



PARLAMENTO EUROPEU

2009 - 2014

Documento de sessão

A7-0374/2013

14.11.2013

RELATÓRIO

sobre o Plano de ação europeu para o setor retalhista em benefício de todos os operadores envolvidos
(2013/2093(INI))

Comissão do Mercado Interno e da Proteção dos Consumidores

Relator: Cornelis de Jong

PR_INI

ÍNDICE

Página

PROPOSTA DE RESOLUÇÃO DO PARLAMENTO EUROPEU	3
EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS	11
PARECER DA COMISSÃO DO EMPREGO E DOS ASSUNTOS SOCIAIS.....	15
RESULTADO DA VOTAÇÃO FINAL EM COMISSÃO	20

PROPOSTA DE RESOLUÇÃO DO PARLAMENTO EUROPEU

sobre o Plano de ação europeu para o setor retalhista em benefício de todos os operadores envolvidos

(2013/2093(INI))

O Parlamento Europeu,

- Tendo em conta a Comunicação da Comissão, de 31 de janeiro de 2013, relativa à Criação de um Plano de Ação Europeu para o Setor Retalhista (COM(2013)0036),
- Tendo em conta o Livro Verde da Comissão, de 31 de janeiro de 2013, sobre as Práticas Comerciais Desleais na Cadeia de Abastecimento Alimentar e não Alimentar entre as Empresas na Europa” (COM(2013)0037),
- Tendo em conta o Relatório da Comissão, de 5 de julho de 2010, intitulado “Exercício de monitorização do mercado do comércio e da distribuição - Para um mercado interno do comércio e da distribuição mais eficiente e equitativo até 2020” (COM(2010)0355),
- Tendo em conta a sua Resolução, de 5 de julho de 2011, sobre um mercado de comércio retalhista mais eficiente e equitativo¹,
- Tendo em conta a Comunicação da Comissão, de 22 de maio de 2012, intitulada "Uma Agenda do Consumidor Europeu para incentivar a confiança e o crescimento" (COM(2012)0225),
- Tendo em conta a sua Resolução, de 11 de junho de 2013, sobre “Uma nova agenda para a política europeia dos consumidores”²,
- Tendo em conta o Documento de Trabalho dos serviços da Comissão, de maio de 2012, intitulado “Painel de Avaliação das Condições de Consumo – Os consumidores em casa no mercado único: Análise da integração do mercado único retalhista e das condições de consumo nos Estados-Membros” (SEC(2012)0165),
- Tendo em conta a Comunicação da Comissão, de 27 de novembro de 2012, intitulada “Proteger as empresas contra práticas comerciais enganosas e garantir uma aplicação efetiva das normas Revisão da Diretiva 2006/114/CE relativa à publicidade enganosa e comparativa” (COM(2012)0702),
- Tendo em conta a sua resolução, de 22 de outubro de 2013, sobre as práticas comerciais enganosas³,
- Tendo em conta o trabalho do Fórum de Alto Nível sobre a Melhoria do Funcionamento da Cadeia de Abastecimento Alimentar e da Plataforma de Peritos sobre as Práticas Contratuais entre Empresas,
- Tendo em conta o Documento de Consulta da Comissão, de 4 de julho de 2013, intitulado

¹ JO C 33 E de 5.2.2013, p. 9.

² Textos Aprovados, P7_TA(2013)0239.

³ Textos Aprovados, P7_TA(2013)0436.

“Consulta aos parceiros sociais nos termos do artigo 154.º do TFUE sobre o reforço da cooperação na UE em matéria de prevenção e dissuasão do trabalho não declarado” (C(2013)4145),

- Tendo em conta a Comunicação da Comissão, de 28 de outubro de 2009, intitulada “Melhor funcionamento da cadeia de abastecimento alimentar na Europa” (COM(2009)0591),
- Tendo em conta a sua Resolução, de 7 de setembro de 2010, sobre rendimentos justos para os agricultores: melhor funcionamento da cadeia de abastecimento alimentar na Europa¹,
- Tendo em conta a sua Declaração de 19 de fevereiro de 2008 sobre a investigação e o tratamento do abuso de poder dos grandes supermercados que operam na União Europeia²,
- Tendo em conta a Comunicação da Comissão, de 11 de janeiro de 2012, intitulada “Um enquadramento coerente para reforçar a confiança no mercado único digital do comércio eletrónico e dos serviços em linha” (COM(2011)0942),
- Tendo em conta as suas Resoluções, de 11 de dezembro de 2012³ e de 4 de julho de 2013⁴, intituladas “Reforçar a confiança no Mercado Único Digital”,
- Tendo em conta o parecer do Comité Económico e Social Europeu, de 10 de julho de 2013, sobre a Comunicação da Comissão intitulada “Criação de um Plano de Ação Europeu para o Setor Retalhista”⁵,
- Tendo em conta o parecer do Comité Económico e Social Europeu, de 11 de julho de 2013, sobre o Livro Verde da Comissão sobre as Práticas Comerciais Desleais na Cadeia de Abastecimento Alimentar e não Alimentar entre as Empresas na Europa⁶,
- Tendo em conta a Diretiva 2011/83/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro de 2011, relativa aos direitos dos consumidores⁷,
- Tendo em conta a Diretiva 2000/13/CE do Parlamento Europeu e do Conselho relativa à aproximação das legislações dos Estados-Membros respeitantes à rotulagem, apresentação e publicidade dos géneros alimentícios e o Regulamento (UE) n.º 1169/2011, de 25 de outubro de 2011, relativo à prestação de informação aos consumidores sobre os géneros alimentícios⁸,
- Tendo em conta a Diretiva 2006/114/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de dezembro de 2006, relativa à publicidade enganosa e comparativa⁹,
- Tendo em conta a Diretiva 2011/7/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 16 de fevereiro de 2011, que estabelece medidas de luta contra os atrasos de pagamento nas transações

¹ JO C 308 E de 20.10.2011, p. 22.

² Textos aprovados, P6_TA(2008)0054.

³ Textos Aprovados, P7_TA(2012)0468.

⁴ Textos aprovados, P7_TA(2013)0327.

⁵ <http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.en.int-opinions.26063>.

⁶ <http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.en.int-opinions.26065>.

⁷ JO L 304 de 22.11.2011, p. 64.

⁸ JO L 109 de 6.5.2000, p. 29.

⁹ JO L 376 de 27.12.2006, p. 36.

comerciais¹,

- Tendo em conta a Diretiva 2007/64/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 13 de novembro de 2007, relativa aos serviços de pagamento no mercado interno²,
 - Tendo em conta o artigo 48.º do seu Regimento,
 - Tendo em conta o relatório da Comissão do Mercado Interno e da Proteção dos Consumidores e o parecer da Comissão do Emprego e dos Assuntos Sociais (A7-0374/2013),
- A. Considerando que a importância do mercado retalhista não pode, de modo algum, ser subestimada, uma vez que representa 11 % do PIB da UE e mais de 15% da totalidade dos seus postos de trabalho, conta com mão-de-obra especializada e não especializada e contribui para o tecido social,
- B. Considerando que a importância estratégica do setor retalhista tem que ser plenamente reconhecida como motor do crescimento, da competitividade e da inovação, assim como da consolidação do mercado único e da recuperação da confiança dos europeus no mercado interno;
- C. Considerando que, numa sociedade cada vez mais marcada por contactos virtuais através da Internet, as lojas ainda são o lugar onde as pessoas se encontram e as ruas comerciais e os centros das cidades, assim como os pontos de venda direta pelos produtores, são locais que podem constituir um cenário de experiências partilhadas e um ponto único em termos de identidade local, orgulho da comunidade, património comum e valores partilhados; considerando que, não obstante, o comércio eletrónico e as lojas com presença física não se excluem entre si, sendo efetivamente complementares;
- D. Considerando que a atual crise económica está a ter um forte impacto no sector retalhista, afetando, em particular, as lojas independentes e de menor dimensão;
- E. Considerando a **persistência das práticas comerciais desleais (PCD) e as suas consequências negativas, que afetam toda a cadeia de oferta, incluindo os agricultores e as PME, considerando que as PCD têm um impacto negativo nos interesses dos consumidores, assim como no crescimento e na criação de emprego**,
1. Regozija-se com a criação, pela Comissão, de um Plano de Ação Europeu para o Sector Retalhista;
 2. Considera que o Plano de Ação deveria ter prestado maior atenção às consequências da atual crise económica para o sector retalhista e, em particular, para as lojas independentes e de menor dimensão;
 3. Congratula-se com a intenção da Comissão de criar um grupo permanente para a competitividade do setor retalhista, mas realça a importância de uma representação equilibrada, nomeadamente de grandes e pequenos retalhistas, fornecedores, cooperativas e grupos de interesses nos domínios do consumo, ambiente e assuntos sociais; solicita que a Comissão adote uma abordagem abrangente ao setor retalhista, evitando duplicações e burocracia adicionais, e assegure a coerência e uma estreita colaboração com outros fóruns existentes, como a Mesa

¹ JO L 48 de 23.2.2011, p. 1.

² JO L 319 de 5.12.2007, p. 1.

Redonda anual sobre o Mercado a Retalho;

4. Congratula-se com o estabelecimento, pela Comissão, de um Grupo de peritos de alto nível para a inovação no setor retalhista e solicita à Comissão que examine rapidamente as recomendações desse Grupo, a fim de continuar a promover o empreendedorismo, estimular a inovação e criar empregos e crescimento na Europa;
5. Apoia a Mesa Redonda sobre o Mercado a Retalho, organizada pela sua Comissão do Mercado Interno e da Proteção dos Consumidores, como fórum institucional destinado a manter o setor retalhista no topo da agenda política da UE, de modo a avaliar os progressos na implementação de aspetos relevantes do Plano de Ação para o Comércio a Retalho, prestar informações sobre os trabalhos do grupo permanente para a competitividade do setor retalhista e atualizar informações sobre os progressos de outras plataformas e mecanismos de diálogo formal existentes; solicita ao Grupo permanente sobre a competitividade do setor retalhista que, em estreita colaboração com o Parlamento, proceda à organização da Mesa Redonda anual sobre o Mercado a Retalho;
6. Exorta os Estados-Membros a não tomarem medidas, no contexto de políticas de austeridade, que minem a confiança dos consumidores e prejudiquem diretamente os interesses do setor retalhista, como o aumento do IVA, a reclassificação dos produtos e respetivas taxas ou o aumento dos encargos para as lojas; reitera a importância da melhoria do acesso ao financiamento, especialmente para as PME do comércio por grosso e a retalho; congratula-se, neste contexto, com o Plano de Ação da Comissão de 2011 e com as recentes propostas legislativas destinadas a manter o fluxo de crédito para as PME e a melhorar o seu acesso aos mercados de capitais;
7. Salaria a necessidade de os Estados-Membros se absterem de adotar medidas discriminatórias, como, por exemplo, leis comerciais e fiscais que só afetam certos setores ou modelos empresariais e distorcem a concorrência;
8. Lamenta o facto de alguns Estados-Membros estarem a discriminar as atividades comerciais estrangeiras através da criação de novas barreiras que lhes dificultam o estabelecimento num determinado Estado-Membro, em clara violação dos princípios do mercado interno;
9. Insta a Comissão e os Estados-Membros a darem a maior proeminência política possível ao setor retalhista, enquanto pilar do Mercado Único, designadamente, do Mercado Único Digital, e a abolirem os obstáculos regulamentares, administrativos e práticos que dificultam o arranque, o desenvolvimento e a estabilidade das empresas e impedem os retalhistas de beneficiar plenamente do mercado interno; considera que a legislação aplicável ao mercado retalhista se deve basear em provas, tendo em conta as necessidades do setor, e na análise e compreensão do seu impacto nas pequenas empresas;
10. Solicita aos Estados-Membros que transponham as regras do mercado interno de forma coerente e consistente e apliquem, correta e integralmente, a legislação relativa ao mercado interno; salienta que a imposição de testes e registos adicionais, o não reconhecimento de certificados e normas, as restrições territoriais à oferta e outras medidas afins geram custos suplementares para os consumidores e retalhistas e, em particular, para as PME, privando assim os cidadãos europeus do usufruto pleno das vantagens do mercado único; solicita igualmente à Comissão que, a fim de assegurar uma melhor governação, siga uma política de tolerância zero relativamente aos Estados-Membros que não aplicam adequadamente as regras do mercado interno, recorrendo, sempre que adequado, a procedimentos por infração e a uma aceleração

desses processos através de uma abordagem de procedimento simplificado;

11. Solicita que o Pannel do Mercado Interno seja alargado de forma a abranger a implementação da Diretiva Serviços;
12. Incita as federações empresariais e as associações de consumidores a prestarem mais informação, formação e aconselhamento jurídico às partes interessadas a respeito dos seus direitos e dos instrumentos de resolução de litígios ao seu dispor, como a SOLVIT, e a incentivarem o intercâmbio das melhores práticas entre as mesmas;
13. Congratula-se com a intenção da Comissão de desenvolver instrumentos que facilitem o acesso dos consumidores a uma informação transparente, facilmente compreensível, comparável e fiável em matéria de preços, qualidade e sustentabilidade dos bens e serviços; insta a Comissão a criar uma base de dados de fácil acesso, que contenha todos os requisitos de rotulagem nacionais e da UE; alerta, simultaneamente, para o perigo da proliferação de rótulos e requisitos de rotulagem e apela à simplificação, nomeadamente, reunindo vários aspetos da sustentabilidade social e ambiental num só rótulo, reduzindo as diferenças entre requisitos nacionais de rotulagem obrigatória e fixando indicadores de referência/critérios comuns a nível da UE, quando adequado;
14. Solicita à Comissão que, ao controlar a aplicação do seu Plano de Ação, dê particular atenção às ações destinadas a apoiar os retalhistas independentes; incentiva as autoridades locais e regionais a promoverem ações tendentes a facilitar a igualdade de acesso e a criar condições de concorrência equitativas para os retalhistas independentes, no pleno respeito da concorrência livre e leal, como sejam: o encorajamento do princípio «adote uma loja», mediante o qual os retalhistas de maior dimensão funcionam como mentores das lojas mais pequenas na mesma localidade, em particular no caso das recém-chegadas ao mercado; a promoção de grupos de retalhistas independentes, inclusive cooperativas, que beneficiam de assistência mútua e de algumas economias de escala, preservando simultaneamente a sua total independência; o respeito do direito das autoridades locais e regionais de estimularem um ambiente favorável às pequenas lojas independentes, normalmente instaladas nos centros das cidades, através da redução das tarifas de energia – incluindo para a iluminação noturna dos anúncios - e das rendas mediante parcerias público-privadas, da adoção de reduções comerciais dos impostos locais para as pequenas empresas e os retalhistas independentes, em conformidade com as regras da UE aplicáveis a auxílios estatais e concursos públicos no mercado interno, e do incentivo à cooperação entre as várias lojas de uma mesma zona;
15. Recorda que, apesar de a concentração de lojas fora dos centros das cidades poder ser conveniente para alguns consumidores, também pode ter consequências ambientais negativas e constituir um desafio, em particular para as pessoas idosas e para as pessoas com mobilidade reduzida ou que não têm um automóvel; insta por isso as autoridades locais e regionais a adotarem uma abordagem equilibrada que tenha também em conta que, em muitas regiões, sobretudo no contexto da crise económica, já foi alcançado o ponto de saturação; salienta que os promotores do setor retalhista devem continuar a assumir a sua responsabilidade partilhada de promover a sustentabilidade, uma verdadeira liberdade de escolha dos consumidores e o acesso ao mercado para as pequenas lojas; observa que as rendas em centros comerciais situados fora dos centros urbanos podem ser demasiado elevadas para as pequenas lojas independentes e sublinha a necessidade de garantir que estas gozem de condições de concorrência equitativas, por exemplo, fixando as rendas como percentagem do volume de negócios, quando tal não seja já a prática adotada;

16. Reconhece a competência das autoridades locais no que diz respeito ao planeamento urbano; salienta, porém, que este último não deve ser utilizado como pretexto para contornar o direito de livre estabelecimento; recorda, neste contexto, a importância de uma aplicação adequada da Diretiva Serviços; incentiva os Estados-Membros a suprimirem os obstáculos à livre circulação e a abrirem os seus mercados, a fim de estimular a competitividade e promover a diversidade de lojas, factor crucial para que as zonas comerciais, especialmente nos centros urbanos, permaneçam atraentes;
17. Salienta a importância das parcerias público-privadas para assegurar zonas comerciais limpas, seguras e acessíveis nos centros urbanos e simultaneamente combater, entre outros aspetos, os efeitos negativos dos edifícios devolutos em zonas comerciais, disponibilizando esses espaços, por exemplo, a empresas em fase de arranque, com rendas mais baixas do que o habitual, em conformidade com as regras da UE aplicáveis aos auxílios estatais e aos concursos públicos;
18. Observa que o rápido desenvolvimento do comércio eletrónico trouxe benefícios significativos aos consumidores e empresas em termos de inovação, novas oportunidades de mercado e crescimento, melhoria da escolha, competitividade reforçada e redução de preços; nota, porém, que as lojas se deparam agora com novos desafios que tornam as estratégias de retalho multicanal ainda mais importantes; incentiva os retalhistas, tendo em conta o papel social e cultural deste setor, a tirarem o máximo partido de tecnologias inovadoras e a desenvolverem novos modelos de negócios para a sua base de clientes em linha, expandindo simultaneamente a experiência de compra nos estabelecimentos comerciais, nomeadamente através do aumento dos níveis de serviço pré e pós-venda;
19. Congratula-se com a intenção da Comissão de incentivar o comércio eletrónico; lamenta, porém, a ausência de um objetivo que torne os serviços e bens em linha mais acessíveis aos consumidores de todos os Estados-Membros; solicita à Comissão que proponha uma estratégia para evitar que os operadores económicos adotem políticas discriminatórias nas suas práticas de comércio eletrónico, assegurando assim que todos os cidadãos da UE tenham acesso livre ao comércio transfronteiras em linha;
20. Salienta que o comércio eletrónico é importante para assegurar a livre escolha dos consumidores e o acesso a bens e serviços, em particular nas áreas remotas; salienta que devem ser tomadas medidas adequadas para desenvolver todo o seu potencial, incluindo a melhoria do acesso à internet nas áreas mais remotas da UE; apoia as medidas preconizadas na Comunicação da Comissão sobre o comércio eletrónico, de 11 de janeiro de 2012, tendentes a reforçar a confiança, simplificar o registo transnacional de domínios, reforçar a segurança dos pagamentos em linha e dos serviços de entrega, facilitar a cobrança transfronteiriça de créditos e melhorar a informação prestada aos consumidores sobre os seus direitos, nomeadamente em matéria de retratação e de possibilidades de recurso;
21. Reitera a importância de remover os obstáculos (por exemplo, linguísticos, administrativos e decorrentes da falta de informação) que limitam o potencial comercial do negócio em linha transfronteiriço e prejudicam a confiança dos consumidores no mercado único;
22. Solicita à Comissão que resolva a questão das taxas multilaterais de intercâmbio e salienta a importância de suprimir as regras aplicáveis ao sistema de cartão que reforçam os efeitos anticoncorrenciais dessas taxas; insta a Comissão a apoiar os Estados-Membros que já dispõem de sistemas de pagamentos transparentes, competitivos e inovadores, utilizando esses sistemas como boas práticas para o desenvolvimento de um mercado de pagamentos menos oneroso e equitativo na Europa;

23. Destaca a responsabilidade do setor retalhista em matéria de sustentabilidade; saúda o facto de retalhistas e fornecedores se encontrarem na vanguarda da responsabilidade ambiental, particularmente no que toca aos resíduos, ao consumo de energia, ao transporte e à redução de CO₂; considera que são necessários esforços adicionais nesta matéria;
24. Congratula-se, em particular, com as iniciativas voluntárias e os compromissos assumidos pelos retalhistas e fornecedores para reduzir o desperdício de bens alimentares;
25. Saliencia a importância de preservar o comércio a retalho em lojas e mercados, um setor principalmente constituído por milhares de microempresas familiares e que também constitui um aspeto característico da economia europeia;
26. Chama a atenção para o facto de os retalhistas proporem diferentes meios modernos de aquisição e venda de bens e serviços que contribuem para aumentar a liberdade de escolha dos consumidores e proporcionar oportunidades de emprego flexíveis, em particular aos jovens e aos desempregados de longa duração;
27. Apela a um maior apoio e incentivo às PME e cooperativas, especialmente as que se revelem inovadoras e contribuam para a economia social, respondam a novas necessidades de mercado e impliquem atividades ecológicas e socialmente responsáveis, tendo em vista promover a competitividade do setor retalhista da UE, fazer baixar os preços para o consumidor, melhorar a qualidade do serviço e criar novas oportunidades de emprego;
28. Recorda a importância de uma aplicação adequada da legislação social e laboral em vigor; requer a igualdade de tratamento para todos os operadores comerciais no mercado interno, de molde a lutar contra o trabalho não declarado e a fraude fiscal e social;
29. Congratula-se com o sistema de franquia (franchising) enquanto modelo comercial que apoia a apropriação de novas e de pequenas atividades; regista, todavia, a existência de condições contratuais desleais, em certos casos, e apela à celebração de contratos transparentes e leais; chama a atenção da Comissão e dos Estados-Membros, em particular, para os problemas enfrentados pelos franqueados que pretendem vender o seu negócio ou mudar a sua fórmula de negócio, mantendo, simultaneamente, a sua atividade no mesmo setor; convida a Comissão a examinar a possibilidade de suprimir os mecanismos de fixação de preços em sistemas de franquia e os efeitos das cláusulas de concorrência a longo prazo, das opções de compra e da proibição da multi-franquia, e a reconsiderar, a este respeito, a atual isenção das regras de concorrência para as partes contratantes que detenham uma quota de mercado inferior a 30%;
30. Manifesta-se preocupado com o rápido desenvolvimento de linhas de produtos brancos; salienta que estas devem ser desenvolvidas de modo a garantir uma maior liberdade de escolha dos consumidores, especialmente em termos de transparência, qualidade da informação e diversidade, e proporcionar oportunidades claras para as PME se inovarem e desenvolverem;
31. Apoia o trabalho do Fórum de Alto Nível sobre a Melhoria do Funcionamento da Cadeia de Abastecimento Alimentar e da Plataforma de Peritos sobre as Práticas Contratuais entre Empresas; considera que o Parlamento deve, com carácter de urgência, abordar as questões pendentes relacionadas com a sua participação no trabalho do Fórum; realça que também se verificam práticas comerciais desleais na cadeia de abastecimento não alimentar, pelo que solicita à Comissão e às associações empresariais que ponham em prática um diálogo construtivo e transetorial no seio dos fóruns existentes, incluindo a Mesa Redonda anual sobre

o Mercado a Retalho e o futuro Grupo sobre a Competitividade do Comércio a Retalho;

32. Congratula-se com os princípios de boas práticas e a lista de exemplos de práticas justas e desleais nas relações comerciais verticais na cadeia de abastecimento alimentar, bem como com o quadro para a implementação e aplicação destes princípios; congratula-se com o reconhecimento pelas associações empresariais da necessidade de executoriedade e **salienta que, para um mecanismo executório ter resultados práticos, é vital que seja respeitado por todos os intervenientes na cadeia de abastecimento e que todos participem, incluindo as organizações de agricultores e os setores da indústria transformadora e da distribuição por grosso; insta a Comissão a examinar os efeitos práticos da iniciativa voluntária, incluindo a aplicação dos princípios de boas práticas, no prazo de um ano a contar da sua entrada em vigor;**
33. Nota que os acordos de distribuição seletiva e exclusiva de produtos de marca para venda a retalho também suscitam questões relacionadas com as relações comerciais verticais; solicita, por isso, à Comissão e aos Estados-Membros que salvaguardem os direitos dos retalhistas e proprietários de lojas com poder de negociação mais limitados;
34. **Considera que, muitas vezes, é difícil para os elos mais fracos do mercado, nomeadamente os agricultores e os fornecedores, denunciar práticas comerciais desleais, realçando neste contexto a importância do papel das associações de empresas, que devem poder apresentar essas queixas em seu nome; convida a Comissão a analisar a necessidade ou viabilidade de um provedor ou árbitro e a examinar se este deverá dispor de poderes para agir ex officio, caso disponha de provas de práticas comerciais desleais;**
35. Exorta a Comissão a assegurar o direito dos pequenos fornecedores de criarem grupos de produtores sem serem penalizados pelas autoridades de concorrência nacionais, que se limitaram a avaliar a importância desses grupos com base unicamente na produção nacional;
36. Insta a Comissão a fazer aplicar a legislação existente em matéria de condicionalismos de abastecimento territorial impostos pelos fornecedores aos seus clientes;
37. Encarrega o seu Presidente de transmitir a presente resolução ao Conselho, à Comissão e aos governos e parlamentos dos Estados-Membros.

EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS

A importância do sector retalhista para a sociedade

Os serviços retalhistas revestem uma importância económica significativa, dado que representam 11 % do PIB da UE e 15 % da totalidade dos seus postos de trabalho. Na UE, foi dada bastante ênfase ao mercado retalhista por se considerar que é um dos principais pilares do Mercado Único. Para os grandes retalhistas, as economias de escala possíveis num mercado interno funcional podem fazer a diferença. É, pois, lamentável que muitos retalhistas que pretendem exercer a sua atividade em diversos ou em todos os Estados-Membros continuem a enfrentar obstáculos desnecessários, nomeadamente requisitos de rotulagem e embalagem diferentes, bem como práticas administrativas divergentes.

O Mercado Único Digital pode oferecer oportunidades adicionais aos retalhistas, embora, neste momento, os consumidores ainda continuem a dar maior preferência aos fornecedores do seu próprio país, inclusive para as compras em linha. Esta situação pode prender-se não só com o facto de os consumidores simplesmente não estarem tão familiarizados com os retalhistas de outros Estados-Membros, mas também com a incerteza sobre os seus direitos.

O valor social do sector retalhista é tão importante quanto o seu valor económico. A crescente importância da internet para a vida quotidiana, em particular, e a informatização das nossas sociedades, em geral, têm contribuído para um rápido decréscimo do número de oportunidades de contactos sociais na vida real. As pessoas tendem a passar cada vez mais tempo à frente dos seus computadores, *tablets* ou telemóveis, correndo-se o risco de que as nossas sociedades se tornem cada vez mais virtuais. As lojas do comércio tradicional ainda são locais onde as pessoas interagem na vida real. É, por conseguinte, importante que sejam preservadas, de preferência inseridas num ambiente societal mais vasto, como, por exemplo, bibliotecas, edifícios de índole cultural e edifícios públicos, e que ofereçam serviços adicionais.

Muitas pessoas queixam-se dos centros comerciais, que rapidamente se estão a tornar cada vez menos atrativos, uma vez que todos eles têm as mesmas lojas, as quais fazem parte de cadeias nacionais ou internacionais. Este aspeto pode, gradualmente, contribuir para que os consumidores deixem, em absoluto, de frequentar esses centros, em especial porque podem, com a mesma facilidade, comprar os mesmos produtos em linha. Para manter o seu carácter atrativo, há que repensar e melhorar constantemente a experiência das compras, assim como estimular a diversidade de lojas. O retalhista independente pode fazer a diferença, visto que lojas independentes podem estimular a curiosidade do consumidor. Centros comerciais com uma oferta diversificada de lojas locais podem estimular a vida da comunidade e até mesmo a identidade local, que é cada vez mais procurada, apesar, ou talvez por causa, da globalização.

O sector retalhista na atual crise económica

Na maioria dos Estados-Membros, a confiança dos consumidores atingiu um nível extremamente baixo. Os consumidores adiam as suas aquisições ou então visam os preços mais baixos. Em alguns Estados-Membros, as taxas de IVA sofreram aumentos, o que dificultou ainda mais o consumo e a sobrevivência dos retalhistas. A situação geral no sector retalhista na UE suscita preocupações, embora também haja exceções.

De acordo com os dados mais recentes do Eurostat, registou-se uma ligeira melhoria em maio 2013

em comparação com abril do mesmo ano¹. No entanto, na zona euro, o comércio retalhista continua a registar um decréscimo relativamente ao mesmo mês do ano anterior. O comércio não alimentar foi mais atingido do que o comércio alimentar e os retalhistas independentes são particularmente vulneráveis.

O Plano de Ação da Comissão para o Sector Retalhista não se debruça diretamente sobre as consequências, para o comércio retalhista, da crise e das medidas de austeridade aplicadas pelos Estados-Membros. Ora, isto significa que não foram tratados assuntos como o acesso ao financiamento para as pequenas empresas, a prevenção da falência ou a questão cada vez mais premente das lojas devolutas no meio de áreas comerciais. No que diz respeito ao acesso ao financiamento, foram aprovados relatórios separados pelo Parlamento, única razão que levou o relator a não incluir este tema no relatório em apreço. No entanto, a melhoria do acesso ao financiamento é vital, especialmente para as PME.

Uma vez que as falências afetam especialmente os retalhistas independentes e que a sua quota de mercado está a diminuir a olhos vistos, há que prestar especial atenção às suas necessidades. Se, no que toca ao sector retalhista, não queremos acabar por ter centros urbanos clonados, a Comissão e os Estados-Membros têm de tomar medidas já. As lojas de maior dimensão podem ajudar as mais pequenas, visto que também é do seu interesse manter uma diversidade de lojas na sua vizinhança, o que atrai mais clientes. Um grande retalhista manifestou-se disposto a dar início ao princípio “adote uma loja”. No âmbito de um programa desta natureza, as pequenas empresas podem solicitar aconselhamento, por exemplo, sobre questões administrativas ou financeiras, sem perderem a sua independência. As lojas podem trabalhar em conjunto através da criação de associações locais, para que o desenvolvimento da zona comercial se torne uma empresa comum, em estreita cooperação com as autoridades locais. Os alugueres e as tarifas de energia podem ser reduzidos, de molde a revitalizar certas zonas comerciais e as autoridades locais podem diversificar taxas locais, a fim de reduzir os encargos das lojas em determinadas áreas.

A Comissão sublinha, e com razão, que as políticas de ordenamento do território não podem discriminar por razões económicas. É possível, contudo, que surjam zonas de sombra, sempre que as autoridades locais pretendam promover as ruas comerciais nas zonas urbanas. Certos tipos específicos de comércio retalhista tendem claramente a tomar conta das ruas comerciais. Nesses casos, deve ser possível às autoridades locais introduzir regras específicas para garantir uma diversidade de lojas, o que é essencial para que zona comercial mantenha a sua atratividade.

O comércio eletrónico pode igualmente representar uma oportunidade única para os retalhistas, mas também se pode tornar uma ameaça para as lojas que, pura e simplesmente, ignorem o fenómeno. É sabido que muitos retalhistas se queixam de clientes que procuram informações sobre um produto numa loja tradicional, mas que acabam por comprar esse produto em linha, numa loja mais barata. Alguns argumentaram inclusivamente que talvez devessem cobrar uma taxa de entrada. Trata-se, como é óbvio, de uma solução inviável, que só contribuiria para acelerar o declínio dessas lojas, mas que demonstra o desespero desses comerciantes.

Os retalhistas têm de aceitar o comércio eletrónico como um dado adquirido. Por isso, para muitas lojas, é aconselhável enveredar por estratégias de vendas multicanais, nomeadamente os canais em linha e tradicional. O serviço é uma das principais vantagens comparativas de uma loja de tradicional. Para os artigos eletrónicos, é, muitas vezes, importante para o cliente obter um bom conselho, visto que a internet nem sempre é de fácil utilização. Também não é evidente saber em que sítios *web* confiar. Um bom caminho a seguir seria a ligação da loja na internet a lojas tradicionais, de molde a

¹ Eurostat News Release Euroindicators 104/2013.

que os clientes possam aconselhar-se, através da internet, junto de um vendedor real na filial mais próxima. Outra forma de promover as lojas tradicionais seria através da criação de uma “experiência” vivida na loja. Nesse caso, haveria que oferecer algo mais: as livrarias poderiam convidar autores para ler algumas das suas obras, as lojas de música poderiam organizar concertos ao vivo, as lojas de roupa poderiam oferecer desfiles de moda, etc. O serviço e a promoção de experiências são indispensáveis à sobrevivência dos estabelecimentos tradicionais.

Os contratos para os franqueados são cada vez mais rigorosos. É lamentável que a Comissão não tenha incluído todas as recomendações em resposta a este desenvolvimento, que tende a pôr em causa o próprio conceito de franquia, tornando-o menos atraente, embora a franquia possa ajudar a reduzir os efeitos da crise económica.

Sustentabilidade

Devido ao âmbito limitado do relatório, foi impossível examinar em detalhe o papel do retalho nas políticas sociais e ambientais. No entanto, o retalho é capital quando se trata de questões de sustentabilidade. As lojas podem influenciar o tipo de produto que os consumidores compram e, assim, estimular o comércio justo. As lojas podem promover a embalagem ecológica, o que pode apoiar a diminuição de resíduos. As lojas podem igualmente influenciar os padrões de consumo dos alimentos, ou seja, comprar apenas as quantidades de que necessitamos e, assim, evitar desperdício de alimentos, ou comprar mais produtos biológicos, por exemplo.

O mesmo é válido para as políticas sociais. Infelizmente, também se registam violações das leis sociais e da imigração no comércio retalhista. Verifica-se também a tendência para contratar jovens, pagando-lhes salários baixos, jovens esses que são substituídos de imediato assim que avançam na idade e se tornam mais caros. Ora, numa altura em que o serviço e a experiência são capitais para a sobrevivência das lojas, é importante investir no pessoal. O sector retalhista é excelente para oferecer aos jovens meios de formação, mas também deve assentar numa força de trabalho experiente, de molde a oferecer a qualidade certa. O cumprimento das leis laborais deve ser uma prioridade para os Estados-Membros. Neste contexto, cumpre incentivar uma cooperação estreita entre o sector retalhista e as autoridades, para que tais violações sejam tratadas de imediato e de forma eficaz.

Práticas comerciais desleais (PCD)

Os agricultores e os pequenos produtores sentem muitas vezes que não existe uma verdadeira liberdade contratual, uma vez que só podem vender os seus produtos a um número limitado de supermercados. Na realidade, porém, as coisas são mais complicadas. Nem todos os produtores são empresas de pequena dimensão. Por exemplo, a produção de açúcar é manifestamente controlada por um número limitado de empresas, cuja posição é tão poderosa que, em alguns Estados-Membros, quase pode ser considerada monopolista. Além disso, os supermercados nem sempre lidam diretamente com os produtores, mas sim com os distribuidores. Ora, esses comerciantes podem ser grandes empresas multinacionais, que, muitas vezes, têm margens de lucro superiores às dos supermercados. Ao considerar novas medidas, é importante ter em mente a complexidade da situação na cadeia de abastecimento alimentar.

O Livro Verde é muitas vezes considerado pelos supermercados como um primeiro passo para a legislação da UE neste sector. Embora possa ser útil esclarecer certos conceitos através da legislação ou diretrizes europeias, como, por exemplo o conceito de "dependência económica", o relator não está convencido da eficácia de uma abordagem puramente legislativa. Para os pequenos produtores é, muitas vezes, difícil intentar ações contra os supermercados (ou os distribuidores).

Frequentemente, temem retaliações: podem ter desmascarado certas PCD, mas a expensas da perda da sua relação comercial com o supermercado ou o distribuidor em causa.

O relator optou, por conseguinte, por uma abordagem cautelosa. Pese embora a utilidade de um acordo a nível da UE para proibir a venda abaixo do preço de custo no sector alimentar, **é melhor, de um modo geral, não confiar demasiado em soluções legislativas.**

São bem-vindas as iniciativas voluntárias, que já existem em alguns Estados-Membros e estão atualmente a ser desenvolvidas a nível da UE pelo Fórum de Alto Nível sobre a Melhoria do Funcionamento da Cadeia de Abastecimento Alimentar, pois podem constituir a base para uma assunção conjunta de responsabilidades. Todavia, alguns produtores queixam-se de que, sem uma aplicação adequada, essas iniciativas voluntárias não serão capazes de mudar a situação. Para manter a pressão, é, por isso, importante prever um provedor ou um juiz independente que possa proferir decisões *ex officio*. **Os supermercados opõem-se a mecanismos de denúncias anónimas, argumentando que tal os impede de se defender devidamente de tais queixas, o que os pode tornar vítimas de calúnias.** De molde a encontrar uma solução que respeite os interesses tanto dos produtores como dos supermercados, o relator prefere um sistema que torne possível às associações empresariais comunicar certas práticas a um provedor ou a um juiz, preservando, ao mesmo tempo, a confidencialidade relativamente às suas fontes de informação. Combinada com a possibilidade de o provedor/juiz poder tomar medidas *ex officio*, esta pode ser a uma solução justa.

Embora o relator apoie um mecanismo voluntário, este só pode ser eficaz se estiverem envolvidas todas as partes interessadas. Isto significa que produtores, comerciantes e supermercados têm de subscrever a iniciativa. Até ao momento, os produtores ainda não o fizeram. Resta saber quantos comerciantes o farão. **A iniciativa não funcionará se forem apenas os supermercados a subscrevê-la.**

Em segundo lugar, a **iniciativa voluntária não prevê a criação de um provedor ou juiz independente. Ao invés, assenta num grupo de governação composto por representantes de cada um dos grupos de interesses. O relator não rejeita esta abordagem, mas interroga-se sobre o carácter prático do trabalho em comparação com a existência de um provedor ou um juiz independente.**

Por fim, a iniciativa voluntária assenta inteiramente na censura ou no louvor públicos, não estando previstas outras sanções. Ora, é precisamente a ausência de sanções que coíbe os produtores de aderirem à iniciativa. Caso a iniciativa venha a ter sucesso, cumpre considerar sanções adicionais, nomeadamente multas e indemnizações para casos de violação dos princípios de boas práticas.

Pegada legislativa

Partilharam as suas posições com o relator as seguintes organizações:

Albert Heijn	Carrefour	Copa-Cogeca
Detailhandel NL	EDEKA	ESBA
Eurocommerce	Eurocoop	Associação Europeia de Livreiros
ERRT	IKEA	Jumbo
Svensk Handel	Tesco	Tradecraft
Vakcentrum NL	UGAL	

17.10.2013

PARECER DA COMISSÃO DO EMPREGO E DOS ASSUNTOS SOCIAIS

dirigido à Comissão do Mercado Interno e da Proteção dos Consumidores

sobre um plano de ação europeu para o setor retalhista em benefício de todos os operadores envolvidos
(2013/2093(INI))

Relator de parecer: David Casa

SUGESTÕES

A Comissão do Emprego e dos Assuntos Sociais insta a Comissão do Mercado Interno e da Proteção dos Consumidores, competente quanto à matéria de fundo, a incorporar as seguintes sugestões na proposta de resolução que aprovar:

1. Regista a importância do setor retalhista, que representa praticamente 15% do emprego total na UE (qualificado e não qualificado), e especialmente a sua importância para os jovens; reconhece o interesse da abordagem da Comissão, baseada na convicção de que a mobilidade poderá contribuir para o crescimento do setor, mas sublinha que a colocação em empregos transfronteiriços não pode, por si só, ser considerada um caminho para a saída da crise; observa igualmente que 29% de todas as empresas da UE, incluindo uma percentagem muito elevada de PME, estão envolvidas neste setor; considera, todavia, que nos últimos anos os ofícios tradicionais têm sido afetados e que são necessárias medidas para reforçar e promover o emprego de qualidade no setor;
2. Destaca que os retalhistas têm vindo a criar uma diversidade de modalidades modernas de aquisição e venda de bens e serviços que contribuem para aumentar a liberdade de escolha do consumidor e proporcionar oportunidades de emprego flexíveis, em particular aos jovens e aos desempregados de longa duração;
3. Destaca a necessidade de um quadro de ação uniforme e coerente, com uma coordenação eficaz dos diferentes domínios políticos, a fim de promover, em pé de igualdade, o desempenho do setor retalhista, tanto em termos económicos como em termos sociais e ambientais, em consonância com os objetivos da Estratégia Europa 2020, centrando-se na preservação e na criação de emprego de qualidade e sustentável;
4. Considera que, devido à recessão económica, o setor, incluindo a grande distribuição, sofreu uma redução significativa do número de postos de trabalho e teve de recorrer mais à imposição de regimes de trabalho de horário reduzido; observa que certas multinacionais, embora

mantendo níveis de rendibilidade positivos, se serviram da crise como pretexto para reduzirem os seus efetivos, aumentarem a carga de trabalho, recorrerem a instrumentos de complemento salarial e reduzirem o horário de trabalho;

5. Salaria a importância de abordar o desfasamento entre as competências da mão-de-obra e os requisitos do setor retalhista, em especial nos países com uma alta taxa de desemprego juvenil e dando especial atenção à melhoria das condições de trabalho, de forma a favorecer a criação de emprego, especialmente para os mais jovens, os desempregados de longa duração, os trabalhadores mais velhos e as pessoas com deficiência, bem como de considerar a necessidade de atualizar as competências através da aprendizagem ao longo da vida, para que os trabalhadores possam desempenhar novas tarefas relacionadas com a inovação e responder melhor às necessidades do mercado de trabalho e estejam, também, aptos a exercer ofícios tradicionais com carência de mão-de-obra; destaca também, que os empregadores devem ser proativos, preparando regularmente os trabalhadores para as mudanças e as inovações no setor;
6. Salaria, neste sentido, a importância de determinar claramente as necessidades do setor em termos qualitativos e quantitativos, em concertação ativa com todas as partes interessadas, nomeadamente os parceiros sociais e o setor empresarial, a fim de combater eficazmente o problema do desfasamento de competências na indústria retalhista;
7. Considera que, em média, os salários são geralmente mais baixos no setor retalhista do que noutros setores e que tal resulta num défice de qualificações, dado que os salários baixos desincentivam os trabalhadores altamente qualificados de permanecerem no ramo e de o encararem como um setor onde é possível progredir profissionalmente; recomenda, por conseguinte, que os Estados-Membros e as empresas, sempre que pertinente em concertação com os parceiros sociais, pratiquem no setor uma política salarial que assegure condições de vida dignas aos trabalhadores;
8. Lamenta o fenómeno que se verifica no setor, caracterizado por uma elevada percentagem de emprego de pessoal jovem e uma grande rotação do pessoal, associado a uma tendência para o recrutamento de jovens a baixo custo e com contratos de trabalho flexíveis, para a seguir os substituir quando a idade começa a aumentar e o contrato se torna mais estável e oneroso; exorta os Estados-Membros a adotarem planos que prevejam incentivos para a formação e a reconversão profissional dos trabalhadores mais velhos; considera que há uma necessidade premente de apoiar este setor, a fim de assegurar um emprego estável e digno;
9. Sublinha a necessidade de fazer uma melhor utilização dos instrumentos disponíveis e previstos ao nível da UE de apoio a parcerias estruturadas entre os detentores das competências e as empresas (incluindo as alianças de competências setoriais), no âmbito do programa Erasmus para Todos e da Garantia Europeia da Juventude; incentiva o desenvolvimento de parcerias escola/empresa, tais como os sistemas de formação dual de aprendizagem apoiados pela Aliança Europeia da Aprendizagem;
10. Considera que o setor se caracteriza por uma considerável flexibilidade, com contratos a prazo ou o recurso a agências de trabalho temporário; considera que este setor tende a obrigar os trabalhadores a trabalharem aos feriados e domingos, assim como durante a noite e ao final da tarde, com possíveis graves implicações na sua saúde e vida social; assinala a importância de promover um equilíbrio salutar entre vida profissional e vida familiar e exorta, por isso, os Estados-Membros a adaptarem as suas políticas relativamente ao trabalho aos domingos e feriados no setor retalhista, a fim de promover um tal equilíbrio, sem prejudicar desnecessariamente as PME do setor; insta encarecidamente os Estados-Membros e os parceiros

sociais a considerarem o trabalho ao domingo como sendo sempre voluntário, adequadamente remunerado e contrabalançado com períodos de descanso compensatório, devendo toda e qualquer exceção ser devidamente justificada;

11. Insta os parceiros sociais a adotarem como modelo os inúmeros acordos a nível da empresa que promoveram a autogestão dos horários de trabalho, para que os trabalhadores possam planear com uma semana de antecedência as horas extraordinárias ou suplementares, em vez de serem avisados com pouca antecedência, e para que tenham a possibilidade de, por motivos pessoais, optar trabalhar noutros estabelecimentos comerciais que não aqueles em que trabalham habitualmente;
12. Apela a um maior apoio e incentivo às PME e cooperativas, especialmente as inovadoras e as que contribuam para a economia social, respondam a novas necessidades de mercado e impliquem atividades amigas do ambiente e socialmente responsáveis, com o intuito de promover a competitividade do setor retalhista da UE, fazer baixar os preços para o consumidor, melhorar a qualidade do serviço e criar novas oportunidades de emprego;
13. Regista a existência de novas tendências importantes que aumentam a eficácia no fornecimento de serviços de retalho e incentiva o apoio a estas evoluções, inclusive no quadro do mercado único digital, nomeadamente no que toca ao seu desenvolvimento transfronteiriço; apela a um apoio adicional aos pequenos retalhistas, uma vez que geralmente têm menos possibilidades de acompanhar as evoluções tecnológicas;
14. Salienta que a grande distribuição colheu a maior parte dos lucros, a expensas das pequenas e microempresas, graças à sua capacidade de explorar as economias de escala, de aumentar a produtividade e de oferecer preços mais baixos; observa que esta situação é preocupante do ponto de vista da coesão social e local, na medida em que conduz ao desaparecimento das pequenas lojas dos centros urbanos, das povoações e das zonas rurais e à sua transferência para os centros comerciais localizados fora das cidades, dificultando o acesso aos produtos e serviços básicos, nomeadamente por parte dos idosos e das pessoas com deficiência; nota que, conseqüentemente, muitos postos de trabalho nos pequenos comerciantes foram extintos; exorta a Comissão e os Estados-Membros a assumirem compromissos de investimento, a preverem incentivos para apoiar as PME do setor e a adotarem legislação mais estrita em matéria de horário de abertura, por forma a assegurar a concorrência leal;
15. Observa que o trabalho não declarado representa um problema de relevo no setor retalhista, implicando elevados riscos sociais e baixos rendimentos para os trabalhadores, que assim são excluídos da cobertura do sistema de saúde e das prestações sociais, afetando as economias dos Estados-Membros e a viabilidade financeira do modelo social europeu e prejudicando o financiamento e o fornecimento das prestações sociais e dos serviços públicos; regista, com preocupação, a falta de recursos humanos dos serviços de emprego de muitos Estados-Membros; apela a uma aplicação adequada da legislação social e laboral já existente e ao aumento do número de inspeções de trabalho, sempre que necessário; saúda a iniciativa da Comissão de iniciar um diálogo com as partes interessadas do setor retalhista, no âmbito da plataforma europeia de luta contra o trabalho não declarado, para avaliar o impacto da economia informal sobre as condições de trabalho e identificar uma abordagem da UE para combater esta situação; considera desejável que as associações patronais expulsem as entidades empregadoras que recorrem a mão-de-obra não declarada.
16. Acolhe com agrado o apelo à segurança no trabalho, constante da comunicação da Comissão, mediante a construção de armazéns inteligentes que reduzam o risco de acidente decorrente da

deslocação de cargas pesadas num dos setores que mais riscos apresenta, fazendo ainda referência ao stress no trabalho e às lesões músculo-esqueléticas causadas pela má postura; insta, no que respeita a este último aspeto, a Comissão a tomar medidas, retomando a proposta de diretiva recentemente abandonada;

17. Lamenta que, em determinados casos, os contratos em vigor numa empresa franqueadora não sejam aplicados aos funcionários da empresa franqueada, embora considere a franquia um instrumento útil para a geração de crescimento no setor e para a criação de emprego;
18. Considera que o diálogo social no setor retalhista atingiu níveis satisfatórios e, por conseguinte, acolhe favoravelmente a decisão da Comissão de criar um grupo permanente para a competitividade do setor retalhista, que envolva os Estados-Membros e as partes interessadas pertinentes;
19. Lamenta que a comunicação da Comissão omita referências ao fenómeno de dumping social que existe no setor e induz certas multinacionais a investirem em países onde são colocados entraves à liberdade de associação e ao direito à negociação coletiva;
20. Considera que a legislação relativa ao mercado retalhista deve ser mais bem fundamentada, nomeadamente no que respeita à necessidade de analisar e compreender de forma adequada o seu impacto nas pequenas empresas;
21. Apela para que sejam adotadas medidas – a nível nacional e da UE – para eliminar as restrições regulamentares e os entraves administrativos desnecessários, passíveis de limitar o crescimento, a inovação e a criação de emprego nestes setores;
22. Sublinha que, em 2010, 8,7% da população europeia não pôde aceder a alimentos de qualidade e em quantidade necessária; frisa a importância da política da UE para apoiar o acesso a estabelecimentos de venda a retalho no setor alimentar que forneçam alimentos de qualidade a um preço acessível, em particular em zonas desfavorecidas, bem como para promover o emprego digno;
23. Salieta a importância do pequeno e médio comércio para o revigoramento, a diversificação e a animação das cidades e dos centros das povoações, por oferecerem um comércio de proximidade à população local, nomeadamente aos idosos, e por criarem emprego nas zonas rurais.

RESULTADO DA VOTAÇÃO FINAL EM COMISSÃO

Data de aprovação	17.10.2013
Resultado da votação final	+: 34 -: 2 0: 0
Deputados presentes no momento da votação final	Regina Bastos, Edit Bauer, Heinz K. Becker, Phil Bennion, Vilija Blinkevičiūtė, Philippe Boulland, Alejandro Cercas, Ole Christensen, Minodora Cliveti, Marije Cornelissen, Emer Costello, Frédéric Daerden, Richard Falbr, Stephen Hughes, Danuta Jazłowiecka, Patrick Le Hyaric, Olle Ludvigsson, Thomas Mann, Csaba Óry, Sylvana Rapti, Licia Ronzulli, Elisabeth Schroedter, Nicole Sinclair, Jutta Steinruck, Andrea Zanoni, Inês Cristina Zuber
Suplente(s) presente(s) no momento da votação final	Georges Bach, Sergio Gutiérrez Prieto, Anthea McIntyre, Csaba Sógor, Tatjana Ždanoka
Suplente(s) (n.º 2 do art. 187.º) presente(s) no momento da votação final	Eric Andrieu, Pilar Ayuso, Eduard-Raul Hellvig, Roberta Metsola

RESULTADO DA VOTAÇÃO FINAL EM COMISSÃO

Data de aprovação	5.11.2013
Resultado da votação final	+: 24 -: 0 0: 11
Deputados presentes no momento da votação final	Preslav Borissov, Jorgo Chatzimarkakis, Birgit Collin-Langen, Lara Comi, Anna Maria Corazza Bildt, António Fernando Correia de Campos, Cornelis de Jong, Vicente Miguel Garcés Ramón, Evelyne Gebhardt, Thomas Händel, Małgorzata Handzlik, Malcolm Harbour, Sandra Kalniete, Edvard Kožušník, Toine Manders, Hans-Peter Mayer, Phil Prendergast, Zuzana Roithová, Heide Rühle, Christel Schaldemose, Andreas Schwab, Catherine Stihler, Emilie Turunen, Barbara Weiler
Suplente(s) presente(s) no momento da votação final	Raffaele Baldassarre, Regina Bastos, Jürgen Creutzmann, María Irigoyen Pérez, Constance Le Grip, Emma McClarkin, Claudio Morganti, Kerstin Westphal
Suplente(s) (nº 2 do art. 187º) presente(s) no momento da votação final	Roberta Angelilli, Agustín Díaz de Mera García Consuegra, Marie-Thérèse Sanchez-Schmid