 2010.

ekonomiska och politiska mål som har ställts upp för den inre marknaden för att den ska kunna bidra till en smart och hållbar tillväxt för alla i unionen.

Kommissionen kommer i en andra etapp, i samband med den nysatsning på den inre marknaden som aviserats i strategin för Europa 2020⁵, att ta ställning till vilka åtgärder som skulle kunna vidtas mot bakgrund av dessa resultat för att få sektorns inre marknad att fungera bättre, med respekt för subsidiaritets- och proportionalitetsprinciperna och med beaktande av EU:s övriga mål. Det handlar om att förbättra handels- och distributionsföretagens utnyttjande av friheterna på den inre marknaden. Detta skulle främja utvecklingen av företagets tjänster och stimulera till innovation med respekt för målen om ekonomisk, social och territoriell sammanhållning, skydd av arbetstagarna, konsumenterna och miljön. En handel och distribution som är smart, hållbar och tillgänglig för alla, vilket i det följande sammanfattas i ordet ”rättvis”, kan direkt bidra till att göra EU:s strategi för 2020 framgångsrik.

2. HANDELNS OCH DISTRIBUTIONENS ÖVERGRIPANDE KARAKTÄR

Handel och distribution utgör förbindelselänken mellan ekonomiska verksamheter i både föregående och efterföljande led, vilket ger sektorn en nyckelroll i den europeiska ekonomin. I efterföljande led samspelar detaljhandlarna med konsumenterna. Marknaden för handel och distribution påverkar direkt medborgarnas livskvalitet genom att ge dem tillgång till ett stort utbud av konsumtionsvaror, däribland livsfrönödenheter. Det är tack vare detaljhandlarnas tjänster som många konsumenter lokalt har tillgång till produkter från andra medlemsstater och tredjeländer och kan dra konkret nytta av den inre marknaden. Detaljhandlarna kan bli en pådrivande faktor i hållbara utvecklingsmodeller genom att reagera på konsumenternas attityder och genom sin interaktion med konsumenterna. I det föregående ledet samspelar detaljhandlarna ofta på ett gränsöverskridande sätt med en mängd olika aktörer, bland annat grossister och leverantörer, anställda, aktörer inom den kommersiella fastighetsmarknaden, transportföretag, logistikföretag, leverantörer av betalningssystem, reklam- och marknadsföringsföretag, säkerhetsföretag, energileverantörer samt renhållnings- och återvinningsföretag.

All utveckling inom sektorn påverkar ofrånkomligen andra ekonomiska verksamheter och deras respektive aktörer. I all politik som syftar till att hantera identifierade problem måste man således beakta sektorns övergripande karaktär och de olika effekterna utmed hela kedjan. Åtgärderna måste bygga på en sammanjämkning av de olika ekonomiska och politiska målen för den inre marknaden.

3. EN UTVECKLING AV HANDEL OCH DISTRIBUTION SOM GENERERAT BETYDANDE EXTERNA EFFEKTER

Moderniseringen av handels- och distributionssektorn sedan 1960-talet, med tillkomsten av storskalig detaljhandel, har gett ett betydande bidrag till

⁵ KOM(2010)2020 ”Europa 2020. En strategi för smart och hållbar tillväxt för alla”.

inflationbekämpningen. Den har även under perioder av ekonomisk kris gett konsumenterna ett begränsat utbud och konkurrenskraftiga priser. Det har gjort att konsumenterna kunnat ägna en växande del av sin inkomst, som tidigare gick åt till att tillgodose grundläggande behov, åt konsumtion av ett större sortiment av varor och tjänster, vilket i sin tur har stimulerat innovation och ekonomisk tillväxt.

Sökandet efter och utnyttjandet av stordriftsfördelar har varit motorn i omvandlingen av den moderna handelns ekonomiska affärsmodeller. Kombinationen av gränsöverskridande koncentration på den inre marknaden och den vertikala integrationen har gett en del distributörer en betydande förhandlingsstyrka vilket har gjort att de har kunnat förhandla sig till låga priser. Förhandlingsstyrkan har i sin tur lett till en europeisk konsolidering av de stora industrileverantörerna, logistikbranschen och sektorn för kommersiella fastigheter. Dessa har strävat efter flexibilitet och förhandlingsstyrka i nivå med sina respektive försörjningskedjor för att svara mot distributörernas krav. Även om produktiviteten inom den europeiska handeln och distributionen under de senaste tio åren har vuxit långsammare än i USA, har dess utveckling och de horisontala och vertikala integrationsvågorna bidragit till ökad effektivitet inom handelssektorn och till prissänkningar. Dessutom har den ökande konkurrensen, framför allt genom uppkomsten av europeiska lågprisbutiker och införandet av billiga egna märken, ytterligare förstärkt den process som ständigt driver distributörerna att söka efter ytterligare effektivitetsvinster för att kompensera de krympande marginalerna.

Även om denna utveckling har bidragit till ökad konkurrens, pressade marginaler och konkurrens i den ekonomiska kedjan har det inte skett utan konsekvenser för de små oberoende butikerna, de lokala myndigheterna, de små jordbruksproducenterna, de små och medelstora industriföretagen, arbetstagarna och konsumenter i isolerade eller missgynnade områden. Utvecklingen har ibland skett på bekostnad av miljöskyddsmålen, den sociala och territoriella sammanhållning som unionen eftersträvar. Det framgår dessutom av analysen att sektorns ekonomiska effektivitet inte har uppnått sin fulla potential inom unionen, i synnerhet inte när det gäller den inre marknaden. I denna rapport och det åtföljande arbetsdokumentet från kommissionens avdelningar behandlas olika problem som har hindrat eller riskerar att hindra handels- och distributionssektorns optimala funktion på den inre marknaden. De redovisas uppdelade på de olika aktörerna i föregående och efterföljande led i distributionskedjan: konsumenter, detaljhandlare, distributörer, leverantörer, anställda och framtida generationer.

4. EN INRE MARKNAD FÖR HANDEL OCH DISTRIBUTION SOM ÄR MER EFFEKTIV OCH RÄTTVIS FÖR KONSUMENTERNA

En inre marknad för handel och distribution som är mer effektiv och rättvis för de europeiska konsumenterna bör ge konsumenterna tillgång till ett större urval av detaljhandlare och kvalitetsprodukter på hemorten till konkurrenskraftiga och överkomliga priser, i överensstämmelse med den smarta och hållbara tillväxt för alla som EU eftersträvar. Marknaden bör också erbjuda tillförlitlig, öppet redovisad och jämförbar information om affärserbjudandena i hela EU, så att konsumenterna kan göra bättre informerade val i vetskap om att deras rättigheter garanteras oavsett var i EU inköpet görs.

Analysen ledde till att följande problem identifierades:

Det första gäller tillgången till och urvalet av butiker. Närheten till butiker som saluför basvaror och bastjänster, särskilt livsmedelsbutiker, blir allt viktigare för äldre (17 procent av EU:s befolkning är redan 64 år och äldre) och funktionshindrade (15 procent av EU:s befolkning), för personer som bor i isolerade eller glest befolkade områden och för de 9 procent av EU-medborgarna som inte har råd att ha bil⁶. Behovet av att bevara den regionala livskraft som butiker i närområdet bidrar till och att begränsa användningen av bilar av miljöskäl gör frågan än viktigare.

Antalet små livsmedelsbutiker (med mindre än tio anställda) i närområdet minskade med 3,7 procent mellan 2004 och 2009. Denna tendens gäller även i andra sektorer av handel och distribution på grund av den allt starkare polariseringen mellan försäljningsställen i stadskärnorna och de affärsområden som helt byggts i städernas utkanter. Vidare visar undersökningar⁷ bland konsumenterna att medborgare i städer med mindre än 10 000 invånare är mindre nöjda än genomsnittet med det utbud av butiker som de har tillgång till. Trots medlemsstaternas många initiativ i syfte att styra etableringen av stormarknader tycks bristen på territoriell sammanhållning förvärras på detta område, även om det på senare tid har funnits en tendens att stora detaljhandlare i begränsad omfattning öppnar mindre butiker i städerna och på landbygden. E-handeln kan bidra till att motverka de negativa effekterna av dessa tendenser och upprätthålla pristrycket både inom e-handeln och i butikerna, men dess totala försäljning är låg: endast i fyra medlemsstater⁸ överstiger den 2 procent av försäljningen i den nationella detaljhandeln, och näthandeln inom livsmedelssektorn är fortfarande mycket begränsad. Hur tillgången till butiker ska kunna förbättras och utvecklingen av e-handel främjas inom EU är viktiga frågor. En djupgående marknadsundersökning av prisskillnaderna inom e-handeln har inletts.

Analysen visade även att det finns stora prisskillnader på den inre marknaden, vilket tyder på en fortsatt fragmentering av den inre marknaden. Exempelvis är priserna på livsmedel och alkoholfria drycker i genomsnitt 28,4 procent högre i Belgien än i Nederländerna⁹. För vissa vanliga receptfria läkemedel kan denna prisskillnad vara

⁶ Eurostat News release 77/2009, 28 maj 2009, Living Conditions in the EU.

⁷ Ipsos undersökning om konsumenttillfredsställelse för Europeiska kommissionen, 2008.

⁸ Euromonitor International 2007.

⁹ När det gäller prisspridningen för livsmedel i EU, se särskilt meddelandet "En bättre fungerande livsmedelsförsörjningskedja i Europa", KOM(2009) 591.

så stor som ett till fem¹⁰. Inom klädbranschen ligger prisnivån på Irland, i Frankrike och i Storbritannien under genomsnittet i EU, vilket kanske kan verka förvånande, medan priserna i Tjeckien och Slovakien ligger över genomsnittet¹¹. Flera faktorer, som skillnader i den genomsnittliga hushållsinkomsten och skillnader i mervärdesskatt, förklarar vissa av prisskillnaderna. Andra faktorer som har att göra med marknadsdynamik, regelverk och affärsmetoder, som inskränkningar av det regionala utbudet eller hinder för parallellhandel¹², spelar också en roll. Beskaffenheten och betydelsen av de olika faktorerna bakom prisvariationerna återstår dock att precisera. Bättre information till konsumenterna om erbjudanden utanför deras vanliga inköpsområde, även på gränsöverskridande nivå, kan bidra till att minska prisskillnaderna.

Nationella konkurrensmyndigheter och konsumentorganisationer har visat att detaljhandlarna tillämpar olika priser i olika områden beroende på vilken konkurrensnivå som förekommer där¹³. Konstaterandet att konsumenterna inte är särskilt nöjda med tillgången på oberoende källor för jämförande information om det kommersiella utbudet stärker denna analys. Även här förefaller orsaken således vara att tjänster som förser konsumenterna med öppen, lättillgänglig och jämförbar kvalitetsinformation om det kommersiella utbudet utanför deras lokala och nationella marknad, framför allt näthandeln, inte är tillräckligt utvecklade.

Svårigheterna med att tillhandahålla sådana tjänster, oavsett om det rör sig om affärskommunikation eller oberoende informationstjänster, är en springande punkt i analysen av dessa problem.

5. EN INRE MARKNAD FÖR HANDEL OCH DISTRIBUTION SOM ÄR MER EFFEKTIV OCH RÄTTVIS FÖR DETALJHANDLARNAS

En inre EU-marknad för handel och distribution som är mer effektiv och rättvis bör tillåta att konkurrenskraftiga detaljhandlare oavsett storlek kan samleva på marknaden och genom innovativa, effektiva och hållbara strategier bland annat utveckla sin verksamhet på det gränsöverskridande planet. Det analysarbete som hittills genomförts gör det möjligt att urskilja en rad problem som hindrar att EU:s handelssektor förverkligar sin fulla potential.

Först och främst är de kraftiga begränsningarna av tillträdet till marknaden för handel och distribution fortfarande ett bekymmer, eftersom de begränsar den lokala konkurrensen och skapar hinder för förverkligandet av en inre marknad för handel. Vissa av dessa hinder, bland annat etableringsförbud baserade på undersökningar av konsekvenserna för konkurrerande butiker, är nu på väg att undanröjas i och med genomförandet av tjänstedirektivet¹⁴. De nuvarande nationella, regionala och lokala ramarna för planeringen av handeln i städerna är dock fortfarande fragmenterade. Tillsammans med de varierande bestämmelserna om fast egendom och en europeisk

¹⁰ IMS Health, november 2009.

¹¹ Eurostat, Statistics in focus, 50/2009.

¹² Se ovannämnda KOM(2009) 591.

¹³ UFC "Que Choisir" den 3 april 2008 och kommissionens rapport om konkurrensen i Storbritannien av den 30 april 2008.

¹⁴ Direktiv 2006/123/EG av den 12 december 2006 om tjänster på den inre marknaden.

marknad för kommersiella fastigheter som ibland fungerar dåligt lokalt bidrar det också till att avskräcka aktörerna från att gå in på vissa marknader. Särskilt i gränsområden – där 35 procent av EU:s medborgare är bosatta¹⁵ – kan den bristande samordningen av de nationella lagstiftningarna lätt leda till snedvridningar av konkurrensen. Vissa medlemsstater har utvecklat bra metoder som skulle kunna tillämpas i de övriga medlemsstaterna. Samtliga relevanta intressen bör beaktas, särskilt behovet av att avväga distributionsföretagens intressen mot målen för miljöskydd och fysisk planering (t.ex. att se till det finns kvar tillräckligt många butiker som erbjuder basvaror och bastjänster).

För det andra gör detaljhandlarna ibland gällande att de hindras att använda företag som är etablerade i andra medlemsstater som leverantörer. En sådan situation kan bero på att ett tillverkningsföretag beslutat att fördela kunderna mellan sina olika filialer efter deras geografiska läge (ett internt koncernbeslut). Det kan också vara följderna av avtalsvillkor som producenterna påtvingar sina grossist- eller distributörskunder. Detta kan vara en del av förklaringen till de ovannämnda gränsöverskridande prisskillnaderna. Möjligheterna till parallellimport begränsas också av olika nationella regelverk, vilket bland annat leder till olika språkkrav när det gäller märkningen av livsmedel¹⁶. Trots den europeiska harmoniseringen av bestämmelserna om affärsmetoder gentemot konsumenterna, exempelvis om reklam, marknadsföring och säljfrämjande åtgärder¹⁷, finns det för det tredje kvar en del nationella bestämmelser om affärskommunikation, särskilt om säljfrämjande åtgärder. Det förhindrar utvecklingen av effektiva och eventuellt gränsöverskridande kommunikationsstrategier från stora detaljhandlare men även från små och medelstora gränsöverskridande företag, e-handel m.m.¹⁸. Försäljning och återförsäljning under kostnadsnivån är särskilt viktiga inslag i affärsmodellerna för detaljhandlare som säljer varaktiga konsumtionsvaror, bland annat textil. Olika nationella bestämmelser som begränsar försäljning under kostnadsnivån för att skydda de små affärsidkarna förefaller inte alltid att ha varit effektiva. Olika inskränkningar av perioderna för realisationsförsäljning har också kritiserats för att ge upphov till illojal konkurrens mellan gränsregioner.

Andra problem är att det fortfarande inte finns någon inre marknad med tillräcklig konkurrens mellan betalningssystemen och att det krävs tillträde till ett effektivare logistiksystem. Dessutom varierar regelverken både när det gäller franchising, vilket kan hindra att småhandlare utvecklar inköpsnätverk, och när det gäller konsumenträttigheter, butikernas öppettider samt insamling och återvinning av avfall.

¹⁵ Kommissionens arbetsdokument utarbetat av GD Regionalpolitik *Territories with Specific Geographical Features*.

¹⁶ Direktiv 2000/13/EG av den 20 mars 2000 om tillnärmning av medlemsstaternas lagstiftning om märkning och presentation av livsmedel samt om reklam för livsmedel. Se också förslaget till Europaparlamentets och rådets förordning om livsmedelsinformation till konsumenterna, KOM(2008) 40.

¹⁷ Direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder.

¹⁸ Affärskommunikation på den inre marknaden. Kommissionens grönbok KOM(1996) 192.

6. EN INRE MARKNAD FÖR HANDEL OCH DISTRIBUTION SOM ÄR MER EFFEKTIV OCH RÄTTVIS FÖR LEVERANTÖRERNA

En inre marknad för handel och distribution som är mer effektiv och rättvis för leverantörerna bör göra det möjligt för leverantörerna att sälja produkter som är konkurrenskraftiga i fråga om pris, kvalitet och/eller innovation i tillräcklig kvantitet för att göra deras investeringar lönsamma. Marknaden bör ge leverantörerna information om konsumenternas efterfrågan så att leverantörerna får incitament att anpassa sitt utbud för att bättre svara mot framtida utveckling och behov, särskilt när det gäller mer etiska produkter. Systemet bör således stimulera en ekonomi som grundas på innovationer som utnyttjar resurserna mer effektivt, som är mer miljövänliga och konkurrenskraftiga och som främjar den ekonomiska, sociala och territoriella sammanhållningen. Under analysen identifierades två problem som förhindrar en övergång till en marknad för handel och distribution som är mer effektiv och rättvis för leverantörerna.

Om avtalsförhållandena mellan företag präglas av spänningar kan detta för det första hindra att leverantörerna får tillräckliga marginaler för att göra verksamheten lönsam så att de kan genomföra de nödvändiga investeringarna i innovationer. Vissa avtalskrav som tillämpas direkt av detaljhandlarna eller av deras inköpscentraler gentemot leverantörerna, eller av leverantörerna gentemot de primära producenterna, är i vissa fall att betrakta som oskäligen och kan begränsa tillväxten och till och med överlevnaden för en del konkurrenskraftiga företag. Under vissa omständigheter kan strukturella ineffektiviteter hos mellanhänderna i livsmedelsförsörjningskedjan bidra till asymmetrisk spridning och prisstelhet samt oskäligen avtalsvillkor gentemot primärproducenterna¹⁹. Ett otillräckligt skydd för innovationerna i produktionen av industrimärkesvaror mot en del otillbörliga affärsmetoder, t.ex. exakta kopior, kan undergräva innovationen inom sektorn.

Det finns visserligen nationell lagstiftning om otillbörliga avtalsvillkor mellan företag, men bestämmelserna varierar betydligt mellan medlemsstaterna. Detta kan leda till hinder som fragmenterar den inre marknaden, snedvrider konkurrensen och risk för att bestämmelserna kringgås. Under alla omständigheter begränsas ofta effektiviteten i dessa bestämmelser av rädslan för att en anmälan av eventuella överträdelse ska leda till repressalier. Förhållandet mellan aktörerna i försörjningskedjan, som ibland tenderar att vara orättvist, är ett politiskt problem där det arbete som sker inom forumet för livsmedelsförsörjningskedjan²⁰ är tänkt att vara början till en lösning.

Det är också viktigt att följa upp tillämpningen av konkurrensreglerna för att fortsätta kampen mot konkurrensbegränsande åtgärder som kan störa livsmedelskedjans funktion till nackdel för konsumenterna och för att garantera att de ekonomiska aktörerna inom handels- och distributionssektorn kan konkurrera på rättvisa villkor.

För det andra garanterar visserligen utvecklingen av system för kvalitetsbedömning att en viss produktkvalitet erbjuds, vilket är positivt särskilt när det gäller de sociala

¹⁹ Meddelande från kommissionen till Europaparlamentet, rådet, Europeiska ekonomiska och sociala rådet samt regionkommittén. Livsmedelspriser i Europa. KOM(2008) 821.

²⁰ I enlighet med förslaget i meddelandet "En bättre fungerande livsmedelsförsörjningskedja i Europa", KOM(2009) 591.

och miljömässiga villkoren. Bristen på öppenhet och jämförbarhet samt kostnaderna för att införa systemen gör dock att särskilt de små marknadsaktörerna inte alltid klarar de ekonomiska konsekvenserna. Därför är det ett stort problem för förverkligandet av den inre marknads potential att det inte finns någon oberoende referensram som ger större insyn och möjligheter att jämföra olika kvalitetssystem för produkter och tjänster, särskilt när det gäller miljökriterier och sociala kriterier.

7. EN INRE MARKNAD FÖR HANDEL OCH DISTRIBUTION SOM ÄR MER EFFEKTIV OCH RÄTTVIS FÖR DE ANSTÄLLDA

En effektivare inre marknad för handel och distribution som är mer rättvis för de anställda bör bidra till att förbättra såväl arbetsvillkoren som produktiviteten. Förutom att vara en av de största arbetsgivarna inom EU:s ekonomi är handels- och distributionsföretagen ofta inkörsporren till arbetsmarknaden för många ungdomar (30 procent är yngre än 30 år) och för personer med låga eller inga kvalifikationer. Sektorn utnyttjar också deltidsanställningar i stor skala (30 procent av arbetskraften). Det är också den sektor som har den högsta andelen kvinnliga anställda (60 procent)²¹. Analysen visar dock att en marknad för handel och distribution som är rättvis och effektiv från arbetstagarnas synpunkt än så länge inte är tillräckligt utvecklad på grund av fyra problem.

För det första varierar arbetsrätten kraftigt mellan medlemsstaterna trots de miniminormer som fastställts i EU-lagstiftningen. Dessa skillnader förstärks i de medlemsstater där det förekommer kollektivavtal, som ofta varierar beroende på typen av handel, branschen eller hur många och vilkets slags anställda som omfattas av dem. Detta förhållande har lett till olika ekonomiska modeller inom handeln. Nyttillkomna företag måste ofta anpassa sin ekonomiska modell för att kunna konkurrera med de aktörer som redan finns på plats. Den kraftiga priskonkurrens som allmänt är kännetecknande för handel och distribution leder till situationer med pressade lönekostnader och arbetstider som knappast är förenliga med privatlivet. Vissa detaljhandlare försöker ändå möta konkurrensen genom att erbjuda goda arbetsvillkor, en konstruktiv social dialog och utbildning så att deras anställda ska fortsätta att vara lojala och effektiva gentemot kunderna.

Det andra problemet är förknippat med den informella ekonomin, som har en visserligen svårsmärkt men negativ effekt på arbetsvillkoren inom handels- och distributionssektorn. Detta gäller särskilt i de små företagen och mikroföretagen, där det är svårare att effektivt kontrollera att lagstiftningen och kollektivavtalen följs. Även om det är befogat att sträva efter att hålla nere de administrativa kostnaderna för företag av detta slag är det också viktigt att se till att det inte förekommer brott mot lagstadgade arbetsvillkor, särskilt när det gäller skyddet av hälsan och säkerheten i arbetet.

För det tredje innebär de olikartade arbetsvillkoren inom sektorn att konsumenterna ofta har mycket lite information om i vilken grad en detaljhandlare tar sitt sociala ansvar. Konsumenterna kan därför inte göra informerade val om hur de ska göra sina inköp.

²¹ Eurostat, arbetskraftsundersökning, 2007.

Och slutligen, även om integrationen av arbetstagare med låga kvalifikationer ofta framhålls som ett positivt drag för handels- och distributionssektorn kan myntets baksida vara att sektorn har mycket svårare att snabbt anpassa sig till nya tekniska lösningar. Bristen på kompetens när det gäller användningen av informations- och kommunikationsteknik minskar sektorns produktivitet. Att sektorn har så många små och medelstora företag kan också försvåra tillräckliga investeringar i fortbildning.

Förbättringen av arbetsvillkoren, bekämpandet av den informella ekonomin och upprätthållandet av sysselsättningsnivån och konkurrenskraften genom att se till att de anställdas kompetens överensstämmer med handelns behov framstår således som stora utmaningar.

8. EN INRE MARKNAD FÖR HANDEL OCH DISTRIBUTION SOM ÄR MER RÄTTVIS FÖR FRAMTIDA GENERATIONER

På en inre marknad för handel och distribution som är mer effektiv och rättvis för framtida generationer måste även miljökonsekvenserna beaktas fullt ut. Det bör vara möjligt att erbjuda ett omfattande sortiment av produkter som är mer miljövänliga och/eller härrör från en rättvis handel så att etiska företag, även från tredjeländer, kan få tillträde till den inre marknaden. En sådan inre marknad bör även bygga på minskad energikonsumtion och på logistik och system för effektiv insamling och återvinning av avfall. Konkurrensen på marknaden bör inte bara gälla de grundläggande ekonomiska faktorerna utan även kriterierna för sociala, etiska och miljömässiga resultat.

Handel och distribution har stor miljöpåverkan, både genom den egna verksamheten och genom de konsumentresor som sektorn ger upphov till. Den är också en stor energiförbrukare, eftersom det behövs belysning, kylanläggningar, uppvärmning och luftkonditionering m.m. i butikerna. Vidare genererar och återvinner den mycket stora avfallsmängder (reklamblad, förpackningar, livsmedelsavfall, elektriska och elektroniska produkter). Brister och skillnader i systemen för insamling och återvinning av avfall utgör därvid ett problem. Sektorn bidrar också starkt till volymen av varustransporter. En stor del av leveranserna sker fortfarande på landsväg, även om det finns en begynnande diversifiering (vattenvägar, järnväg). Den bristande effektiviteten i transporter och varuleveranserna till tätorterna bidrar dessutom till trafikstockningar och föroreningar i städerna och försämrar invånarnas livskvalitet. Varuleveranserna till tätorter begränsar starkt möjligheterna till en hållbar utveckling av handelssektorn. Kommissionen kommer att utreda med beaktande av EU:s, medlemsstaternas och lokala och regionala myndigheters behörighet hur en integrerad politik bör utvecklas som omfattar planering av transportinfrastrukturen i städerna, inklusive användning av intelligenta transportsystem (ITS) och tekniskt innovativa fordon som är anpassade till behov och begränsningar i stadsmiljön.

Det är också först helt nyligen som krav har börjat ställas på att handelns och distributionens miljökonsekvenser, exempelvis kostnaderna för koldioxidutsläppen från logistiken, ska integreras helt i dess kostnader. En del distributörer försöker numera, ibland med incitament, att uppnå vissa av de nämnda målen och minska de externa effekterna av sin verksamhet. Här är avsaknaden av gemensamma regler på EU-nivå ett problem och det behövs även gemensamma metoder för att analysera produkternas livscykel för att kunna mäta deras miljökonsekvenser. När det gäller

den sistnämnda punkten innebär en bristande samordning på EU-nivå av de nationella initiativen att det finns risk för fragmentering av den inre marknaden²².

9. SLUTSATSER OCH NÄSTA STEG

På grundval av ett omfattande analysarbete som kommissionen genomfört i samråd med berörda parter har vi i denna rapport identifierat ett antal problem som direkt påverkar eller riskerar att påverka resultaten inom handels- och distributionssektorn, från såväl ekonomisk som social och miljömässig synpunkt, och vars lösande kan förbättra sektorns förmåga att genomföra en övergång till en mer effektiv och rättvis inre marknad för handel och distribution.

1) Följande problem (bristande geografiskt samband när det gäller lokaliseringen av butiker, bostäder och transporter) påverkar eller kan påverka distributörernas förmåga att ge samtliga EU-medborgare tillgång till ett varierat och konkurrenskraftigt varuutbud under iakttagande av kraven på en hållbar utveckling:

– Bristande effektivitet och diversitet i städernas detaljplanebestämmelser för handeln samt problem med kommersiella fastigheter påverkar detaljhandelsetableringen och konsumenternas tillgång till butiker.

– E-handeln på den inre marknaden är inte tillräckligt väl utvecklad, vilket beror på en rad hinder (gränsöverskridande postleveranser och betalningsmedel, dåligt fungerande reklamationssystem m.m.)

– Dåligt utvecklad affärskommunikation och brist på oberoende informationstjänster (t.ex. webbplatser som erbjuder även gränsöverskridande prisjämförelser eller jämförande tester av produkter och tjänster) vilket kan leda till kvarstående skillnader mellan de nationella bestämmelserna om konsumentskydd och illojal konkurrens. Dessutom är det svårt att jämföra olika system för mätning av kvaliteten på produkter och tjänster samt de miljökriterier och sociala kriterier som används i dessa system.

2) Följande problem påverkar eller kan påverka operatörernas möjligheter till optimal ekonomisk utveckling, framför allt deras kapacitet att investera och göra innovationer, särskilt när det gäller att förbättra produkternas och tjänsternas kvalitet:

– Det saknas bestämmelser om otillbörliga affärsmetoder och om avtalsförhållandena mellan olika aktörer i försörjningskedjan, eller så har bestämmelserna inte genomförts effektivt.

– Det råder brist på insyn i kvalitetssystemen och det är svårt att använda systemen över gränserna.

3) Följande problem påverkar arbetsvillkoren och produktiviteten, sysselsättningsnivån och konkurrenskraften inom handels- och distributionssektorn:

²² Det återförsäljarforum som Europeiska kommissionen inrättade 2009 har till syfte att minska det ekologiska fotavtrycket och sprida miljövänliga metoder inom försörjningskedjan för handeln.

- Det finns stora skillnader i arbetsvillkoren vilket beror på varierande bestämmelser inom arbetsrätten och i de kollektivavtal som är tillämpliga inom handel och distribution.
- Den informella ekonomin har negativa konsekvenser för arbetsvillkoren.
- Konsumenterna saknar information om handels- och distributionsföretagens sociala resultat.
- Det råder bristande överensstämmelse mellan företagens behov och de anställdas kompetens inom handels- och distributionssektorn.

4) Följande problem riskerar att hindra övergången till en handels- och distributionssektor som är mer hållbar, effektiv och rättvis:

- Energiförbrukningen och avfallsproduktionen är omfattande inom sektorn, som också i hög grad bidrar till volymen av varutransporter och trafikstockningar i städerna.
- Miljökostnaderna i handels och distributionens försörjningskedja (logistik, butikernas energieffektivitet, marknadsföring och kommunikation etc.) beaktas inte i tillräcklig utsträckning, bland annat på grund av brist på incitament.
- Det finns ingen gemensam metod att bedöma miljökonsekvenserna av sålda produkter och tjänster som bygger på livscykelprincipen.

De åtgärder som kan tänkas leda till lämpliga lösningar på de problem som identifieras i rapporten och de möjligheter som kan öppnas på EU-nivå kommer att presenteras i ett meddelande om en nysatsning på den inre marknaden som kommissionen planerar att offentliggöra under hösten 2010. På grund av handels- och distributionssektorns övergripande karaktär kommer kommissionen under utformningen av de planerade åtgärderna och överläggningarna innan åtgärderna antas samt vid genomförandet att fästa största vikt vid de mål som eftersträvas i fördragen och strikt respektera subsidiaritets- och proportionalitetsprinciperna.

Kommissionen uppmanar alla berörda parterna att lämna synpunkter på rapporten senast den 10 september 2010 till följande adress:

GD Inre marknaden och tjänster

Europeiska kommissionen

200, rue de la Loi

1049 Bryssel

eller per e-post: MARKT-RETAIL@ec.europa.eu