

Γνωμοδότηση της Επιτροπής των Περιφερειών για την «Έκθεση της Επιτροπής προς το Συμβούλιο, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, την Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών "Οικοδόμηση μιας επιχειρηματικής Ευρώπης: δραστηριότητες της Ένωσης υπέρ των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ)"»

(2002/C 107/20)

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ,

έχοντας υπόψη την Έκθεση της Επιτροπής στο Συμβούλιο, στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, στην Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών η οικοδόμηση μιας επιχειρηματικής Ευρώπης — οι δραστηριότητες της Ένωσης υπέρ των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) (COM(2001) 98 τελικό)·

έχοντας υπόψη την απόφαση της Επιτροπής της 1ης Μαρτίου 2001, σύμφωνα με το άρθρο 265 παρ. 1 της Συνθήκης περί ιδρύσεως των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων να ζητήσει τη γνωμοδότησή της περί του θέματος αυτού·

έχοντας υπόψη την απόφαση του Προεδρείου της Επιτροπής των Περιφερειών της 28ης Μαρτίου 2001 να αναθέσει στην επιτροπή 6 (απασχόληση, οικονομική πολιτική, ενιαία αγορά, βιομηχανία, ΜΜΕ) να καταρτίσει γνωμοδότηση επί του θέματος αυτού·

έχοντας υπόψη τα συμπεράσματα των Ευρωπαϊκών Συμβουλίων της Λισαβώνας και της Στοκχόλμης σχετικά με τις περαιτέρω πολιτικές δράσεις που πρέπει να αναληφθούν προκειμένου να καταστεί η Ευρωπαϊκή Ένωση η περισσότερο ανταγωνιστική και δυναμική οικονομία της γνώσης στον κόσμο·

έχοντας υπόψη τη γνωμοδότησή της για την Έκθεση της ειδικής ομάδας εργασίας απλοποίηση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος (BEST) και την ανακοίνωση της Επιτροπής για την προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος και της ανταγωνιστικότητας — η απάντηση της Επιτροπής στην έκθεση της Task Force BEST και τις συστάσεις της (CdR 387/98 fin) (1)·

έχοντας υπόψη τη γνωμοδότηση που εξέδωσε σχετικά με την ανακοίνωση της Επιτροπής «η ανταγωνιστικότητα των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων ενόψει της παγκοσμιοποίησης: πώς να την ενισχύσουμε;» (CdR 134/1999 fin) (2)·

έχοντας υπόψη τη γνωμοδότησή της για την ανακοίνωση της Επιτροπής — Προκλήσεις που αντιμετωπίζει η πολιτική για τις επιχειρήσεις στα πλαίσια της οικονομίας της γνώσης και την πρόταση απόφασης του Συμβουλίου σχετικά με ένα πολυετές πρόγραμμα για τις επιχειρήσεις και το επιχειρηματικό πνεύμα (2001-2005) (CdR 185/2000 fin) (3)·

έχοντας υπόψη τη γνωμοδότησή της σχετικά με την ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Συμβούλιο και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο με θέμα «η καινοτομία στο πλαίσιο της οικονομίας της γνώσης» (CdR 468/2000 fin) (4)·

έχοντας υπόψη το σχέδιο γνωμοδότησης (CdR 199/2001 rev. 2) που υιοθετήθηκε ομόφωνα από την επιτροπή 6 στις 28 Σεπτεμβρίου 2001 (εισηγητής: ο κ. Van den Brande, Β,ΕΡΡ, γερουσιαστής, μέλος του φλαμανδικού κοινοβουλίου)·

εκτιμώντας ότι οι ΜΜΕ έχουν καθοριστική σημασία για την οικονομική ανάπτυξη και την απασχόληση στην Ευρωπαϊκή Ένωση και στις υποψήφιες χώρες και ότι για το λόγο αυτό πρέπει σε πολλούς τομείς να εξεταστεί ο αντίκτυπος της πολιτικής επί των ΜΜΕ·

κατά την 41η σύνοδο ολομέλειας της που πραγματοποιήθηκε στις 14 και 15 Νοεμβρίου 2001 (συνεδρίαση της 14ης Νοεμβρίου) υιοθέτησε ομόφωνα την ακόλουθη γνωμοδότηση.

1. Οι θέσεις της Επιτροπής των Περιφερειών

1.1. Η Επιτροπή των Περιφερειών εκφράζει την εκτίμησή της για την επιδίωξη της Επιτροπής να προσφέρει μια γενική επισκόπηση των μέτρων υπέρ των ΜΜΕ. Η έκθεση της Επιτροπής προσφέρει μια ικανοποιητική και λεπτομερή επισκόπηση όλων των μέτρων τα οποία λαμβάνονται σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης με στόχο την υποστήριξη των ΜΜΕ. Η Επιτροπή των Περιφερειών θα

ήθελε να εκμεταλλευτεί την ευκαιρία αυτή για να σχολιάσει όχι μόνο την έκθεση της Επιτροπής αλλά και το γενικό πλαίσιο της ευρωπαϊκής πολιτικής για τις ΜΜΕ.

1.2. Η πολιτική για τις ΜΜΕ εμφανίζει οικονομικές, κοινωνικές, περιφερειακές και άλλες πτυχές. Για το λόγο αυτό, δεν μπορεί να θεωρηθεί ανεξάρτητα από άλλους πολιτικούς τομείς και ιδιαίτερος από την πολιτική που ασκείται για τις επιχειρήσεις με την ευρεία έννοια του όρου. Οι δύο αυτές πολιτικές είναι συμπληρωματικές. Έτσι, οι ΜΜΕ πρέπει, για παράδειγμα, να καταλάβουν σημαντική θέση στην πολιτική που έχει ως στόχο την ανάπτυξη της οικονομίας της γνώσης και την υποστήριξη της υψηλής τεχνολογίας.

(1) ΕΕ C 293 της 13.10.1999, σ. 48.

(2) ΕΕ C 57 της 29.2.2000, σ. 23.

(3) ΕΕ C 22 της 24.1.2001, σ. 10.

(4) ΕΕ C 253 της 12.9.2001, σ. 20.

1.3. Ωστόσο, από την έκθεση δεν προκύπτει πάντοτε σαφώς εάν τα μέτρα που αναφέρονται επιδιώκουν τη γενική βελτίωση του επιχειρηματικού κλίματος ή εάν πρόκειται για μια πολιτική που έχει ως στόχο την ανάπτυξη και την προαγωγή των μικρομεσαίων και των μικρών επιχειρήσεων. Η έκθεση δεν περιλαμβάνει πάντοτε τις απαραίτητες παρατηρήσεις σχετικά με το αντίκτυπο της ασκούμενης πολιτικής επί των ΜΜΕ, ίσως επειδή ο ειδικός χαρακτήρας αυτών δεν αναγνωρίζεται πάντοτε σε επαρκή βαθμό στην πολιτική που ασκεί η Ευρώπη έναντι των επιχειρήσεων.

1.4. Ορθώς, δίνει η Επιτροπή έμφαση στο γεγονός ότι πολλές ΜΜΕ αποτελούν πηγή καινοτομίας για την οικονομία. Ωστόσο, η σημασία των ΜΜΕ για την ευρωπαϊκή οικονομία είναι ευρύτερη. Υπάρχουν επιχειρήσεις και από τους επονομαζόμενους περισσότερο παραδοσιακούς τομείς που διαθέτουν την ικανότητα να δημιουργήσουν θέσεις απασχόλησης, ιδιαίτερες για λιγότερο εκπαιδευμένα άτομα τα οποία δεν μπορούν να βρουν εργασία στον κλάδο της υψηλής τεχνολογίας. Αυτό μπορεί να συμβεί με πολλούς τρόπους, όπως για παράδειγμα μέσω της κοινωνικής οικονομίας.

1.5. Η έκθεση της Επιτροπής αποτελεί ένα εύχρηστο μέσο για να γίνει μια εμπεριστατωμένη και συγχρόνως κριτική αξιολόγηση της ευρωπαϊκής πολιτικής έναντι των επιχειρήσεων εν γένει και των ΜΜΕ. Ιδιαίτερος, προκειμένου να υπάρξουν οι κατάλληλες προσαρμογές, αν αυτό κριθεί σκόπιμο. Στη γνωμοδότηση της η Επιτροπή των Περιφερειών περιορίζεται υποχρεωτικά σε ορισμένα θέματα, ωστόσο θα ήθελε να συνεκτιμήσει και τη μελλοντική στρατηγική της Επιτροπής έναντι του συνολικού κλάδου των επιχειρήσεων (όπως αυτή προσαρμόστηκε μετά τη σύνοδο κορυφής στη Λισσαβόνα) καθώς και τον αντίκτυπο που θα έχει η διεύρυνση. Η Επιτροπή των Περιφερειών προτιμά να επικεντρώσει τις συστάσεις της γύρω από τέσσερα θέματα που είναι τα εξής: απλότητα και διαφάνεια, διαβουλευσεις και διάλογος με τις ΜΜΕ, ΜΜΕ και διεύρυνση της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ΜΜΕ και περιφερειακή οικονομία.

1.6. Στο σημείο αυτό πρέπει να επισημανθεί ότι η ποιότητα της έκθεσης θα ήταν καλύτερη εάν τα συμπεράσματα ήταν περισσότερο συγκεκριμένα όσον αφορά τις πολιτικές επιλογές που θα πρέπει να υιοθετηθούν στον κλάδο των ΜΜΕ. Η Επιτροπή των Περιφερειών αναμένει ότι η προαναγγελθείσα ανακοίνωση σχετικά με τις συνέπειες της νέας οικονομίας για την επιχειρηματική πολιτική θα διασαφηνίσει το σημείο αυτό.

2. Συστάσεις της Επιτροπής των Περιφερειών

2.1. Απλότητα και διαφάνεια

2.1.1. Η ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων αναχαιτίζεται συχνά από την έλλειψη συγκεκριμένων και συγκεντρωμένων σημείων επαφής (θυρίδων), φιλικών προς τις επιχειρήσεις. Θα μπορούσε να εξεταστεί αν τα ευρωπαϊκά κέντρα πληροφοριών (EIC) αποτελούν τις κατάλληλες διαρθρώσεις για το σκοπό αυτό. Βεβαίως, οι μικρές επιχειρήσεις έχουν συνήθως άλλα προβλήματα να επιλύσουν απ' το να αναζητούν διέξοδο από το δαίδαλο των ευρωπαϊκών ρυθμίσεων και των σχετικών διατάξεων για τη στήριξη επιχειρήσεων. Η Επιτροπή των Περιφερειών επισημαίνει επίσης ότι η αποτελεσματικότητα των θυρίδων θα μπορούσε να προαχθεί με τη χρήση προηγμένων αλλά φιλικών προς τον πελάτη τεχνολογιών επικοινωνίας. Με τη χρήση των τεχνικών αυτών πρέπει επίσης να

καθίσταται εφικτή η παρακολούθηση της πορείας ενός φακέλου, έτσι ώστε η επιχείρηση να είναι σε θέση να γνωρίζει ποιά διοικητική υπηρεσία τον επεξεργάζεται.

2.1.2. Λόγω εγγύτητας, οι τοπικές και περιφερειακές αρχές γνωρίζουν πάρα πολύ καλά την κατάσταση που επικρατεί στον κλάδο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Μπορούν λοιπόν να προσφέρουν ένα κατάλληλο πλαίσιο για τη διαβίβαση πληροφοριών σχετικά με τις διοικητικές υποχρεώσεις και τα μέτρα στήριξης. Η Επιτροπή των Περιφερειών καλεί την Επιτροπή να εξετάσει μέτρα που θα επιτρέψουν την καλύτερη συμμετοχή των τοπικών και περιφερειακών αρχών στη δράση των ευρωπαϊκών κέντρων πληροφόρησης και άλλων πρωτοβουλιών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

2.1.3. Είναι αναμφισβήτητο ότι πάρα πολλές πρωτοβουλίες και μέτρα που περιλαμβάνονται στην έκθεση συμβάλλουν θετικά στην προαγωγή του επιχειρηματικού κλίματος στην Ευρώπη, πρέπει όμως να τεθεί το ερώτημα εάν υπάρχει κίνδυνος αλληλοεπικάλυψης και αν τα μέτρα προσεγγίζουν πάντοτε την κατάλληλη ομάδα στόχο. Η Επιτροπή των Περιφερειών καλεί την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να δοκιμάσει την επίδραση των μέτρων από την άποψη του επιχειρηματία, ο οποίος είναι υποχρεωμένος να χειρίζεται πάμπολλες ροές πληροφοριών και να λαμβάνει καθημερινά διάφορες αποφάσεις. Αυτό συνεπάγεται ότι η Επιτροπή πρέπει να φροντίσει για την απλοποίηση και την προαγωγή της διαφάνειας των δεκάδων ρυθμίσεων που ισχύουν για τις επιχειρήσεις και να βελτιώσει τις συνθήκες πρόσβασης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στα μέσα χρηματοδότησης. Κατ' αυτόν τον τρόπο είναι αναμφισβήτητο ότι θα βελτιωθεί σημαντικά η αποτελεσματικότητα και η αποδοτικότητα της πολιτικής για τις ΜΜΕ.

2.1.4. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή οφείλει να εξετάσει επειγόντως κατά πόσο είναι απαραίτητο να υπάρξει ένας καλύτερος συντονισμός των διαφόρων πρωτοβουλιών στήριξης καθώς και αν θα έπρεπε να περιοριστεί ο αριθμός τους. Μια παρόμοια προσέγγιση πρέπει να είναι εφικτή, δεδομένου ότι η αρμοδιότητα για τη διαχείριση και το συντονισμό της συνολικής πολιτικής για τις επιχειρήσεις έχει ανατεθεί σε μία μόνο γενική διεύθυνση.

2.1.5. Η προαγωγή της απλότητας και της διαφάνειας και η μείωση του αριθμού των πρωτοβουλιών θα έχει ανάλογο αντίκτυπο στην αξιολόγηση των μέτρων που θεσπίζονται. Η Επιτροπή των Περιφερειών καλεί την Επιτροπή στην αξιολόγηση αυτή να αποδώσει ιδιαίτερο βάρος στην αποτελεσματικότητα των ΜΜΕ.

2.1.6. Σε πολλές περιπτώσεις, στις επαφές που έχουν με τις αρμόδιες αρχές, οι ΜΜΕ επικαλούνται την αρωγή διαμεσολαβητικών υπηρεσιών παροχής συμβουλών και ενίσχυσης. Προκειμένου να προσεγγιστούν οι ΜΜΕ που αποτελούν και την τελική ομάδα στόχο, η Επιτροπή πρέπει να παράσχει σε αυτές τις διαμεσολαβητικές υπηρεσίες σαφείς και επεξεργασμένες πληροφορίες σχετικά με την πολιτική για τις ΜΜΕ. Στη συνέχεια, οι υπηρεσίες αυτές μπορούν να μεριμνήσουν, ούτως ώστε οι πληροφορίες που χορηγούνται στους μεμονωμένους επιχειρηματίες να είναι επαρκείς και επίκαιρες.

2.1.7. Η Επιτροπή οφείλει να μεριμνήσει ώστε η συνήθως περιορισμένη διοικητική δυναμικότητα των ΜΜΕ να μην αποτελέσει ανταγωνιστικό μειονέκτημα. Αυτό ισχύει ιδιαίτερος για τους μειοδοτικούς διαγωνισμούς. Η Επιτροπή των Περιφερειών καλεί στα πλαίσια αυτά την Επιτροπή να προωθήσει την απλούστευση των ευρωπαϊκών διαδικασιών.

2.2. Διαβουλεύσεις και διάλογος με τον κλάδο των ΜΜΕ

2.2.1. Στον κλάδο των ΜΜΕ επικρατεί μεγάλη ανομοιογένεια τόσο από άποψη τομέων όσο και από άποψη διαστάσεων. Κάθε υποκατηγορία διαθέτει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τα οποία πρέπει να συνεκτιμώνται στα πλαίσια της πολιτικής. Έτσι, τα περισσότερα μέτρα για την προαγωγή της καινοτομίας και της υψηλής τεχνολογίας μοιάζουν κατά κύριο λόγο να είναι προσανατολισμένα στις επιχειρήσεις μεσαίου μεγέθους. Παρ' όλα αυτά, και οι μικρές επιχειρήσεις πρέπει να είναι σε θέση να επηρεάσουν την ευρωπαϊκή πολιτική επιχειρήσεων, δεδομένου ότι και αυτές φροντίζουν για την παραγωγή της καινοτομίας και τη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης.

2.2.2. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διαθέτει μια παράδοση διαβουλεύσεων με τις ευρωπαϊκές οργανώσεις των ΜΜΕ, η γνώμη των οποίων ζητείται σε σχέση με νέες νομοθετικές πρωτοβουλίες που αναλαμβάνονται στον τομέα τους. Η Επιτροπή των Περιφερειών είναι της άποψης ότι η παράδοση αυτή πρέπει να ενισχυθεί και να αποτελέσει τμήμα της ευρωπαϊκής επιχειρηματικής νοοτροπίας. Όμως, εκτός από τους εργοδότες και τους ανεξάρτητους επαγγελματίες, στις διαβουλεύσεις αυτές πρέπει να συμμετέχουν πάντοτε και οι εργαζόμενοι του κλάδου.

2.2.3. Σε πολλές περιπτώσεις, διάφορες προτάσεις και μέτρα που αφορούν άλλους πολιτικούς τομείς έχουν ένα ορισμένο αντίκτυπο για τις ΜΜΕ και επιφέρουν ιδιαίτερος αύξηση των διοικητικών υποχρεώσεων. Αυτό ισχύει για παράδειγμα για την περιβαλλοντική πολιτική. Η ΕΤΠ καλεί την Επιτροπή να εξετάσει εκ των προτέρων τον αντίκτυπο όλων των μέτρων επί των ΜΜΕ και να πραγματοποιήσει διαβουλεύσεις με τους εκπροσώπους του κλάδου, όπου αυτό είναι απαραίτητο.

2.2.4. Σε ορισμένες κλαδικές επιτροπές διαβουλεύσεων (ευρωπαϊκός κοινωνικός διάλογος) η εκπροσώπηση των ΜΜΕ είναι ικανοποιητική. Προτείνεται να εξεταστεί η δυνατότητα να καθιερωθεί ένας ειδικός διακλαδικός διάλογος, προκειμένου να αντιμετωπιστούν καλύτερα τα ειδικά προβλήματα των μικρών επιχειρήσεων.

2.2.5. Κατά την προετοιμασία των νέων πολιτικών μέτρων για τις ΜΜΕ, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα μπορούσε να δημιουργήσει τα απαραίτητα περιθώρια για νέα σχήματα διαβουλεύσεων. Σχετικές δυνατότητες προσφέρονται, εκτός άλλων, με τη διοργάνωση γραπτών διαβουλεύσεων με δίκτυα ή με τη διοργάνωση ακροάσεων. Ο στόχος πρέπει να είναι πάντοτε η συμμετοχή των αμέσως ενδιαφερομένων στις διαβουλεύσεις και συγκέντρωση διαφόρων αντιδράσεων, ιδιαίτερα σε ένα τόσο ανομοιογενή τομέα.

2.3. Οι ΜΜΕ και η διεύρυνση της Ευρωπαϊκής Ένωσης

2.3.1. Δεδομένου ότι η πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης θα ισχύσει και για τις υποψήφιες χώρες, θα ήταν ιδιαίτερα χρήσιμο να προωθηθεί η εναρμόνιση της συγκέντρωσης των σχετικών δεδομένων. Η Επιτροπή των Περιφερειών συνιστά στην Επιτροπή να μεριμνήσει, ούτως ώστε η συγκέντρωση διαρθρωτικών δεδομένων για τις επιχειρήσεις στις υποψήφιες χώρες να γίνει σύμφωνα με την ίδια μέθοδο που χρησιμοποιείται στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Επίσης, συνιστά, να προωθηθεί η ίδια μέθοδος στο μέτρο του δυνατού και σε άλλες χώρες.

2.3.2. Επειδή το τρίτο πολυετές πρόγραμμα δράσης είναι ανοικτό στη συμμετοχή εννέα υποψήφιων χωρών, θα ήταν ευκαίριο να μελετηθούν οι δυνατότητες των ΜΜΕ από τις χώρες αυτές, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν είναι απαραίτητο να αναληφθούν συμπληρωματικές πρωτοβουλίες. Έτσι, θα είναι πιθανώς απαραίτητο να διευρυνθεί στις χώρες αυτές η πρόσβαση των ΜΜΕ σε χρηματοδοτικούς πόρους και να ληφθούν μέτρα για τη στήριξη διασυνοριακών πρωτοβουλιών.

2.3.3. Η διεύρυνση της Ευρωπαϊκής Ένωσης δεν θα επηρεάσει μόνο τις υποψήφιες χώρες αλλά και τα σημερινά κράτη μέλη καθώς και άλλες χώρες ιδιαίτερος την Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη. Όσον αφορά τα μέτρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης που αφορούν τις χώρες αυτές, η ΕΤΠ συνιστά να δοθεί περισσότερο προσοχή στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ούτως ώστε να βελτιωθεί ο χώρος που καταλαμβάνουν οι επιχειρήσεις στο κοινωνικοοικονομικό πλέγμα και γενικότερα στο πολιτιστικοκοινωνικό περιβάλλον.

2.3.4. Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Στοκχόλμης συμφώνησε να προωθήσει περισσότερο δραστήρια τη συμμετοχή των υποψήφιων χωρών στην υλοποίηση των στόχων και της διαδικασίας της στρατηγικής της Λισσαβώνας. Στα πλαίσια αυτά, μπορεί να αναμένεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή ότι θα φροντίσει ώστε όλες οι μελλοντικές πρωτοβουλίες για τις ΜΜΕ να συνοδεύονται και από μία αξιολόγηση του αντίκτυπου στις υποψήφιες χώρες και ειδικότερα στις ΜΜΕ που υπάρχουν σ' αυτές.

2.3.5. Στα πλαίσια της πολιτικής για τις ΜΜΕ, η Επιτροπή δίνει ιδιαίτερο βάρος στην καινοτομία και στην προηγμένη τεχνολογία, τομείς που συμβάλλουν στη δημιουργία ποιοτικών θέσεων απασχόλησης. Αυτό είναι μεν ορθό, τίθεται όμως το ερώτημα εάν οι υποψήφιες χώρες, λόγω της διάρθρωσης των ΜΜΕ στην επικράτειά τους, διαθέτουν το δυναμικό και τις δυνατότητες να αξιοποιήσουν τα διαθέσιμα διαρθρωτικά ταμεία χρηματοδότησης. Το κατώφλι για τις χώρες αυτές πρέπει να διατηρηθεί σε αρκετά χαμηλά επίπεδα. Εδώ μπορεί να συνεκτιμηθεί το γεγονός ότι υπάρχουν τομείς με περισσότερο παραδοσιακό χαρακτήρα οι οποίοι μπορούν να συμβάλουν σημαντικά στην οικονομική ανазωογένηση.

2.3.6. Στα πλαίσια της διεύρυνσης, πρέπει να δοθούν στις επιχειρήσεις των υποψήφιων χωρών και τις οργανώσεις τους τα απαραίτητα μέσα για την ενίσχυση μιας συναινετικής οικονομικής πολιτικής και του κοινωνικού διαλόγου.

2.4. Οι ΜΜΕ και η περιφερειακή οικονομία

2.4.1. Δεδομένου ότι οι επιχειρήσεις εγκαθίστανται συχνά κατά ομάδες σε μία γεωγραφική περιοχή, η οικονομία της γνώσης επηρεάζει την περιφερειακή κατανομή της οικονομικής δραστηριότητας και της απασχόλησης. Γι' αυτό και η Επιτροπή πρέπει να μεριμνήσει ούτως ώστε να μπορέσουν να επωφεληθούν όλες οι περιφέρειες από την πολιτική που ασκείται έναντι των επιχειρήσεων σε σχέση με την καινοτομία και τη νέα οικονομία. Αυτό ισχύει επίσης και για την προαγωγή του e-commerce. Η Επιτροπή των Περιφερειών καλεί την Επιτροπή να χρησιμοποιήσει όπου αυτό είναι απαραίτητο τα διαρθρωτικά ταμεία ως μέσο για να βοηθήσει τις μειονεκτούσες περιφέρειες στην προσπάθεια για την ανανέωση της οικονομίας τους.

2.4.2. Οι τοπικές και περιφερειακές αρχές διαθέτουν μία άριστη γνώση των επιτόπιων συνθηκών και αποτελούν για το λόγο αυτό τους ενδεδειγμένους εταίρους για την εφαρμογή της ευρωπαϊκής πολιτικής για τις ΜΜΕ. Η Επιτροπή των Περιφερειών καλεί την Επιτροπή να προβεί σε αξιολόγηση της ευρωπαϊκής πολιτικής (για παράδειγμα του προγράμματος δράσης 2000-2006 για τις ΜΜΕ) με γνώμονα τις πολιτικές προτεραιότητες των τοπικών και περιφερειακών αρχών και να διοργανώσει, ενδεχομένως, σχετικά σεμινάρια.

2.4.3. Η ισχύς και η αποδοτικότητα της μεθόδου του ανοικτού συντονισμού αυξάνονται ακόμη περισσότερο με τη συμμετοχή

όλων των ενδιαφερομένων στη διαδικασία για τον καθορισμό των δεικτών. Αυτό ισχύει, όλως ιδιαιτέρως για τις τοπικές και περιφερειακές αρχές. Είναι, συνεπώς, πάρα πολύ σημαντικό να συμμετάσχουν οι αρχές αυτές στη διαδικασία για την κατάρτιση μέσων αξιολόγησης, δεικτών και μέσων προδιαγραφής επιδόσεων.

2.4.4. Στην εκπαίδευση και στην κατάρτιση πρέπει να συμπεριληφθεί και η έννοια της επιχειρηματικής δραστηριότητας ως εναλλακτικής μεθόδου απασχόλησης για τους νέους καθώς και στη συνοδεία νέων ανεξάρτητων επιχειρηματιών, πάντοτε σύμφωνα με τα περιφερειακά δεδομένα.

Βρυξέλλες, 14 Νοεμβρίου 2001.

Ο Πρόεδρος
της Επιτροπής των Περιφερειών
Jos CHABERT