

NL

NL

NL



EUROPESE COMMISSIE

Brussel, 5.7.2010
COM(2010)355 definitief

**VERSLAG VAN DE COMMISSIE
AAN HET EUROPEES PARLEMENT, DE RAAD, HET EUROPEES ECONOMISCH
EN SOCIAAL COMITÉ EN HET COMITÉ VAN DE REGIO'S**

**Monitoringactie van de handels- en distributiemarkt
"Naar een efficiëntere en eerlijkere interne handels- en distributiemarkt tegen 2020"**

SEC(2010)807

1. INLEIDING

De Commissie heeft dit verslag aangenomen naar aanleiding van de monitoringactie van de handelsmarkt die begin 2009 werd gestart in het kader van de monitoringactiviteiten die het gevolg waren van de mededeling van 2007 met als titel "Een interne markt voor het Europa van de 21ste eeuw"¹. Gezien het meervoudige belang van de detailhandel voor de Europese Unie (4,2% van het bbp van de EU, 17,4 miljoen werknemers en 20% van het Europese midden- en kleinbedrijf (mkb)²), en in het bijzonder de nauwe banden ervan met talrijke economische activiteiten aan zowel de vraag- als de aanbodzijde, werd deze sector voor dit monitoringproces geselecteerd.

De detailhandel heeft zeer diverse vormen (winkels, e-commerce, open markten...), formaten (van het kleinwinkelbedrijf tot de hypermarkt), producten (voedingsmiddelen, niet-voedingsmiddelen, voorgeschreven en niet-voorgeschreven geneesmiddelen...), juridische structuren (zelfstandigen, franchisestelsels, geïntegreerde groepen...) en locaties (stedelijk/landelijk, stadscentrum/voorsteden...). De in dit verslag gepresenteerde analyse bestrijkt al deze varianten, maar besteedt bijzondere aandacht aan de handel in voedingsmiddelen, gezien het economische belang ervan³. Deze complexiteit kan niet worden teruggebracht tot een gewone dichotomie "kleinwinkelbedrijf/grootwinkelbedrijf". De laatste jaren stond de strategie van de grote groepen inderdaad in het teken van diversificatie, gaande van kleine buurt- of dorpswinkels via middelgrote winkelruimten (zoals supermarkten en "hard discount" winkelruimten) tot hypermarkten. In dit verslag zullen de termen "handel en distributie" worden gebruikt om naar de detailhandel te verwijzen.

Op basis van een analyse wordt in dit verslag en in het begeleidende werkdocument van de diensten van de Commissie een eerste balans opgemaakt van de problemen die uit het oogpunt van de interne markt een impact hebben of kunnen hebben op de economische, sociale en milieuprestaties (bijvoorbeeld op het gebied van innovatie, concurrentievermogen, productiviteit, werkgelegenheid, bijdrage aan armoedebestrijding en sociale insluiting (met name van mensen met een handicap) en aan de strijd tegen klimaatverandering, alsook op het gebied van ethische en sociale verantwoordelijkheid) van ondernemingen die in de handels- en distributiesector actief zijn⁴. Bij het signaleren van de in dit verslag behandelde problemen werd rekening gehouden met de diverse economische en politieke doelstellingen van de interne markt die tot een slimme, duurzame en inclusieve groei in de Unie moeten bijdragen.

¹ COM(2007) 724 "Een interne markt voor het Europa van de 21ste eeuw".

² De handelssector telt 3 700 000 kleine en middelgrote ondernemingen, wat 63% meer is dan de 2 300 000 kleine en middelgrote ondernemingen in de industrie. Eurostat, SBS, 2005 en 2007. De "small business act" voor Europa (COM(2008) 394 definitief) is een essentieel onderdeel van het Europese mkb-beleid.

³ De handel in voedingsmiddelen is goed voor ongeveer de helft van de totale verkoop van de detailhandel. Euromonitor International 2007.

⁴ In het werkdocument van de diensten van de Commissie van juni 2010 over de handel en de distributie op de interne markt worden de analyses in dit verslag nader toegelicht.

In het licht van die conclusies zal de Commissie in een tweede fase en in de context van het stimuleren van de voltooiing van de interne markt, een initiatief dat werd aangekondigd in de Europa 2020-strategie⁵, met inachtneming van het subsidiariteits- en evenredigheidsbeginsel en met het oog op de realisatie van de andere hoofddoelstellingen van de Europese Unie bepalen welke maatregelen eventueel kunnen worden genomen teneinde in deze sector tot een beter werkende interne markt te komen. Het is belangrijk dat de ondernemingen die actief zijn in de handels- en distributiesector van de EU de vrijheden van de interne markt optimaal kunnen benutten om de ontwikkeling van hun diensten te stimuleren en de innovatie te bevorderen, met inachtneming van de doelstellingen inzake de economische, sociale en territoriale cohesie en de bescherming van de werknemers, de consumenten en het milieu. Een slimme, duurzame en inclusieve handel en distributie, waarnaar hierna als "eerlijk" wordt verwezen, kunnen rechtstreeks tot het welslagen van de Europa 2020-strategie bijdragen.

2. HET TRANSVERSALE KARAKTER VAN HANDEL EN DISTRIBUTIE

Handel en distributie vormen de brug tussen de economische activiteiten op de afnemers- en leveranciersmarkten en spelen als dusdanig een hoofdrol in de Europese economie. Op de afnemersmarkten interageren handelaars met consumenten. De werking van de handels- en distributiemarkt beïnvloedt de toegang tot een ruime keuze aan consumptiegoederen, waaronder goederen die in de primaire levensbehoeften voorzien, en heeft bijgevolg een rechtstreekse invloed op de levenskwaliteit van de burgers. Dankzij de diensten die de handelaars leveren, hebben vele consumenten lokaal toegang tot producten die afkomstig zijn uit andere lidstaten en derde landen en kunnen ze concreet van de interne markt profiteren. Door hun reactie op het consumentengedrag en hun interactie met de consumenten kunnen handelaars een belangrijke component van onze duurzame ontwikkelingsmodellen worden. Op de leveranciersmarkten interageren handelaars vaak grensoverschrijdend met zeer diverse belanghebbenden, zoals met name groothandelaars en leveranciers, werknemers, commerciële vastgoeddiensten, transportbedrijven, logistieke bedrijven, leveranciers van betalingssystemen, reclame- en marketingbureaus, bewakingsfirma's, energieleveranciers en afvalophalers en -recycleerders.

Elke ontwikkeling die de werking van deze sector kenmerkt, heeft onvermijdelijk gevolgen voor andere economische activiteiten en voor hun respectieve belanghebbenden. Elk beleid dat bedoeld is om een vastgesteld probleem op te lossen, zou dus rekening moeten houden met het transversale karakter van handel en distributie en met de diverse aspecten van het effect ervan op de hele keten. Het zou gefundeerd moeten zijn op de diverse evenwichten die moeten worden bereikt tussen de verschillende economische en politieke doelstellingen van de interne markt.

⁵ COM(2010) 2020 "EUROPA 2020 - Een strategie voor slimme, duurzame en inclusieve groei".

3. EEN ONTWIKKELING VAN HANDEL EN DISTRIBUTIE MET BELANGRIJKE EXTERNE EFFECTEN

De modernisering van de handels- en distributiesector sinds de jaren zestig, met het verschijnen van het grootwinkelbedrijf, leverde een belangrijke bijdrage aan de inflatiebestrijding. Zij bood consumenten ook in economische crisisperiodes een veel ruimer aanbod en concurrerende prijzen. Hierdoor konden zij een groeiend gedeelte van hun inkomen, dat gewoonlijk aan het bevredigen van hun basisbehoeften werd besteed, gebruiken voor de consumptie van een groter goederen- en dienstengamma, wat dan op zijn beurt de innovatie en de economische groei stimuleerde.

Het streven naar schaal- en synergievoordelen vormde de drijvende kracht achter de transformatie van de economische modellen van de hedendaagse handel. De concentratie over de binnengrenzen van de interne markt heen, in combinatie met de verticale integratie, verschafte bepaalde distributeurs een sterke onderhandelingspositie waardoor ze lage prijzen konden bedingen. Die onderhandelingspositie resulteerde op haar beurt in een Europese consolidatie van de sectoren van de grote industriële leveranciers, de logistiek en het commercieel vastgoed, die streven naar een gelijkwaardige flexibiliteit en onderhandelingspositie in hun respectieve bevoorradingsketens om aan de eisen van de distributeurs tegemoet te komen. De ontwikkeling en de horizontale en verticale integratiegolven van de Europese handel en distributie hebben een efficiëntere commerciële sector en prijsdalingen in de hand gewerkt, al is de productiviteit hier de laatste tien jaren trager gegroeid dan in de Verenigde Staten. Daarenboven heeft de scherpere concurrentie, meer in het bijzonder door het verschijnen van Europese hard discounters en goedkope huismerken, ertoe geleid dat het continue streven van de distributeurs naar meer efficiëntie om de erosie van hun marges af te remmen, nog is geïntensiveerd.

Hoewel deze ontwikkeling tot een toename van de concurrentie, de druk op de marges en het concurrentievermogen van de economische keten heeft bijgedragen, had ze ook gevolgen voor de kleine zelfstandige handelaars, de lokale overheden, de kleine producenten van landbouwgrondstoffen, het industriële midden- en kleinbedrijf, de werknemers en alleenstaande of armlastige consumenten. Soms doet ze afbreuk aan de doelstellingen inzake milieubescherming en sociale en territoriale cohesie die de Europese Unie nastreeft. Daarenboven blijkt uit de analyse dat de sector zijn volledige economische prestatiepotentieel in de Unie, en meer in het bijzonder uit het standpunt van de interne markt, nog niet heeft bereikt. In dit verslag en het begeleidende werkdocument van de diensten van de Commissie worden de verschillende problemen die een optimale prestatie van de handels- en distributiesector in de interne markt belemmeren of kunnen belemmeren, aan de orde gesteld. Dat gebeurt vanuit het respectieve standpunt van de verschillende belanghebbenden aan de leveranciers- en afnemerszijde van de distributieketen, namelijk consumenten, handelaars en distributeurs, leveranciers, werknemers en toekomstige generaties.

4. EEN INTERNE HANDELS- EN DISTRIBUTIEMARKT DIE EFFICIËNTER EN EERLIJKER IS VOOR CONSUMENTEN

Een interne handels- en distributiemarkt die efficiënter en eerlijker is voor Europese consumenten moet hen, waar ze ook wonen, toegang bieden tot de ruimste keuze aan handelaars en kwaliteitsproducten tegen concurrerende en betaalbare prijzen, overeenkomstig de doelstellingen van een slimme, duurzame en inclusieve groei die de EU nastreeft. Een dergelijke markt moet eveneens toegang bieden tot betrouwbare, transparante en vergelijkbare informatie over het commerciële aanbod in de EU, zodat consumenten beter geïnformeerde keuzen kunnen maken en ze de waarborg hebben dat ze van hun rechten kunnen genieten, ongeacht de aankoopplaats binnen de EU.

Bij de analyse werden de hierna beschreven problemen geconstateerd.

Het eerste probleem heeft betrekking op de toegankelijkheid en de keuze van handelszaken. De nabijheid van winkels die basisgoederen en -diensten aanbieden, in het bijzonder voedingsmiddelenwinkels, wordt steeds belangrijker voor ouderen (17% van de bevolking van de EU is 64 jaar of ouder) en mensen met een handicap (15% van de bevolking van de EU), alleenstaanden en mensen die in dunbevolkte gebieden wonen en voor de 9% EU-burgers die zich geen wagen kunnen veroorloven⁶. Bovendien wordt het belang van de kwestie nog benadrukt door de noodzaak om de gebieden onder meer via buurtwinkels verder te stimuleren en om het gebruik van de wagen uit milieuoverwegingen te beperken.

Het aantal kleine levensmiddelenbuurtwinkels (minder dan 10 werknemers) is tussen 2004 en 2009 echter met 3,7% gedaald. Door de toenemende polarisatie van verkooppunten in de stadscentra en de winkelcentra die in de voorstedelijke gebieden uit de grond rijzen, breidt deze tendens zich ook uit naar andere handels- en distributiesubsectoren. Overigens blijkt uit consumentenenquêtes⁷ dat inwoners van steden met minder dan 10 000 inwoners minder dan gemiddeld tevreden zijn over de voor hen toegankelijke winkels. Die ontwikkeling wijst erop dat het gebrek aan territoriale cohesie op dit vlak verergert ondanks de talrijke initiatieven van de lidstaten om de vestiging van winkelruimtes te omkaderen. De recente tendens in het grootwinkelbedrijf om kleinere winkels in de stad en het platteland te vestigen, tempert weliswaar enigszins de omvang van deze verslechtering. E-commerce kan de negatieve gevolgen van deze trends misschien helpen tegengaan en zowel in de elektronische handel als in de winkels de druk op de prijzen in stand helpen houden. Elektronische handel realiseert over het algemeen echter een lage omzet: in slechts vier lidstaten is e-commerce goed voor meer dan 2% van de nationale detailverkoop⁸ en in de voedingsmiddelensector is de online verkoop nog geringer. Het belangrijkste probleem zijn de middelen om binnen de EU de toegang tot handelszaken te verbeteren en de ontwikkeling van e-commerce te bevorderen. Er is opdracht gegeven voor een grondige marktstudie naar de prijsverschillen in e-commerce.

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

⁷ IPSOS-enquête naar de consumententevredenheid, verricht in opdracht van de Europese Commissie, 2008.

⁸ Euromonitor International 2007.

De analyse toonde eveneens aan dat er binnen de eengemaakte markt grote prijsafwijkingen bestaan die op een hardnekkige fragmentatie binnen de interne markt wijzen. De prijzen voor voedingsmiddelen en alcoholvrije dranken liggen in België bijvoorbeeld gemiddeld 28,4% hoger dan in Nederland⁹. Voor bepaalde courante niet-voorgeschreven geneesmiddelen kan dit prijsverschil oplopen tot het vijfvoudige¹⁰. Het is misschien een verrassende vaststelling dat de prijsniveaus in de kledingsector in Ierland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk onder het EU-gemiddelde liggen terwijl ze in Tsjechië en Slowakije duidelijk boven het gemiddelde liggen¹¹. Meerdere factoren, zoals de verschillen in het gemiddelde gezinsinkomen of het niveau van de belasting over de toegevoegde waarde, verklaren bepaalde prijsverschillen. Andere factoren die verband houden met de dynamiek van de markten, het regelgevingskader of de handelspraktijken, zoals beperkingen op territoriale leveringen of belemmeringen voor parallelhandel¹², spelen eveneens een rol. De aard en het respectieve gewicht van deze verklarende factoren voor prijsverschillen moeten evenwel nog worden bepaald. Bovendien zou een betere informatieverstrekking aan de consumenten over het commercieel aanbod buiten hun gebruikelijke aankoopgebied, waaronder ook het grensoverschrijdend aanbod, tot het beperken van deze verschillen kunnen bijdragen.

De nationale mededingingsautoriteiten en de consumentenverenigingen konden duidelijk aantonen dat de handelaars al naargelang het concurrentieniveau prijsverschillen tussen de verschillende lokale zones hanteren¹³. De geringe consumententevredenheid over onafhankelijke vergelijkende informatiebronnen over het commercieel aanbod bevestigt deze analyse. De onvoldoende ontwikkeling van diensten die consumenten transparante, toegankelijke, vergelijkbare en kwalitatieve informatie over het commercieel aanbod buiten hun lokale en nationale markt, en meer in het bijzonder voor e-commerce, aanbieden, zou ook hier één van de oorzaken van deze situatie kunnen zijn.

Bij de analyse van deze tekortkomingen springen vooral de problemen voor het leveren van dergelijke diensten in het oog, ongeacht of het gaat om commerciële communicatie of onafhankelijke informatiediensten.

5. EEN INTERNE HANDELS- EN DISTRIBUTIEMARKT DIE EFFICIËNTER EN EERLIJKER IS VOOR HANDELAARS

Een interne handels- en distributiemarkt in de EU die efficiënter en eerlijker is, moet concurrerende handelaars, ongeacht hun grootte, de kans bieden om naast elkaar op de markt te bestaan en hun activiteit uit te bouwen, meer in het bijzonder wanneer ze innoverende, efficiënte en duurzame strategieën, met name op grensoverschrijdend vlak, uitwerken. Bij de tot dusver verrichte analyse is een reeks problemen

⁹ Zie meer in het bijzonder de mededeling met als titel "Een beter werkende voedselvoorzieningsketen in Europa" (COM(2009) 591) voor de spreiding van de voedselprijzen.

¹⁰ IMS health, november 2009.

¹¹ Eurostat, Statistics in focus, 50/2009.

¹² Zie voornoemde COM(2009) 591 definitief.

¹³ UFC "Que Choisir", 3 april 2008, en verslag van de mededingingscommissie van het Verenigd Koninkrijk, 30 april 2008.

geconstateerd die de volledige benutting van het commerciële potentieel in de EU verhinderen.

In de eerste plaats is het bestaan van zware toegangsbeperkingen tot de handels- en distributiemarkt een bron van zorg omdat ze de lokale concurrentie beperken en hinderpalen voor de verwezenlijking van de interne markt voor de handel creëren. Met de invoering van de Dienstenrichtlijn¹⁴ verdwijnen bepaalde beperkingen, zoals het verbod om winkels te openen op grond van beoordelingen van het effect daarvan op de concurrerende handelaars. De huidige gefragmenteerde nationale, regionale en lokale commerciële stedenbouwkaders kunnen samen met de diverse voorschriften inzake grondbezit en een Europese commerciële vastgoedmarkt die lokaal kan haperen, belanghebbenden afschrikken om activiteiten op bepaalde markten op te starten. In de grensgebieden, waar 35% van de EU-burgers woont¹⁵, is de kans bijzonder groot dat een gebrek aan coördinatie van de nationale wetgevingen tot concurrentievervalsing leidt. Bepaalde lidstaten hebben goede praktijken uitgewerkt die in andere lidstaten zouden kunnen worden toegepast. Er moet rekening worden gehouden met alle betrokken belangen, en meer in het bijzonder met de noodzaak om de belangen van de distributiebedrijven te verzoenen met de doelstellingen inzake milieubescherming of ruimtelijke ordening (bijvoorbeeld het behoud van een voldoende toegankelijkheid van de winkels die basisgoederen en -diensten aanbieden).

Ten tweede melden de handelaars in bepaalde gevallen het bestaan van belemmeringen waardoor ze zich niet kunnen bevoorraden bij ondernemingen die in andere lidstaten gevestigd zijn. Een dergelijke toestand zou kunnen worden verklaard door de beslissing van een productiebedrijf om klanten aan diverse dochterondernemingen toe te wijzen op basis van hun geografische ligging (binnen de groep genomen beslissing). Die situatie kan ook het gevolg zijn van contractuele voorwaarden die producenten aan hun groothandelaars- of distributiekanten opleggen. Indien dit inderdaad zo is, zou dit fenomeen één van de verklaringen voor de bovenstaande grensoverschrijdende prijsverschillen kunnen zijn. Bovendien beperken verschillende nationale regelgevingskaders, die bijvoorbeeld het gevolg zijn van taaleisen voor de etikettering van levensmiddelen¹⁶, de parallelle invoercapaciteit. Ten derde verhindert het behoud van bepaalde nationale regels voor commerciële communicatie, en meer bepaald voor verkoopbevorderende acties¹⁷, de ontwikkeling van doeltreffende en eventueel grensoverschrijdende communicatiestrategieën door het grootwinkelbedrijf en het mkb in grensgebieden, e-commerce enz., ondanks de Europese harmonisatie van de regelgevingskaders voor de consumentgerichte handelspraktijken zoals reclame, marketing en verkoopbevorderende praktijken¹⁸. Meer in het bijzonder de verkoop en de wederverkoop met verlies zijn van bijzonder belang voor de economische modellen

¹⁴ Richtlijn 2006/123/EG van 12 december 2006 betreffende diensten op de interne markt.

¹⁵ Werkdocument van het directoraat-generaal Regionaal beleid, Europese Commissie, "Territories with specific geographical features", nr. 02/2009.

¹⁶ Richtlijn 2000/13/EG van 20 maart 2000 betreffende de onderlinge aanpassing van de wetgevingen der lidstaten inzake etikettering en presentatie van levensmiddelen alsmede de daarvoor gemaakte reclame. Zie ook het voorstel voor een verordening van het Europees Parlement en de Raad betreffende de verstrekking van voedselinformatie aan de consumenten (COM(2008) 40 definitief).

¹⁷ Richtlijn 2005/29/EG van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken.

¹⁸ Groenboek inzake commerciële communicatie in de interne markt (COM(1996) 192 definitief).

van handelaars die duurzame goederen, en met name textielwaren, verkopen. Diverse nationale voorschriften die de verkoop met verlies beperken en bedoeld waren om kleine handelaars te beschermen, lijken echter niet altijd doeltreffend te zijn geweest. Ook op diverse beperkingen voor de koopjesperiodes is kritiek gerezen omdat deze aanleiding gaven tot oneerlijke concurrentie tussen grensgebieden.

Andere geconstateerde problemen zijn het blijvende gebrek aan een door voldoende concurrentie gekenmerkte interne markt voor betalingssystemen, de noodzaak om de toegang tot een efficiënter logistiek systeem mogelijk te maken, alsook het naast elkaar bestaan van verschillende regelgevingskaders zowel voor franchisestelsels (wat de ontwikkeling van aankoopnetwerken door kleine handelaars kan verhinderen) als voor consumentenrechten, openingsuren van winkels en het ophalen en recycleren van afval.

6. EEN INTERNE HANDELS- EN DISTRIBUTIEMARKT DIE EFFICIËNTER EN EERLIJKER IS VOOR LEVERANCIERS

Een interne handels- en distributiemarkt die efficiënter en eerlijker is voor leveranciers moet hun de mogelijkheid bieden om voldoende concurrerende producten op het vlak van prijs, kwaliteit en/of innovatief karakter te verkopen om hun investeringen levensvatbaar te maken. Een dergelijke markt moet de leveranciers informatie verschaffen over de eisen van consumenten. Dat moet leveranciers ertoe aanzetten hun aanbod aan te passen om beter in te spelen op de evoluerende behoeften en trends, meer bepaald de vraag naar meer ethische producten. De markt moet het dus mogelijk maken om de totstandkoming te bevorderen van een op innovatie gebaseerde economie die stoelt op een efficiëntere, groenere en concurrerende benutting van natuurlijke rijkdommen en die de economische, sociale en territoriale cohesie aanmoedigt. Bij de analyse zijn twee problemen geconstateerd die een overgang naar deze efficiëntere en eerlijkere handels- en distributiemarkt voor leveranciers verhinderen.

In de eerste plaats kunnen eventueel gespannen contractuele verhoudingen tussen ondernemingen leveranciers misschien hinderen bij het realiseren van marges die ruim genoeg zijn om hun activiteiten leefbaar te maken en de nodige investeringen in innovatie te verwezenlijken. Bepaalde contractuele eisen die handelaars of handelaarsaankoopcentrales rechtstreeks toepassen op hun leveranciers of die door leveranciers worden opgelegd aan primaire producenten zouden in bepaalde omstandigheden kunnen worden beschouwd als oneerlijk en als een mogelijke belemmering voor de groei en zelfs de leefbaarheid van bepaalde concurrerende ondernemingen. Onder bepaalde omstandigheden kunnen structurele inefficiënties bij tussenpersonen van de voedselvoorzieningsketen bijdragen tot asymmetrische transmissie, prijsrigiditeit en oneerlijke contractuele voorwaarden voor de primaire producenten¹⁹. Een onvoldoende bescherming van innovaties in de productie van industriële merkgoederen tegen bepaalde oneerlijke praktijken zoals slaafse namaak, kan trouwens de innovatie in deze sector ondermijnen.

¹⁹ Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité, het Comité van de Regio's - Voedselprijzen in Europa (COM(2008) 821 definitief).

De bestaande nationale wetgevingen over oneerlijke contractuele praktijken tussen ondernemingen verschillen sterk naargelang van de lidstaten, wat kan leiden tot belemmeringen die resulteren in een fragmentatie van de interne markt, concurrentievervalsing en kans op ontwijking. De efficiëntie van deze voorschriften wordt hoe dan ook vaak beperkt door de vrees voor tegenmaatregelen na de aangifte van eventuele inbreuken. De soms mogelijk onrechtvaardige en oneerlijke relaties tussen belanghebbenden van de bevoorradingketen zijn een politiek probleem waarvoor de werkzaamheden van het Forum voor de voedselvoorzieningsketen²⁰ de basis voor een oplossing wensen aan te reiken.

De verdere toepassing van de concurrentieregels om de strijd voort te zetten tegen mededingingsverstoringe praktijken die de goede werking van de bevoorradingketen ten nadele van de consumenten kunnen beïnvloeden en om eerlijke concurrentievoorwaarden tussen alle economische subjecten in de handels- en distributiesector te waarborgen, is eveneens een belangrijk element.

Ten tweede is de opkomst van systemen die een zekere kwaliteit, meer bepaald op sociaal en milieugebied waarborgen, weliswaar een goede zaak, maar de vaak nationale dekking, ongebreidelde toename, geringe transparantie, beperkte vergelijkbaarheid en typische uitvoeringskosten van dergelijke systemen zorgen ervoor dat vooral kleine ondernemingen de financiële gevolgen ervan niet altijd kunnen dragen. Het ontbreken van een onafhankelijk referentiekader dat meer transparantie biedt en de vergelijkingsmogelijkheden tussen de verschillende kwaliteitssystemen voor producten en diensten en meer in het bijzonder hun sociale en milieucriteria, zijn dus essentiële problemen voor de realisatie van het potentieel van de interne markt.

7. EEN INTERNE HANDELS- EN DISTRIBUTIEMARKT DIE EFFICIËNTER EN EERLIJKER IS VOOR WERKNEMERS

Een interne handels- en distributiemarkt die efficiënter en eerlijker is voor werknemers, moet tot een grotere productiviteit en betere arbeidsvoorwaarden bijdragen. De handels- en distributiesector is niet enkel één van de grootste werkgevers van de economie van de EU, maar vormt vaak ook de toegangspoort tot de arbeidsmarkt voor niet- of laaggeschoolde jongeren (30% van de werknemers in de sector is jonger dan 30 jaar). De sector wordt tevens gekenmerkt door een groot beroep op deeltijdarbeid (30% van de arbeidskrachten). Er dient eveneens te worden opgemerkt dat het aandeel van de vrouwelijke werknemers in deze sector het grootst is (60%)²¹. Uit de analyse blijkt echter dat vier problemen de ontwikkeling van een eerlijke en efficiënte handels- en distributiemarkt voor werknemers in de weg staan.

In de eerste plaats bestaan er ondanks de minimumnormen die in de Europese wetgeving zijn vastgelegd, sterke verschillen in het arbeidsrecht tussen de lidstaten. Deze verschillen worden binnen een lidstaat zelf nog versterkt door het bestaan van collectieve overeenkomsten die vaak uiteenlopen naargelang van het type winkel, de activiteitstak en het aantal en de categorie werknemers die eronder vallen. Deze

²⁰ Overeenkomstig het voorstel dat geformuleerd werd in de mededeling met als titel "Een beter werkende voedselvoorzieningsketen in Europa" (COM(2009) 591 definitief).

²¹ Eurostat, enquête naar de arbeidskrachten, 2007.

situatie heeft tot het ontstaan van verschillende economische modellen in de handelssector geleid. Nieuwkomers moeten hun economisch model vaak aanpassen om te kunnen concurreren met de al gevestigde bedrijven. Wegens de scherpe prijsconcurrentie waardoor de handel en distributie doorgaans worden gekenmerkt, bestaan er situaties waarin druk op de loonkosten wordt uitgeoefend en de werkuren niet echt verenigbaar zijn met de organisatie van de persoonlijke levenssfeer. Niettemin onderscheiden bepaalde handelaars zich van de concurrentie door goede arbeidsvoorwaarden, een constructieve sociale dialoog en het aanbieden van een opleiding, zodat hun personeel loyaal en efficiënt blijft in de relaties met de klant.

Het tweede probleem heeft te maken met het bestaan van de informele economie, die een weliswaar moeilijk te meten negatieve impact heeft op de arbeidsvoorwaarden in de handels- en distributiesector. Dat is meer in het bijzonder het geval in de kleine en microbedrijven, waar het moeilijker is om de inachtneming van de wetgeving en de collectieve overeenkomsten daadwerkelijk te controleren. Hoewel het raadzaam is erop toe te zien dat de administratieve lasten voor dit type ondernemingen minimaal zijn, is het eveneens van essentieel belang om erop toe te zien dat er geen sprake is van misbruiken in de arbeidsvoorwaarden, en met name die welke de bescherming van de gezondheid en de veiligheid op het werk moeten waarborgen.

In de derde plaats zorgt deze verscheidenheid aan arbeidsvoorwaarden in de betrokken sector ervoor dat de consument vaak over slechts weinig informatie beschikt wat de prestaties van de handelaar op het gebied van de sociale verantwoordelijkheid betreft. Bij zijn aankopen kan hij dus geen geïnformeerde keuze maken.

Ten slotte wordt de inzetbaarheid van laaggeschoolde werknemers weliswaar vaak als een positief kenmerk van de handels- en distributiesector aangemerkt, maar daartegenover staat dat deze sector daardoor meer moeilijkheden kan ondervinden om zich snel aan nieuwe technologische oplossingen aan te passen. Het gebrek aan competenties in het gebruik van informatie- en communicatietechnologieën beperkt de productiviteit van de sector. Ook het grote aandeel van het mkb in de sector kan het moeilijk maken om voldoende in continue opleiding te investeren.

De verbetering van de arbeidsvoorwaarden, de strijd tegen de informele economie en het behoud van het werkgelegenheids- en concurrentieniveau door de behoeften van de handelaars en de competenties van het personeel beter op elkaar af te stemmen, zijn dus belangrijke uitdagingen.

8. EEN INTERNE HANDELS- EN DISTRIBUTIEMARKT DIE EFFICIËNTER EN EERLIJKER IS VOOR TOEKOMSTIGE GENERATIES

Een interne handels- en distributiemarkt die efficiënter en eerlijker is voor toekomstige generaties, moet eveneens ten volle rekening houden met zijn milieu-impact. Een dergelijk markt moet het mogelijk maken een breed scala aan milieuvriendelijke en/of fair-trade producten aan te bieden en zo de ethische ondernemingen, waaronder ook ondernemingen uit derde landen, de kans geven om op de interne markt actief te zijn. Een dergelijk markt moet tevens worden gekenmerkt door een beperkt energiegebruik, een doelmatige logistiek en een efficiënte afvalophaling en -recyclage. De concurrentie op een dergelijke markt mag

niet alleen gebaseerd zijn op economische factoren, maar moet ook steunen op sociale, ethische en milieuprestatiecriteria.

Handel en distributie hebben een belangrijk milieueffect, zowel via hun activiteit als via de geografische verplaatsingen van consumenten die erdoor worden veroorzaakt. Het betreft derhalve een zeer energieverwendende sector omdat winkels verlichting, koeling, verwarming/airconditioning enz. nodig hebben. De sector creëert en recupereert trouwens zeer grote hoeveelheden afval (reclamedrukwerk, verpakkingen, voedselafval, elektrische en elektronische toestellen). Tekortkomingen en divergenties in de ophaal- en recyclagesystemen vormen een probleem. Deze sector levert eveneens een belangrijke bijdrage aan de omvang van het goederenverkeer. Ondanks een beginnende diversificatie (binnenscheepvaart, spoorwegen) gebeurt een groot deel van de bevoorrading nog via de weg. Bovendien gaat van een inefficiënte transportwijze en levering van goederen in de steden een negatief effect uit op het dichtslippen van de steden, de vervuiling en de levenskwaliteit van de inwoners. De levering van goederen in steden vormt een belangrijke beperking voor de duurzame ontwikkeling van de handelssector. Met inachtneming van het subsidiariteitsbeginsel en van de respectieve bevoegdheden van de Europese Unie, de lidstaten en de lokale en regionale instanties zal de Commissie nagaan hoe een geïntegreerd beleid kan worden uitgestippeld dat de planning van de infrastructuur voor stedelijke mobiliteit omvat, zoals onder meer het gebruik van intelligente vervoerssystemen (IVS) en voertuigen met een innoverende technologie die aan de behoeften en beperkingen van de stad is aangepast.

Bovendien moest het milieueffect van handel en distributie zoals de kosten i.v.m. de emissie van CO₂ die afkomstig is van de logistiek, tot voor kort niet volledig in de kosten worden verrekend. Bepaalde distributeurs proberen inmiddels, soms met stimulerende maatregelen, om bepaalde van de bovenvermelde doelstellingen te verwezenlijken door de externe effecten van hun activiteiten te beperken. Het is een probleem dat er op Europees niveau geen gemeenschappelijke regels en analysemethoden voor de levenscyclus van producten bestaan die het mogelijk maken het effect van de producten op het milieu te meten. Wat dit laatste punt betreft, houdt een ontoereikende coördinatie op Europees niveau van de nationale initiatieven het risico van een fragmentatie van de interne markt in²².

9. CONCLUSIES EN VOLGENDE STAPPEN

In dit verslag is op basis van een brede analyse die de Commissie in overleg met alle belanghebbenden heeft gerealiseerd, een aantal problemen aan de orde gesteld die uit economisch, sociaal en milieuoogpunt een rechtstreekse invloed op de prestaties van de handels- en distributiesector hebben of kunnen hebben. Van de oplossing van deze problemen kan een gunstig effect uitgaan op het vermogen van deze sector om de overgang naar een efficiëntere en eerlijkere interne handels- en distributiemarkt te verwezenlijken.

²² Het Distributieforum dat de Europese Commissie in 2009 heeft opgericht, streeft naar het verkleinen van de ecologische voetafdruk en het verspreiden van goede milieupraktijken in de bevoorradingsketen van de handel.

1) Van de volgende problemen wordt gesteld dat zij een invloed hebben of kunnen hebben op de prestaties van de distributeurs wat de toegankelijkheid (geen geografische coherentie tussen de ligging van de winkels, de woningen en de transportmogelijkheden) voor alle EU-burgers betreft van een gevarieerd en concurrerend aanbod dat aan de eisen inzake duurzame ontwikkeling voldoet:

- een gebrek aan efficiëntie, een grote verscheidenheid aan commerciële stedenbouwvoorschriften en het falen van de markt voor commercieel vastgoed, hetgeen een weerslag heeft op de vestiging van distributeurs en de toegankelijkheid van winkels voor consumenten;
- een onvoldoende ontwikkeling van e-commerce in de interne markt als gevolg van een reeks hinderpalen (grensoverschrijdende postleveringen, betalingsmiddelen, slechte werking van beroepsregelingen enz.);
- een onvoldoende ontwikkeling van de commerciële communicatie en onafhankelijke informatiediensten (bijvoorbeeld prijsvergelijkende sites op het internet, waaronder ook grensoverschrijdende vergelijkingen, of vergelijkende tests van producten en diensten), hetgeen kan resulteren in blijvende verschillen tussen de nationale voorschriften inzake consumentenbescherming en in oneerlijke concurrentie, alsook in moeilijkheden bij het vergelijken van de diverse kwaliteitssystemen voor producten en diensten en de sociale en milieucriteria daarvan.

2) Van de volgende problemen wordt gesteld dat zij een invloed hebben of kunnen hebben op de optimale economische ontwikkeling van de ondernemingen, en met name hun investerings- en innovatievermogen, vooral wat de kwaliteit van de aangeboden producten en diensten betreft:

- een gebrek aan voorschriften of een inefficiënte tenuitvoerlegging van voorschriften voor oneerlijke handelspraktijken en contractuele relaties tussen de verschillende belanghebbenden van de bevoorradingsketen;
- een gebrek aan transparantie van de kwaliteitssystemen en moeilijkheden bij het grensoverschrijdende gebruik ervan.

3) Van de volgende problemen wordt gesteld dat zij een invloed hebben of kunnen hebben op de arbeidsvoorwaarden en -productiviteit, het werkgelegenheidsniveau en het concurrentievermogen van de handels- en distributiesector:

- verschillen in arbeidsvoorwaarden die worden veroorzaakt doordat op handel en distributie uiteenlopende voorschriften inzake arbeidsrecht en collectieve overeenkomsten van toepassing zijn;
- het negatieve effect van de informele economie op de arbeidsvoorwaarden;
- een gebrek aan consumenteninformatie over de sociale prestaties van de ondernemingen van de handels- en distributiesector;
- het niet op elkaar afgestemd zijn van de behoeften van de ondernemingen en de competenties van de werknemers in de handels- en distributiesector.

4) Van de volgende problemen wordt gesteld dat zij mogelijke belemmeringen voor de overgang naar een duurzamere handels- en distributiesector kunnen vormen:

- een groot energiegebruik, een aanzienlijke afvalproductie, een belangrijke bijdrage aan de omvang van het goederenverkeer en aan het dichtslibben van de steden;
- het feit dat onvoldoende rekening wordt gehouden met de milieukosten in de bevoorradingsketen van handel en distributie (logistiek, energie-efficiëntie van winkels, marketing en communicatie...), en meer in het bijzonder het ontbreken van voldoende stimulerende maatregelen;
- het ontbreken van een gemeenschappelijke methode voor het beoordelen van het effect van de verkochte goederen en diensten op het milieu via de opvolging van hun levenscyclus.

De maatregelen die passende antwoorden op de bovenvermelde problemen kunnen bieden en de werkzaamheden die naar aanleiding daarvan eventueel op Europees niveau kunnen worden gestart, zullen worden voorgesteld in de mededeling van de Commissie over het stimuleren van de voltooiing van de interne markt, die voor het najaar van 2010 gepland is. Gezien het transversale karakter van de handels- en distributiesector zal zowel bij de uitwerking van de maatregelen als bij het aan de goedkeuring ervan voorafgaande overleg en bij de toepassingsvoorwaarden ervan, zoveel mogelijk rekening worden gehouden met de verschillende doelstellingen van het Verdrag, zulks met strikte inachtneming van het subsidiariteits- en evenredigheidsbeginsel.

De Commissie verzoekt alle belanghebbende partijen om hun reacties op dit verslag uiterlijk op 10 september 2010 kenbaar te maken op het volgende adres:

DG Interne markt en diensten

Europese Commissie

Wetstraat 200

1049 Brussel

of via e-mail: MARKT-RETAIL@ec.europa.eu