

Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság Véleménye Tárty: „A nagy áruforgalmat bonyolító kiskereskedelmi ágazat alakulása és a beszállítókra és fogyasztókra gyakorolt hatásai”

(2009/C 175/10)

2007. szeptember 27-én az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság Eljárési Szabályzata 29. cikkének (2) bekezdése alapján úgy határozott, hogy saját kezdeményezésű véleményt dolgoz ki a következő tárgyban:

A nagy áruforgalmat bonyolító kiskereskedelmi ágazat alakulása és a beszállítókra és fogyasztókra gyakorolt hatásai.

A bizottsági munka előkészítésével megbízott Ipari Szerkezetváltás Konzultatív Bizottsága (CCMI) 2008. november 18-án elfogadta véleményét. (Előadó: Madi SHARMA.)

Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság 2008. december 3–4-én tartott, 449. plenáris ülésén (a december 3-i ülésnapon) 136 szavazattal 21 ellenében, 20 tartózkodás mellett elfogadta az alábbi véleményt.

1. Következtetések, ajánlások és javaslatok

1.1 A nagy áruforgalmat bonyolító kiskereskedelmi ágazat (*High Volume Retail*, röviden: HVR) Európában a gazdasághoz való pénzügyi hozzájárulást, a munkahelyteremtést és a fogyasztóknak nyújtott különféle kínálatokat tekintve fontos szerepet tölt be. Az ágazat növekedésének hatásáról nemrégiben újabb bizonyítékok kerültek elő és nem bizonyított állítások kaptak szárnyra. A versenyképesség, a növekedés, valamint a több és jobb munkahely jegyében megszületett lisszaboni stratégia kontextusában ez a vélemény azonosítja mindazokat a konkrét területeket, amelyekben nagyobb átláthatóságra és kellő gondosságra van szükség az iparágban belül csakúgy, mint a kiskereskedők, a beszállítók, az alkalmazottak és a fogyasztók védelme terén.

1.2 Az Európai Bizottság, közelebbről a Belső Piaci, valamint a Vállalkozáspolitikai Főigazgatóság jelenleg kutatásokat végez a HVR fejlődéséről, amelyek során különösen az árreket, a beszállítói lánc hosszát és résztvevőit, valamint a teljes kiskereskedelmi ágazatot térképezi fel. A Foglalkoztatási Főigazgatóság a kiskereskedelmi ágazat szakképességre vonatkozó igényeit vizsgálja a 2020-ig tartó időszakra nézve. Az EGSZB a lehetőségekhez mérten felkínálja támogatását az Európai Bizottságnak.

1.3 Az EGSZB az alábbiakban olyan intézkedésekre tesz ajánlásokat, amelyek a növekedés fenntartását, a kiskereskedők és beszállítók közötti egészséges versenyt és a munkavállalók védelmét veszik célba, valamint hosszú távú előnyöket kínálnak a fogyasztók számára, mindezt a fenntarthatóság szempontjának figyelembevételével.

1.4 Az EGSZB továbbra is nyomon fogja követni a HVR fejlődését, elsősorban a kisebb európai országokban tevékenykedő nagykereskedelmi cégek fejlődésének elemzése révén és az olyan ágazatokban – pl. háztartási gépek –, amelyekkel a jelenlegi tanulmány nem foglalkozik.

1.5 Az EGSZB által megrendelt kutatás⁽¹⁾ szerint Nyugat-Európában mind az élelmiszer, mind a ruházat, mind pedig más ágazatok (barkács- és sportcikk, szabadidő, kultúra) területén a

(1) A nagy áruforgalmat bonyolító kiskereskedelmi ágazat fejlődése Európában az elmúlt 5 év során – EGSZB–CCMI. Készítette a *London Economics*. Internet: http://www.eesc.europa.eu/sections/ccmi/externalstudies/documents/HVR_Final_Report_revised_with_annex.doc.

HVR koncentrációja figyelhető meg. Mindent összevetve azonban ez nem ágazati fúziók, felvásárlások vagy akvizíciók következménye. Bár az utóbbi években nagy nemzetközi kiskereskedelmi hálózatok is felbukkantak, a kiskereskedelmi ágazat továbbra is a nemzeti szintre összpontosít.

1.6 A kiskereskedelmi ágazat növekedése és sikere kedvező az európai gazdaság szempontjából. Számos kiskereskedelmi vállalat, amely kkv-ként kezdte, a siker érdekében hatékonyabbá és versenyképesebbé vált, fokozta termelékenységét és jobban odafigyel a fogyasztók igényeire. A magánvállalkozások modelljei, a szövetkezetek és a szociális gazdasági modellek is növekvő tendenciát mutatnak. Sok európai vállalkozás mára sikeres világcéggé nőtt, és már Kínában, az Egyesült Államokban, a Távol-Keleten és Oroszországban is üzleteket nyit. A legsikeresebb cégek számára a hazai piacon megmutatkozó erejük lehetővé tette, hogy üzleti modelljeiket a világ legnagyobb kihívást tartogató fogyasztói piacain is próbára tegyék. Mindez komoly hasznot hozott a munkavállalóknak, a részvényeseknek és persze az európai fogyasztóknak is, akik széles termékpalettát és versenyképes árakat élvezhetnek.

1.7 A kiskereskedelem olyan dinamikus, innovatív és versenyképes ágazat, amelyről a nemzeti versenyhivatalok következetes vizsgálatai kimutatták, hogy élénk és versenyképes⁽²⁾. Fontos, hogy a kereskedelemben elért sikert ne büntessék, kivéve, ha olyan gyakorlatot alkalmaznak, amely összeegyeztethetetlen a belső piac megvalósításával, főként ha egyértelmű bizonyíték van a piaci erőfölénnyel való visszaélésre vagy a fogyasztók megkárosítására, ami ellentétes az EK-Szerződés 81. cikkével. A versengő piac a fogyasztók védelmének hatékony eszköze, és a működés hatékonysága további előnyökkel járhat. Egy szabad és szabályszerű piacon a kereskedők versenye a szolgáltatások megfelelő nyújtására, a termékek minőségére és az ár-érték arányra épül.

(2) Az Egyesült Királyság versenybizottságának az élelmiszerpiacon végzett vizsgálata:

<http://www.competition-commission.org.uk/inquiries/ref2006/grocery/index.htm> (angol nyelven). A végső változat megjelenése 2008 második felében várható.

[2] Az Osztrák Szövetségi Versenyhivatal felmérése a szupermarketek vásárlóerejéről:

http://www.bwb.gv.at/BWB/English/groceries_sector_inquiry.htm (angol, illetve német nyelven).

1.8 Még ha érthető módon léteznek is eltérések és egyenlőtlen-ségek a 27 tagállam által alkotott gazdasági egységben, az EGSZB akkor is szükségesnek látja az egyeztetést, vagyis az európai szintű koordinációt annak érdekében, hogy a kereskedelem betölthesse egyetemes szolgáltatási szerepét. Ez megvalósulhatna olyan, jobban összehangolt európai szintű kezdeményezés révén, amely a kereskedelmi tevékenység fejlődésének jobb támogatása érdekében annak mérésére és nyomon követésére irányul.

1.9 A beszállítók és a HVR közötti átlátható működési eljárások megmutatása végett az EGSZB azt ajánlja, hogy tartsanak további vitát arról, hogy egy önkéntes, a kiskereskedők és a beszállítók viszonyát tagállami szinten szabályozó gyakorlati kódex bevezetése milyen hozzáadott értéket képviselne és az EU versenyszabályai szerint mennyire lenne jogszerű, valamint elemezzék ki világosan és átlátható módon az olyan beszállítói láncokat, amelyekben az elsődleges beszállítón és a kiskereskedelmi nagyvállalaton kívül számos más érintett fél is részt vesz.

1.10 Nemzeti szinten be lehetne vezetni egy önkéntes alapú, önszabályozó, a beszállítói lánc teljes hosszán („tanyától a tányérig”) végbemenő tranzakciókra vonatkozó, a kereskedők és a beszállítók közötti írásos szerződésekkel támogatott gyakorlati kódexet.

1.11 A kódex több, a termelés és szolgáltatás terén működő kis- és közép-, valamint kézműves vállalkozás számára tenné lehetővé a nagy áruforgalmat bonyolító kiskereskedelmi ágazatba való belépést, minimális garanciák mellett.

1.12 A kódex a kereskedelemben és a tárgyalások során rugalmasságot, illetve a jelenlegi rugalmasság megtartását, valamint a körülmények hirtelen változásaihoz (pl. infláció vagy az olajárak ingadozása) való alkalmazkodást tenne lehetővé úgy, hogy az mind a beszállító, mind pedig a kereskedő számára előnyös legyen, ám egyúttal megakadályozná, hogy a HVR, illetve a nagy beszállítók nyomást gyakoroljanak vagy visszaéljenek erőfölényükkel.

1.13 Egy ilyen kódex az alábbiakat tartalmazhatná:

- szabványos üzleti feltételek a kereskedők és a beszállítók között, bármely változás (ideértve a szerződés megszűnését is) életbe lépésére vonatkozó meghatározott értesítési határidőkkel,
- tilos nyomás hatására a megállapodás szerinti árakat visszamenőlegesen csökkenteni,
- nem lehet nyomás hatására marketing-, illetve kereskedelmi költségekhez való hozzájárulást követelni az eredeti szerződésben foglaltakon túlmenően,
- a kereskedő bevételkiesés miatt nem követelhet kompenzációt a beszállítóktól, kivéve, ha arról előzetes megállapodás született, illetve ha a beszállító nem a kért mennyiséget szállította,
- el nem adott árut csak indokolt esetben és a szerződés feltételeinek megfelelően lehet visszaküldeni,

- sérülés, gondatlan kezelés, illetve mulasztás miatt az eredeti szerződésben foglaltakon túl nem lehet kártérítést követelni, amennyiben ott egyértelműek a feltételek,
- nem lehet a megrendelések vagy a polchely biztosításáért összegű kifizetést követelni. Minden promócióval kapcsolatos kifizetésnek egyértelműnek és átláthatónak kell lennie,
- minden promócióról a két félnek előre meg kell egyeznie, egyértelmű értesítési határidőket kell megjelölni, és a promóció feltételeit átlátható módon, írásban meg kell határozni,
- a kereskedő forgalombecslési hibáit nem szabad a beszállítóra visszahárítani, még a promóciós időszakokban sem. Ha a forgalombecslés a beszállítóval közösen készül, a feltételeket írásban le kell fektetni,
- a termelőknek és a kiskereskedőknek a fogyasztók elvárásainak megfelelően rendelkezésre kell bocsátaniuk az értékesített áruk – különösképpen az importált áruk – jellemzőire és az előállításuk feltételeire vonatkozó információkat,
- a szerződéses feltételek részeként a beszállítót tájékoztatni kell az írásban tett vásárlói panaszok kezelési eljárásáról.

1.14 A kódexet a kiskereskedelmi vállalkozás beszerzési részlegének és vezetésének minden tagjával ismertetni kell. Ezenkívül a kereskedők kötelesek kijelölni egy a kódex betartását ellenőrző belső felelőst, akinek feladata a beszállítókkal kötött szerződések nyilvántartásának vezetése, valamint a beszállítók automatikus értesítése a szerződési feltételek változásáról.

1.15 Az EGSZB ezenkívül közvetítők kinevezését javasolja nemzeti szinten, aki a jogvitákban a döntőbíró szerepét látna el, felmérné és felügyelné a kódex betartását, valamint jogában állna információkat gyűjteni valamennyi érintettől, illetve saját kezdeményezésre vizsgálatokat folytatni a kódex megsértése kapcsán. Ez a javaslat összhangban áll az EGSZB-nek a *Small Business Act*-re vonatkozó ajánlásával.

1.16 Az európai jogot hatékonyan kell érvényesíteni a kereskedelem terén. A fizetési feltételek meghatározását azonban módosítani kell oly módon, hogy az a lehető leghosszabb fizetési időszakot tegye lehetővé. Létezik ugyan már erre vonatkozó jogszabály, de azt a nemzeti szintű jogrendbe csak minimális harmonizáció mellett, illetve kívülmaradási (*opt-out*) záradékokkal vették át.

1.17 A nagy áruforgalmú kiskereskedelmi egység nyitására vonatkozó kérvények elbírálásával kapcsolatban az illetékes kormányzati szerveknek „versenytiszt” kellene kidolgozniuk a helyi hatóságok számára, például az igényfelmérés vagy a városközpont védelmének politikája érdekében, melynek segítségével utóbbiak felmérnék a különféle kereskedelmi formák közötti valós helyi versenyhelyzetet, a földtulajdon-szerződéseket, az infrastruktúrákat és a közösségi előnyöket. Ennek célja a jelenlegi és jövőbeli kereskedelmi kínálat sokféleségével, valamint az agglomerációbeli helyi kereskedők, HVR-ek és kereskedelmi központok elkerülhetetlen együttélésével kapcsolatos problémák megoldásának biztosítása.

1.18 A kiskereskedelmi ágazat leginkább nemzeti szinten van jelen, emiatt a kódex pontjainak hatékony betartatása érdekében a közhatóságoknak (a nemzeti versenyhivataloknak) rendszeres időközönként felül kellene vizsgálniuk az ombudsman problémás gyakorlatokról szóló jelentéseit, és lehetővé kell tenni számukra, hogy közvetlenül kérhessenek adatokat a kereskedőtől, illetve a beszállítótól, hogy rendelkezésükre álljon az iparági összehasonlító elemzés és helyzetjelentés. Ha gyakoriak a bejelentések, jogszabályt lehetne kidolgozni a probléma kezelésére. Az illetékes közhatóságokat arra is ösztönözni kell, hogy a lánc összes résztvevőjét tájékoztassák a gyakorlati kódex használatáról és előnyeiről, valamint hogy biztosítsák annak tiszteletben tartását.

1.19 Végül pedig a tagállamoknak gondoskodniuk kell arról, hogy a környezet lehetővé tegye a kiskereskedők közti magas szintű versenyt – függetlenül attól, hogy biztosítani kell a különböző ágazatok közötti egyensúlyt és a városrendezési szempontok figyelembevételét –, hogy a fogyasztók élvezhessék az alacsonyabb árak és a nagyobb választék előnyeit.

2. Indoklás

2.1 Az Ipari Szerkezetváltás Konzultatív Bizottsága a kibővített Európa kontextusában a főbb ipari változásokhoz kapcsolódó közösségi fellépések egyeztetését és koherenciáját szorgalmazza, miközben egyensúlyt kíván biztosítani a társadalmilag elfogadható változások szükségessége és az európai ipar versenyképességének megőrzése között.

2.2 Az utóbbi időben nyilvánvalóvá vált a nagy áruforgalmat bonyolító kiskereskedelmi ágazat növekedése, illetve társadalomra gyakorolt hatása és befolyása. A versenyképesség, a növekedés, valamint a több és jobb munkahely jegyében megszületett lisszaboni stratégia kontextusában ez a vélemény azonosítja mindazokat a konkrét területeket az értéklánc teljes hosszán – egészen a fogyasztóig –, amelyeken az EU fellépésére vagy mechanizmusaira lehet szükség.

2.3 A vélemény kidolgozásához az EGSZB tanulmányt készítetett, amely megkísérli meghatározni a HVR fogalmát (Lásd a *London Economics* tanulmányát az 1. mellékletben). Azonban – amint azt a tanulmány is megjegyzi – az egyes definíciókísérletekhez használt paraméterek különböző eredményeket hoztak. A kkv-k meghatározásába nem illő kiskereskedők nagy száma, illetve különösen az új tagállamokban a statisztikák hiánya miatt ebben a véleményben az alábbi összevont definíciót alkalmazzuk: A nagy áruforgalmat bonyolító kiskereskedelmi vállalkozások (HVR-ek) olyan cégek, amelyeknek piaci részesedése meghaladja az 5 %-ot vagy forgalmuk meghaladja a 200 millió eurót, és legalább 250 főt foglalkoztatnak. Ezenkívül érdemes kielemezni az egyes piacok 5 legerősebb vállalatát, valamint az üzleti modell magán-, illetve szociális jellegét.

2.4 A tanulmány továbbá nyolc európai országban vizsgálta meg az élelmiszer- és a ruházati ágazatot: az Egyesült Királyságban, Franciaországban, Németországban, Spanyolországban, Olaszországban, Romániában, Lengyelországban és a Cseh Köztársaságban. A koncentráció más ágazatokban – többek közt a barkácscikkek, az elektromos készülékek, a szabadidő és a kultúra ágazatában – is nyilvánvaló, ám azokra a jelentés nem tér ki. A véleményben szereplő elemzés statisztikai alapokon nyugszik⁽³⁾. Számos további tanulmány készült még az ellátási láncban érintett különböző ágazatokról, beleértve a munkavállalókat és a fogyasztókat is; ezeket azért említjük, hogy rávilágítsunk a tényező bizonyítékok megszerzésének komplexitására, valamint az eddig elvégzett kutatások⁽⁴⁾ volumenére.

2.5 EU-szerte a nagyáruházak igen széles kínálatuk révén egyre több fogyasztót vonzanak. A 2005-ös adatok szerint a legjelentősebb piaci részesedéssel a *Carrefour* (Franciaország), a *Metro* csoport (Németország), a *Tesco* (Egyesült Királyság) és a *Rewe* (Németország) rendelkezik Nyugat-, Közép- és Kelet-Európában. 2005-ben Németországban, Franciaországban, Írországban és Svédországban az 5 legnagyobb kiskereskedelmi vállalat uralta az élelmiszerpiac több mint 70 %-át.

2.6 Számos HVR – ideértve a szövetkezeteket és a kiskereskedelem szociális gazdasági modelljeit is – kkv-ként kezdte tevékenységét, és látványos növekedésük sok tanulsággal szolgálhat. Mindannyian jelentős mértékben hozzájárultak a lisszaboni menetrendhez a versenyképesség, a foglalkoztatás és a növekedés terén. A HVR-t erős és gyakran koncentrált nagykereskedelmi és gyáripari ágazat támogatja. Az erőfölénnyel rendelkező beszállítók által gyakorolt nyomás a kiskereskedők árrésére, valamint a kkv-ként működő beszállítók versenyképességére is kihat. Remélhetőleg az Európai Bizottság – a Belső Piaci, valamint a Vállalkozáspolitikai Főigazgatóság – által az elkövetkező néhány évben végzett tanulmányok eredményei elsősorban a beszállítói lánc hosszára és a bennük részt vevő felek számára, valamint a teljes kiskereskedelmi iparágban az árrés eloszlására vonatkoznak majd.

2.7 A kiskereskedelmi ágazat növekedése és új fejleményei – például az új ruhakülönlegességeket árusító boltok megjelenése is – jelentős következményekkel járnak a vállalatokra nézve, ideértve a kkv-kat és a magánvállalkozásokat, a munkavállalókat, a beszállítókat és a fogyasztókat is. A CCMI-nek ez a saját kezdeményezésű véleménye a nagy áruforgalmú kiskereskedelmi ágazat elmúlt öt évben tapasztalt fejlődésére vonatkozó objektív adatokat tekinti át az európai HVR-re összpontosítva, elsősorban az élelmiszer és a ruházat területén.

⁽³⁾ Lásd az 1. lábjegyzetet.

⁽⁴⁾ I) A textil- és ruházati szektor liberalizációjának hatása az árakra. Kieli Világgazdasági Intézet, Kiel, Németország. Európai Bizottság, Kereskedelmi Főigazgatóság, végleges jelentés: 2007. 4. 18. Internet: http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2007/june/tradoc_134778.pdf. II) Üzleti kapcsolatok az EU ruházati ellátási láncában: a gyártóktól a kiskereskedelemig és a disztribúcióig. Bocconi Egyetem, ESSEC Business School, Baker McKenzie. Végleges jelentés: 2007. október. Internet: http://ec.europa.eu/enterprise/textile/documents/clothing_study_oct_2007.pdf.

2.8 A jelenlegi helyzet áttekintése az élelmiszer- és a ruházati szegmensben:

- Az élelmiszer-kiskereskedelem forgalma 2006-ban 754 milliárd eurót tett ki ⁽⁵⁾, ami reálértékben 3,4 %-os növekedést jelent 2003-hoz képest. Jól látható, hogy az értékesítések összmenyiségének 65 %-a Franciaországból, az Egyesült Királyságból és Németországból származik, további 30 %-ot pedig Olaszország, Spanyolország és Lengyelország képvisel. Romániában, Magyarországon és Csehországban az eladások együttesen az összes forgalom kevesebb mint 5 %-át tették ki.
- A ruházati kiskereskedelmi adatok megszerzése ennél nehezebb. A kiskereskedelmi értékesítések végösszege itt 2006-ban 120 milliárd euró, ami 2003-hoz képest 2,5 %-os reálérték-növekedést jelent. A kiskereskedelmi eladások szinte mind az Egyesült Királyságban, Németországban, Franciaországban, illetve Olaszországban történtek, bár az is lehet, hogy ez az új tagállamokból származó adatokhoz való korlátozott hozzáférést tükrözi.
- Nemzeti szinten a legnagyobb forgalma az élelmiszer-ágazatban működő kiskereskedelmi vállalatoknak van. A legnagyobb ilyen vállalat, a *Tesco* jelentősen megelőzi riválisait: 2006-os értékesítései 10 milliárd euróval meghaladták a második helyezett *Carrefour*ét.
- Az élelmiszer- és ruházati kiskereskedelmi cégek összehasonításában a legnagyobb ruházati vállalat (a *Marks and Spencer*) csak a 25. helyen áll.
- Számos élelmiszer-ágazati besorolású HVR ruházati és textiltermékeket, valamint elektronikai cikkeket is árul, forgalmát tehát nem lehet pusztán az élelmiszereknek tulajdonítani.
- Olaszországban és Spanyolországban 2003 óta több mint 25 %-os növekedés mutatkozott a HVR-ek élelmiszer-értékesítéseiben. Csehországban és Romániában is jelentős a növekedés (noha Románia rendkívül alacsony szintről indult).
- A ruházati szektorban a nagy áruforgalmú kiskereskedelmi vállalatok a tanulmányban vizsgált kilenc piac közül csak háromon vannak jelen. Németországban és az Egyesült Királyságban a HVR-ek értékesítése stabil növekedést mutatott (5 %, illetve 3 %). Ugyanakkor az egyetlen olaszországi lánc (a *Benetton* csoport) értékesítései reálértékben csökkentek 2003 és 2006 között ⁽⁶⁾.

⁽⁵⁾ A kiskereskedelmi cégek internetes értékesítése bár része a globális értékesítési adatoknak, nem szerepel külön a dokumentumban, mivel az értékesítések növekedése ellenére ez az Egyesült Királyságban az élelmiszer-eladásoknak csak 1–2 %-át képviseli.

⁽⁶⁾ A *London Economics* köztes jelentése: A nagy áruforgalmat bonyolító kiskereskedelmi ágazat fejlődése Európában az elmúlt 5 év során. 2008. február.

2.9 Az élelmiszer költségalapja (alapanyagárak) jelenleg a leggyorsabb globális növekedést mutatja az elmúlt évtizedekhez képest. Elsősorban a gabonaáraknak köszönhetően, amelyek a globálisan növekvő jólét, a gyenge termés és a kormányok által kitűzött bioüzemanyag-célokra a kínálatra gyakorolt hatásai miatt az alapvető élelmiszerekre és a takarmányra is befolyással vannak, az árak új magasságokba szöknek, ami a fogyasztókra is kihat.

2.10 Manapság egy reprezentatívnek tekinthető megrakott bevásárlókosár jóval többbe kerül, mint a korábbi években, és a tartalma is tagállamonként más és más. A nyersanyagárak közelmúltbeli növekedése mindenfajta profittól megfoszthatja a beszállítókat. A még kisebb haszonkulcsokkal működő kiskereskedelmi vállalatok esetében a pénztárnál fizetendő ár növekedése kihat a nemzeti szintű inflációs adatokra, ez pedig igen gyorsan lecsapódik a munkaerővel folytatott bértárgyalások során. A bolti árak hirtelen növekedése az olajárak közelmúltbeli emelkedésével együtt a teljes beszállítói láncra és a fogyasztókra egyaránt kihat, és jelenleg mindenki számára aggasztó kilátásokat tartogat.

2.11 Mivel a fogyasztók az erős versenynek köszönhetően szabadon váltogathatnak a kiskereskedők között, a kiskereskedelmi cégek mindent megtesznek a hatékonyság és a méretgazdaságosság növelése érdekében. Számos beszállító a kiskereskedő fejlődésével egy ütemben növekedett – az ő stratégiáikból értékes tanulságokat lehet levonni.

Maga a beszállítói lánc is hosszú lehet, és az árrést a résztvevők – köztük a forgalmazók, a csomagolók, a másodlagos előállítók, a feldolgozók, illetve a viszonteladók – a lánc teljes hosszán mind-mind növelhetik az élelmiszer- és a ruházati szegmensben egyaránt.

2.12 A ruházati szektort Európa-szerte viszonylagos árstabilitás jellemzi, főként az uniós gazdaság lassú növekedése miatt, ami a változó fogyasztási mintáknak, a nemzetközi kereskedelem liberalizációjának, a kínai piacvezető pozíció megszilárdulásának és az európai valuták erősödő árfolyamának köszönhető. Ezenkívül a piac dinamikája is változik, hiszen a hagyományos szupermarketek bővítik nem élelmiszert értékesítő részlegeiket, és különösen a ruházati és a kisebb, független szaküzletek helyébe olyan láncok lépnek, mint a *Zara* és a *H&M* ⁽⁷⁾.

⁽⁷⁾ Bocconi Egyetem; Üzleti kapcsolatok az EU ruházati áruházláncaiban, 2007. október. Végleges jelentés: 2007. október. Internet: http://ec.europa.eu/enterprise/textile/documents/clothing_study_oct_2007.pdf.

2.13 Az árindexek közötti különbség alakulása nem szükségszerűen tükrözi az árkülönbözet alakulását, amely pedig az árszintek közötti különbség mércéje⁽⁸⁾. Továbbá óvatosnak kell lenni azzal, hogy milyen következtetést vonunk le ebből az elemzésből. Az árak alakulásában tapasztalt különbségek ugyanis nem szükségszerűen adják vissza a termelők és a kiskereskedők árreisaiben bekövetkező változásokat. Ennek az az oka, hogy az árak alakulásában sok más tényező is szerepet játszik, például a forgalmi adó⁽⁹⁾, a bérek, az importárak vagy a technológia változása hozzájárulhat a termelői árakkal néha össze sem hasonlítható fogyasztói árak csökkenéséhez vagy növekedéséhez.

2.14 Az európai kiskereskedők osztják azt a nézetet, hogy a fenntartható fogyasztás és termelés megvalósítása kulcsfontosságú kihívás a jövőre nézve. A kiskereskedők naponta szembesülnek fogyasztóik változó igényeivel, a megfelelő és pontos tájékoztatás iránti, mindig módosuló elvárásokkal, az új biotermékek gyors megjelenésével, valamint a beszállítói lánc egyre „zöldülő” folyamataival. Ezzel kapcsolatban az európai kiskereskedők egy fenntartható fogyasztási cselekvési programot, illetve egy kiskereskedői környezetvédelmi cselekvési programot (REAP) javasolnak önként, továbbá szorosan együtt kívánnak működni az Európai Bizottsággal a 2020-ra kitűzött éghajlat-változási célok elérése érdekében.

3. Megfigyelendő területek

3.1 A civil társadalom által felvetett alábbi problémák enyhítése érdekében az alkalmazandó lehetséges mechanizmusokról szóló jövőbeli vitát a hibás gyakorlatok egyértelmű és átlátható jelentési eljárásaira, illetve minden esetben a panaszok alátámasztására szolgáló bizonyítékokra kell alapozni. Ez minden érintett félre érvényes.

3.2 A tagállamoknak olyan szintű versenyt kell biztosítaniuk, amely minden kereskedelmi forma megfelelő fejlődését lehetővé teszi, hogy a fogyasztók élvezhessék az alacsonyabb árak és a nagyobb választék előnyeit.

3.3 A nemzeti szinten bevezetett, a méltányos kereskedelmi gyakorlatokat támogató szabályozások a helyi társadalmi preferenciákat – például a nyitvatartási időket, illetve a munkaerővel kapcsolatos kérdéseket – is figyelembe vehetnék, ezért az EGSZB által ajánlott önkéntes gyakorlati kódexet tagállami szinten kell kidolgozni és alkalmazni, különösen azért, mert a kiskereskedelem piaca túlnyomórészt helyi szinten működik.

⁽⁸⁾ Ha például a termelői ár 100, a fogyasztói ár pedig 200, és mindkét ár 10 %-kal emelkedik, az nem jelenti azt, hogy az árrés változatlan marad. A különböző szintek miatt az árrés ugyanis 100-re (200–100) 110-re (220–110) emelkedik.

⁽⁹⁾ „A mért árak a fogyasztók által ténylegesen fizetendő árak, vagyis tartalmazzák többek közt a termékekre kivetett értékesítési adókat – mint amilyen a forgalmi adó –, és a szezonvégi eladási árakat tükrözik.” – Rövid felhasználói útmutató a harmonizált fogyasztóiár-indexekhez (HICP), Eurostat, 2004. március.

3.4 A „Jobb jogalkotás”⁽¹⁰⁾ érdekében uniós szinten versenypárti reformok születtek a korlátozó jogszabályok eltörlésére, ez adta az EGSZB-nek is az ívet arra, hogy az iparág önszabályozására tegyen ajánlást. Egy nemzeti szinten, kiskereskedők által összeállított kódexet úgy is lehet értelmezni, mint ami elősegíti a kiskereskedők közötti összejátszást (ami pedig versenyellenes). A közpolitikának azonban célul kell kitűznie az effajta kódexek felülvizsgálatát, hogy mind a kiskereskedők, mind a beszállítók számára biztosítsa a nagyobb átláthatóságot és a kellő gondosságot, hosszú távon pedig növelje a fogyasztók számára kínált előnyöket.

3.5 A kiskereskedelem és a beszállítói láncban alkalmazott gyakorlatokkal kapcsolatban sok bejelentés érkezik. Az EGSZB ezért fogalmazta meg ajánlását a szerződések szükségességéről és egy tagállami szintű gyakorlati kódex bevezetéséről (lásd a *Következtetések és ajánlások* fejezetet), hogy a kiskereskedő és a beszállító védelme érdekében az eljárás átláthatóbbá váljon, adott esetben pedig sor kerülhessen egy hozzáférési jogkörrel rendelkező közvetítő személy beavatkozására, és mindezek által választ lehessen adni a felmerülő vádakra.

3.6 A versenypolitika és a kiskereskedelmi ágazatot érintő más szabályozó politikák a kereskedelmi politikát egészítik ki. Úgy tűnik, hogy az egyik fő politikai kihívás az, hogy olyan egyensúlyt tudjunk teremteni, amelyben a kiskereskedők kihasználhatják a méretgazdaságosság előnyeit a beszerzés és a működés terén anélkül, hogy visszaélnének a piaci erejükkel.

3.7 A gyakorlati kódexet ezenkívül az import területének megfigyelésére is alkalmazni lehetne. Manapság az élelmiszer- és ruházati termékek importja jelentősen befolyásolja a piaci erők alakulását. Az élelmiszer-behozatal aránya a nyugati országokban általában magasabb, ám a kelet-európai országokban az élelmiszerfogyasztás terén az import részaránya gyorsan emelkedik.

3.8 A nyugati országokban igen magas az import piaci részesedése a ruházati szegmensben⁽¹¹⁾. Számos esetben az arány a 100 %-ot is meghaladja. Ez azért fordulhat elő, mert az export összértéke meghaladja a termelés összértékét, ami azt jelenti, hogy egyes termékek előbb behozatalra, majd más piacokra kivitellel kerülnek.

⁽¹⁰⁾ http://ec.europa.eu/governance/better_regulation/index_en.htm.

⁽¹¹⁾ A ruházati szegmens definíciója: minden olyan termék, amely „viselésre szánt termékek előállításával, illetve szőrme kikészítésével és festésével” kapcsolatba hozható.

4. Kiskereskedelmi munkavállalók

4.1 A kiskereskedelmi ágazat létfontosságú a liszaboni stratégiában az ágazatban alkalmazott munkavállalók számát tekintve. A Foglalkoztatási Főigazgatóság jelenleg kutatási tanulmányt folytat a kis- és nagykereskedelmi ágazatban felbukkanó új kompetenciákról, valamint az ágazat jövőbeli szakképzési és foglalkoztatási igényeiről a 2020-ig tartó időszakra nézve. A textilipari, ruházati és bőripari termékek ágazatáról hasonló tanulmányt végeznek. Ez a két tanulmány egy 16 gazdasági ágazatot felölelő projekt része. Az ágazatok mindegyike esetében olyan közös előrejelzési módszert alkalmaznak, amellyel forgatókönyv-elemzés alapján meghatározható a szakképzések és a foglalkoztatás jövőbeli alakulása.

4.2 A *London Economics* által végzett tanulmány szerint az Egyesült Királyságban körülbelül 1,2 millió alkalmazott dolgozik az élelmiszer-ágazatban aktív HVR-eknél. A többi ország ennél kevesebb munkaerőt foglalkoztat, de általánosságban véve a nyugat-európai HVR-ek több alkalmazottat foglalkoztatnak, mint a kelet-európai országokban. Az alkalmazottak száma 2003 óta minden országban növekedett, kivéve Franciaországot és Csehországot, ahol változatlan maradt.

4.3 A HVR foglalkoztatási részaránya Európa-szerte változó. Az Egyesült Királyságban és Németországban a HVR a munkavállalók több mint 75 %-át, illetve 60 %-át foglalkoztatja az

élelmiszer- és nagyáruházakban, míg Lengyelországban ez az arány körülbelül 20 %, Romániában pedig kevesebb mint 5 %.

4.4 A nők részaránya a nagy- és kiskereskedelmi ágazatban Európa-szerte összességében magasabb, mint az összes ágazatra vetítve, de ez a különbség a 10 új tagállamban sokkal nagyobb, mint az EU-15 országaiban. Az egyedüli kivétel Franciaország, ahol a nők kisebb arányban vannak jelen a nagy-és kiskereskedelmi ágazatban, mint a gazdaság egészében.

4.5 A tagállamok közötti, kor szerinti megoszlásban érdekes különbségek fedezhetők fel. Az Egyesült Királyságban például sokkal nagyobb a fiatal (25 év alatti) munkavállalók aránya, mint bárhol máshol, de a 65 év feletti munkavállalók aránya is magasabb (bár számuk még mindig igen alacsony). Olaszországban, Csehországban és Magyarországon itt kevesebb a fiatal munkavállaló, viszont magasabb a 25 és 49 év közötti munkavállalók aránya.

4.6 A részmunkaidőben foglalkoztatottak aránya magasabb a nagy- és kiskereskedelmi ágazatban, mint a teljes európai gazdaságban, habár az egyes országok között, akárcsak az EU-15 és együttvéve a 10 új tagállam között jelentős különbségek vannak.

Kelt Brüsszelben, 2008. december 3-án.

az Európai gazdasági és Szociális Bizottság elnöke
Mario SEPI

az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság főtákará
Martin WESTLAKE