Commerce, suite au Livre vert COM(1996)0350. Livre blanc

1999/2017(COS) - 27/01/1999 - Document de base non législatif

OBJECTIF: le présent Livre blanc présente les suites que la Commission entend donner au Livre vert sur le commerce, adopté le 20/11/1996. Il s'agit d'un document d'orientation qui vise à proposer des pistes d'action communautaires destinées à renforcer la compétitivité du secteur. CONTENU: le Livre blanc a pour objet d'évaluer dans quelle mesure les entreprises commerciales et leurs fournisseurs apportent aux consommateurs ce qu'ils désirent en termes de choix, de qualité, de prix et de services. La présentation d'un tel document témoigne de la reconnaissance du rôle joué par le commerce dans la vie économique, sociale et culturelle de l'Union européenne: au milieu des années 90, le commerce représente 30% des entreprises, 16% de l'emploi et plus de 13% du PIB de l'Union européenne; ce sont environ 5 millions d'entreprises qui produisent 640 milliards d'euros et emploient quelque 22 millions de personnes répartis entre détaillants, grossistes et intermédiaires. La nécessité d'une meilleure reconnaissance du secteur du commerce se justifie également par le fait que celui-ci a été en mesure, au cours des dix dernières années, de créer des emplois là ou d'autres secteurs en ont perdu. Devant l'importance de la contribution du commerce au bien-être des citoyens, il apparaît nécessaire que les autorités publiques agissent pour que toutes les opportunités soient saisies. Aujourd'hui, tel n'est pas le cas: le commerce est concerné par une grande majorité de politiques nationales et européennes horizontales sans que ses spécificités et ses besoins soient pleinement reconnus et pris en compte dans ces politiques. Sans chercher à lancer une démarche de grande ampleur ou une réorientation politique importante, le Livre blanc présente des problèmes ponctuels et des pratiques à l'égard desquels il y a lieu de prendre des mesures au niveau communautaire en vue d'assurer le bon fonctionnement du marché intérieur et de contribuer au bien-être des consommateurs. A partir d'une analyse des tendances et des changements sructurels en cours, le document propose une série d'actions destinées à créer une stratégie cohérente articulée autour de quatre axes principaux: 1) l'amélioration de l'utilisation d'instruments politiques pour aider le commerce: meilleure connaissance du secteur, lancement d'études dans le domaine de la vente par réseau coopté, sur les agents commerciaux et sur la situation des grossistes; 2) l'amélioration de l'environnement administratif, législatif et financier: simplification administrative, amélioration de l'accès au financement, amélioration du dialogue social entre les entreprises commerciales et leurs partenaires (travailleurs, consommateurs, établissements financiers); 3) le renforcement de la compétitivité et la promotion de l'esprit d'entreprise: services aux entreprises commerciales comme le courrier électronique, la publicité, les procédures de certification, l'octroi de labels de qualité et les réseaux de paiement; encouragement de la coopération entre PME commerciales; formation des PME; modernisation du commerce de proximité dans les zones rurales et urbaines défavorisées; études sur l'interaction du commerce et du tourisme; liensentre commerce et environnement; 4) l'encouragement à l'européanisation et à l'internationalisation: actions de préparation à l'introduction de l'euro dans le commerce; examen des potentiels et des problèmes des entreprises commerciales européennes qui cherchent à développer des opérations de distribution sur d'autres continents; mesures destinées à accroître la cohésion du marché dans la perspective de l'élargissement de l'Union européenne. Sur tous les thèmes touchant le commerce, la Commission estime que la Communauté a un rôle à jouer en faisant mieux connaître ce secteur et ses atouts. Elle peut améliorer la concertation entre les acteurs concernés c'est-à-dire les organisations professionnelles et les pouvoirs publics nationaux et locaux. Par ce dialogue, elle pourra faciliter l'identification et la diffusion de meilleures pratiques contribuant à la compétitivité et à l'emploi. La diffusion de ces bonnes pratiques doit passer par une insertion plus grande de la problématique du secteur dans la politique publique. La Commission sera le lieu privilégié de diffusion et de recommandation de ces bonnes pratiques.