



Σειρά Οδηγών

Δυνατότητες στήριξης της πολιτικής για τις ΜΜΕ μέσω των διαρθρωτικών ταμείων

Εφαρμογή της Νομοθετικής Πράξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις σε περιφερειακό επίπεδο

Σειρά Οδηγών

Δυνατότητες στήριξης της πολιτικής για τις ΜΜΕ μέσω των διαρθρωτικών ταμείων

Εφαρμογή της Νομοθετικής Πράξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις σε περιφερειακό επίπεδο

Ένας οδηγός για τους υπευθύνους χάραξης πολιτικής, τους ενδιαφερόμενους φορείς και τις διαχειριστικές αρχές, ιδίως σε περιφερειακό επίπεδο, που επιθυμούν να υλοποιήσουν τα μέτρα και τις συστάσεις της πρωτοβουλίας «Small Business Act» στο επίπεδό τους

Ο παρών οδηγός εκπονήθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και έχει σχεδιαστεί και συνταχτεί από τον Pertti Hermannek, PH Projectmanagement & Consulting, Potsdam, Γερμανία, pertti.hermannek@ph-projectconsult.eu, με τη στήριξη της Ann-Kathrin Bohmüller.

Ο συγγραφέας ευχαριστεί επίσης για τη στήριξη τον Ralph Diestelhorst (πρώην μέλος της Επιτροπής των Περιφερειών) και τον Marc Kiwitt της Γραμματείας ΕΕΠ της Επιτροπής των Περιφερειών.

Παρότι ο οδηγός συντάχθηκε υπό την καθοδήγηση των αρμόδιων υπηρεσιών της Γενικής Διεύθυνσης Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, οι θέσεις του οδηγού δεν εκφράζουν απαραίτητα την άποψη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Για περισσότερες πληροφορίες επικοινωνήστε:

Ευρωπαϊκή Επιτροπή

Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας

Unit D.4: SME Policy Development and SBA Implementation

E-mail: Entr-sba@ec.europa.eu

URL: <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/business-environment>

Ο οδηγός ο οποίος συντάχθηκε στη γερμανική γλώσσα το 2014 έχει μεταφραστεί σε πολλές ευρωπαϊκές γλώσσες. Οι διάφορες γλωσσικές εκδόσεις είναι διαθέσιμες στην ακόλουθη διεύθυνση:

<http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/regional-sme-policies>.

Ο οδηγός αυτός καταρτίστηκε με σκοπό να παρέχει πληροφορίες και υποδείξεις ως προς τον τρόπο με τον οποίο τα διαρθρωτικά Ταμεία της ΕΕ μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να συνδράμουν στην υλοποίηση της πρωτοβουλίας «Small Business Act» στο επίπεδο των περιφερειών της Ευρώπης. Ειδικά αιτήματα σχετικά με τη χρησιμοποίηση των διαρθρωτικών ταμείων θα πρέπει πάντα να αξιολογούνται στο πλαίσιο των εφαρμοστέων κανόνων που ισχύουν την ημερομηνία και στη χώρα όπου υποβάλλεται η αίτηση.

Ο παρών οδηγός αποτελεί μέρος μιας σειράς η οποία περιλαμβάνει μέχρι στιγμής τους παρακάτω τίτλους:

1. Ενίσχυση του επιχειρηματικού πνεύματος και των επιχειρηματικών δεξιοτήτων στην ΕΕ
2. Χρησιμοποίηση προτύπων προς στήριξη της ανάπτυξης, της ανταγωνιστικότητας και της καινοτομίας
3. Διευκόλυνση της μεταβίβασης επιχειρήσεων
4. Ο έξυπνος οδηγός για την καινοτομία υπηρεσιών
5. Εφαρμογή της Νομοθετικής Πράξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις σε περιφερειακό επίπεδο
6. Τρόποι χρήσης των κονδυλίων των Διαρθρωτικών Ταμείων για τις ΜΜΕ και την επιχειρηματικότητα
7. Στήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ
8. Οι δημόσιες συμβάσεις ως κινητήρια δύναμη για την καινοτομία στις ΜΜΕ και τις δημόσιες υπηρεσίες

Για να παραγγείλετε περισσότερα αντίτυπα, παρακαλούμε απευθυνθείτε στη διεύθυνση:

http://bookshop.europa.eu/el/--pbNBBN13001/issues/?PublicationKey=NBBN13001&EditionKey=NBBN13001ENC_PDF&CatalogCategoryID=cKYKABsttUAAAEjrAY4e5L

Εναλλακτικά, μπορείτε να στείλετε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στη διεύθυνση:

Entr-sba@ec.europa.eu

ISBN 978-92-79-38086-0

ISSN 1977-7388

DOI 10.2769/17557

© Ευρωπαϊκή Ένωση, 2014

Τυπώθηκε στο Βέλγιο

Επιτρέπεται η αναπαραγωγή με αναφορά της πηγής, εκτός εάν προβλέπεται διαφορετικά.

Για τη χρήση ή επανекτύπωση υλικού το οποίο προστατεύεται από πνευματικά δικαιώματα και ορίζεται ως τέτοιο

πρέπει να λαμβάνεται άδεια από τους αντίστοιχους κατόχους των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας.

Πρόλογος



Τα 23 εκατομμύρια μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις στην Ευρώπη αποτελούν τους βασικούς πυλώνες της ευρωπαϊκής οικονομίας. Οι επιχειρήσεις αυτές είναι συνήθως πολύ στενά συνδεδεμένες με τις περιφέρειες στις οποίες ασκούν τις δραστηριότητές τους. Συνεπώς, οι περιφέρειες επωφελούνται άμεσα από τις οικονομικά ισχυρές ΜΜΕ μέσω περισσότερων θέσεων εργασίας, μέσω οικονομικής ισχύος και κοινωνικής ένταξης.

Η Πράξη για τις μικρές επιχειρήσεις (Small Business Act, εφεξής SBA) για την Ευρώπη ορίζει ένα σύνολο αρχών για τη δημιουργία περιβάλλοντος στο οποίο θα μπορούν να ευδοκιμήσουν οι νεοσύστατες επιχειρήσεις και οι ΜΜΕ. Για τον σκοπό αυτό, πρέπει να συνεργαστούν όλα τα επίπεδα διακυβέρνησης: για την αποτελεσματική προώθηση της επιχειρηματικότητας είναι σημαντικό να εφαρμόζονται οι αρχές της SBA τόσο σε εθνικό όσο και σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

Στόχος του παρόντος οδηγού είναι να προτείνει στις ευρωπαϊκές περιφέρειες τρόπους εφαρμογής της SBA σε περιφερειακό επίπεδο. Για την επίτευξη του στόχου αυτού δεν υπάρχει εύκολη λύση ούτε σχέδιο αναφορικά με τη συνεισφορά των περιφερειών. Με εφελθτήριο μια ειλικρινή ανάλυση της κατάστασης στον τομέα, κάθε περιφέρεια θα πρέπει να θέτει τις δικές της προτεραιότητες και να επεξεργάζεται μέτρα. Δεν είναι δυνατή σε κάθε περιφέρεια η εφαρμογή όλων των δράσεων της Πράξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις. Πολλά ζητήματα πρέπει να επιλυθούν σε εθνικό επίπεδο. Ωστόσο, ο SBA παρέχει στις περιφέρειες ποικιλία προσεγγίσεων για την ευθυγράμμιση της περιφερειακής οικονομικής πολιτικής τους με τις ανάγκες των ΜΜΕ.

Ο οδηγός παρουσιάζει παραδείγματα έξι περιφερειών οι οποίες κατευθύνουν την οικονομική πολιτική τους σε μεγάλο βαθμό με γνώμονα τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και μέσω πολυάριθμων μέτρων εφαρμόζουν τις αντίστοιχες αρχές της Πράξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις. Τρεις περιφέρειες έχουν αναδειχθεί νικήτριες του διαγωνισμού «Ευρωπαϊκή Επιχειρηματική Περιφέρεια» (ΕΕΠ), τον οποίο θεσμοθέτησε η Επιτροπή των Περιφερειών ως συμβολή στην εφαρμογή της SBA σε περιφερειακό επίπεδο.

Γνωρίζουμε ότι πολλές άλλες περιφέρειες έχουν αναπτύξει επίσης ειδική πολιτική για τις ΜΜΕ σύμφωνα με την αρχή «Σκέψου πρώτα σε μικρή κλίμακα» (Think Small First) και υποστηρίζουν τις επιχειρήσεις «τους». Ως εκ τούτου, θέλουμε να εμβαθύνουμε τον διάλογο μας με τις περιφερειακές αρχές προκειμένου να διδαχθούμε από άλλα θετικά παραδείγματα όσον αφορά την εφαρμογή της SBA στις περιφέρειες, και να τα μεταφέρουμε σε όλες τις περιφέρειες.

Προτείνουμε τον παρόντα οδηγό ανεπιφύλακτα σε όλους τους πολιτικούς φορείς λήψης αποφάσεων και δρώντες στις περιφέρειες και ελπίζουμε να εμπνεύσει την ανάληψη συγκεκριμένων δράσεων σε τοπικό επίπεδο, στηρίζοντας έτσι την Πράξη για τις Μικρές Επιχειρήσεις στις περιφέρειες.

Antonio Tajani

Antonio TAJANI
Αντιπρόεδρος της
Ευρωπαϊκής Επιτροπής
Περιφερειών
αρμόδιος για τη Βιομηχανία
και τις επιχειρήσεις

Johannes Hahn

Johannes HAHN
Μέλος της
Ευρωπαϊκής Επιτροπής
αρμόδιος για την περιφερειακή πολιτική

Ramón Luis Valcárcel Siso

Ramón Luis VALCÁRCCEL SISO
Πρόεδρος της
Επιτροπής των

Περιεχόμενα

| | |
|--|-----------|
| 1. Εισαγωγή..... | 9 |
| 1.1. Τι είναι η Πράξη για τις μικρές επιχειρήσεις («Small Business Act»)... | 9 |
| 1.2. Γιατί είναι σκόπιμη μια πολιτική για τις ΜΜΕ σε περιφερειακό επίπεδο | 10 |
| 1.3. Πώς μπορεί να συμβάλει ο οδηγός στην εφαρμογή της SBA σε περιφερειακό επίπεδο..... | 11 |
| 2. Ο SBA σε περιφερειακό επίπεδο..... | 13 |
| 2.1. Πώς μπορεί ο SBA να εφαρμοστεί σε περιφερειακό επίπεδο;..... | 13 |
| 2.2. Ποιες δράσεις της SBA μπορούν να εφαρμοστούν σε περιφερειακό επίπεδο;..... | 13 |
| 2.3. Ο περιφερειακός απεσταλμένος για τις ΜΜΕ..... | 16 |
| 2.4. Πώς μπορούν να δημιουργήσουν οι περιφέρειες ένα σύστημα διακυβέρνησης;..... | 19 |
| 2.4.1. Ορισμός του δημοσίου συμφέροντος και των στόχων της διαδικασίας περιφερειακής διακυβέρνησης (Τι σκοπεύει να επιτύχει η περιφέρεια;)..... | 20 |
| 2.4.2. Εντοπισμός του εταίρου (Σε ποιες δράσεις πρέπει να προβεί η περιφέρεια και με ποιους μπορεί να τις επιτύχει;)..... | 20 |
| 2.4.3. Διαμόρφωση γενικών αρχών (Πώς θα πρέπει να το χειριστεί η περιφέρεια;)..... | 20 |
| 2.4.4. Διάρθρωση της οργάνωσης του δικτύου (Τι πρέπει να ορίσει η περιφέρεια;)..... | 21 |
| 2.4.5. Διαχείριση του δικτύου..... | 21 |
| 2.4.6. Παρακολούθηση της υλοποίησης (Τι λειτουργεί και τι όχι;)..... | 21 |
| 2.4.7. Καθήκοντα του περιφερειακού απεσταλμένου για τις ΜΜΕ στη διαδικασία περιφερειακής διακυβέρνησης..... | 21 |
| 2.5. Ευρωπαϊκό ταμείο επενδύσεων και διαρθρωτικό ταμείο για την υλοποίηση της SBA..... | 22 |
| 3. Παραδείγματα περιφερειών με υφιστάμενα προγράμματα για την εφαρμογή της Πράξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις | 27 |
| 3.1. Βαλονία..... | 27 |
| 3.2. Καταλωνία..... | 30 |
| 3.3. Λομβαρδία..... | 33 |
| 3.4. Βάδη-Βιρτεμβέργη..... | 36 |
| 3.5. Νότια Δανία..... | 41 |
| 3.6. Ελσίνκι..... | 43 |
| 4. Συγκεκριμένα παραδείγματα έργων από ευρωπαϊκές περιφέρειες..... | 47 |
| 4.1. Ο διαδικτυακός μηχανισμός υπολογισμού του διοικητικού φόρτου Εσθονία Τάλιν Υπουργείο Συγκοινωνιών..... | 47 |
| 4.2. Σύστημα έγκαιρης προειδοποίησης Δανία Aarhus Κέντρο Επιχειρηματικής Ανάπτυξης Δανίας..... | 48 |
| 4.3. «Γίνε επιχειρηματίας με ένα κλικ» Ιταλία Σαρδηνία Τμήμα Βιομηχανίας..... | 48 |

- 4.4. «Έτοιμοι για την επιχειρηματική διαδοχή στη βιοτεχνία» | Γερμανία | Βραδεμβούργο | Niederlausitzer Kreishandwerkerschaft (βιοτέχνες της περιφέρειας Niederlausitz)..... 48
- 4.5. Ένα μοναδικό επιχειρηματικό οικοσύστημα | Ιρλανδία | Κομητεία Kerry | Σ.Δ.Ι.Τ..... 49
- 4.6. Go-international | Αυστρία | Βιέννη | Εμπορικό Επιμελητήριο Αυστρίας 49
- 4.7. Επιχειρηματική πλατφόρμα | Πορτογαλία | Λισαβόνα | Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο της Πορτογαλίας..... 49
- 4.8. Implantis | Ροδανός-Άλπεις | Λυών | Διεθνής Επιχείρηση Ροδανού-Άλπεων (ERAI)..... 50

5. Ευρωπαϊκοί διαγωνισμοί για τις περιφερειακές πρωτοβουλίες που αφορούν την υλοποίηση της SBA..... 51

- 5.1. Ευρωπαϊκή Επιχειρηματική Περιφέρεια..... 51
- 5.2. Ευρωπαϊκά Βραβεία Προώθησης της Επιχειρηματικότητας..... 52

6. Παραρτήματα, παραπομπές και σύνδεσμοι 53

- 6.1. Οι δέκα αρχές της SBA..... 53
- 6.2. Επισκόπηση των ενεργειών της SBA και των δυνατοτήτων εφαρμογής του σε περιφέρειες 54
- 6.3. Απεσταλμένοι για τις ΜΜΕ σε εθνικό επίπεδο..... 66
- 6.4. Σύνδεσμοι για τις ιστοσελίδες της ΕΕ και τις περιφερειακές ιστοσελίδες 69

Εισαγωγή

1.1. Τι είναι η Πράξη για τις μικρές επιχειρήσεις («Small Business Act»);

Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν τους πυλώνες της ευρωπαϊκής οικονομίας. Ωστόσο, οι εν λόγω επιχειρήσεις συχνά αντιμετωπίζουν τεράστιες γραφειοκρατικές δυσκολίες. Κατά συνέπεια, στην «Πράξη για τις Μικρές Επιχειρήσεις για την Ευρώπη», ο οποίος εγκρίθηκε τον Ιούνιο του 2008, εκφράζεται για πρώτη φορά η πολιτική βούληση της Επιτροπής να αναγνωρίσει αυτόν τον κεντρικό ρόλο των ΜΜΕ και να θεσπίσει ένα συνεκτικό πλαίσιο για την ΕΕ και τα κράτη μέλη της.

Στόχος του είναι να βελτιώσει τη συνολική προσέγγιση της επιχειρηματικότητας στην κοινωνία μας και να κατοχυρώσει την αρχή «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» στην ευρωπαϊκή πολιτική και στις διοικήσεις. Το σύνθημα «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» πρέπει να αποτελεί την κατευθυντήρια αρχή όλων των πολιτικών και διοικητικών αποφάσεων στην ΕΕ και στα κράτη μέλη.

Ο SBA θα βοηθήσει επίσης τις επιχειρήσεις να καταστούν πιο ισχυρές και να αναπτυχθούν ταχύτερα. Οι ευρωπαϊκές ΜΜΕ πρέπει να στηρίζονται καλύτερα και να ενθαρρύνονται με πιο στοχευμένο

τρόπο προκειμένου να είναι σε θέση αξιοποιήσουν πλήρως τις δυνατότητές τους για να προάγουν μακροπρόθεσμα τη βιώσιμη ανάπτυξη και τη δημιουργία περισσότερων θέσεων εργασίας.

Η Πράξη για τις μικρές επιχειρήσεις για την Ευρώπη αφορά όλες τις επιχειρήσεις που είναι οικονομικά ανεξάρτητες, ενώ απασχολούν λιγότερους από 250 υπαλλήλους και έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 50 εκατ. ευρώ ή/και ισολογισμό μικρότερο των 43 εκατ. ευρώ. Η σημασία αυτών των περίπου 23 εκατ. ΜΜΕ είναι τεράστια για την ευρωπαϊκή οικονομία: αντιπροσωπεύουν το 99,8 τοις εκατό του συνόλου των επιχειρήσεων στην ΕΕ και κατέχουν το 67,1 τοις εκατό του συνόλου των θέσεων εργασίας στον ιδιωτικό τομέα.

Ο SBA περιλαμβάνει διάφορα μέτρα, με τα οποία η ΕΕ προτίθεται να ενισχύσει τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) - από τη διευκόλυνση της χρηματοδότησης για τη βελτίωση της πρόσβασης στις διαδικασίες δημόσιων συμβάσεων έως την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, εκτός από την ανάληψη σχετικών ενεργειών, έχει επίσης υποβάλει προτάσεις για τον τρόπο εφαρμογής των δέκα αρχών της SBA από τα κράτη μέλη.

Το 2011, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέδωσε ανακοίνωση στην οποία παρουσίαζε μια επισκόπηση της προόδου την οποία σημείωσε ο SBA κατά την πρώτη διετία. Επίσης, έχει προτείνει νέα μέτρα για την αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης, καθώς και νέους τρόπους για τη βελτίωση της αποδοχής και της υλοποίησης. Επιπλέον, τα μέτρα θα πρέπει να συνδέονται στενότερα με τη στρατηγική «Ευρώπη 2020».

Συνολικά, έως το 2011 έχει σημειωθεί πρόοδος τόσο σε επίπεδο ΕΕ όσο και στα κράτη μέλη. Κατά συνέπεια, το επιχειρηματικό περιβάλλον έχει βελτιωθεί μέσω της μεταφοράς περισσότερων οδηγιών στο εθνικό δίκαιο. Η πρόσβαση στη χρηματοδότηση έχει διευκολυνθεί από το πρόγραμμα CIP (πρόγραμμα για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία). Η πρόσβαση των ΜΜΕ στην αγορά έχει απλουστευτεί.

Η Επιτροπή ζητά πληροφορίες σχετικά με τα μέτρα που λαμβάνονται από τα κράτη μέλη και υποβάλλει ετήσιες εκθέσεις στο Συμβούλιο σχετικά με την εφαρμογή της SBA.

Οι προσεγγίσεις που είναι διαθέσιμες για τις περιφέρειες της Ευρώπης, εκτός του εθνικού επιπέδου, προκειμένου να ενεργοποιηθούν και να συμβάλουν στην εφαρμογή της SBA περιγράφονται παρακάτω στην παρούσα έκδοση. Τα θετικά

παραδείγματα από ορισμένες περιφέρειες απεικονίζουν τις υπάρχουσες δυνατότητες καθώς και τον τρόπο δράσης των περιφερειακών αρχών.

1.2. Γιατί είναι σκόπιμη μια πολιτική για τις ΜΜΕ σε περιφερειακό επίπεδο;

Οι περίπου 23 εκατομμύρια ΜΜΕ στην ΕΕ αποτελούν το 99,8% του συνόλου των επιχειρήσεων. Εννέα στις δέκα ΜΜΕ είναι πραγματικά πολύ μικρές επιχειρήσεις με λιγότερους από 10 εργαζομένους. Ως εκ τούτου, οι βασικοί πυλώνες της ευρωπαϊκής οικονομίας είναι επιχειρήσεις που απασχολούν κατά μέσο όρο δύο άτομα.

Οι ΜΜΕ αποτελούν τη βασική κινητήρια δύναμη για την οικονομική ανάπτυξη, την καινοτομία, την απασχόληση και την κοινωνική ένταξη στις περιφέρειες. Αυτές επωφελούνται με τη σειρά τους από τον δυναμικό τομέα των ΜΜΕ, μεταξύ άλλων, με μεγαλύτερη οικονομική δυναμική, περισσότερες θέσεις εργασίας και με ένα θετικό περιβάλλον, το οποίο τονώνει την επιχειρηματικότητα μέσω προτύπων. Οι ΜΜΕ, λόγω των δεσμών τους με την περιφέρεια, παραμένουν στην ίδια τοποθεσία και συμμετέχουν στην περιφέρεια σε πολλούς κοινωνικούς τομείς.

Τι είναι μια ΜΜΕ

Ως «ΜΜΕ» νοούνται οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις – όπως αυτές ορίζονται στη νομοθεσία της ΕΕ (σύσταση 2003/361 της Επιτροπής).

Τα βασικά κριτήρια που καθορίζουν το κατά πόσο μια επιχείρηση ανήκει σε αυτήν την κατηγορία είναι:

1. ο αριθμός των υπαλλήλων και
2. ο κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ισολογισμού

Τα όρια αυτά ισχύουν μόνον για τα στοιχεία που αφορούν μεμονωμένες επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις που αποτελούν μέρος μεγαλύτερων ομίλων μπορεί να πρέπει να συμπεριλάβουν και στοιχεία που αφορούν τους υπαλλήλους/τον κύκλο εργασιών/τον ισολογισμό του ομίλου.

| Κατηγορία επιχείρησης | Υπάλληλοι | Κύκλος εργασιών | Σύνολο ισολογισμού |
|-----------------------|-----------|-----------------|--------------------|
| Μεσαία | <250 | ≤ 50 εκατ. ευρώ | ≤ 43 εκατ. ευρώ |
| Μικρή | <50 | ≤ 10 εκατ. ευρώ | ≤ 10 εκατ. ευρώ |
| Πολύ μικρή | <10 | ≤ 2 εκατ. ευρώ | ≤ 2 εκατ. ευρώ |

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_el.htm

Ως εκ τούτου, είναι σκόπιμο για τις περιφέρειες να εφιστούν ιδιαίτερη προσοχή στην ανάπτυξη των περιφερειακών μεσαίων, μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων και να εφαρμόζουν μια πολιτική για την οικονομία και τις ΜΜΕ που προσανατολίζεται στα δυνατά σημεία, στα δεδομένα της κάθε περιφέρειας, καθώς και στις οικονομικές, τεχνολογικές και δημογραφικές διαδικασίες αλλαγής.

Αποδεικνύεται ότι η ανάπτυξη μιας περιφέρειας τα τελευταία χρόνια καθορίζεται σε μικρότερο βαθμό από την εγκατάσταση μεγάλων βιομηχανικών επιχειρήσεων, και σε μεγαλύτερο βαθμό από την ανάπτυξη του εσωτερικού της δυναμικού. Η συντήρηση και η ανάπτυξη των επιχειρήσεων που υπάρχουν ήδη στην περιφέρεια και η πρόωθηση νεοσύστατων επιχειρήσεων καθώς και η ενίσχυση της επιχειρηματικής διαδοχής αποκτούν ολοένα και μεγαλύτερη σημασία, ενώ στο μέλλον θα πρέπει να αποτελούν το επίκεντρο των περιφερειακών δραστηριοτήτων. Με την πρόωθηση καινοτομιών, νέων μεθόδων, προϊόντων και υπηρεσιών που προέρχονται από επιχειρήσεις ή νεοσύστατες επιχειρήσεις εκτός της περιφέρειας, επωφελείται ολόκληρη η περιφέρεια και οι κάτοικοί της μέσα από μια δυναμική βιώσιμη ανάπτυξη και αυξημένη ευημερία.

Ωστόσο, και οι ΜΜΕ πρέπει να ενισχύσουν αυτή τη συνεχή διαδικασία καινοτομίας. Τα τελευταία έτη, το επιχειρηματικό περιβάλλον έχει αλλάξει για τις ΜΜΕ: συντομότεροι κύκλοι προϊόντων, μεγαλύτερη χρονική πίεση κατά την κυκλοφορία νέων προϊόντων στην αγορά, αυξημένη πίεση κόστους, συνεχής κατάρτιση των εργαζομένων, αλλά και δυσκολίες στην εξεύρεση επαρκώς ειδικευμένου εργατικού δυναμικού.

Έτσι, η σύγχρονη περιφερειακή οικονομική πολιτική υπέρ των ΜΜΕ αντιμετωπίζει νέες προκλήσεις. Παρότι η περιφερειακή πολιτική κατά το παρελθόν επικεντρωνόταν στην παροχή κατάλληλων υποδομών (συγκοινωνιακή εξυπηρέτηση, επαγγελματικοί χώροι), στις επενδυτικές ενισχύσεις επιχειρήσεων και στην επιτόπια πρόωθηση, επί του παρόντος βρίσκονται ολοένα και περισσότερο στο επίκεντρο οι ακόλουθες πτυχές:

- Δημιουργία περιφερειακού περιβάλλοντος στο οποίο επικρατούν θετικές συνθήκες για τις επιχειρήσεις μέσα από: Συνέργειες και προστι-

θέμενη αξία όσον αφορά τη συνεργασία και τις διαδικασίες περιφερειακής διακυβέρνησης τις οποίες δεν μπορούν να επιτύχουν μόνοι τους οι επιμέρους δρώντες

- Κατασκευή εξατομικευμένων υποδομών με φυτώρια επιχειρήσεων, κέντρα καινοτομίας και τεχνολογίας
- Ανάπτυξη μέσων ενίσχυσης που προσανατολίζεται στην καινοτομία όσον αφορά την έρευνα, τις δαπάνες Ε&Α, τη μεταφορά τεχνολογίας και τεχνολογίας καθώς και τα επιστημονικά πάρκα
- Πρόωθηση της δικτύωσης και των συνεργατικών σχηματισμών
- Στήριξη των νεοσύστατων επιχειρήσεων με στοχευμένα μέσα κατά τα στάδια εκκίνησης και ανάπτυξης, καθώς και των μεμονωμένων κλάδων
- Στήριξη της δια βίου μάθησης και κατάρτισης στις ΜΜΕ
- Ανάπτυξη της συστημικής σκέψης και δράσης στον τομέα της περιφερειακής πολιτικής για την καινοτομία (πρόωθηση της συνεργασίας μεταξύ φορέων από τους τομείς των επιχειρήσεων, της πολιτικής, των επιστημών και άλλων φορέων, όπως ιδρυμάτων μεταφοράς, δικτύων και συνεργατικών σχηματισμών).

Σχετικά με όλα αυτά τα σημεία, η Επιτροπή υποβάλλει προτάσεις βάσει των αρχών και των δράσεων της Πράξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις και ενθαρρύνει τις περιφέρειες να τις εφαρμόσουν στο πλαίσιο των δυνατοτήτων τους.

1.3. Πώς μπορεί να συμβάλει ο οδηγός στην εφαρμογή της SBA σε περιφερειακό επίπεδο;

Η συνθήκη της Λισαβόνας θεωρεί την εδαφική συνοχή σημαντικό στόχο της ΕΕ, ενώ ενισχύει ταυτόχρονα τον ρόλο των περιφερειών στην Ένωση. Οι περιφέρειες διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην επίτευξη των στόχων της στρατηγικής «Ευρώπη 2020» για έξυπνη, βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη και, κατά συνέπεια, στην αντιμετώπιση της κρίσης. Οι

περιφερειακές στρατηγικές έξυπνης εξειδίκευσης και καινοτομίας, η εφαρμογή των διαρθρωτικών ταμείων στις περιφέρειες, η θέσπιση και εφαρμογή κανονισμών και νόμων, καθώς και η επικοινωνία μεταξύ της διοίκησης και των επιχειρήσεων ασκούν επιρροή στην ανάπτυξη και την εξέλιξη των ΜΜΕ. Επίσης, η ευρεία και σταθερή βάση των ΜΜΕ είναι πολύ σημαντική για μια υγιή οικονομική δομή και επομένως για διαρκή ευημερία της κάθε περιφέρειας.

Κατά συνέπεια, οι περιφέρειες διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην εφαρμογή των αρχών της SBA που θα θέσει ως επίκεντρο τις επιχειρήσεις. Σε περιφερειακό επίπεδο μπορούν να μεταφερθούν πολλές από τις αρμοδιότητες οι οποίες είναι ανέφικτο ή πολύ πιο δύσκολο να μεταφερθούν σε εθνικό επίπεδο.

Ως εκ τούτου, ο οδηγός έχει σκοπό να παρέχει στους αρμόδιους στις περιφέρειες της Ευρώπης πολύ συγκεκριμένες προτάσεις και στήριξη για την εφαρμογή της Πράξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις και, συνεπώς, για μια περιφερειακή και οικονομική πολιτική υπέρ των ΜΜΕ, η οποία θα ανταποκρίνεται επαρκώς στις προκλήσεις και τις ευκαιρίες και θα συμβάλλει στη συνοχή των περιφερειών της Ευρώπης.

Η ανάλυση των αρχών που περιγράφονται στην Πράξη για τις Μικρές Επιχειρήσεις καταδεικνύει ποιες επιμέρους δράσεις μπορούν να εφαρμοστούν και σε περιφερειακό επίπεδο.

Στο κεφάλαιο 2.1. και στο παράρτημα 6.2. παρέχεται εκτίμηση σχετικά με το ποιες δράσεις και υπό ποιο θεσμικό πλαίσιο (κεντρική και αποκεντρωμένη κρατική δομή) πρέπει να υλοποιούνται από τις περιφέρειες.

Μέσα από τα παραδείγματα περισσότερων περιφερειών της Ευρώπης καταδεικνύεται ο τρόπος με τον οποίο οι περιφερειακές διοικήσεις προωθούν την ιδέα της SBA, ποιες αρχές έχουν προτεραιότητα στις περιφέρειες και ποιες αρχές μπορούν να εφαρμόσουν οι περιφέρειες.

Έτσι, ο οδηγός ενθαρρύνει τον διάλογο μεταξύ των περιφερειών μέσω θετικών παραδειγμάτων και περιφερειακών πολιτικών. Ενθαρρύνεται η επικοινωνία των περιφερειών με τους αντίστοιχους εθνικούς απεσταλμένους για τις ΜΜΕ με στόχο τη στήριξη της περιφερειακής εφαρμογής. Αλλά και οι εθνικοί απεσταλμένοι για τις ΜΜΕ μπορούν να χρησιμοποιήσουν τον οδηγό προκειμένου να μεταφέρουν τον SBA σε περιφερειακό επίπεδο.

Τέλος, ο οδηγός αποσκοπεί στη βελτίωση της άμεσης επικοινωνίας μεταξύ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και των περιφερειών όσον αφορά τον SBA. Παρουσιάζει θετικά παραδείγματα, τα οποία, εάν προσαρμοστούν στις εκάστοτε συνθήκες, ενισχύουν το επιχειρηματικό περιβάλλον και τις συνθήκες ανάπτυξης για τις ΜΜΕ στις περιφέρειες. Μέσω του ευρωπαϊκού επενδυτικού και διαρθρωτικού ταμείου, η Επιτροπή θέτει στη διάθεση των περιφερειών τα απαραίτητα εργαλεία για την εφαρμογή της SBA.

Ταυτόχρονα η Επιτροπή επιθυμεί, μέσω των απεσταλμένων για τις ΜΜΕ στην ΕΕ, να λαμβάνει παρατηρήσεις από τις περιφέρειες όσον αφορά τις οικείες προσπάθειες υλοποίησης, τις επιδόσεις τους, και ιδιαίτερα τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν, προκειμένου να συμμετέχει στις διαβουλεύσεις σχετικά με τον βέλτιστο τρόπο για τη χάραξη ευρωπαϊκής πολιτικής για τις ΜΜΕ και για την εφαρμογή της SBA.¹

¹ Διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου entr-sba@ec.europa.eu

2

Ο SBA σε περιφερειακό επίπεδο

2.1. Πώς μπορεί ο SBA να εφαρμοστεί σε περιφερειακό επίπεδο;

Οι περιφέρειες διαδραματίζουν κείριο ρόλο στην εφαρμογή της SBA. Τα κράτη μέλη δεν μπορούν να εφαρμόσουν όλες τις αρχές και δράσεις αποκλειστικά σε εθνικό επίπεδο.

Οι περιφερειακές αρχές βρίσκονται συχνά εγγύτερα στις επιχειρήσεις και διαθέτουν καλύτερη πληροφόρηση σχετικά με την περιφερειακή οικονομική δομή, τις ανάγκες των ΜΜΕ και τις ανάγκες στήριξης.

Ανάλογα με τις θεσμικές και νομικές ρυθμίσεις σε κάθε κράτος μέλος, οι περιφέρειες μπορούν να δραστηριοποιούνται, για παράδειγμα στον τομέα της εκπαίδευσης και της κατάρτισης, στις πρωτοβουλίες επιχειρηματικότητας, στην παροχή συμβουλών και την χρηματοδοτική στήριξη των μικρών επιχειρήσεων καθώς και στη φιλική προς τις ΜΜΕ διοίκηση.

Ορισμένες ευρωπαϊκές περιφέρειες έχουν αναλάβει με δική τους πρωτοβουλία τη στήριξη και την εφαρμογή της Πράξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις σε περιφερειακό επίπεδο. Τέτοιες πρωτοβουλίες

είναι σημαντικές για την ταχεία και αποτελεσματική εφαρμογή των αρχών και των δράσεων της SBA.

Οι περιφέρειες έχουν διαφορετικές δυνατότητες εφαρμογής της SBA. Τα μέτρα, τα οποία περιγράφονται στο πλαίσιο των δέκα αρχών της SBA, παρέχουν ευρύ φάσμα δυνατοτήτων όσον αφορά τα επιμέρους σημεία τα οποία οι περιφέρειες είναι αρμόδιες να υλοποιήσουν σε ένα δομημένο πλαίσιο.

2.2. Ποιες δράσεις της SBA μπορούν να εφαρμοστούν σε περιφερειακό επίπεδο;

Στις ανακοινώσεις του 2008 και του 2011 για την Πράξη για τις Μικρές Επιχειρήσεις, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προέβη σε διάκριση μεταξύ των δράσεων που θα υλοποιηθούν από την ίδια και των δράσεων στις οποίες καλούνται να συμβάλουν τα κράτη μέλη.

Στον οδηγό εξετάζονται αναλυτικά μόνο οι δράσεις που πρέπει να εφαρμοστούν σε επίπεδο κρατών μελών. Στη συνέχεια, οι εν λόγω δράσεις θα ελεγχθούν για να διαπιστωθεί ποιες από αυτές μπορούν να εφαρμοστούν στις περιφέρειες,

σε ποιες δράσεις μπορούν οι περιφέρειες να παρέχουν στήριξη στις εθνικές προσπάθειες και σε ποιες δράσεις απαιτείται η συνδρομή των εθνικών κυβερνήσεων ως προς την υλοποίηση.

Οι περιφέρειες μπορούν, ανεξάρτητα από μια κεντρική ή περισσότερο αποκεντρωμένη κρατική δομή, να δραστηριοποιούνται όταν δεν υφίσταται εθνική νομοθεσία και οι περιφέρειες έχουν τη δυνατότητα εκ του νόμου να δραστηριοποιηθούν.

Οι περιφέρειες έχουν ιδιαίτερες δυνατότητες να δημιουργήσουν ένα φιλικό προς τις επιχειρήσεις περιβάλλον και να λάβουν υπόψη την αρχή «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» σε όλες τις νομοθετικές ρυθμίσεις και διοικητικές αποφάσεις.

Η δημιουργία ενός περιβάλλοντος για το επιχειρηματικό πνεύμα, στο οποίο οι επιχειρηματίες και οι οικογενειακές επιχειρήσεις θα μπορούν να ευδοκιμήσουν και το οποίο θα αφυπνίσει το ενδιαφέρον των νέων για την αυτοαπασχόληση, είναι ένας από τους σημαντικούς στόχους της SBA. Πολλές περιφέρειες στοχεύουν σε αυτό μέσω των δραστηριοτήτων τους και έχουν θέσει την προώθηση της επιχειρηματικότητας στο επίκεντρο της στρατηγικής τους. Θετικά παραδείγματα έργων που περιγράφονται στον οδηγό προέρχονται από την Καταλονία, την κομητεία Kerry στην Ιρλανδία και από την Πορτογαλία. .

Η δημιουργία ισότιμων επικοινωνιακών δομών και ο τακτικός διάλογος μεταξύ της διοίκησης και των επιχειρήσεων ή των εκπροσώπων τους είναι σημαντική βάση για όλες τις δραστηριότητες. Πιθανά μέσα είναι ένα κοινοβούλιο MME όπως στη Βαλονία, ένα γνωμοδοτικό συμβούλιο για τις MME, όπως στη Βάδη-Βιρτεμβέργη, ή πλατφόρμες συζήτησης, όπως το Εμπορικό Επιμελητήριο 2.0 της Λομβαρδίας.

Ωστόσο, για τις περιφέρειες αυτό μπορεί να συνενεργηθεί τη στήριξη λειτουργικών δικτύων και ανεπτυγμένων επιτόπιων δομών. Οι εν λόγω δομές συχνά καθιστούν περιττές τις νομικές και διοικητικές απαιτήσεις και απαλλάσσουν τις MME από έξοδα.

Οι εταίροι μπορούν σε περιφερειακό επίπεδο, αλλά και από κοινού με τις εθνικές αρχές, να αναπτύξουν στρατηγικές για τη λήψη μέτρων καθοδήγησης και προώθησης, τα οποία συμβάλλουν στην αύξηση του αριθμού των νεοσύστατων

επιχειρήσεων από γυναίκες και από μετανάστες/μετανάστριες.

Η στήριξη των επιχειρήσεων όσον αφορά τις μεταβιβάσεις και τη διαδοχή αποκτά όλο και μεγαλύτερη σημασία. Παραδείγματα της στήριξης κατά την αναζήτηση διάδοχης κατάστασης αναφέρονται στο Βραδεμβούργο (βλ. 4.4.) και στη Βάδη-Βιρτεμβέργη (φορείς διευκόλυνσης της διαδοχής).

Καταρχήν, σε περιφερειακό επίπεδο οι έντιμοι επιχειρηματίες έχουν λιγότερες δυνατότητες για μια **δεύτερη ευκαιρία**, σε περίπτωση πτώχευσής τους. Οι νομικές διατάξεις σχετικά με τη διάρκεια της δικαστικής διαδικασίας θεωρούνται συνήθως σε εθνικό επίπεδο.

Όταν οι αποφάσεις χρηματοδότησης λαμβάνονται σε περιφερειακό επίπεδο, οι εν λόγω περιφέρειες μπορούν να διασφαλίσουν ότι οι επιχειρηματίες που προβαίνουν σε επανασύσταση έχουν τα ίδια δικαιώματα με τους νέους επιχειρηματίες.

Οι ενημερωτικές εκστρατείες για τη δημιουργία θετικού κοινωνικού κλίματος για τη δεύτερη ευκαιρία των επιχειρηματιών παράγουν πλήρη αποτελέσματα κυρίως σε εθνικό επίπεδο. Ωστόσο, οι περιφέρειες μπορούν να συμμετέχουν με οικείες δράσεις στις εν λόγω εκστρατείες ή να δρομολογήσουν μικρότερες περιφερειακές εκστρατείες.

Οι περιφέρειες έχουν επίσης τη δυνατότητα να στηρίζουν τις επιχειρήσεις διασφαλίζοντας ότι οι επιχειρηματίες δεν θα χρειαστούν μια δεύτερη ευκαιρία χάρη στην έγκαιρη συνδρομή τους σε περίπτωση δυσχερειών. Ένα παράδειγμα είναι το πρόγραμμα έγκαιρης προειδοποίησης που εφαρμόζει η Δανία (βλ. 4.2.)

Κατά την εφαρμογή της αρχής **«Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις»**, οι περιφέρειες έχουν δυνατότητες δράσης κυρίως με τη μείωση του διοικητικού φόρτου για τις MME. Παραδείγματα αποτελούν ο γραφειοκρατικός φόρτος του ΚΤΕΟ στη Βάδη-Βιρτεμβέργη, ο διαδικτυακός μηχανισμός υπολογισμού του διοικητικού φόρτου στην Εσθονία (βλ. 4.1.) και η πλατφόρμα «Γίνε επιχειρηματίας με ένα κλικ» στη Σαρδηνία (βλ. 4.3.).

Όσον αφορά την πρόταση της Επιτροπής **για ευαισθητοποίηση των αρχών ως προς τις ανάγκες των MME** από τα κράτη μέλη, είναι

απαραίτητοι αφενός οι εθνικοί και αφετέρου οι περιφερειακοί φορείς. Οι περιφέρειες έχουν τη δυνατότητα να συμβάλουν στην εφαρμογή της εν λόγω αρχής, όπως συμβαίνει με το Εργαστήριο της Λομβαρδίας.

Σε πολλές περιφέρειες υπάρχουν ήδη ενιαία κέντρα εξυπηρέτησης για τη στήριξη των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών σχετικά με την υποβολή αιτήσεων στις αρχές και την απόκτηση εγκρίσεων. Επίσης, οι περιφέρειες μπορούν να ορίζουν κέντρα εξυπηρέτησης τα οποία μπορούν να αναφέρουν στις ΜΜΕ τους κανόνες τους οποίους θεωρούν δυσανάλογους ή θεωρούν ότι αποτελούν εμπόδιο στις δραστηριότητές τους. Παράδειγμα αυτού αποτελούν η επαγρύπνηση για τις ΜΜΕ και το Κέντρο Τεχνικού Ελέγχου για το γραφειοκρατικό κόστος που εφαρμόζονται στη Βάδη-Βιρτεμβέργη.

Οι περιφερειακές και τοπικές αρχές είναι σημαντικές αναθέτουσες αρχές. Ως εκ τούτου, έχουν άμεσες και ποικίλες δυνατότητες να διεξάγουν φιλικές προς τις ΜΜΕ **προσκλήσεις υποβολής προσφορών** κάτω από το όριο και να **διευκολύνουν τη συμμετοχή των ΜΜΕ**. Για παράδειγμα οι περιφερειακές αναθέτουσες αρχές θα μπορούσαν, κατά την έννοια της SBA και στο πλαίσιο των εθνικών έννομων δυνατοτήτων τους, να τμηματοποιήσουν τις αναθέσεις ώστε να επιτρέψουν ακόμη και στις μικρές επιχειρήσεις να υποβάλουν προσφορά.

Ένας άλλος τρόπος προσέγγισης των μικρών επιχειρήσεων σε σημαντικές αναθέτουσες αρχές είναι οι παρουσιάσεις των επιδόσεων των περιφερειακών ΜΜΕ σε μεγάλες επιχειρήσεις στον τομέα της οικονομίας, οι οποίες δεν υπόκεινται στο δίκαιο περί δημοσίων συμβάσεων ώστε να επιστούν την προσοχή στις επιδόσεις των ΜΜΕ. Παράδειγμα εταιρικής σχέσης μεταξύ μεγάλων και μικρών επιχειρήσεων παρέχεται στη Νότια Δανία.

Η προσβασιμότητα σε προσκλήσεις υποβολής προσφορών χωρίς κόστος για τέλη ή συνδρομές μπορεί να μειώσει το όριο των ΜΜΕ για τη συμμετοχή τους σε προσκλήσεις υποβολής προσφορών. Ένα παράδειγμα διαδικτυακών πυλών στις οποίες μπορούν να εγγραφούν οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις και να παρακολουθούν όλες τις δημόσιες προσκλήσεις υποβολής προσφορών

είναι η αγορά για τις δημόσιες συμβάσεις στο Βραδεμβούργο και η πλατφόρμα δημοσίων συμβάσεων στη Βόρεια Ρηνανία-Βεστφαλία.

Η δύσκολη **πρόσβαση σε χρηματοδότηση** είναι ένα από τα κύρια εμπόδια για την ανάπτυξη των ΜΜΕ. Σε αυτό το σημείο είναι σημαντική αφενός η χρηματοδότηση από την ευρωπαϊκή πολιτική για τη συνοχή, και αφετέρου η παροχή κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου, δανείων και χρηματοδοτήσεων οιονεί ιδίων κεφαλαίων.

Οι περιφέρειες που διαμορφώνουν αυτές καθεαυτές το χρονοδιάγραμμα των προγραμμάτων των διαρθρωτικών ταμείων έχουν πολλές δυνατότητες να εστιάσουν στην προώθηση της στήριξης των ΜΜΕ. Εκτός από τις επιχορηγήσεις για επενδύσεις στην παραγωγή ή την αποδοτικότητα ενέργειας και πόρων, στη διεθνοποίηση και στην κατάρτιση, πρέπει να αξιοποιηθούν επίσης περισσότερο χρηματοδοτικά μέσα κατά την περίοδο χρηματοδότησης 2014-2020.

Τα προγράμματα της ΕΤΕπ και του ΕΤΕ παρέχουν στις περιφέρειες περαιτέρω μέσα για την ανάπτυξη χρηματοδοτήσεων των ΜΜΕ και για τη διάθεσή τους στην περιφέρεια.

Ακόμη και για μία από τις βασικές αρχές της SBA, τη **διεθνοποίηση** των ΜΜΕ, οι περιφέρειες έχουν στη διάθεσή τους σημαντικά εργαλεία για τη στήριξη των επιχειρήσεων.

Εκτός από το Enterprise Europe Network, το οποίο βοηθά τις ΜΜΕ να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες και επαφές στο εξωτερικό, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν τα διαρθρωτικά ταμεία ΕΤΠΑ και ΕΚΤ. Όπως συμβαίνει και με την πρόσβαση στη χρηματοδότηση, οι περιφέρειες που εκτελούν τον προγραμματισμό με δική τους ευθύνη διαθέτουν μεγάλο αριθμό επιλογών, προγραμμάτων και έργων για την επίτευξη των στόχων αυτών.

Παραδείγματα μέτρων για τη διεθνοποίηση είναι το «Go-International» της Αυστρίας (βλ. 4.6.), το «Implantis» της περιφέρειας Ροδανού-Άλπων (βλ. 4.8.) και το πρόγραμμα εκκίνησης εξαγωγών της Καταλωνίας.

Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο στήριξης της διεθνοποίησης από τις περιφέρειες περιλαμβάνονται στον οδηγό αριθ. 7 της σειράς (Στήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ).

Οι μικρές επιχειρήσεις συχνά δεν έχουν την τεχνολογία όσον αφορά τον τρόπο απόκτησης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μέσω επενδύσεων σε **οικολογικά αποδοτικές διαδικασίες**. Οι ενημερωτικές εκστρατείες και σε περιφερειακό επίπεδο καθώς και η παροχή συμβουλών μπορούν να δώσουν τη δυνατότητα στις ΜΜΕ να χρησιμοποιήσουν τις εν λόγω επιχειρηματικές ευκαιρίες. Οι περιφέρειες έχουν επίσης τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν τα διαρθρωτικά ταμεία μέσω ειδικών προγραμμάτων για την αποδοτικότητα της ενέργειας και τη χρήση των πόρων ή μέσω συστημάτων προμηθευτών για ιδιαίτερα φιλικές προς το περιβάλλον επενδύσεις και φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα και διαδικασίες.

Περαιτέρω θεματικά πεδία της SBA, στο πλαίσιο του οποίου οι περιφέρειες μπορούν να υποστηρίξουν τις ΜΜΕ, είναι η **ανάπτυξη ικανοτήτων, η ενίσχυση της καινοτομίας δύναμης και η διευκόλυνση της πρόσβασης στην τεχνολογία**.

Παράδειγμα ανάπτυξης ικανοτήτων των ΜΜΕ αποτελεί η καθοδήγηση των επιχειρήσεων στη Νότια Δανία.

Η ικανότητα καινοτομίας των ΜΜΕ βρίσκεται ήδη στο επίκεντρο των περιφερειών με πληθώρα έργων. Στο σημείο αυτό συμβάλλουν οι περιφερειακές στρατηγικές έξυπνης εξειδίκευσης, η περιφερειακή πολιτική για τους συνεργατικούς σχηματισμούς και τα μέτρα στήριξης όπως τα κουπόνια καινοτομίας και η υποστήριξη επιχειρησιακών προγραμμάτων E&A, καθώς και τα κοινά προγράμματα μεταξύ επιχειρήσεων και ερευνητικών ιδρυμάτων.

Στην περαιτέρω δράση της επισκόπησης της SBA, οι περιφέρειες έχουν την ευκαιρία να εφαρμόσουν βελτιώσεις για τις ΜΜΕ σε διάφορους τομείς.

Συνεπώς, μπορούν να βελτιώσουν τον διάλογο μεταξύ ΜΜΕ και τραπεζών. Στη Νότια Δανία υφίσταται αφενός οικονομικός έλεγχος και αφετέρου παρέχονται σύμβουλοι που συνοδεύουν τις ΜΜΕ της περιφέρειας και μπορούν να βοηθήσουν τις ΜΜΕ στο πλαίσιο των προσπαθειών χρηματοδότησής τους.

Στο Βραδεμβούργο, μία από τις τράπεζες του ομοσπονδιακού κράτους, η τράπεζα επενδύσεων του ομοσπονδίου κράτους του Βραδεμβούργου,

διοργανώνει ετήσιο συνέδριο ιδίων κεφαλαίων, κατά το οποίο οι επιχειρήσεις και οι τράπεζες εισέρχονται σε διάλογο σχετικά με τη σημασία των ιδίων κεφαλαίων για την ανάπτυξη και την καινοτομία.

Μία προσέγγιση που μπορεί να ακολουθήσει κάθε περιφέρεια είναι η στήριξη της δημιουργίας δικτύων ΜΜΕ προκειμένου να υποβάλουν κοινές προσφορές ή να εισέλθουν σε εξαγωγικές αγορές. Για τον σκοπό αυτόν, περιλαμβάνονται παραδείγματα σε όλες τις περιφέρειες.

Ο προγραμματισμός της περιόδου χρηματοδότησης 2014-2020 παρέχει στις περιφέρειες τον απαραίτητο μοχλό για την εφαρμογή περαιτέρω μέτρων της SBA, π.χ. για την ενθάρρυνση των ΜΜΕ να απασχολούν εμπειρογνώμονες για την καινοτομία. Ένα μέσο αποτελεί η ήδη καθιερωμένη σε πολλές περιφέρειες της Γερμανίας και της Αυστρίας ενίσχυση των ειδικών στην καινοτομία των ΜΜΕ.

2.3. Ο περιφερειακός απεσταλμένος για τις ΜΜΕ

Τα κράτη μέλη της ΕΕ έχουν δεσμευτεί να ορίζουν έναν απεσταλμένο για τις ΜΜΕ σε εθνικό επίπεδο. Ο απεσταλμένος είναι αρμόδιος να ενεργεί ως σημείο τομής για την επιχειρηματική κοινότητα με στόχο την προώθηση των συμφερόντων της. Το κύριο καθήκον αυτής της θέσης είναι η δημιουργία άμεσης σχέσης μεταξύ της Επιτροπής, των ΜΜΕ και των εκπροσώπων τους.

Οι περιφέρειες θα πρέπει να δημιουργήσουν τη θέση ενός «απεσταλμένου για τις ΜΜΕ», συμπληρωματικά με τους εθνικούς απεσταλμένους, ο οποίος θα κατέχει ισχυρή θέση εντός των αρχών, ενώ θα στηρίζει και θα παρακολουθεί την υλοποίηση των περιφερειακών σχεδίων εφαρμογής.

Δεν είναι απαραίτητη η εδραίωση νέων δομών στις περιφέρειες για την εν λόγω θέση. Η χρήση των υφιστάμενων δομών ενισχύει τη νομιμότητα του απεσταλμένου και τη δυνατότητά του να ενεργεί κατά την έννοια των ΜΜΕ καθώς και να επηρεάζει θετικά τις ενέργειες της διοίκησης.

Με τη συνδρομή του απεσταλμένου για τις ΜΜΕ μπορούν να προσδιοριστούν καλύτερα τα συμπερόντα και οι ανάγκες των ΜΜΕ. Έτσι, οι πληροφορίες μπορούν να προωθηθούν νωρίτερα στις

αρμόδιες υπηρεσίες, οι οποίες στη συνέχεια θα είναι σε θέση να λάβουν κατάλληλα και αποτελεσματικά μέτρα. Ο απεσταλμένος για τις ΜΜΕ πρέπει να επιστήσει ιδιαίτερη προσοχή στη στήριξη της βιοτεχνίας, των μικρών επιχειρήσεων καθώς και των μεμονωμένων επιχειρηματιών

Συνέντευξη με τον απεσταλμένο για τις ΜΜΕ από τη Γαλλία, κ. Pascal Faure, σχετικά με τα καθήκοντά του και τη συνεργασία του με τις περιφέρειες και τις επιχειρήσεις

Η υλοποίηση της Πράξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις εμπεριέχει μια πολυεπίπεδη διακυβέρνηση, δηλαδή διακυβέρνηση σε ευρωπαϊκό επίπεδο και σε εθνικό επίπεδο από κοινού με το ενδιαφερόμενο κράτος μέλος, καθώς και σε περιφερειακό επίπεδο με τις τοπικές αυτοδιοικήσεις και τις κεντρικές κυβερνητικές αρχές της εκάστοτε περιφέρειας. Αυτό επιτρέπει τη διεξαγωγή ενεργού διαλόγου μεταξύ όλων των ενδιαφερομένων μερών.

Στη Γαλλία, το περιφερειακό επίπεδο επιτρέπει μεγαλύτερη εγγύτητα προς τις επιχειρήσεις, γεγονός που ευνοεί την ενίσχυση ιδεών καθώς και την πραγματοποίηση συγκριτικών μελετών και καινοτόμων προσεγγίσεων.

Συνεπώς, η κυβέρνηση έχει αποφασίσει να διεξάγει ένα πανεθνικό «τεστ για τις ΜΜΕ» πριν από την εφαρμογή νέων κανονισμών που θα έχουν αντίκτυπο στις επιχειρήσεις. Το τεστ αυτό δοκιμάζεται επί του παρόντος στις περιφέρειες. Ομοίως, η κυβέρνηση μόλις έχει εισέλθει στην τρίτη φάση της πολιτικής συνεργατικών σχηματισμών με επίκεντρο τον ανταγωνισμό (*rôles de compétitivité*), η οποία περιλαμβάνει τον συντονισμό εθνικού και περιφερειακού επιπέδου. Τέλος, η δημόσια επενδυτική τράπεζα Bpifrance ιδρύθηκε το 2013 για τον μετριασμό των δυσκολιών που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις όσον αφορά την πρόσβαση στη χρηματοδότηση. Η εν λόγω τράπεζα έχει σκοπό να παρέχει άμεση πρόσβαση στις επιχειρήσεις σε όλα τα μέσα που είναι αναγκαία για την ανάπτυξή τους, δημιουργώντας κεντρικές αρμόδιες υπηρεσίες στις περιφέρειες, οι οποίες βρίσκονται όσο το δυνατόν εγγύτερα στις ανάγκες των επιχειρήσεων.

1. Ποια είναι τα καθήκοντά σας ως εθνικός απεσταλμένος για τις ΜΜΕ;

Ο απεσταλμένος για τις ΜΜΕ πρέπει να ενεργεί ως διαπαφή για τις ΜΜΕ, έτσι ώστε να λαμβάνονται υπόψη τα συμφέροντά τους και οι ειδικές τους ανάγκες. Ο απεσταλμένος μεριμνά ώστε να διαδοθούν οι βέλτιστες πρακτικές μιας φιλικής προς τους επιχειρηματίες και τις ΜΜΕ πολιτικής, και στηρίζει την εφαρμογή τους. Επίσης, ενημερώνει τακτικά τις ΜΜΕ και τους εκπροσώπους τους, τις επαγγελματικές και τις εμπορικές ενώσεις σχετικά με τις νέες νομοθετικές πρωτοβουλίες και τα τρέχοντα προγράμματα που θα μπορούσαν να τους ενδιαφέρουν. Τέλος, εδραιώνει τις σχέσεις με τις οργανώσεις εκπροσώπησης των ΜΜΕ, τις οποίες περιλαμβάνει σε όλες τις συνεδριάσεις των απεσταλμένων για τις ΜΜΕ, έτσι ώστε να μπορούν να διατυπώσουν τις παρατηρήσεις τους επί των εκάστοτε σημείων ημερήσιας διάταξης.

2. Πόσο σημαντική είναι για εσάς η ανταλλαγή ιδεών με άλλους απεσταλμένους για τις ΜΜΕ και η συνεργασία στο δίκτυο;

Το δίκτυο των απεσταλμένων για τις ΜΜΕ ενισχύει την ανταλλαγή βέλτιστων εθνικών πρακτικών. Ο άτυπος χαρακτήρας των συνεδριάσεων διευκολύνει την ανταλλαγή πληροφοριών και τις συζητήσεις σχετικά με τις μεταρρυθμίσεις, γεγονός που συμβάλλει στη δημιουργία ενός φιλικού προς τις ΜΜΕ περιβάλλοντος.

3. Κατά την άποψή σας, ποιο ρόλο διαδραματίζουν στη Γαλλία οι περιφέρειες κατά την υλοποίηση της SBA; Σε σχέση με ποιες αρχές αναμένετε ότι θα διαδραματίσουν πιο ενεργό ρόλο οι περιφέρειες;

Τα περιφερειακά συμβούλια (*conseils régionaux*) διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της οικονομίας. Σε τέτοια ζητήματα προεδρεύουν στις περιφερειακές συντονιστικές επιτροπές της Bpifrance. Σε αυτές τις επιτροπές καθορίζεται ο προσανατολισμός των διαφόρων χρηματοδοτικών μέσων ώστε να διευκολύνεται η πρόσβαση σε τραπεζικά δάνεια, να βελτιώνεται η ρευστότητα και η

κεφαλαιοποίηση και να διασφαλίζονται οι τράπεζες και άλλοι χρηματοπιστωτικοί εταίροι της επιχείρησης έναντι της ανάληψης κινδύνου. Επίσης, η κεντρική διοίκηση είναι παρούσα στις περιφέρειες: Οι υπηρεσίες της λειτουργούν ως κέντρα εξυπηρέτησης για όλα τα ζητήματα· έχουν τη δυνατότητα να εξετάζουν πτυχές της ανταγωνιστικότητας με μια στρατηγική και ολοκληρωμένη προοπτική και να παρέχουν στις επιχειρήσεις σημαντική προστιθέμενη αξία.

4. Πώς διαρθρώνεται ο διάλογος μεταξύ ΜΜΕ και των περιφερειών στη Γαλλία;

Έχουν συσταθεί περιφερειακές επιτροπές οι οποίες συνέρχονται τακτικά με τις επαγγελματικές ενώσεις. Στις επιτροπές αυτές εκπροσωπούνται όλα τα σχετικά ενδιαφερόμενα μέρη που είναι σημαντικά για την ανάπτυξη της οικονομίας των περιφερειών, συμπεριλαμβανομένων των περιφερειακών οργάνων της κεντρικής διοίκησης. Για παράδειγμα, υπάρχουν 60 ειδικές περιφερειακές επιτροπές για την οργάνωση της πολιτικής υπέρ των επαγγελματιών. Οι εν λόγω επιτροπές κατανομούνται ανάλογα με τα θέματα προτεραιότητας και τις ανάγκες που υπάρχουν σε

κάθε περιφέρεια και η εργασία τους συνδέεται με στρατηγικές επιτροπές του κάθε κλάδου σε εθνικό επίπεδο.

5. Πώς ενημερώνετε τις γαλλικές ΜΜΕ σχετικά με τις προσφορές και δραστηριότητες του απεσταλμένου για τις ΜΜΕ;

Οι γαλλικές οργανώσεις εκπροσώπησης των ΜΜΕ συμμετέχουν τακτικά στις διαβουλεύσεις της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνιστικότητας, Βιομηχανίας και Υπηρεσιών (*Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services*) για την προετοιμασία των συνεδριάσεων των απεσταλμένων για τις ΜΜΕ.

Αλλά και σε περιφερειακό επίπεδο υπάρχουν ορισμένοι απεσταλμένοι για τις ΜΜΕ, π.χ. στη Βαλονία και στη Βάδη-Βιρτεμβέργη. Οι απεσταλμένοι για τις ΜΜΕ στις περιφέρειες διαδραματίζουν παρόμοιο ρόλο με τους απεσταλμένους σε εθνικό επίπεδο. Το έργο τους απευθύνεται αφενός προς τη διοίκηση, σε εσωτερικό επίπεδο, και αφετέρου στις ΜΜΕ και το κοινό, σε εξωτερικό επίπεδο.

Προτάσεις για τα καθήκοντα ενός περιφερειακού απεσταλμένου για τις ΜΜΕ αναφέρονται στον παρακάτω πίνακα:

| Εσωτερικά καθήκοντα | Εξωτερικά καθήκοντα |
|--|---|
| Βελτίωση της επικοινωνίας με τα ανώτερα επίπεδα διοίκησης | Διεξαγωγή διαλόγου με τις αντιπροσωπείες των ΜΜΕ |
| Έλεγχος εθνικών και περιφερειακών διατάξεων σχετικά με τον προσανατολισμό τους προς τις ΜΜΕ | Ενημέρωση και επικοινωνία με την ευρύτερη κοινότητα |
| Εφαρμογή της αρχής «Σκέψου πρώτα σε μικρή κλίμακα» στην περιφέρεια | Παροχή σημείου αφετηρίας για καταγγελίες και προτάσεις για τις ΜΜΕ καθώς και για την απόκρισή τους |
| Διατύπωση νέων προτάσεων και συστάσεων για τη βελτίωση του πολιτικού περιβάλλοντος για τις ΜΜΕ | Συλλογή παρατηρήσεων από την επιχειρηματική κοινότητα, οι οποίες παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τις ΜΜΕ, όπως η πρόσβαση σε προγράμματα χρηματοδότησης |
| Αξιολόγηση της εφαρμογής των αρχών της SBA στην περιφέρεια | Διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜΜΕ σε ενημέρωση σχετικά με προγράμματα και πρωτοβουλίες |
| Μείωση του διοικητικού φόρτου (τεστ για τις ΜΜΕ) | |

| | |
|--|--|
| Αναγνώριση και κοινοποίηση των θετικών παραδειγμάτων από την περιφέρεια, το κράτος μέλος και άλλες περιφέρειες της Ευρώπης | |
| Γεφύρωση των σχέσεων μεταξύ των διοικήσεων μιας περιφέρειας με τις διοικήσεις ανωτέρου επιπέδου | |
| Προστασία των περιφερειακών συμφερόντων των ΜΜΕ σε ευρωπαϊκό επίπεδο | |
| Δικτύωση της περιφερειακής διοίκησης με τις διοικήσεις άλλων περιφερειών | |
| Οργάνωση της ανταλλαγής εμπειριών | |

2.4. Πώς μπορούν να δημιουργήσουν οι περιφέρειες ένα σύστημα διακυβέρνησης;

Η περιφερειακή διακυβέρνηση είναι ένα μη ιεραρχικό ρυθμιστικό εργαλείο και αποτελεί επέκταση της κυβερνητικής δράσης. Περιγράφει την ισότιμη συνεργασία φορέων (μέμονωμένα άτομα, ομάδες, ενώσεις, επιχειρήσεις, διοικήσεις) σε ορισμένους τομείς πρακτικής, όπως π.χ. και η περιφερειακή οικονομική πολιτική υπέρ των ΜΜΕ, και χαρακτηρίζεται από μια εθελοντική και ανεξάρτητη συνεργασία που αποσκοπεί στην επίλυση από κοινού αναγνωρισμένων προβλημάτων και στην επίτευξη από κοινού καθορισμένων στόχων.

Η περιφερειακή διακυβέρνηση δεν αντικαθιστά την κρατική δράση (την κυβέρνηση), αλλά την επεκτείνει σε άλλους φορείς, κυρίως σε φορείς της κοινωνίας των πολιτών. Οι περιφέρειες μπορούν να χρησιμοποιήσουν το εν λόγω μέσο ιδίως στους τομείς που δεν μπορούν να αντιμετωπίσουν οι προκλήσεις που προκύπτουν σε μια περιφέρεια μέσω της παραδοσιακής προσέγγισης.

Ωστόσο, η περιφερειακή διακυβέρνηση πρέπει επίσης να τελεί υπό διαχείριση και να είναι εδραιωμένη στην περιφέρεια. Οι διαδικασίες δεν διεξάγονται από μόνες τους. Θα πρέπει να προωθούνται και να διαμορφώνονται δυναμικά. Η συνεργασία και η επικοινωνία καθώς και οι ελεύθερες παρατηρήσεις όλων των φορέων είναι ζωτικής σημασίας.

Οι προσεγγίσεις σε διαδικασίες περιφερειακής διακυβέρνησης είναι οι εξής:

- Η ανάπτυξη της πολιτικής ενισχύσεων της ΕΕ όσον αφορά την περιφερειακή συνεργασία
- Η ενσωμάτωση των περιφερειακών πρωτοβουλιών στο ευρωπαϊκό πολυεπίπεδο σύστημα
- Ο ανταγωνισμός μεταξύ των περιφερειών
- Η ενεργή διαχείριση της δημογραφικής αλλαγής (π.χ. στη διασφάλιση εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού)

Επιχειρήσεις ως φορείς στις διαδικασίες περιφερειακής διακυβέρνησης

Η συμμετοχή των επιχειρήσεων στις διαδικασίες περιφερειακής διακυβέρνησης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον τρόπο που αξιολογούν τα οφέλη της συνεργασίας. Η συμμετοχή δεν πρέπει κατά κανόνα να συνεπάγεται υπερβολική χρονική επιβάρυνση. Ωστόσο, αυτό εξαρτάται επίσης από την εδραίωση της παρουσίας της επιχείρησης στην περιφέρεια. Όσο μεγαλύτερη είναι η συνάφεια τόσο ισχυρότερη είναι η προθυμία συμμετοχής. Για τις επιχειρήσεις των οποίων η διοίκηση εδρεύει εκτός της περιφέρειας και οι οποίες απασχολούν προσωπικό στην περιφέρεια το οποίο ενεργεί σύμφωνα με τις οδηγίες της, η συμμετοχή μπορεί να είναι λιγότερο έντονη.

Η περιφερειακή διακυβέρνηση στηρίζεται σε δύο βασικές έννοιες: στη λειτουργική και στην εδαφική προσέγγιση.

Η λειτουργική προσέγγιση εφαρμόζεται συνήθως σε ζητήματα περιφερειακής ανάπτυξης. Οι φορείς

είναι εμπειρογνώμονες οι οποίοι μελετούν τις διαδικασίες και προσπαθούν να επιλύσουν τα προβλήματα. Η επιλογή των εταίρων επιχειρησιακής συνεργασίας εξαρτάται από τη συνάφεια τους με τα καθήκοντα.

Η εδαφική προσέγγιση βασίζεται σε μια καθορισμένη περιφέρεια. Στο πλαίσιο αυτής της προσέγγισης, κεντρικό ρόλο διαδραματίζουν φορείς από τους τομείς της πολιτικής και της διοίκησης οι οποίοι αναζητούν αντιπροσωπευτικούς φορείς από την περιφέρεια για τον ρόλο του εταίρου.

Τα παραδείγματα από τις περιφέρειες καταδεικνύουν ότι στην πολιτική για τις ΜΜΕ και στην υλοποίηση της SBA στις περιφέρειες προτιμάται η εδαφική προσέγγιση. Εταίροι της περιφερειακής διοίκησης στην υλοποίηση της SBA στις περιφέρειες είναι συχνά επιχειρηματικές ενώσεις, εμπορικά και βιοτεχνικά επιμελητήρια καθώς και άλλοι οικονομικοί και κοινωνικοί εταίροι.

Η δημιουργία και η καθιέρωση ενός συστήματος περιφερειακής διακυβέρνησης απαιτεί τη συνεκτίμηση διαφόρων πτυχών, από τη στοχοθέτηση και την επιλογή των εταίρων έως την παρακολούθηση και την αξιολόγηση των εφαρμοζόμενων μέτρων.

Οι περιφέρειες που θέλουν να οικοδομήσουν μια διαδικασία περιφερειακής διακυβέρνησης για την υλοποίηση της SBA πρέπει να λάβουν υπόψη τα ακόλουθα στάδια:

2.4.1. Ορισμός του δημοσίου συμφέροντος και των στόχων της διαδικασίας περιφερειακής διακυβέρνησης (Τι σκοπεύει να επιτύχει η περιφέρεια;)

Στο πρώτο στάδιο θα πρέπει να προσδιοριστεί και να καθοριστεί ο στόχος που θέλει να επιτύχει η περιφέρεια. Αυτό απαιτεί την οριοθέτηση και τη λειτουργικότητα των στόχων, έτσι ώστε το δίκτυο να μπορεί να λειτουργήσει σε ένα συγκεκριμένο επίπεδο και να είναι δυνατή η διατύπωση λειτουργικών και επιτεύξιμων στόχων, καθώς και η επιλογή κατάλληλων εταίρων.

Ο στόχος «υλοποίηση της SBA στην περιφέρεια» είναι πολύ γενικός και ευρύς στόχος. Δεν μπορούν να εφαρμοστούν όλες οι αρχές και οι δράσεις της SBA σε περιφερειακό επίπεδο. Ως εκ τούτου, οι εταίροι του δικτύου θα πρέπει να επικεντρωθούν

στις αρχές που είναι πλέον σημαντικές για την περιφέρεια και τις οποίες η περιφέρεια έχει την αρμοδιότητα να εφαρμόσει. Στοιχεία για την επιλογή μπορεί να παρέχει η περιφερειακή στρατηγική για την ανάπτυξη ή η στρατηγική για την καινοτομία.

2.4.2. Εντοπισμός του εταίρου (Σε ποιες δράσεις πρέπει να προβεί η περιφέρεια και με ποιους μπορεί να τις επιτύχει;)

Οι σαφείς στόχοι απλοποιούν τη διαδικασία εύρεσης του κατάλληλου εταίρου. Οι κατάλληλοι εταίροι είναι οι φορείς που επηρεάζουν την επίτευξη των στόχων και μπορούν να συμβάλουν σε αυτήν.

Για την περιφερειακή υλοποίηση της SBA, πρόκειται ουσιαστικά για τις επιχειρηματικές ενώσεις και τις ΜΜΕ αυτές καθαυτές, αλλά και άλλες διοικήσεις και περιφερειακούς φορείς ενίσχυσης της επιχειρηματικής κοινότητας. Ανάλογα με τον στόχο που έχει τεθεί, μπορούν να προστεθούν περισσότεροι οικονομικοί και κοινωνικοί εταίροι ή δίκτυα, όπως το Ευρωπαϊκό Επιχειρηματικό Δίκτυο, εκπαιδευτικά και ερευνητικά ιδρύματα.

Η Βαλονία έχει θεσπίσει με τους οικονομικούς εταίρους της ένα κοινοβούλιο ΜΜΕ, το οποίο συνεδριάζει τακτικά και ενημερώνεται από τις επιχειρήσεις σχετικά με την υλοποίηση της SBA, ενώ έχει επίσης τη δυνατότητα λήψης αποφάσεων από κοινού με άλλους φορείς.

Στη Βάδη-Βιρτεμβέργη έχει συσταθεί συμβουλευτική επιτροπή για τις ΜΜΕ, η οποία ενεργεί ως γνωμοδοτικό όργανο για την περιφερειακή διοίκηση και εκπροσωπεί τα συμφέροντα των ΜΜΕ στο ομόσπονδο κράτος.

2.4.3. Διαμόρφωση γενικών αρχών (Πώς θα πρέπει να το χειριστεί η περιφέρεια;)

Οι κοινές γενικές αρχές, στο πλαίσιο των οποίων μπορούν να συσπειρώνονται όλοι οι εταίροι του δικτύου, συμβάλλουν στη διαχείριση των ζητημάτων που εγείρουν οι εταίροι και έχουν ως αποτέλεσμα να αισθάνονται άνετα και να έχουν τα ανάλογα κίνητρα για να εργαστούν στο δίκτυο. Οι γενικές αρχές πρέπει να θέτουν κοινούς στόχους και να καθορίζουν πώς μπορεί να συμβάλει κάθε εταίρος στο δίκτυο, τι μπορούν να περιμένουν οι εταίροι καθώς και τι μπορούν να λαμβάνουν για τις υπηρεσίες τους. Είναι σημαντικό να επιτυγχάνεται εξισορρόπηση των συμφερόντων.

Η υλοποίηση της SBA αφορά κυρίως την τακτική και ισότιμη επικοινωνία όλων των συμμετεχόντων. Πρέπει να καθοριστεί πώς θα εφαρμοστούν στην περιφέρεια οι αρχές ιεραρχίας της SBA, ποια επιμέρους μέτρα και έργα μπορούν να συμβάλουν σε αυτό και ποιος θα τα εφαρμόσει.

Για τον σκοπό αυτό δεν απαιτείται να εφαρμοστούν από την περιφερειακή διοίκηση όλες οι ενέργειες που προτείνει ο SBA. Για παράδειγμα, σε εκστρατείες ή δράσεις για την επιχειρηματικότητα ή τη «δεύτερη ευκαιρία» μπορούν να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο και οι ενώσεις.

2.4.4. Διάρθρωση της οργάνωσης του δικτύου (Τι πρέπει να ορίσει η περιφέρεια;)

Με τις κοινές γενικές αρχές μπορεί να καθοριστεί επίσης η δομή και η οργάνωση του δικτύου.

Οι στόχοι που έχει θέσει το δίκτυο και τα καθήκοντα που έχουν τεθεί αποτελούν τη βάση για την κατανομή των επιμέρους καθηκόντων και για τους καταστατικούς κανόνες.

Θα πρέπει να διευκρινιστούν η συχνότητα των συνεδριάσεων, η σύσταση ομάδων εργασίας, η εσωτερική επικοινωνία στο δίκτυο, η εξωτερική επικοινωνία, η παρακολούθηση και ο έλεγχος επιδόσεων της οικείας εργασίας.

Αυτό έχει συνέπειες και στους διάφορους εταίρους όσον αφορά τον προγραμματισμό των πόρων, την εσωτερική ροή των πληροφοριών, κ.λπ.

2.4.5. Διαχείριση του δικτύου

Η διαχείριση ενός δικτύου περιφερειακής διακυβέρνησης απαιτεί στοχευμένες δομές διαχείρισης που δεν αντιστοιχούν με εκείνες της παραδοσιακής διαχείρισης. Η δομή μπορεί να είναι εγκατεστημένη εικονικά ή στο γραφείο ενός εταίρου. Επίσης, ενδέχεται να απαιτείται νέα ξεχωριστή οργάνωση.

Για τον συντονισμό απαιτούνται δύο επίπεδα:

1. το πολιτικό επίπεδο για τη διαδικασία συναπόφασης στο δίκτυο
2. το τεχνικό επίπεδο για την κατάρτιση των αποφάσεων

Σε πολιτικό επίπεδο, οι εταίροι θα πρέπει να εκπροσωπούνται αναλόγως από πολιτικούς, προϊσταμένους της διοίκησης, εκπροσώπους των επιχειρήσεων και από ενώσεις. Αυτό το επίπεδο

θα πρέπει να θεσπίζει κανόνες για τη λήψη αποφάσεων, οι οποίες θα είναι ευθυγραμμισμένες με τη νομιμότητα των αποφάσεων και τη συνέχιση της επικοινωνίας.

Οι αποφάσεις πρέπει να καταρτίζονται από το τεχνικό επίπεδο. Το επίπεδο αυτό μπορεί να είναι εγκατεστημένο και να χρηματοδοτείται από έναν εταίρο. Ωστόσο, είναι προτιμότερη η χρηματοδότηση από όλους τους εταίρους του δικτύου. Αυτό αυξάνει την αποδοχή όσων των σημαντικών φορέων κατάρτισης των αποφάσεων.

2.4.6. Παρακολούθηση της υλοποίησης (Τι λειτουργεί και τι όχι;)

Η παρακολούθηση του δικτύου περιφερειακής διακυβέρνησης και των εφαρμοζόμενων μέτρων και έργων θα πρέπει να προγραμματιστεί από την αρχή κατά τον καθορισμό των στόχων ως ουσιώδες στοιχείο της διαχείρισης του δικτύου. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω εσωτερικής αξιολόγησης στο δίκτυο ή μέσω αξιολόγησης από εξωτερικούς εμπειρογνώμονες.

2.4.7. Καθήκοντα του περιφερειακού απεσταλμένου για τις ΜΜΕ στη διαδικασία περιφερειακής διακυβέρνησης

Στη διάρθρωση και τη διαχείριση των διαδικασιών περιφερειακής διακυβέρνησης στον τομέα της πολιτικής για τις ΜΜΕ, ο περιφερειακός απεσταλμένος για τις ΜΜΕ μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο. Μέσω του ορισμού του από την περιφερειακή διοίκηση κατέχει την απαραίτητη θέση και εξουσία προκειμένου να συνομιλεί με τους περιφερειακούς εταίρους και να τους ενώνει υπό έναν κοινό στόχο καθώς και να επιτυγχάνει την απαιτούμενη αποτελεσματικότητα του δικτύου.

Στα δίκτυα περιφερειακής διακυβέρνησης υπάρχουν επίσης συγκρουόμενα συμφέροντα και διαφορετικές οπτικές γωνίες των εταίρων σχετικά με ένα θέμα. Η διαχείριση των διαδικασιών συζήτησης αποτελεί μεγάλη πρόκληση. Σε αυτό το σημείο είναι επίσης σημαντική η προσωπική δέσμευση του απεσταλμένου ή των απεσταλμένων για τις ΜΜΕ να ενεργεί/να ενεργούν ως κινητήριοι δύναμη της διαδικασίας η οποία θα παρακινήσει τους άλλους εταίρους, θα ενισχύσει τη συνεργασία μέσω λυσιτελών και λειτουργικών

προτάσεων και θα καταργήσει όλα τα πιθανά εμπόδια.

Η παρουσία της περιφερειακής διοίκησης επιτρέπει επίσης τη διάθεση των αναγκαίων πόρων για την τεχνική διαχείριση και την κατάρτιση αποφάσεων.

Επίσης, στη διαχείριση της διαδικασίας περιφερειακής διακυβέρνησης είναι σημαντική η καθιέρωση ισότιμου διαλόγου, στον οποίο όλοι οι εταίροι θα παρέχουν αναγνωρισμένη συμβολή η οποία θα εφαρμόζεται επίσης αξιόπιστα από τη διοίκηση. Για τον σκοπό αυτόν, πρέπει να ενθαρρύνεται η δημιουργικότητα όλων των συμμετεχόντων και να αναζητούνται ρεαλιστικές λύσεις ακόμα και εκτός των συνήθων τρόπων αναζήτησης.

2.5. Ευρωπαϊκό ταμείο επενδύσεων και διαρθρωτικό ταμείο για την υλοποίηση της SBA

Η πολιτική συνοχής αποτελεί κατά την προγραμματική περίοδο 2014-2020 το κύριο επενδυτικό μέσο της ΕΕ για την επίτευξη των στόχων της στρατηγικής «Ευρώπη 2020», δηλαδή τη δημιουργία ανάπτυξης και θέσεων εργασίας, την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής και της ενεργειακής εξάρτησης καθώς και τη μείωση της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού. Ως εκ τούτου, αναγνωρίζεται επίσης ο ρόλος των ΜΜΕ στην ανάπτυξη και στην απασχόληση, ενώ τα ταμεία προσανατολίζονται στοχευμένα σε βασικές προτεραιότητες, όπως η στήριξη των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων.

Για την επίτευξη των στόχων απαιτείται μια συγκεντρωμένη και στοχευμένη χρήση των πόρων με σαφή καθορισμό των στόχων. Ως εκ τούτου, η πολιτική συνοχής επικεντρώνεται σε έναν μικρότερο αριθμό που περιλαμβάνει έντεκα θεματικούς στόχους (βλ. πίνακα).

Η περιφερειακή πολιτική της ΕΕ χρηματοδοτείται κυρίως από τρία ταμεία, το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ), το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ) και το Ταμείο Συνοχής. Το Ταμείο Συνοχής χρηματοδοτεί διευρωπαϊκά δίκτυα μεταφορών, έργα περιβάλλοντος, ενέργειας και μεταφορών στα κράτη μέλη των οποίων το ακαθάριστο εθνικό κατά κεφαλήν εισόδημα είναι μικρότερο του 90 % του κοινοτικού μέσου όρου. Όσον αφορά την περιφερειακή πολιτική για τις

ΜΜΕ, το Ταμείο Συνοχής δεν είναι συναφές, ως εκ τούτου, στο σημείο αυτό γίνεται σύντομη αναφορά στο ΕΤΠΑ και στο ΕΚΤ.

Το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ)

Καθήκον του ΕΤΠΑ είναι να ενισχύει την εξάλειψη των ανισοτήτων μεταξύ διαφόρων περιφερειών όσον αφορά την οικονομική, κοινωνική και εδαφική συνοχή στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Ανάλογα με την κατηγορία περιφέρειας (λιγότερο αναπτυγμένες περιφέρειες: 50 %, περιφέρειες μετάβασης: 60 %, και πιο αναπτυγμένες περιφέρειες: 80 %), οι επενδύσεις στο πλαίσιο του ΕΤΠΑ επικεντρώνονται σε τέσσερις βασικές προτεραιότητες: καινοτομία και έρευνα, ψηφιακό θεματολόγιο, ενίσχυση μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) και οικονομία χαμηλών εκπομπών CO₂.

Το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ)

Το ΕΚΤ είναι το κεντρικό χρηματοδοτικό μέσο της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις επενδύσεις στην κατάρτιση και την επιμόρφωση καθώς και την απασχόληση. Ο στόχος του ΕΚΤ είναι να συμβάλει στην οικονομική, κοινωνική και εδαφική συνοχή της ΕΕ. Τουλάχιστον το 20 % των διαθέσιμων κονδυλίων του ΕΚΤ σε κάθε κράτος μέλος διατίθεται για τον θεματικό στόχο «Προώθηση της κοινωνικής ένταξης και καταπολέμηση της φτώχειας και των διακρίσεων».

Μέσω της πρωτοβουλίας για την απασχόληση για τους νέους στηρίζεται, στο πλαίσιο του ΕΚΤ, η καταπολέμηση της ανεργίας των νέων σε περιφέρειες της ΕΕ που εμφανίζουν υψηλό ποσοστό ανεργίας των νέων.

Η ευρωπαϊκή εδαφική συνεργασία (ΕΕΣ)

Η ευρωπαϊκή εδαφική συνεργασία (ΕΕΣ) αποτελεί σημαντικό στόχο της πολιτικής συνοχής της ΕΕ. Η ΕΕΣ προωθεί μέσω του ΕΤΠΑ τη διασυνοριακή, διακρατική και διαπεριφερειακή συνεργασία στους 11 θεματικούς στόχους.

Ειδικά στα προγράμματα διακρατικής συνεργασίας αναπτύσσονται και δοκιμάζονται έννοιες για μια περιφερειακή πολιτική υπέρ των ΜΜΕ. Το ευρωπαϊκό πρόγραμμα INTERREG παρέχει τη δυνατότητα στις περιφέρειες να μοιραστούν τις εμπειρίες τους και να καταρτίσουν σχέδια δράσης για την υλοποίηση των μέτρων.

Θεματική συγκέντρωση και SBA

Η πολιτική συνοχής επικεντρώνεται σε 11 θεματικούς στόχους. Ένας από τους στόχους αναφέρεται άμεσα στην ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ. Ωστόσο, οι περισσότεροι από τους άλλους θεμα-

τικούς στόχους διαθέτουν επίσης μια συνιστώσα για τις ΜΜΕ.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται ποιος από τους θεματικούς στόχους είναι κατάλληλος για την υλοποίηση της SBA.

| Θεματικός στόχος (ΘΣ) | Αρχές της SBA | Πιθανά μέτρα (βλέπε επιμέρους δελτίο) |
|--|--|---|
| ΘΣ 1 Ενίσχυση της έρευνας, της τεχνολογικής ανάπτυξης και της καινοτομίας | <ol style="list-style-type: none"> 1. Επιχειρηματικότητα 3. Προτεραιότητα στις ΜΜΕ 5. Μέσα για τις ΜΜΕ 6. Χρηματοδότηση 7. Εσωτερική αγορά 8. Ανάπτυξη ικανοτήτων 9. Επιχειρηματικές ευκαιρίες στην προστασία του περιβάλλοντος 10 Διεθνοποίηση | <p>Στήριξη καινοτόμων φορέων (ιδίως των ΜΜΕ) μέσω παροχής συμβουλών και υποστήριξης, άμεσων επενδύσεων και χρηματοδοτήσεων που συμβάλλουν στην αξιοποίηση ιδιωτικών πηγών χρηματοδότησης</p> <p>Συνεργασία μεταξύ φορέων (συμπεριλαμβανομένων των ΜΜΕ) στον τομέα της καινοτομίας</p> <p>Επενδύσεις στον τομέα της καινοτομίας μέσω των ΜΜΕ</p> <p>Κοινωνικές καινοτομίες</p> |
| ΘΣ 2 Βελτίωση της πρόσβασης, της χρήσης και της ποιότητας των τεχνολογιών των πληροφοριών και των επικοινωνιών (ΤΠΕ) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Επιχειρηματικότητα 3. Προτεραιότητα στις ΜΜΕ 5. Μέσα για τις ΜΜΕ 6. Χρηματοδότηση 7. Εσωτερική αγορά 8. Ανάπτυξη ικανοτήτων 10 Διεθνοποίηση | <p>Ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών ΤΠΕ</p> <p>Εφαρμογές ΤΠΕ για την ηλεκτρονική διακυβέρνηση, το ηλεκτρονικό εμπόριο, την ηλεκτρονική μάθηση, την ηλεκτρονική ένταξη και την ηλεκτρονική υγεία</p> |
| ΘΣ 3 Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ, του γεωργικού τομέα (για το ΕΓΤΑΑ) και του τομέα της αλιείας και της υδατοκαλλιέργειας (για το ΕΤΘΑ) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Περιβάλλον για τις επιχειρήσεις 2. Δεύτερη Ευκαιρία 3. Προτεραιότητα στις ΜΜΕ 4. Διοίκηση για τις ΜΜΕ 5. Μέσα για τις ΜΜΕ 6. Χρηματοδότηση 7. Εσωτερική αγορά 8. Ανάπτυξη ικανοτήτων 9. Επιχειρηματικές ευκαιρίες στην προστασία του περιβάλλοντος 10 Διεθνοποίηση | <p>Πρωώθηση της επιχειρηματικότητας και της σύστασης επιχειρήσεων, φυτώρια επιχειρήσεων, νέα επιχειρηματικά μοντέλα για τις ΜΜΕ, διεθνοποίηση, ενίσχυση επενδύσεων και ικανοτήτων για την ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών, στήριξη των ΜΜΕ για τη συμμετοχή σε διαδικασίες ανάπτυξης και καινοτομίας</p> |
| ΘΣ 4 Υποστήριξη της μετάβασης προς μια οικονομία χαμηλών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα σε όλους τους τομείς των επιχειρήσεων | <ol style="list-style-type: none"> 1. Επιχειρηματικότητα 3. Προτεραιότητα στις ΜΜΕ 4. Διοίκηση για τις ΜΜΕ 6. Χρηματοδότηση 7. Εσωτερική αγορά 8. Ανάπτυξη ικανοτήτων 9. Επιχειρηματικές ευκαιρίες στην προστασία του περιβάλλοντος 10 Διεθνοποίηση | <p>Παραγωγή και διανομή των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, προώθηση της ενεργειακής απόδοσης και της χρήσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας στις ΜΜΕ, έρευνα και καινοτομία στον τομέα των τεχνολογιών με χαμηλές εκπομπές άνθρακα</p> |

| | | |
|---|---|--|
| <p>ΘΣ 5 Προώθηση της προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή, πρόληψη και διαχείριση κινδύνων</p> | <p>5. Μέσα για τις ΜΜΕ 6. Χρηματοδότηση 7. Εσωτερική αγορά 9. Επιχειρηματικές ευκαιρίες στην προστασία του περιβάλλοντος 10 Διεθνοποίηση</p> | <p>Προώθηση των επενδύσεων για την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή και για την αντιμετώπιση ειδικών κινδύνων</p> |
| <p>ΤΘ 6 Διαφύλαξη και προστασία του περιβάλλοντος και προώθηση της αποδοτικότητας των πόρων</p> | <p>3. Προτεραιότητα στις ΜΜΕ 4. Διοίκηση για τις ΜΜΕ 6. Χρηματοδότηση 7. Εσωτερική αγορά 8. Ανάπτυξη ικανοτήτων 9. Επιχειρηματικές ευκαιρίες στην προστασία του περιβάλλοντος 10 Διεθνοποίηση</p> | <p>Προώθηση των επενδύσεων στον τομέα της διαχείρισης των αποβλήτων και της διαχείρισης των υδάτων, διατήρηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, προώθηση της βιοοικολογίας, προώθηση της περιβαλλοντικής τεχνολογίας και της αποτελεσματικής χρησιμοποίησης των πόρων, προώθηση της αλλαγής προς μια ενεργειακά αποδοτική οικονομία, οικολογικές καινοτομίες</p> |
| <p>ΘΣ 7 Προώθηση των βιώσιμων μεταφορών και της άρσης των προβλημάτων σε βασικές υποδομές δικτύων</p> | <p>6. Χρηματοδότηση 7. Εσωτερική αγορά 9. Επιχειρηματικές ευκαιρίες στην προστασία του περιβάλλοντος 10 Διεθνοποίηση</p> | <p>Ανάπτυξη και βελτίωση φιλικών προς το περιβάλλον συστημάτων μεταφορών, βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης μέσω της ανάπτυξης έξυπνων συστημάτων κλπ. για την ενεργειακή κατανομή και αποθήκευση</p> |
| <p>ΘΣ 8 Προώθηση της βιώσιμης και ποιοτικής απασχόλησης και στήριξη της κινητικότητας του εργατικού δυναμικού</p> | <p>1. Περιβάλλον για τις επιχειρήσεις 2. Δεύτερη Ευκαιρία 3. Προτεραιότητα στις ΜΜΕ 5. Μέσα για τις ΜΜΕ 6. Χρηματοδότηση 7. Εσωτερική αγορά 8. Ανάπτυξη ικανοτήτων</p> | <p>Στήριξη αυτοαπασχολούμενων, ιδρυτών και πολύ μικρών επιχειρήσεων, ανάπτυξη του ενδογενούς δυναμικού, στήριξη τοπικών πρωτοβουλιών για την απασχόληση</p> |
| <p>ΘΣ 9 Προώθηση της κοινωνικής ένταξης και καταπολέμηση της φτώχειας και κάθε διάκρισης</p> | <p>1. Περιβάλλον για τις επιχειρήσεις 2. Δεύτερη Ευκαιρία 3. Προτεραιότητα στις ΜΜΕ 5. Μέσα για τις ΜΜΕ 6. Χρηματοδότηση 8. Ανάπτυξη ικανοτήτων</p> | <p>Επενδύσεις στις υποδομές υγείας και στις κοινωνικές υποδομές, υπηρεσίες βασισμένες στην κοινότητα, παροχή στήριξης για κοινωνικές επιχειρήσεις,</p> |
| <p>ΘΣ 10 Επένδυση στην εκπαίδευση, την κατάρτιση και την επαγγελματική κατάρτιση για την απόκτηση δεξιοτήτων και τη δια βίου μάθηση</p> | <p>1. Περιβάλλον για τις επιχειρήσεις 2. Δεύτερη Ευκαιρία 3. Προτεραιότητα στις ΜΜΕ 5. Μέσα για τις ΜΜΕ 8. Ανάπτυξη ικανοτήτων</p> | <p>Ανάπτυξη ικανοτήτων και εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού, επαγγελματική κατάρτιση</p> |

| | | |
|---|--|--|
| <p>ΘΣ 11 Ενίσχυση της θεσμικής ικανότητας των δημόσιων αρχών και των ενδιαφερομένων φορέων και της αποτελεσματικής δημόσιας διοίκησης</p> | <p>3. Προτεραιότητα στις ΜΜΕ 4. Διοίκηση για τις ΜΜΕ 5. Προσκλήσεις υποβολής προσφορών και ενισχύσεις που ανταποκρίνονται στις ανάγκες των ΜΜΕ</p> | <p>Συνεργασία μεταξύ διοικήσεων και θεσμικών οργάνων, όπως στον τομέα των επιχειρήσεων</p> |
|---|--|--|

Είναι σαφές ότι οι περιφέρειες έχουν διάφορες δυνατότητες να εφαρμόσουν τον SBA με τη συνδρομή των διαρθρωτικών ταμείων. Για τον προγραμματισμό ή την υλοποίηση των επιχειρησια-

κών προγραμμάτων, οι διοικητικές αρχές πρέπει να επιστήσουν προσοχή στη φιλική προς τις ΜΜΕ διαμόρφωση των στόχων και των μέτρων.

3

Παραδείγματα περιφερειών με υφιστάμενα προγράμματα για την εφαρμογή της Πράξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις

© .../Photodisc/Thinkstock

Ορισμένες περιφέρειες σε διάφορα κράτη μέλη έχουν αναπτύξει πολιτικές και προγράμματα για τη βελτίωση των συνθηκών για τις ΜΜΕ. Οι εν λόγω πολιτικές και προγράμματα λειτουργούν σε πολύ διαφορετικά οικονομικά πλαίσια. Το κοινό στοιχείο των περιφερειών είναι το πολιτικό όραμα για δημιουργία των προϋποθέσεων με στόχο την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και των ΜΜΕ. Ορισμένες περιφέρειες αναρμόνισαν άμεσα τη στρατηγική τους με τις αρχές της SBA και στη συνέχεια στηρίχθηκαν σε αυτές.

Σε άλλες περιφέρειες ο SBA δεν βρίσκεται απαραίτητα στο προσκήνιο. Στις εν λόγω περιφέρειες ασκείται για μεγάλο χρονικό διάστημα μια πολιτική που είναι προσανατολισμένη στις ανάγκες και τα συμφέροντα των ΜΜΕ, συμβάλλοντας έτσι στην επίτευξη των στόχων της SBA.

Στον οδηγό έχουν επιλεγεί ως παραδείγματα έξι περιφέρειες που καταβάλλουν ιδιαίτερες προσπάθειες να εφαρμόσουν μια πολιτική στο πλαίσιο της «προτεραιότητας στις μικρές επιχειρήσεις». Τρεις από αυτές, η Βαλονία, η Νότια Δανία και το Ελσίνκι-Υουσινάα είναι «Ευρωπαϊκές Επιχειρηματικές Περιφέρειες».

Εξετάζονται αφενός το περιφερειακό πλαίσιο και αφετέρου οι άξονες προτεραιότητας της περιφερειακής πολιτικής για τις ΜΜΕ. Τέλος, περιγράφονται θετικά παραδείγματα τα οποία προορίζονται να χρησιμεύσουν ως ερεθίσματα για άλλες περιφέρειες.

Όλες οι περιφέρειες θέτουν άξονες προτεραιότητας που έχουν αναπτυχθεί από τις αντίστοιχες περιφερειακές συνθήκες. Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, η πρόσβαση σε χρηματοδότηση, η βελτίωση της ικανότητας καινοτομίας των ΜΜΕ και η προώθηση της διεθνοποίησης των ΜΜΕ είναι τα σημαντικότερα θέματα των περιφερειακών στρατηγικών.

3.1. Βαλονία

Η Βαλονία είναι η νοτιότερη από τις τρεις περιφέρειες του Βελγίου. Καταλαμβάνει έκταση 16 844 km², περίπου το 55 τοις εκατό του βελγικού εδάφους, αλλά τα 3,5 εκατομμύρια κάτοικοι αντιπροσωπεύουν μόλις πάνω από το ένα τρίτο του πληθυσμού. Η πρωτεύουσα της Βαλονίας είναι η Ναμίρ, η μεγαλύτερη πόλη είναι το Σαρλερουά, και το πραγματικό πολιτιστικό και οικονομικό κέντρο είναι η Λιέγη. Η περιφέρεια

είναι αυτόνομη και έχει το δικό της κοινοβούλιο, καθώς και τη δική της κυβέρνηση με ευρείες αρμοδιότητες.

Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν το 99 τοις εκατό της βιομηχανίας της Βαλονίας - το 78 τοις εκατό είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις, το 17 τοις εκατό μικρές επιχειρήσεις και το 4 τοις εκατό μεσαίες επιχειρήσεις. Η περιφέρεια έχει πολύ καλό επίπεδο εκπαίδευσης και υψηλό μερίδιο εξαγωγών που υπερβαίνει το 50 τοις εκατό.

Εφαρμογή και παρακολούθηση

Τον Αύγουστο του 2005, η κυβέρνηση της Βαλονίας ενέκρινε τις προτεραιότητες για το μέλλον της Βαλονίας - γνωστές ως «σχέδιο Μάρσαλ». Στο πλαίσιο του «Σχεδίου Μάρσαλ 2» το 2010 καθορίστηκαν, σύμφωνα με τον ευρωπαϊκό SBA, οι ακόλουθοι τέσσερις βασικοί τομείς για την προώθηση των ΜΜΕ στην περιφέρεια:

- Επιχειρηματικότητα
- Διεθνοποίηση
- Χρηματοδότηση
- Καινοτομία

Για να διασφαλιστεί η ομαλή υλοποίηση της SBA, η περιφέρεια της Βαλονίας δρομολόγησε έναν δυναμικό διάλογο και μια σειρά μέτρων, τα οποία προκύπτουν από τον απεσταλμένο της Βαλονίας για τις ΜΜΕ Daniel Collet. Ο κ. Collet είναι επικεφαλής του τμήματος για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία στην κυβέρνηση της Βαλονίας, ενώ το 2011 ορίστηκε περιφερειακός απεσταλμένος για τις ΜΜΕ σύμφωνα με τη σύσταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Σκοπός της δραστηριότητάς του είναι:

- να βελτιώσει την επικοινωνία με το ομοσπονδιακό επίπεδο και με τους εθνικούς απεσταλμένους για τις ΜΜΕ και να ενημερώνει συνεχώς το ομοσπονδιακό επίπεδο για τα μέτρα που λαμβάνονται στη Βαλονία,
- να αξιολογεί την εφαρμογή του ευρωπαϊκού SBA σε τακτά χρονικά διαστήματα και να προβαίνει σε κατάλληλες προσαρμογές από κοινού με τους συμμετέχοντες δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς,
- να διατυπώνει νέες προτάσεις και συστάσεις για τη βελτίωση του πολιτικού περιβάλλοντος για τις ΜΜΕ στη Βαλονία.

Για να διευκολυνθεί η υλοποίηση της SBA στην περιφέρεια και να μεγιστοποιηθεί η συνέργεια στη συνεργασία των απεσταλμένων για τις ΜΜΕ και των ενδιαφερομένων μερών της Βαλονίας, έχει συσταθεί μια **διευθύνουσα επιτροπή**. Η επιτροπή, στην οποία προεδρεύει ο απεσταλμένος της Βαλονίας για τις ΜΜΕ, είναι αρμόδια για την υλοποίηση και την αξιολόγηση της SBA στην περιφέρεια. Για τον σκοπό αυτόν, καταρτίζεται ετησίως μια αναλυτική έκθεση. Η έκθεση αφορά κυρίως την επισκόπηση της κατάστασης των ΜΜΕ στη Βαλονία και αξιολογεί την υλοποίηση των μέτρων που εφαρμόζονται βάσει των δέκα αρχών της SBA που προβλέπει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Περιλαμβάνει επίσης έκθεση του κοινοβουλίου ΜΜΕ. Η έκθεση χρησιμεύει στην επιτροπή ως βάση για την έκθεση SBA καθώς και για το δελτίο δεδομένων για την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Επιπλέον, έχει συσταθεί **ομάδα εμπειρογνομώνων SBA** και έχει συγκληθεί το αποκαλούμενο **κοινοβούλιο ΜΜΕ**. Το κοινοβούλιο ΜΜΕ συστάθηκε το 2011 προκειμένου να παρέχει συμβουλές στο επίπεδο διαχείρισης των ΜΜΕ της Βαλονίας για την υλοποίηση της SBA. (Λεπτομέρειες στις ορθές πρακτικές).

Τρέχον στάδιο για την εξέλιξη της υλοποίησης

Η περιφέρεια της Βαλονίας εξέτασε συστηματικά όλες τις συστάσεις της Επιτροπής για την υλοποίηση της SBA και εντόπισε ότι μπορούν να εφαρμοστούν 41 από 69 συστάσεις. Η έκθεση του 2012 κατέδειξε ότι το 65 τοις εκατό των εν λόγω συστάσεων έχουν ήδη υλοποιηθεί πλήρως και το 35 τοις εκατό έχει υλοποιηθεί εν μέρει. Ιδιαίτερες επιτυχίες σημείωσε η περιφέρεια στους τέσσερις βασικούς τομείς της επιχειρηματικότητας, της διεθνοποίησης, της χρηματοδότησης και της καινοτομίας. Ο τομέας της δημόσιας διοίκησης έχει αναδιορθωθεί επίσης με επιτυχία προκειμένου να ανταποκριθεί στις ανάγκες των ΜΜΕ. Μέχρι στιγμής η περιφέρεια υστερεί στον τομέα της «δεύτερης ευκαιρίας».

Στόχοι για το 2013/14

Για να συνεχιστεί η υλοποίηση της SBA, η περιφέρεια έχει ήδη θέσει σαφείς στόχους για τα επόμενα έτη. Θέλει να δραστηριοποιηθεί ιδιαίτερα σε τέσσερις βασικούς τομείς:

1 . Επιχειρηματικότητα

- Προώθηση της θετικής εικόνας των επιχειρηματιών
- Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στην τριτοβάθμια εκπαίδευση
- Κατάρτιση πρώτης αξιολόγησης του κέντρου της Βαλονίας για τις προβληματικές επιχειρήσεις

2 . Πρόσβαση σε χρηματοδότηση

- Βελτίωση της επικοινωνίας σχετικά με τις ευκαιρίες χρηματοδότησης για τις ΜΜΕ
- Δημιουργία πλατφόρμας για τη βελτίωση των σχέσεων μεταξύ επιχειρήσεων και επενδυτών

3 . Καινοτομία

- Δημιουργία ενός «χαρτοφυλακίου για τις ΜΜΕ»
- Συνέχιση της ανάπτυξης μη τεχνολογικών εργαλείων καινοτομίας (Δημιουργική Βαλονία)

4 . Διεθνοποίηση

- Συνέχιση της διοικητικής απλοποίησης
- Στήριξη των ΜΜΕ που προσανατολίζονται στις εξαγωγές
- Αύξηση του αριθμού των εξαγωγικών ΜΜΕ

Παραδείγματα υλοποίησης της SBA στην περιφέρεια

Το κοινοβούλιο ΜΜΕ της Βαλονίας

Το 2011, ο Υπουργός Οικονομικών ίδρυσε στη Βαλονία το κοινοβούλιο ΜΜΕ από κοινού με την ένωση επιχειρηματιών της Βαλονίας, καθώς και με την ένωση ΜΜΕ της Βαλονίας. Το κοινοβούλιο αποτελείται από τέσσερις επιτροπές και συνεδριάζει μια φορά ετησίως σε ολομέλεια, στην οποία συμμετέχουν περίπου 300 επιχειρηματίες, ο αρμόδιος υπουργός για τις ΜΜΕ και ο ευρωπαίος απεσταλμένος για τις ΜΜΕ. Σκοπός του κοινοβουλίου ΜΜΕ της Βαλονίας είναι να προβαίνει άμεσα σε διαβούλευση με τους επιχειρηματίες σχετικά με τις ανάγκες τους (χρηματοδότηση, καινοτομία, διεθνοποίηση, επιχειρηματικότητα) και να τους συμπεριλαμβάνει στην υλοποίηση της SBA. Με τον τρόπο αυτό, οι επιχειρήσεις αφενός ενημερώνονται

σχετικά με την πρόοδο που σημειώνεται ως προς την υλοποίηση, και αφετέρου μπορούν να λάβουν μέρος στη λήψη αποφάσεων. Η ετήσια συνεδρίαση της ολομέλειας πραγματοποιείται στη Βαλονία πάντα στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Εβδομάδας για τις ΜΜΕ.

Το κοινοβούλιο ΜΜΕ λειτουργεί σε δύο διαφορετικά επίπεδα: τέσσερις επιτροπές καταρτίζουν τη συνεδρίαση και εργάζονται επί συγκεκριμένων θεμάτων, ενώ στην ολομέλεια όλα τα μέλη καλούνται να γνωμοδοτήσουν σχετικά με την υλοποίηση της SBA στη Βαλονία. Με βάση την ψηφοφορία στο κοινοβούλιο ΜΜΕ, ο απεσταλμένος της Βαλονίας για τις ΜΜΕ κ. Daniel Collet ορίζει, σε συνεργασία με την Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή της Βαλονίας (CESW) και διάφορα δημόσια όργανα, τις προτεραιότητες και συγκεκριμένες δράσεις για το επόμενο έτος. Για την εφαρμογή κάθε μέτρου συγκροτείται στη συνέχεια μια ομάδα που στηρίζεται από μια διευθύνουσα επιτροπή των ΜΜΕ η οποία αποτελείται από εκπροσώπους των υπουργείων (υπαλλήλους, υπηρεσίες, κ.λπ.) και ομάδες δημοσίου συμφέροντος. Η πρόοδος του έργου επανεξετάζεται τακτικά και, πριν από κάθε νέα συνεδρίαση του κοινοβουλίου ΜΜΕ, οι διοργανωτές συντάσσουν έκθεση που συνοψίζει την κατάσταση της εφαρμογής των μέτρων που έχουν εγκριθεί έως σήμερα.

Transeo - European Association for SME Transfer

Για τη συγκέντρωση των αγοραστών και των πωλητών των ΜΜΕ, ο οργανισμός της Βαλονίας για τη χρηματοδότηση και τις εγγυήσεις (SOWALFIN) ίδρυσε το 2006 ειδική θυγατρική για τις μεταβιβάσεις των ΜΜΕ και των πολύ μικρών επιχειρήσεων: τον οργανισμό της Βαλονίας για την εξαγορά και τη μεταβίβαση επιχειρήσεων (SOWACCESS).

Τον Δεκέμβριο του 2010, ο SOWACCESS ίδρυσε, από κοινού με δύο εταίρους από τις Κάτω Χώρες (MKBase) και τη Γαλλία (CRA), τον ευρωπαϊκό οργανισμό για τις μεταβιβάσεις των ΜΜΕ, την «Transeo». Η Transeo συσπειρώνει τους εμπειρογνώμονες από τον ιδιωτικό, τον δημόσιο και τον ακαδημαϊκό τομέα που ενδιαφέρονται για την πώληση ή την εξαγορά μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων στην Ευρώπη. Ο οργανισμός αποσκοπεί στην προώθηση της συνεργασίας και της ανταλλαγής βέλτιστων πρακτικών μεταξύ των

ευρωπαϊών εμπειρογνομόνων, στοχεύει δε να καταστήσει επαγγελματική την ευρωπαϊκή αγορά μεταβιβάσεων ΜΜΕ.

Η Transeo εκπροσωπεί τα συμφέροντα των μελών της σε ευρωπαϊκό επίπεδο, διοργανώνει τοπικά, εθνικά και διεθνή συνέδρια με θέμα τις μεταβιβάσεις των ΜΜΕ και ενημερώνει και δικτυώνει τα μέλη της στη διαδικτυακή πλατφόρμα του οργανισμού. Επίσης, είναι δυνατή η ενεργός συμμετοχή στο πλαίσιο διαφόρων ομάδων εργασίας. Σήμερα η Transeo αριθμεί 41 μέλη από 15 χώρες.

www.transeo-association.eu

Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την υλοποίηση της SBA στη Βαλονία είναι διαθέσιμες στο www.economiewallonie.be

3.2. Καταλωνία

Η Καταλωνία βρίσκεται στα βορειοανατολικά της Ισπανίας και είναι μία από τις 17 αυτόνομες περιφέρειες με 7,6 εκατομμύρια κατοίκους. Πρωτεύουσα είναι η Βαρκελώνη. Η Καταλωνία είναι η πιο οικονομικά ισχυρή περιφέρεια της Ισπανίας με ιδιαίτερα αναπτυγμένη βιομηχανία. Το 2012 το ΑΕγχΠ της περιφέρειας ανήλθε περίπου στα 207,76 εκατ. ευρώ και το κατά κεφαλήν εισόδημα ανήλθε περίπου στα 27.442 ευρώ. Οι ΜΜΕ αντιπροσωπεύουν το 99,9 τοις εκατό των περιφερειακών επιχειρήσεων και αποτελούν τη βάση της καταλανικής οικονομίας. Στην Καταλωνία είναι εγκατεστημένες περίπου 590.629 επιχειρήσεις, 588.908 εκ των οποίων είναι ΜΜΕ. Οι ΜΜΕ απασχολούν το 76 τοις εκατό των εργαζομένων και αντιπροσωπεύουν περίπου το 67,6 τοις εκατό του ΑΕγχΠ της περιφέρειας. Ο κύριος επιχειρηματικός κλάδος της καταλανικής οικονομίας είναι ο τομέας της εξυπηρέτησης και της παροχής υπηρεσιών. Επίσης, σημαντικοί κλάδοι είναι η οικοδομική βιομηχανία, η χημική βιομηχανία, τα φαρμακευτικά προϊόντα, η αυτοκινητοβιομηχανία και η κλωστοϋφαντουργία.

Σε αντίθεση με πολλές άλλες ευρωπαϊκές περιφέρειες, οι Καταλανοί διαθέτουν ισχυρό επιχειρηματικό πνεύμα - η περιφέρεια έχει ανέλθει σε ευρωπαϊκό επίπεδο από την όγδοη θέση το 2000 στη δεύτερη θέση το 2008. Η Καταλωνία χαρακτηρίζεται από μια ποικίλη και ευέλικτη

παραγωγική δομή και έχει ισχυρή επιχειρηματική παράδοση, με τη στήριξη των επαγγελματικών ενώσεων. Ωστόσο, η Καταλωνία παρουσιάζει υψηλά επίπεδα χρέους και αντιμετωπίζει στασιμότητα στην παραγωγικότητά της. Αυτό οφείλεται κυρίως στη δομή των καταλανικών επιχειρήσεων - σχεδόν όλες οι ΜΜΕ στην Καταλωνία είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις. Επιπλέον, υπάρχει έλλειψη διαλόγου μεταξύ των επιχειρήσεων και του επιστημονικού κλάδου, καθώς και έλλειψη μιας πολιτικής για την καινοτομία η οποία θα είναι προσανατολισμένη στο μέλλον.

Λόγω της ολοκληρωμένης στρατηγικής της για την προώθηση των ΜΜΕ, η Καταλωνία επιλέχθηκε το 2012 από την Επιτροπή των Περιφερειών ως Ευρωπαϊκή Επιχειρηματική Περιφέρεια. Στη συνέχεια, η περιφέρεια δημιούργησε ένα πρόγραμμα παρακολούθησης για την προώθηση των ΜΜΕ στην περιφέρεια.

Σχέδιο δράσης για την περίοδο 2012-2014

Το σχέδιο δράσης για την περίοδο 2012-2014 που συντάχθηκε από τη Γενική Διεύθυνση Βιομηχανίας και Εμπορίου αποτελεί βασικό μέσο για την προώθηση της οικονομικής ανάκαμψης της περιοχής.

Στόχος είναι η οικοδόμηση ενός δυναμικού, ισχυρού και ανταγωνιστικού τομέα παροχής υπηρεσιών και βιομηχανίας. Για τον σκοπό αυτόν, η κυβέρνηση εστιάζει κυρίως στους τομείς της καινοτομίας, της διεθνοποίησης και των επενδύσεων. Το σχέδιο απευθύνεται κυρίως σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις που κυριαρχούν στην καταλανική οικονομία.

Αφενός, η συνέχεια και η αξιοπιστία είναι σημαντικές προκειμένου οι επιτυχημένες επιχειρήσεις να έχουν τη δυνατότητα να καταρτίσουν στρατηγικά σχέδια και να εγγυηθούν την ασφάλεια του σχεδιασμού. Αυτό περιλαμβάνει επίσης τη δημιουργία κατάλληλων κινήτρων, τη στήριξη της δικτύωσης επιχειρήσεων και των προγραμμάτων για τη βελτίωση της διοίκησης των επιχειρήσεων.

Αφετέρου, η αλλαγή και η εξέλιξη του επιχειρηματικού περιβάλλοντος είναι σημαντικές για την ανάπτυξη. Αυτό ισχύει κυρίως για τους ακόλουθους τρεις τομείς:

Καινοτομία: Μέχρι σήμερα, η Καταλωνία έχει επενδύσει περίπου 0,9 τοις εκατό του ΑΕγχΠ στην έρευνα και την ανάπτυξη. Στόχος είναι να επενδυθεί στην έρευνα το τρία τοις εκατό του ΑΕγχΠ έως το 2020 και, συνεπώς, να αυξηθεί συνολικά η αποδοτικότητα και η αποτελεσματικότητα των καταλανικών επιχειρήσεων.

Διεθνοποίηση: Η Καταλωνία έχει σήμερα πάνω από 40.000 εξαγωγικές επιχειρήσεις, από τις οποίες μόνο 13.500 πραγματοποιούν τακτικά εξαγωγές. Ο αριθμός των τακτικών εξαγωγέων παραμένει στάσιμος στην περιφέρεια επί πολλά έτη. Το 2014 θα προστεθούν 1.500 νέοι εξαγωγείς οι οποίοι θα προάγουν τη διεθνοποίηση της περιφέρειας. Για να στηρίξει την εξαγωγική βιομηχανία, η κυβέρνηση συνεργάζεται με εμπειρογνώμονες οι οποίοι παρέχουν συμβουλευτικές υπηρεσίες στις επιχειρήσεις.

Κίνητρα για επενδύσεις: Η Καταλωνία έχει μακρά παράδοση ως αποδέκτης ξένων επενδύσεων. Εντούτοις, σε επίπεδο παγκόσμιου ανταγωνισμού έχει καταστεί δυσκολότερη η προσέλκυση επενδυτών. Στόχος είναι η βελτίωση της ελκυστικότητας της περιφέρειας και η αύξηση των ξένων επενδύσεων έως το 2020 κατά πέντε τοις εκατό.

Όλες οι πρωτοβουλίες έχουν ως γενικό στόχο την προώθηση της επιχειρηματικότητας, του επιχειρηματικού πνεύματος και της ανάπτυξης στην περιφέρεια. Η απλοποίηση των διοικητικών διαδικασιών και η προώθηση της επαγγελματικής κατάρτισης συνδέονται σε σημαντικό βαθμό με την επιτυχία των καταλανικών επιχειρήσεων και πρέπει να προαχθούν περαιτέρω.

Το σχέδιο βασίζεται στο ακόλουθο **πρότυπο**:

Ιδία πρωτοβουλία: Το καθήκον της κυβέρνησης είναι η στήριξη και προώθηση των επιχειρήσεων που βρίσκονται σε μεταβατικό στάδιο, ωστόσο η πρωτοβουλία πρέπει να προέρχεται από τις ίδιες τις επιχειρήσεις. Με την αρχή αυτή, η κυβέρνηση θέλει να ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις να δραστηριοποιηθούν και να διαχειριστούν οι ίδιες την αλλαγή.

Ιεράρχηση: Η χρήση δημόσιων πόρων πρέπει να είναι στοχευμένη. Προωθούνται ιδιαίτερα τα έργα που ευνοούν την επιχειρηματική κοινότητα στο σύνολό της.

Συνέπεια: Η καταλανική πολιτική υπέρ των ΜΜΕ πρέπει να συνάδει με την ισπανική και την ευρωπαϊκή πολιτική, πρέπει δε να ανταποκρίνεται στην ιδιαίτερη παραγωγική δομή της Καταλωνίας.

Συμπράξεις δημοσίου και ιδιωτικού τομέα: Η συνεργασία μεταξύ διοίκησης, επιχειρήσεων, πανεπιστημίων, κέντρων κατάρτισης, ενώσεων, σωματείων και του χρηματοπιστωτικού τομέα αποτελεί βασική προϋπόθεση για την επιτυχία της επιχειρηματικής κοινότητας και θα πρέπει να ενθαρρύνεται.

Παρακολούθηση

Για τον έλεγχο της επιτυχίας των εφαρμοζόμενων μέτρων και πρωτοβουλιών συστάθηκαν στο πλαίσιο του Οικονομικού Συμβουλίου της Καταλωνίας (CPIC) ομάδες εργασίας, οι οποίες είναι αρμόδιες για την τακτική παρακολούθηση του καταλανικού SBA. Οι εν λόγω ομάδες εργασίας αποτελούνται από ενώσεις επιχειρήσεων και συνδικάτα καθώς και από τον δημόσιο τομέα. Οι ομάδες εργασίας έχουν επεξεργαστεί ειδικούς δείκτες για όλα τα μέτρα που απαριθμούνται στο σχέδιο για τις ΜΜΕ με στόχο την καλύτερη αξιολόγηση της εφαρμογής. Επιπλέον, το καταλανικό Υπουργείο για την Καινοτομία, τα Πανεπιστήμια και τις Επιχειρήσεις σύστησε το 2010 ένα τμήμα για την παρακολούθηση της εφαρμογής και για τον συντονισμό της επικοινωνιακής στρατηγικής ΕΕΠ.

Σχέδια για το μέλλον

Στις 28 Μαΐου 2013 η κυβέρνηση ενέκρινε επιπλέον **πρόγραμμα για τις ΜΜΕ**, το οποίο αποσκοπεί να στηρίξει το σχέδιο δράσης. Το εν λόγω πρόγραμμα θέτει τους στόχους για τα επόμενα έτη και επικεντρώνεται στους ακόλουθους επτά βασικούς τομείς:

1. Εντοπισμός των εμποδίων και των προβλημάτων που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ και προκύπτουν από τη χρήση του αναπτυξιακού δυναμικού. Θα πρέπει να ενθαρρύνεται ιδιαίτερα η ανταλλαγή παραδειγμάτων βέλτιστων πρακτικών.
2. Παρακολούθηση της επιδιωκόμενης γραφειοκρατίας και της πραγματικής επίδρασης του βελτιωμένου ρυθμιστικού περιβάλλοντος για τις δραστηριότητες των ΜΜΕ.

3. Στενή συνεργασία με ενώσεις επιχειρηματιών προκειμένου να ενημερώνονται οι ΜΜΕ για τις μεταβαλλόμενες νομικές και οικονομικές συνθήκες.
4. Προώθηση της διεθνοποίησης περιφερειακών ΜΜΕ με στόχο τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς τους.
5. Ειδική στήριξη δυναμικών επιχειρηματικών έργων μέσω ειδικά προβλεπόμενων χρηματοδοτήσεων.
6. Προώθηση της συνεργασίας και του αμοιβαίου διαλόγου των επιχειρήσεων μέσω της ανάπτυξης επιχειρηματικών δικτύων.
7. Η διαφοροποίηση, η καινοτομία και η διεθνοποίηση πρέπει να καταστούν σύμβολα των καταλανικών ΜΜΕ.

Οι **ευρωπαϊκές επιδοτήσεις** αποτελούν βασικό στοιχείο για την υλοποίηση του προτεινόμενου προγράμματος για τις ΜΜΕ. Κατά τη διάρκεια της περιόδου χρηματοδότησης 2007-2014, η Καταλυνία έλαβε 865 εκατ. ευρώ από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Λόγω της αναπροσαρμογής της χρηματοδότησης για την περίοδο 2014-20, η Καταλυνία έχει δρομολογήσει διαδικασία αναδιάρθρωσης και ανάπτυξης στρατηγικών.

Παραδείγματα υλοποίησης της SBA στην περιφέρεια

Επιχειρηματικό Κέντρο Βαρκελώνης

Το Επιχειρηματικό Κέντρο Βαρκελώνης ιδρύθηκε το 2004 από το δημοτικό συμβούλιο της Βαρκελώνης. Κύριος στόχος ήταν η τόνωση της επιχειρηματικής ανάπτυξης στην περιφέρεια και η προώθηση των νεοσύστατων επιχειρήσεων. Το εν λόγω κέντρο λειτουργεί αφενός ως σημείο αναφοράς για τους επιχειρηματίες, και αφετέρου ως κομβικό σημείο για τις επιχειρηματικές δράσεις τις οποίες προωθεί το κέντρο μέσω των οικείων δραστηριοτήτων και πόρων. Το έργο βασίζεται σε ένα καινοτόμο μοντέλο με παροχή διαδικτυακών και επιτόπιων υπηρεσιών. Αυτό επιτρέπει στους επιχειρηματίες να αναπτύξουν τη δική τους στρατηγική από την επιχειρηματική ιδέα έως την ίδρυση της επιχείρησής τους. Οι δραστηριότητες κατάρτισης, τα συνέδρια και τα σεμινάρια συμβάλλουν στην απόκτηση βασικών

επιχειρηματικών δεξιοτήτων και είναι ειδικά προσαρμοσμένα στις ανάγκες και τις προτεραιότητες των επιχειρηματιών στους διάφορους τομείς της επιχειρηματικής κοινότητας. Το κέντρο παρέχει εκπαίδευση, καθοδήγηση, ανοιχτές ευκαιρίες για όσους ενδιαφέρονται να συστήσουν μια επιχείρηση, και παροχή υπηρεσιών για τις νεοσύστατες επιχειρήσεις.

Στο πλαίσιο του έργου, έχουν ήδη εκπαιδευτεί περισσότερα από 150 000 άτομα, και πάνω από 222 000 άτομα επισκέπτονται κάθε έτος τις εκδηλώσεις τους. Περίπου 1300 επιχειρήσεις ιδρύονται ετησίως με την υποστήριξη του Επιχειρηματικού Κέντρου Βαρκελώνης. Σε κάθε μία από αυτές τις επιχειρήσεις δημιουργούνται κατά μέσο όρο 1,9 θέσεις εργασίας.

<http://www.barcelonanetactiva.com/barcelonanetactiva/en/company-creation/entrepreneurial-initiative-center/index.jsp>

Πρόγραμμα «Start Export»

Περίπου το 26 τοις εκατό του συνόλου των ισπανικών εξαγωγών προέρχονται από την Καταλυνία και η διεθνοποίηση είναι ένας ισχυρός μοχλός για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα της περιφέρειας. Ο ACC10, ο οργανισμός υποστήριξης καταλανικών επιχειρήσεων, είναι ο ιδρυτής του προγράμματος «Start Export», το οποίο επικεντρώνεται αποκλειστικά στις ΜΜΕ και τους επιχειρηματίες που μόλις έχουν ξεκινήσει τις εξαγωγές ή παράγουν λιγότερο από το 20 τοις εκατό των εσόδων από τις εξαγωγές τους.

Το πρόγραμμα έχει σχεδιαστεί ειδικά για να βοηθήσει τις ΜΜΕ να δρομολογήσουν τη δύσκολη διαδικασία διεθνοποίησης και να αντιμετωπίσουν την έλλειψη χρόνου, τους κινδύνους, τους περιορισμένους οικονομικούς πόρους και το ανεπαρκές προσωπικό. Το πρόγραμμα στηρίζει τις επιχειρήσεις για την ανάπτυξη μιας στρατηγικής εξαγωγών. Αυτό περιλαμβάνει τον καθορισμό των εξαγωγίμων προϊόντων ή υπηρεσιών, τον προσδιορισμό των αγορών που έχουν τη μεγαλύτερη δυναμική και, τέλος, τον καθορισμό της βέλτιστης στρατηγικής για την αξιοποίηση των αγορών.

Το πρόγραμμα υποστηρίζει τις ΜΜΕ για ένα έτος κατά τη διαδικασία διεθνοποίησης παρέχοντας:

1. Μια ημερίδα για τις εξαγωγές (GoExport)
2. Στήριξη διάρκειας 50 ωρών σε ανώτερο σύμβουλο για την ανάπτυξη μιας στρατηγικής εξαγωγών
3. Στήριξη διάρκειας 25 ωρών μέσω ψηφιακού συμβούλου μάρκετινγκ για την ανάπτυξη διαδικτυακής στρατηγικής μάρκετινγκ για την εξαγωγική αγορά.
4. Στήριξη διάρκειας 2 ημερών την εβδομάδα από βοηθό διευθυντή πωλήσεων για την υλοποίηση του σχεδίου εξαγωγών και τη δι-εξαγωγή των πρώτων εξαγωγικών πωλήσεων.

Από το 2001 έχουν συμμετάσχει στο πρόγραμμα περίπου 550 επιχειρήσεις, εκ των οποίων το 61 τοις εκατό είναι πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις, το 26,8 τοις εκατό μικρές επιχειρήσεις και το 7,3% μεσαίες επιχειρήσεις. Οι κύριες εξαγωγικές αγορές είναι: η Γαλλία (50%), το Βέλγιο (22,7%) και οι ΗΠΑ (18,2%).

Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την Καταλάνια είναι διαθέσιμες στο www.acc10.cat

3.3. Λομβαρδία

Η Λομβαρδία βρίσκεται στο βόρειο τμήμα της Ιταλίας και είναι μία από τις 20 περιφέρειες της χώρας με 9,9 εκατ. κατοίκους. Πρωτεύουσα είναι το Μιλάνο. Η Λομβαρδία είναι η ιταλική περιφέρεια με την υψηλότερη πυκνότητα πληθυσμού, τις περισσότερες επιχειρήσεις και το μεγαλύτερο ΑΕγχΠ στην Ιταλία. Στην περιφέρεια κατοικεί το 15,9 τοις εκατό του συνολικού ιταλικού πληθυσμού. Αυτό αναλογεί στο 21 τοις εκατό του εθνικού ΑΕγχΠ. Άνω του 40 τοις εκατό των ιταλικών διεθνών επιχειρήσεων έχουν την έδρα τους στη Λομβαρδία, εντούτοις οι εν λόγω επιχειρήσεις απασχολούν μόνο το 27 τοις εκατό του πληθυσμού της περιφέρειας. Αντίθετα, οι 823.268 ΜΜΕ απασχολούν περίπου 4,3 εκατ. άτομα.

Υπάρχουν σημαντικές διαφορές στο επιχειρηματικό τοπίο της Λομβαρδίας. Στην επαρχία του Μιλάνου δραστηριοποιούνται κυρίως μεγάλες διεθνείς επιχειρήσεις και χρηματοπιστωτικές επιχειρήσεις. Οι επαρχίες Varese, Como, Lecco, Monza, Brianza και Bergamo έχουν ισχυρούς παραγωγικούς τομείς, καθώς και έναν λειτουργικό κλάδο

παροχής υπηρεσιών. Οι επαρχίες Lodi και Brescia ξεχωρίζουν για την αναπτυγμένη βιομηχανία και γεωργία, ενώ η επαρχία Sondrio και οι τρεις επαρχίες κοντά στον Πάδο (Cremona, Pavia και Mantua) έχουν ισχυρή γεωργία.

Οι υποδομές της Λομβαρδίας είναι από τις καλύτερες στην Ιταλία, είναι δε πολύ σημαντική για την περιφέρεια η οποία είναι προσανατολισμένη στις εξαγωγές.

Η Λομβαρδία υφίσταται βαθύτατες μεταβολές προς την κατεύθυνση μιας οικονομίας που θα στηρίζεται στην παροχή υπηρεσιών και στην τεχνολογία. Παρόλα αυτά, η βιομηχανία θα συνεχίσει να κατέχει σημαντική θέση στην περιφέρεια και μελλοντικά, ενώ ο τομέας θα πρέπει να αντεπεξέρχεται όλο και περισσότερο στον διεθνή ανταγωνισμό.

Η περιφέρεια διαθέτει εξαιρετικό επιχειρηματικό πνεύμα και κατέχει ηγετική θέση σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Το αδύναμο σημείο της Λομβαρδίας είναι κυρίως το πολιτικό και διοικητικό σύστημα για τις ΜΜΕ. Υπάρχει πληθώρα αρχών χρηματοδότησης και ενώσεων των οποίων οι αρμοδιότητες επικαλύπτονται, ενώ υπάρχουν αντίστοιχες ελλείψεις στη δομή και τη διαφάνεια.

Εφαρμογή και παρακολούθηση

Η Ιταλία εφάρμοσε επίσημα την Πράξη για τις Μικρές Επιχειρήσεις τον Μάιο του 2010, θέτοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τη βάση για τη διασφάλιση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ στην Ιταλία. Στόχος είναι η αναζωογόνηση των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων, οι οποίες είναι σημαντικές για την απασχόληση και την οικονομική ανάπτυξη στην Ιταλία και στη Λομβαρδία. Επίσης, στον Νόμο περί επιχειρήσεων ο οποίος εγκρίθηκε τον Νοέμβριο του 2011 και ο οποίος διασφαλίζει την ελευθερία της ιδιωτικής επιχειρηματικής πρωτοβουλίας και την ανεξαρτησία των επιχειρήσεων, γίνεται ρητή αναφορά στον SBA.

Λόγω της ισχυρής παρουσίας των ΜΜΕ στη Λομβαρδία, η νομοθεσία είναι πολύ φιλική προς τις ΜΜΕ. Το 2013 εγκρίθηκε πρόγραμμα περιφερειακής ανάπτυξης στη Λομβαρδία, το οποίο περιλαμβάνει στόχους, στρατηγικές και μέτρα για την προώθηση της οικονομικής, κοινωνικής και εδαφικής συνοχής της περιφέρειας.

Προτεραιότητα αποτελούν οι ακόλουθοι τομείς:

- Πρόσβαση σε χρηματοδότηση
- Διεθνοποίηση
- Καινοτομία και έρευνα
- Αειφόρος παραγωγή
- Προώθηση νεοσύστατων επιχειρήσεων
- Συνεργασία μεταξύ επιχειρηματικού και επισημοτικού κλάδου

Το 2012 η περιφέρεια της Λομβαρδίας δρομολόγησε, σε συνεργασία με το εμπορικό επιμελητήριο της Λομβαρδίας, το έργο της SBA «Εργαστήριο της Λομβαρδίας». Πρόκειται για μια πλατφόρμα συζήτησης στην οποία οι επιχειρηματίες, οι ενώσεις και τα ιδρύματα μπορούν να συζητούν για όλα τα θέματα που αφορούν τις ΜΜΕ στη Λομβαρδία, με την υποστήριξη εμπειρογνομώνων. Μέρος του έργου χρησιμοποιείται για την παρακολούθηση της SBA στη Λομβαρδία. Μέσα από ένα σύστημα ανάλυσης που χρησιμοποιεί μια σειρά από δείκτες και μεταβλητές, αναλύεται η επίδραση των μέτρων που εφαρμόζονται στις ΜΜΕ. Επιπλέον, έχουν συσταθεί ομάδες εργασίας από ενώσεις, δημόσια ιδρύματα και επιχειρήσεις, οι οποίες ασχολούνται με την πολιτική για τις ΜΜΕ στη Λομβαρδία. Τέλος, τα αποτελέσματα του συστήματος ανάλυσης και των ομάδων εργασίας συνοψίζονται ετησίως σε ένα έγγραφο θέσης και μεταβιβάζονται στους αρμόδιους απεσταλμένους για τις ΜΜΕ.

Τα κύρια στοιχεία της εν λόγω έκθεσης είναι:

- Η ανάλυση και αξιολόγηση των διαρθρωτικών συνθηκών για τη σύσταση νέων επιχειρήσεων και την ανάπτυξη των ΜΜΕ στην περιφέρεια. Στόχος είναι η αξιολόγηση των εφαρμοζόμενων μέτρων και η δημιουργία νέων δυνατοτήτων για περαιτέρω ανάπτυξη.
- Η αξιολόγηση των μέτρων στήριξης των επιχειρήσεων, τα οποία παρέχονται από τον δημόσιο τομέα, σε σχέση με:
 - ο την ανάπτυξη των τοπικών επιχειρήσεων
 - ο τον βαθμό καινοτομίας
 - ο τη διεθνοποίηση
 - ο την πρόσβαση σε χρηματοδότηση
 - ο τη βιωσιμότητα
- Η ανάλυση της συμμετοχής των περιφερειακών επιχειρήσεων στα επιμέρους έργα.

Σύγκριση με τη συνολική συμμετοχή στην Ιταλία και σε άλλες περιφέρειες.

- Η δημιουργία παραδειγμάτων βέλτιστων πρακτικών.

Ο απεσταλμένος για τις ΜΜΕ

Η Λομβαρδία σχεδιάζει τον ορισμό απεσταλμένου για τις ΜΜΕ. Μέχρι στιγμής η ευθύνη για την υλοποίηση της SBA έγκειται στη Γενική Διεύθυνση Έρευνας και Καινοτομίας. Οι συγκεκριμένες αρμοδιότητες και καθήκοντα του μελλοντικού δημόσιου λειτουργού καθορίζονται στο σχέδιο νόμου «Επιχειρηματική ελευθερία και ανταγωνιστικότητα», μετά από απόφαση του περιφερειακού εκτελεστικού συμβουλίου το 2014.

Τα κύρια καθήκοντά του περιλαμβάνουν τους ακόλουθους τομείς:

- Παρακολούθηση της υλοποίησης της SBA στη Λομβαρδία
- Ανάπτυξη προτάσεων για την προώθηση της ανάπτυξης των ΜΜΕ στη Λομβαρδία
- Συνεχής συντονισμός και συνεχής ανταλλαγή πληροφοριών με τον εθνικό απεσταλμένο για τις ΜΜΕ και το Υπουργείο Οικονομικής Ανάπτυξης
- Αξιολόγηση και δημοσίευση των παραδειγμάτων βέλτιστων πρακτικών από την περιφέρεια

Επιπλέον, ο απεσταλμένος για τις ΜΜΕ συντάσσει ετησίως έκθεση σχετικά με τον αντίκτυπο των περιφερειακών μέτρων που εφαρμόζονται στις τοπικές ΜΜΕ και την αποστέλλει στο περιφερειακό εκτελεστικό συμβούλιο, καθώς και στον εθνικό απεσταλμένο για τις ΜΜΕ. Οι εν λόγω εκθέσεις περιλαμβάνουν επίσης προτάσεις για την προώθηση της εθνικής και της διεθνούς ανταγωνιστικότητας της Ιταλίας.

Σχέδια για το μέλλον

Το προαναφερθέν νομοσχέδιο, «Επιχειρηματική ελευθερία και ανταγωνιστικότητα», περιγράφει ένα ολοκληρωμένο σχέδιο για την περαιτέρω ανάπτυξη του περιφερειακού συστήματος παραγωγής, προσαρμοσμένο στις ανάγκες των επιχειρήσεων κατά την τρέχουσα οικονομική κατάσταση. Στόχος του νέου νόμου είναι να καταστούν ανταγωνιστικοί

οι ρυθμοί ανάπτυξης της περιφέρειας, να αυξηθεί η ικανότητα καινοτομίας του παραγωγικού συστήματος και να καταστεί ελκυστική η περιφέρεια από κοινωνική άποψη.

Ο νέος νόμος προβλέπει επίσης μια σειρά απλοποιήσεων για τη σύσταση επιχειρήσεων, την πρόσβαση σε δάνεια και για το φορολογικό σύστημα.

Συγκεκριμένες προβλεπόμενες δραστηριότητες:

1. Συμφωνία για την ανταγωνιστικότητα: Οι περιφερειακές διοικητικές αρχές, οι επιχειρήσεις, το εμπορικό επιμελητήριο και οι λοιποί κοινωνικοί εταίροι συνεργάζονται για την εύρεση τρόπων μείωσης του διοικητικού φόρτου για τις ΜΜΕ.
2. Πίστωση φόρου: Το 2014 μειώνεται σταδιακά η φορολογική επιβάρυνση για τις ΜΜΕ σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.
3. Η πρόσβαση στον δανεισμό: Η πρόσβαση στον δανεισμό πρέπει να βελτιωθεί.
4. Θέσπιση υπηρεσιών μιας στάσης: Αναδιοργάνωση της δημόσιας διοίκησης, προκειμένου να διασφαλιστεί η μέγιστη αποτελεσματικότητα, αποδοτικότητα και παραγωγικότητα
5. Σύστημα ελέγχου: Το κόστος ελέγχου για τις διοικητικές αρχές θα μειωθεί μέσω καταλόγων ελέγχου που θα είναι προσβάσιμοι στο κοινό. Οι συνήθεις δραστηριότητες θα παρακολουθούνται λιγότερο, ενώ θα πρέπει να ενισχυθεί η σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ διοίκησης και επιχειρήσεων.

Παραδείγματα υλοποίησης της SBA στην περιφέρεια

Εργαστήριο της Λομβαρδίας στο πλαίσιο της SBA

Το εργαστήριο της Λομβαρδίας στο πλαίσιο της SBA είναι ένα έργο του εμπορικού επιμελητηρίου της Λομβαρδίας και της περιφέρειας της Λομβαρδίας. Το έργο υποστηρίζεται επίσης από την Αντιπροσωπεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στο Μιλάνο και από το Υπουργείο Οικονομικής Ανάπτυξης της Λομβαρδίας.

Πρόκειται για μια πλατφόρμα συζήτησης στην οποία οι επιχειρηματίες, οι ενώσεις και τα ιδρύματα μπορούν να συζητούν για όλα τα θέματα που αφο-

ρούν τις ΜΜΕ στη Λομβαρδία, με την υποστήριξη εμπειρογνομώνων. Κατ' αυτόν τον τρόπο θα αναπτυχθεί μια δέσμη συγκεκριμένων προτάσεων και σχεδίων που τελικά θα μετατραπούν σε πολιτικές πρωτοβουλίες και νομοθετικές προτάσεις. Στόχος είναι να αναλυθεί το πλαίσιο πολιτικής για τις ΜΜΕ στη Λομβαρδία από διαφορετικές οπτικές γωνίες και να εξεταστούν όλες οι πτυχές του θέματος, όχι μόνο η καθαρά οικονομική πλευρά.

Βασικό στοιχείο του έργου είναι οι έξι ομάδες εργασίας οι οποίες αποτελούνται από 87 κεντρικούς φορείς ΜΜΕ της περιφέρειας. Οι 87 φορείς αποτελούνται από 70 επιχειρηματίες, 11 θεσμικούς εκπροσώπους, τέσσερις δημοσιογράφους και οκτώ πρόσωπα δημοσίου συμφέροντος, τα οποία θα πρέπει να συμβάλουν στη διάδοση και τη γνωστοποίηση της πρωτοβουλίας. Οι τοπικές ομάδες εργασίας εξετάζουν τους ακόλουθους έξι βασικούς τομείς:

- Πρόσβαση σε χρηματοδότηση
- Διεθνοποίηση
- Καινοτομία προϊόντος
- Καινοτομία διαδικασίας
- Νεοσύστατες επιχειρήσεις και επιχειρηματικότητα
- Σχέσεις με την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Οι ομάδες εργασίας είναι επίσης αρμόδιες για την παρακολούθηση της υλοποίησης της SBA.

Εκτός από τις περιφερειακές και τοπικές εκδηλώσεις και συναντήσεις, το έργο διαθέτει δικτυακό τόπο (sbalombardialab.it), και πύλη μέσω κοινωνικής δικτύωσης (lombardiabusines.net). Στα μέσα αυτά οι επιχειρηματίες έχουν τη δυνατότητα να αλληλεπιδρούν άμεσα, να συντάσσουν εισηγήσεις, να σχολιάζουν άλλες εισηγήσεις και να ανταλλάσσουν εμπειρίες. Επί του παρόντος, στην πύλη είναι εγγεγραμμένοι περισσότεροι από 2.500 επιχειρηματίες.

Εμπορικό Επιμελητήριο 2.0

Το έργο «Εμπορικό Επιμελητήριο 2.0» αποτελεί έργο του εμπορικού επιμελητηρίου του Μιλάνου. Το επιμελητήριο έχει ανανεώσει ολόκληρη την επικοινωνιακή στρατηγική του και έχει στηριχθεί κυρίως αφενός σε πολυκαναλικές στρατηγικές και αφετέρου στην ενημέρωση και την ψυχαγωγία. Στόχος ήταν η δημιουργία ενός σημείου

συνάντησης για την εις βάθος μελέτη των θεμάτων της νέας επιχειρηματικότητας, της σύστασης νέων επιχειρήσεων, της καινοτομίας που βασίζεται στην έρευνα, και των μοντέλων καινοτομίας. Επίσης, στο πλαίσιο του έργου αναφέρονται ιδιαίτερα νέες και έως σήμερα παραμελημένες ομάδες εστίασης, όπως οι επιχειρηματίες κάτω των 35 ετών, η δημιουργική οικονομία, οι σχεδιαστές και η ψηφιακή βιοτεχνία.

Το αποτέλεσμα της αναδιάρθρωσης υπήρξε εξαιρετικά επιτυχές. Η παρουσία του επιμελητηρίου στα κοινωνικά δίκτυα έχει επιφέρει μεγαλύτερη δημοσιότητα, οι πληροφορίες είναι συγκεντρωμένες σε μια πύλη και οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και να δικτυώνονται.

Εν τω μεταξύ, πάνω από 700 ενημερωτικά βίντεο έχουν δημοσιευθεί στο «YouImpresa», ενώ τα βίντεο της σειράς «Είμαι αυτοαπασχολούμενος» έχουν ξεπεράσει σε ορισμένα επεισόδια τους 600.000 θεατές. Στο Facebook, το έργο έχει συγκεντρώσει πάνω από 2000 «Μου αρέσει», το κανάλι Twitter έχει περί τους 700 χρήστες, και ο αριθμός επισκεπτών του ιστολογίου αυξάνεται ολοένα και περισσότερο.

<http://www.youtube.com/user/CameraCommercioMi>

www.regione.lombardia.it/

3.4. Βάδη-Βιρτεμβέργη

Η Βάδη-Βιρτεμβέργη είναι το τρίτο σε μέγεθος γερμανικό ομόσπονδο κράτος με πρωτεύουσα τη Στουτγάρδη.

Η Βάδη-Βιρτεμβέργη έχει περίπου 11 εκατομμύρια κατοίκους, εκ των οποίων περίπου 1,2 εκατ. έχουν ξένο διαβατήριο. Το 40% του πληθυσμού με μεταναστευτικό υπόβαθρο προέρχεται από την ΕΕ, ιδίως από την Ιταλία και την Ελλάδα. Η μεγαλύτερη ομάδα μεταναστών εκτός της ΕΕ προέρχεται από την Τουρκία.

Η ηλικιακή δομή έχει αλλάξει δραματικά τα τελευταία χρόνια, όπως συμβαίνει στο μεγαλύτερο μέρος της Ευρώπης. Το ποσοστό των γεννήσεων έχει μειωθεί σημαντικά, ενώ έχει αυξηθεί το ποσοστό των ηλικιωμένων.

Παρά τους παγκόσμιους παράγοντες που συνδέονται με τη Βάδη-Βιρτεμβέργη, όπως η Daimler,

η Bosch, η SAP ή η Porsche, η επιχειρηματική δομή του ομόσπονδου κράτους εξακολουθεί να επηρεάζεται έντονα από τις μεσαίες επιχειρήσεις. Συνεπώς, το 99,4 τοις εκατό του συνόλου των επιχειρήσεων στο ομόσπονδο κράτος απασχολούν λιγότερους από 250 εργαζομένους. Στην περιφέρεια υπάρχουν σχεδόν 300 «αφανείς πρωταθλητές» (Hidden Champions), δηλαδή μικρομεσαίοι ηγέτες της παγκόσμιας αγοράς οι οποίοι αναπτύσσουν προϊόντα εξειδικευμένης τεχνολογίας και επικρατούν με επιτυχία στην παγκόσμια αγορά.

Η Βάδη-Βιρτεμβέργη είναι μία από τις ισχυρότερες οικονομικές περιφέρειες στην Ευρώπη. Το κατά κεφαλήν ΑΕγχΠ είναι κατά 31% υψηλότερο από τον μέσο όρο της ΕΕ. Το 5,1% του ΑΕγχΠ επενδύεται στην έρευνα και την ανάπτυξη. Αυτό θέτει το ομόσπονδο κράτος στην κορυφή όλων των ευρωπαϊκών περιφερειών. Πέραν πολλών επιχειρήσεων που βασίζονται στην έρευνα, υπάρχουν πάνω από 100 πανεπιστήμια και ερευνητικά ιδρύματα. Ως εκ τούτου, το ομόσπονδο κράτος περιλαμβάνεται στις πλέον καινοτόμες περιφέρειες του κόσμου. Για τον σκοπό αυτόν, η ικανότητα καινοτομίας δεν περιορίζεται στις μεγάλες πόλεις, αντίθετα και οι περιοχές εκτός των μητροπολιτικών περιφερειών επιτυγχάνουν καλά επίπεδα καινοτομίας και δυναμικής καινοτομίας.

Το ποσοστό των εξαγωγών ανέρχεται περίπου στο 50 τοις εκατό – ενώ βασικοί κλάδοι όπως η αυτοκινητοβιομηχανία και η μηχανολογία καταλαμβάνουν μεγαλύτερο ποσοστό.

Οι τομείς ανάπτυξης της επιχειρηματικής κοινότητας της Βάδης-Βιρτεμβέργης αφορούν κλασικούς βιομηχανικούς κλάδους όπως την αυτοκινητοβιομηχανία και τη μηχανολογία, την ηλεκτροτεχνία, τεχνολογίες της πληροφορίας και της επικοινωνίας, εσωτερική εφοδιαστική ή τομείς των ιατρικών οργάνων, οργάνων μέτρησης, ελέγχου, ρύθμισης και οπτικών οργάνων και παρέχουν επίσης καλές δυνατότητες για καινοτομία.

Περιλαμβάνονται κυρίως τέσσερις τομείς του μέλλοντος: η βιώσιμη κινητικότητα, η περιβαλλοντική τεχνολογία και η αποδοτικότητα των πόρων, η υγεία και περίθαλψη, καθώς και τα ενσωματωμένα συστήματα και οι υπηρεσίες ΤΠΕ.

Βασικά στοιχεία και άξονες προτεραιότητας των δραστηριοτήτων

Η κεντρική βάση της πολιτικής για τις ΜΜΕ στη Βάδη-Βιρτεμβέργη είναι ο νόμος για την προώθηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Ο νόμος έχει σκοπό

- τη διατήρηση και ενίσχυση των επιδόσεων αφενός των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων της επιχειρηματικής κοινότητας και αφετέρου των ελεύθερων επαγγελματιών, αντιμετωπίζοντας ιδίως τα μειονεκτήματα μεγάλης κλίμακας που σχετίζονται με την ανταγωνιστικότητα,
- την ενίσχυση της επάρκειας των ιδίων κεφαλαίων και την προώθηση της προσαρμογής στις οικονομικές και τεχνολογικές αλλαγές,
- την προώθηση της ανταγωνιστικότητας στην εσωτερική ευρωπαϊκή αγορά και στον παγκόσμιο ανταγωνισμό,
- τη διευκόλυνση της σύστασης και της παγιοποίησης των ανεξάρτητων οντοτήτων καθώς και την εξαγορά επιχειρήσεων της μικρομεσαίας επιχειρηματικής κοινότητας,
- τη διασφάλιση και την ανάπτυξη των θέσεων εργασίας και των θέσεων κατάρτισης

Σε αυτές τις αρχές προσανατολίζονται τα ακόλουθα μέτρα, με τα οποία το ομόσπονδο κράτος στηρίζει τις ΜΜΕ:

- Βελτίωση της προμήθειας κεφαλαίων σε ΜΜΕ,
- Ενίσχυση του επιχειρηματικού προσανατολισμού στην έρευνα και ανάπτυξη,
- Προώθηση της επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης,
- Προώθηση της παροχής συμβουλών σε επιχειρήσεις και νεοσύστατες επιχειρήσεις,
- Προώθηση των εταιρικών εξαγορών.

Ένας άλλος στόχος είναι η ενίσχυση της ικανότητας καινοτομίας των ΜΜΕ μέσω κουπονιών καινοτομίας, μέσω της στήριξης στην πρόσβαση στα ιδρύματα έρευνας και ανάπτυξης, και μέσω καθοδηγητών καινοτομίας που συνοδεύουν τις ΜΜΕ στην αναδιοργάνωση των επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων.

Για τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος μέσω ρυθμιστικών μέτρων επισημαίνεται ο νόμος περί πίστης στις συλλογικές συμβάσεις, ο οποίος προλαμβάνει τις στρεβλώσεις του ανταγωνισμού στις δημόσιες συμβάσεις και προστατεύει τις ΜΜΕ από το μισθολογικό ντάμπινγκ.

Παρακολούθηση

Το ομόσπονδο κράτος διαθέτει μια σειρά από εργαλεία και μεθόδους παρακολούθησης. Ένα σημαντικό εργαλείο είναι η τακτική ανταλλαγή απόψεων με τους αποδέκτες των μέτρων προώθησης και στήριξης στο πλαίσιο συσκέψεων εργασίας και επιτροπών. Σημαντικό ρόλο στη διαδικασία ανατροφοδότησης διαδραματίζει το γνωμοδοτικό συμβούλιο για τις ΜΜΕ.

Το ομόσπονδο κράτος βασίζεται σε μια μεγάλη γκάμα εργαλείων στατιστικής μελέτης και αξιολόγησης, βάσει των οποίων λαμβάνονται οι πολιτικές αποφάσεις και αποτιμώνται οι επιπτώσεις και η επιτυχία της πολιτικής δράσης. Βασικά εργαλεία για την εποπτεία της ανάπτυξης όσον αφορά τις επιδόσεις των συστημάτων καινοτομίας του ομόσπονδου κράτους και των περιφερειών του είναι ο ανιχνευτής έρευνας και ανάπτυξης και ο δείκτης καινοτομίας της Βάδης-Βιρτεμβέργης.

Επιπλέον, για την αξιολόγηση των μέτρων χρησιμοποιούνται τα στατιστικά στοιχεία από τα προγράμματα στήριξης. Επίσης, από αυτό προκύπτει αφενός αξιολόγηση επιμέρους μέτρων σχετικά με τις πολιτικές καινοτομίας από τα επιστημονικά ερευνητικά ιδρύματα, και αφετέρου εντατική συμμετοχή των ενδιαφερομένων στο πλαίσιο φόρουμ διαλόγου και εμπειρογνομόνων που διεξάγονται σε τακτική βάση. Κατ' αυτόν τον τρόπο, οι αναγκαίες προσαρμογές καταρτίζονται, συμφωνούνται και εφαρμόζονται από κοινού.

Ακόμη και στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Επιχειρηματικού Δικτύου πραγματοποιείται μια σειρά παρακολουθήσεων και αξιολογήσεων, οι οποίες έχουν ενσωματωθεί στη διαδικασία λήψης αποφάσεων πολιτικής.

Κάθε πέντε έτη το Υπουργείο Οικονομίας συντάσσει έκθεση για τις ΜΜΕ. Στην εν λόγω έκθεση αναλύονται η ανάπτυξη της μικρομεσαίας επιχειρηματικής κοινότητας και το επιχειρηματικό περιβάλλον, παρουσιάζεται η πολιτική του

ομόσπονδου κράτους για τη μεσαία τάξη και περιγράφονται τα μέσα στήριξης καθώς και οι μελλοντικές προτεραιότητες. Η επόμενη έκθεση για τις ΜΜΕ θα δημοσιευθεί το 2015.

Ο απεσταλμένος για τις ΜΜΕ

Ο απεσταλμένος για τις ΜΜΕ και τη βιοτεχνία είναι υπεύθυνος επικοινωνίας για τις μεσαίες επιχειρήσεις στη Βάδη-Βιρτεμβέργη. Τα βασικά καθήκοντα του απεσταλμένου για τις ΜΜΕ είναι η προώθηση της σύστασης επιχειρήσεων, η πολιτική για τους συνεργατικούς σχηματισμούς, η διασφάλιση του εργατικού δυναμικού, η δημιουργική οικονομία και η μεταφορά τεχνολογίας στις ΜΜΕ.

Για την υποστήριξη των εργασιών του, ο απεσταλμένος για τις ΜΜΕ υποστηρίζεται από συμβουλευτική επιτροπή για τις ΜΜΕ. Η συμβουλευτική επιτροπή για τις ΜΜΕ είναι ένα άτυπο συμβουλευτικό όργανο και έχει ως στόχο την εμβάθυνση του διαλόγου μεταξύ των ΜΜΕ και της πολιτικής, χρησιμεύει δε ως μηχανισμός ανατροφοδότησης για την πολιτική. Η εν λόγω επιτροπή συνέρχεται συνήθως δύο φορές ετησίως και αποτελείται από ανώτερους εκπροσώπους των σημαντικότερων κεντρικών οργανώσεων των μικρομεσαίων επιχειρηματικών κοινοτήτων στη Βάδη-Βιρτεμβέργη.

Η συμβουλευτική επιτροπή διατυπώνει συστάσεις για μια προσανατολισμένη στο μέλλον πολιτική για τις ΜΜΕ και καταδεικνύει προσεγγίσεις για τις πολιτικές δραστηριότητες του ομόσπονδου κράτους ή κρατικές πρωτοβουλίες στο ομοσπονδιακό συμβούλιο ή σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Προτεραιότητες της πολιτικής για τις ΜΜΕ στη Βάδη-Βιρτεμβέργη κατά τα επόμενα έτη

Η βασική πρόκληση για την περιφέρεια είναι η διασφάλιση εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού και η εξαγορά επιχειρήσεων προκειμένου να διατηρηθεί η ικανότητα καινοτομίας και να ενισχυθεί η οικονομική δυναμική.

Το ομόσπονδο κράτος έχει ήδη πληγεί σοβαρά από την έλλειψη ειδικευμένου εργατικού δυναμικού λόγω των δημογραφικών αλλαγών. Αυτό ισχύει τόσο για τον επαγγελματικό όσο και για τον ακαδημαϊκό τομέα. Επί του παρόντος υπάρχει ήδη έλλειψη εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού σε

τεχνικά επαγγέλματα και στον τομέα της περίθαλψης. Σύμφωνα με τις προβλέψεις, έως το 2020 ο αριθμός του εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού θα μειωθεί κατά περίπου 120.000, ενώ μεταξύ 2020 και 2030 θα μειωθεί περαιτέρω κατά 520.000. Ως εκ τούτου, το 2011 ένωσαν για πρώτη φορά τις δυνάμεις τους όλοι οι αρμόδιοι φορείς από τις επιχειρήσεις, τα συνδικάτα, τις υπηρεσίες εύρεσης εργασίας, τους δήμους, φορείς επιχειρηματικής ανάπτυξης, φορείς από το εθνικό συμβούλιο γυναικών και από τα υπουργεία σε μια συμμαχία εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού στη Βάδη-Βιρτεμβέργη, ενώ σύναψαν συμφωνία για την κατάρτιση κοινού προγράμματος για εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό, το οποίο θα ενημερώνεται τακτικά. Κύρια μέριμνα είναι η αύξηση της απασχόλησης των γυναικών και των ηλικιωμένων ή η ενίσχυση της επαγγελματικής κατάρτισης. Η διπλή εκπαίδευση προωθείται μέσω εκστρατείας στα κοινωνικά δίκτυα, ενώ πρεσβευτές της εκπαίδευσης επισκέπτονται σχολεία και μιλούν για εξειδικευμένα επαγγέλματα. Επίσης, προωθείται στοχευμένα ο επαγγελματικός προσανατολισμός των μαθητών της γενικής εκπαίδευσης προς τα εκπαιδευτικά κέντρα της επιχειρηματικής κοινότητας. Στα πανεπιστήμια, έχουν αυξηθεί ουσιαστικά οι θέσεις μεταπτυχιακών σπουδών με έμφαση στις σχολές φυσικών επιστημών και τις πολυτεχνικές σχολές.

Επιπλέον, έχουν βελτιωθεί οι προϋποθέσεις για την καλύτερη συμφιλίωση της επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής, για παράδειγμα με την ενίσχυση των υποδομών φύλαξης παιδιών.

Άλλος στόχος της δράσης είναι η στήριξη νεοσύστατων επιχειρήσεων, και ειδικότερα η κατοχύρωση εξαγορών επιχειρήσεων και η περαιτέρω ανάπτυξη μέσων για την εξαγορά και την ίδρυση επιχειρήσεων. Περισσότερες από τις μισές οικογενειακές ΜΜΕ δεν έχουν διάδοχο. Ως εκ τούτου, προωθούνται, για παράδειγμα, μέτρα παροχής συμβουλών και καθοδήγησης ώστε να διασφαλιστεί ότι οι μικρές επιχειρήσεις θα έχουν τη δυνατότητα να συνεχίσουν τη δραστηριότητά τους. Σημαντικό ρόλο στη στήριξη της διαδοχής των επιχειρήσεων διαδραματίζουν επίσης οι φορείς διευκόλυνσης της διαδοχής.

Επιπλέον, η διατήρηση της ικανότητας καινοτομίας του ομόσπονδου κράτους, η ενίσχυση της

συνεργασίας μεταξύ ΜΜΕ και ερευνητικών ιδρυμάτων και η ανάπτυξη των μελλοντικών αγορών, θεωρούνται σημαντικοί τομείς για τη μελλοντική οικονομική πολιτική.

Παραδείγματα υλοποίησης της SBA στην περιφέρεια

Η επαγρύπνηση για τις ΜΜΕ και το Κέντρο Τεχνικού Ελέγχου για το γραφειοκρατικό κόστος

Στην κατάργηση και την αποφυγή γραφειοκρατικών επιβαρύνσεων ιδιαίτερο ρόλο διαδραματίζουν τα συμφέροντα των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων του ομόσπονδου κράτους. Ως εκ τούτου, το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών εφαρμόζει τα μέσα της επαγρύπνησης για τις ΜΜΕ και του ελέγχου των ΜΜΕ.

Για να αποφευχθεί σε κάποιο βαθμό η δημιουργία νέων διοικητικών επιβαρύνσεων, τα συμφέροντα των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων πρέπει να αρχίσουν να απασχολούν το συντομότερο δυνατό τη νομοθετική διαδικασία. Μετά την κοινοποίηση στο Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών των σχεδίων νομοθετικών και κανονιστικών διατάξεων που εκδίδονται σε ευρωπαϊκό ή εθνικό επίπεδο, υποβάλλονται για γνωμοδότηση στους επιχειρηματικούς οργανισμούς, ιδίως στα βιοτεχνικά ή βιομηχανικά και εμπορικά επιμελητήρια. Εάν κατά τη διάρκεια αυτής της διαδικασίας διαπιστωθεί ότι οι ΜΜΕ επιβαρύνονται από τις νομικές πράξεις με επιπρόσθετη και αδικαιολόγητη γραφειοκρατία, για παράδειγμα με πρόσθετες ή παρατεταμένες διαδικασίες χορήγησης άδειας, η Βάδη-Βιρτεμβέργη καταθέτει τις ανησυχίες των ΜΜΕ μέσω αντίστοιχων αιτήσεων στη νομοθετική διαδικασία και τις δημόσιες διαβουλεύσεις σε επίπεδο ΕΕ.

Ακόμη και στα σχέδια νομοθετικών και κανονιστικών διατάξεων σε επίπεδο ομόσπονδου κράτους διεξάγεται έλεγχος σε πρώιμο στάδιο από την αντίστοιχη υπηρεσία για πιθανό νέο ή πρόσθετο διοικητικό φόρτο για τις ΜΜΕ. Τα σχέδια που

αφορούν τις ΜΜΕ υποβάλλονται στο αρμόδιο τμήμα του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών. Όπου κρίνεται σκόπιμο, υποβάλλονται προτάσεις για την τροποποίηση των νομικών πράξεων από την τεχνική αρμόδια υπηρεσία ή τεχνικό αρμόδιο τμήμα.

Επιπλέον, οι επιχειρηματίες και οι πολίτες έχουν τη δυνατότητα να εκφράσουν τις ανησυχίες τους όσον αφορά τη γραφειοκρατική επιβάρυνση στο Κέντρο Τεχνικού Ελέγχου για τον γραφειοκρατικό φόρτο του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών. Στο πλαίσιο της διαχείρισης καταγγελιών, οι ανησυχίες που εκφράζονται ελέγχονται σε επαγγελματικό επίπεδο και αποκαθίστανται εφόσον είναι δυνατόν.

Φορείς διευκόλυνσης της διαδοχής

Οι φορείς διευκόλυνσης της διαδοχής έχουν το καθήκον να ανταποκρίνονται ενεργά στους ιδιοκτήτες των ΜΜΕ και να τους ευαισθητοποιούν σχετικά με τον έγκαιρο προγραμματισμό της διάδοξης κατάστασης της επιχείρησης, καθώς και να καταδεικνύουν εναλλακτικούς τρόπους δράσης και προσφορές στήριξης και να διευκολύνουν την πρόσβαση σε προγράμματα στήριξης. Εάν είναι επιθυμητό, συμβάλλουν στην αναζήτηση διάδοχων επιχειρηματιών και συντονίζουν τη συνολική διαδικασία διαδοχής. Για τον σκοπό αυτόν, συνεργάζονται με διάφορους ειδικούς συμβούλους (τραπεζίτες, λογιστές, δικηγόρους, συμβούλους επιχειρήσεων), οι οποίοι είναι αρμόδιοι για την παροχή εξειδικευμένων συμβουλών.

Η παροχή συμβουλών η οποία χρηματοδοτείται από το ΕΚΤ πραγματοποιείται μέσω των βιομηχανικών και εμπορικών επιμελητηρίων, καθώς και μέσω του βιοτεχνικού επιμελητηρίου. Οι συντονιστές διάδοξης κατάστασης είναι έμπειροι εξειδικευμένοι επαγγελματίες οι οποίοι ήταν κατά κανόνα και οι ίδιοι επιχειρηματίες ή έχουν εμπειρία στην παροχή επιχειρηματικών και χρηματοδοτικών συμβουλών.

Συνέντευξη με τον Peter Hofelich, απεσταλμένο για τις ΜΜΕ της κυβέρνησης του ομόσπονδου κράτους της Βάδης-Βιρτεμβέργης

Κύριε Hofelich, ποια είναι τα καθήκοντά σας ως απεσταλμένου για τις ΜΜΕ;

Ως απεσταλμένος της κυβέρνησης του ομόσπονδου κράτους για τις ΜΜΕ και τη βιοτεχνία είμαι υπεύθυνος επικοινωνίας για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στη Βάδη-Βιρτεμβέργη. Για τον σκοπό αυτόν, είμαι υπεύθυνος για μεγάλο αριθμό επαφών με τις ενώσεις, επισκέπτομαι επιχειρήσεις και συμμετέχω σε δημόσιες εκδηλώσεις του επιμελητηρίου και σε εκδηλώσεις άλλων επιχειρηματικών οργανισμών και φυσικά στις συναντήσεις με το υπουργείο. Οι ΜΜΕ μου εκθέτουν τα αιτήματά τους και στη συνέχεια συζητώ τα αντίστοιχα ζητήματα με την κυβέρνηση του ομόσπονδου κράτους. Ως αντιπρόσωπος μπορώ να αναλάβω υποχρεώσεις του υπουργού Οικονομίας και Οικονομικών σε όλο το φάσμα της πολιτικής για τις ΜΜΕ και τη βιοτεχνία κατ' εντολή του υπουργού. Η θέση μου μου παρέχει την απόλυτη ελευθερία να προστατεύω τα συμφέροντα των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων. Είμαι υπόλογος απευθείας στον υπουργό και, συνεπώς, έχω τη δυνατότητα να ασχολούμαι άμεσα με όλα τα ζητήματα που προκύπτουν στον τομέα των επιχειρήσεων.

Ποιος είναι ο αντίκτυπος της θητείας ως απεσταλμένου για τις ΜΜΕ σε εσωτερικό επίπεδο, δηλαδή ως προς την κυβέρνηση του ομόσπονδου κράτους, και σε εξωτερικό επίπεδο, ως προς την επιχειρηματική κοινότητα, από τον διορισμό σας τον Ιούλιο του 2012;

Η σημασία που έχουν οι ΜΜΕ για την περιφέρειά μας είναι αναγνωρισμένη πριν από τον διορισμό μου. Η σκέψη σχετικά με τις ΜΜΕ ήταν πάντα παρούσα στα υπουργεία. Αλλά τελικά καταδεικνύεται μια καμπύλη μάθησης κατά την εξέταση των θεμάτων των ΜΜΕ σε όλα τα υπουργεία, όχι μόνο στο Υπουργείο Οικονομίας. Οι προϊστάμενοι των τμημάτων των υπουργείων πρέπει να ελέγχουν κατά πόσον ο απεσταλμένος για τις ΜΜΕ πρέπει να συμμετέχει στην κατάρτιση νέων νόμων, διαταγμάτων ή προγραμμάτων στήριξης. Η κυβέρνηση του ομόσπονδου κράτους χρησιμοποιεί συνολικά το γραφείο ως ενίσχυση του προσανατολισμού της οικείας πολιτικής για τις ΜΜΕ.

Συνεπώς, το γραφείο έχει επίσης σημαντικό αντίκτυπο σε εξωτερικό επίπεδο, ενώ είναι αναγνωρισμένο και χρησιμοποιείται από τους επιχειρηματικούς φορείς. Σε θέματα σύγκρουσης μεταξύ διοίκησης και επιχειρηματικής κοινότητας τόσο σε περιφερειακό επίπεδο όσο και σε εθνικό και ενωσιακό επίπεδο, προσπαθώ να επηρεάζω τις συζητήσεις και τις αποφάσεις υπέρ των ΜΜΕ.

Ποια είναι τα πιο σημαντικά καθήκοντά σας για τα επόμενα έτη;

Οι ΜΜΕ στη Βάδη-Βιρτεμβέργη είναι η βάση για την οικονομική ανάπτυξη της περιφέρειας. Ως εκ τούτου, η περαιτέρω ανάπτυξη της οικονομικής δυναμικής του ομόσπονδου κράτους τίθεται ως εγγενές καθήκον.

Θέλουμε να διαμορφώσουμε τις οικονομικές και δημογραφικές διαρθρωτικές αλλαγές έτσι ώστε να μπορούν οι μικρές επιχειρήσεις να συνεχίσουν τις δραστηριότητές τους. Συνεπώς, το θέμα της εξαγοράς και της διαδοχής των επιχειρήσεων είναι πολύ σημαντικό για εμάς. Επίσης, η διασφάλιση εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού στις ΜΜΕ έχει μεγάλη σημασία για το μέλλον.

<http://mfw.baden-wuerttemberg.de/de/ministerium/mittelstandsbeauftragter-peter-hofelich/>

3.5. Νότια Δανία

Η περιφέρεια της Νότιας Δανίας περιλαμβάνει το νότιο τμήμα της Δανίας και τη νήσο Fionie. Η περιφέρεια αυτή δημιουργήθηκε το 2007 ως μέρος της αναδιοργάνωσης της δημόσιας διοίκησης στη Δανία. Η Νότια Δανία έχει 1,2 εκατομμύρια κατοίκους, περίπου το 22 τοις εκατό του συνολικού πληθυσμού της Δανίας.

Η περιφέρεια είναι, μεταξύ άλλων, αρμόδια για την περιφερειακή ανάπτυξη και την υγειονομική περίθαλψη.

Στη Νότια Δανία βρίσκεται ένα από τα μεγαλύτερα και πιο σύγχρονα νοσοκομεία στη Σκανδιναβία, το Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο Όντενσε, καθώς και το τρίτο μεγαλύτερο πανεπιστήμιο της Δανίας, το Syddansk Universitet (Πανεπιστήμιο της Νότιας Δανίας).

Πολλές παγκοσμίου φήμης εμπορικές επιχειρήσεις έχουν την έδρα τους στη Νότια Δανία.

Το μοντέλο ανάπτυξης της Νότιας Δανίας ως πολιτικό όραμα της Νότιας Δανίας έως το 2020

Τα τελευταία έτη η περιφέρεια της Νότιας Δανίας έχει επιδείξει περιορισμένη ανάπτυξη, ενώ έχει υποχωρήσει το παραγωγικό της πλεονέκτημα σε σχέση με άλλες χώρες του ΟΟΣΑ. Το επίπεδο εκπαίδευσης είναι κάτω του μέσου όρου σε σύγκριση με την υπόλοιπη Δανία, και δεν είναι προσανατολισμένο στην αντιμετώπιση των αναγκών των επιχειρήσεων.

Το μοντέλο ανάπτυξης της Νότιας Δανίας έχει ως στόχο για το 2020 μια ισχυρή ανάπτυξη, η οποία υποστηρίζεται από την υψηλή παραγωγικότητα, το υψηλό ποσοστό απασχόλησης και τις παγκόσμιες επιχειρήσεις. Για τον σκοπό αυτό, η παραγωγικότητα πρέπει να ανέρχεται στο 10% σε σύγκριση με τον μέσο όρο του ΟΟΣΑ και το ποσοστό απασχόλησης να ανήκει στα 5 υψηλότερα ποσοστά του ΟΟΣΑ.

Η περιφέρεια έχει ως στόχο να μετατρέψει τις μεγάλες προκλήσεις της παγκοσμιοποίησης, της δημογραφικής αλλαγής, της κλιματικής αλλαγής και της παραγωγής ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές σε ευκαιρίες, ώστε το δυναμικό της αγοράς των εν λόγω αλλαγών να χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις της Νότιας Δανίας.

Η ανάπτυξη αυτή θα πρέπει να μεταφερθεί κυρίως μέσω ορισμένων τομέων με ιδιαίτερα υψηλό δυναμικό ανάπτυξης:

- Κλάδος της υγείας και των κοινωνικών καινοτομιών
- Αειφόρος ενέργεια
- Πειραματική οικονομία, κυρίως Τουρισμός, τρόφιμα και σχεδιασμός

Στόχος είναι η επίτευξη της ανάπτυξης και της απασχόλησης με την ενίσχυση του ανθρώπινου κεφαλαίου και της εκπαίδευσης, την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, την πρόσβαση σε κεφάλαια, την έρευνα, την καινοτομία και τις νέες τεχνολογίες, καθώς και την ανάπτυξη συνεργατικών σχηματισμών.

Το σχέδιο δράσης αποσκοπεί στην υλοποίηση των βασικών στόχων της στρατηγικής και προσδιορίζει συγκεκριμένους στόχους και πεδία δράσης για τους παραπάνω επιμέρους τομείς. Θα πρέπει να δοθεί προτεραιότητα στις πρωτοβουλίες από τις οποίες αναμένεται η μεγαλύτερη συνδρομή για την επίτευξη των εν λόγω στόχων:

- Εφαρμογή της Πράξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις και των πολιτικών της ΕΕ μέσω του μοντέλου ανάπτυξης της Νότιας Δανίας
- Ανάπτυξη επιχειρηματικού πνεύματος μέσω της παροχής συμβουλών και της ανάπτυξης ικανοτήτων
- Ενίσχυση της περιφερειακής ολοκλήρωσης και της διασυνοριακής συνεργασίας, και ανάπτυξη διαπεριφερειακής πολιτικής για τους συνεργατικούς σχηματισμούς
- Περιβαλλοντική βιωσιμότητα.

Το περιφερειακό φόρουμ για την ανάπτυξη

Το αναπτυξιακό μοντέλο αναπτύχθηκε από το περιφερειακό φόρουμ για την ανάπτυξη, μια σύμπραξη δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, που εντάσσει την επιχειρηματική κοινότητα, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, τα συνδικάτα και τους εργοδότες, τους δήμους και την περιφέρεια της Νότιας Δανίας σε μια διαδικασία διαλόγου. Περιλαμβάνει 20 μέλη που ορίζονται από το περιφερειακό συμβούλιο κατόπιν πρότασης των δήμων και των επιχειρηματικών ενώσεων, και συνεδριάζει αρκετές φορές ετησίως υπό την προεδρία της περιφέρειας.

Το φόρουμ για την ανάπτυξη είναι το κομβικό σημείο για όλες τις περιφερειακές αναπτυξιακές πρωτοβουλίες.

Εκτός από το στρατηγικό έργο, το φόρουμ προβαίνει σε συστάσεις για τη συγχρηματοδότηση περιφερειακών έργων οικονομικής ανάπτυξης, στηρίζει τη σύσταση και την εγκατάσταση επιχειρήσεων, τονώνει τη ζήτηση για νέα προϊόντα και υπηρεσίες, στοχεύει στη βελτίωση της πρόσβασης των επιχειρήσεων σε επιχειρηματικά κεφάλαια και άλλα ταμεία, και ενισχύει την έρευνα, την εκπαίδευση, την ανάπτυξη ικανοτήτων και την απόκτηση γνώσεων στην επιχειρηματική κοινότητα.

Επιπλέον, το φόρουμ για την ανάπτυξη είναι αρμόδιο για την παρακολούθηση των συνθηκών ανάπτυξης σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο, καθώς και για τα μέτρα που λαμβάνονται. Επιπλέον, τα επιμέρους έργα αξιολογούνται σε ένα πολύ δομημένο σύστημα. Οι τακτικές εκθέσεις προόδου αξιολογούνται από εξωτερικούς αξιολογητές και ελέγχονται ως προς την αποτελεσματικότητά τους και τη συμβολή τους στην επίτευξη των στόχων.

Προτεραιότητες της υλοποίησης της SBA στη Νότια Δανία

Κατά την υλοποίηση της SBA, η περιφέρεια της Νότιας Δανίας εστιάζει στις αρχές βελτίωσης της επιχειρηματικότητας, στην πρόσβαση στη χρηματοδότηση, στη χρήση των δυνατοτήτων της εσωτερικής αγοράς και στις καινοτόμες δημόσιες συμβάσεις.

Επιχειρηματικότητα

Η περιφέρεια θεωρεί την εκπαίδευση και την ανάπτυξη ικανοτήτων για την επιχειρηματικότητα από το δημοτικό σχολείο έως και μετά το πανεπιστημιακό πτυχίο ως σημαντικό δομικό στοιχείο για την επιτυχία των επιχειρηματιών. Δεν πρόκειται μόνο για τη γνώση σχετικά με τις επιχειρήσεις, αλλά και για την προώθηση της δημιουργικότητας και για την προθυμία ανάληψης κινδύνων.

Στα πανεπιστήμια υπάρχουν πολλά ιδρύματα που λειτουργούν ως σύνδεσμοι μεταξύ της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και της οικονομίας και προάγουν τις δεξιότητες των φοιτητών στους τομείς της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας.

Επιπλέον, μέσω της ενίσχυσης της συνεργασίας μεταξύ των πανεπιστημίων και των περιφερεια-

κών ΜΜΕ ενισχύεται η ανταλλαγή και, συνεπώς, διευκολύνεται η μεταβίβαση.

Εκπαίδευση των επιχειρήσεων

Η στοχευμένη παροχή συμβουλών σε οποιοδήποτε στάδιο του κύκλου ζωής των υφιστάμενων επιχειρήσεων αποτελεί επίσης σημαντικό μέρος της στρατηγικής. Το κέντρο περιφερειακής επιχειρηματικής ανάπτυξης θέτει στη διάθεση των επιχειρήσεων εμπειρογνώμονες από τη λογιστική έως το μάρκετινγκ σε όλους τους επαγγελματικούς τομείς. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην παροχή συμβουλών σε γυναίκες επιχειρηματίες.

Η περιφέρεια εφαρμόζει επίσης το σύστημα έγκαιρης προειδοποίησης και την πρωτοβουλία «Δεύτερη Ευκαιρία», η οποία παρέχει συμβουλές σε επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν οικονομικές δυσκολίες και βοηθά τις μη κερδοφόρες επιχειρήσεις να παύσουν τις εργασίες τους με ελάχιστο κόστος.

Σε τοπικό επίπεδο, υπάρχουν επίσης ιδρύματα για τους επιχειρηματίες, τα οποία παρέχουν συμβουλές και παραδίδουν μαθήματα κατάρτισης.

Πρόσβαση σε χρηματοδότηση

Η λήψη της σωστής χρηματοδότησης είναι σημαντική πρόκληση για τις ΜΜΕ που συχνά έχουν αδύναμα κεφάλαια. Ο χρηματοδοτικός έλεγχος τον οποίο παρέχει η περιφέρεια παρέχει συστάσεις για μια βελτιστοποιημένη χρηματοδότηση. Ο σύμβουλος που επικουρεί τις ΜΜΕ πρέπει να συνδράμει στην απόκτηση κεφαλαίων.

Αρκετές πρωτοβουλίες στην περιφέρεια αποσκοπούν στη βελτίωση της πρόσβασης σε κεφάλαια. Τα δημόσια ταμεία διαθέτουν επιχειρηματικό κεφάλαιο σε συνεργασία με εταίρους του ιδιωτικού τομέα και τις τράπεζες της Δανίας. Ένα επιπρόσθετο ταμείο στηρίζει τις επιχειρήσεις του κλάδου της υγείας σε απομακρυσμένες αγροτικές περιοχές με χορήγηση δανείων και επιχειρηματικών κεφαλαίων. Επιπλέον, υπάρχουν δύο ταμεία για τις επιχειρήσεις τεχνολογίας.

Χρήση της εσωτερικής αγοράς και διεθνοποίηση

Η διεθνοποίηση είναι ένα ουσιαστικό συστατικό στοιχείο της στρατηγικής της Νότιας Δανίας. Εφαρμόζεται μια σειρά μέτρων με στόχο την ενίσχυση των εξαγωγικών δραστηριοτήτων. Η περιφέρεια δραστηριοποιείται μέσω του γραφείου

συνδέσμου στις Βρυξέλλες σε διάφορα δίκτυα, μεταξύ άλλων στο ERRIN, και στηρίζει τις ΜΜΕ να συμμετάσχουν σε ευρωπαϊκά προγράμματα και αναπτυσσόμενες αγορές σε βασικούς τομείς.

Το κέντρο περιφερειακής επιχειρηματικής ανάπτυξης στηρίζει τις ΜΜΕ κατά την κατάρτιση των αναλύσεων της αγοράς, τη συμμετοχή σε εκθέσεις και στην ανταλλαγή εμπειριών καθώς και στη δικτύωση.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη διασυνοριακή συνεργασία με το Σλέσβιχ-Χολστάιν στη Γερμανία, καθώς και στη διάρθρωση δικτύων καινοτομίας με διεθνείς εταιρίες.

Καινοτόμες συμβάσεις

Ένας από τους βασικούς κλάδους της Νότιας Δανίας είναι ο κλάδος της υγείας. Η περιφέρεια έχει αναπτύξει, στο πλαίσιο συμπράξεων δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, στρατηγικές για τις δημόσιες συμβάσεις που βελτιώνουν την αποδοτικότητα των δημόσιων υπηρεσιών υγείας και ενισχύουν τις επιδόσεις των επιχειρήσεων στον τομέα της καινοτομίας.

Σε έργα πιλοτικού χαρακτήρα συντάσσονται και δοκιμάζονται κατευθυντήριες γραμμές για τις προ-εμπορικές αναθέσεις συμβάσεων, στις οποίες η αναθέτουσα αρχή εμφανίζεται ως αρχικός αγοραστής τεχνολογικών καινοτομιών και, συνεπώς, ενισχύει την καινοτομία στις ΜΜΕ.

Επιπλέον, η περιφέρεια αποσκοπεί στην καλύτερη αντίληψη της ζήτησης και των δημόσιων συμβάσεων από την πλευρά των ΜΜΕ και, ως εκ τούτου, στην αύξηση της συμμετοχής των ΜΜΕ στις δημόσιες προσκλήσεις υποβολής προσφορών. Αυτό συμβαίνει, για παράδειγμα, μέσω εταιρικών σχέσεων μεταξύ μεγάλων και μικρών επιχειρήσεων οι οποίες παρέχουν τη δυνατότητα στις ΜΜΕ για καλύτερη πρόσβαση στην αγορά των δημόσιων προσκλήσεων υποβολής προσφορών της Δανίας. Ταυτόχρονα, μέσω των εν λόγω εταιρικών σχέσεων θα βελτιωθούν οι εξαγωγικές ευκαιρίες για τις ΜΜΕ.

Διαρθρωτικά ταμεία για την εφαρμογή

Τα ευρωπαϊκά διαρθρωτικά ταμεία διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην εφαρμογή του μοντέλου ανάπτυξης. Οι πόροι θα πρέπει να συνδυάζονται τόσο με δημόσια όσο και με ιδιωτικά κεφάλαια

και να χρησιμοποιούνται για τα περιφερειακά έργα οικονομικής ανάπτυξης στους βασικούς τομείς οι οποίοι προτείνονται, για παράδειγμα, από το φόρουμ για την ανάπτυξη.

Παραδείγματα της υλοποίησης της SBA στην περιφέρεια

Welfare Tech Invest – καινοτομία και ανάπτυξη μέσω της βελτιωμένης πρόσβασης σε κεφάλαιο επιχειρηματικών συμμετοχών

Η πρόσβαση σε κεφάλαια συνιστά πρόκληση ακόμα και για επιχειρήσεις με ισχυρή θέση στην αγορά της περιφέρειας της Νότιας Δανίας. Για τη βελτίωση της πρόσβασης σε κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών που αφορούν τις τεχνολογίες για την υγεία ιδρύθηκε το 2012 ένα ταμείο κεφαλαίων με την επωνυμία **Welfare Tech Invest – Νότια Δανία**. Το εν λόγω ταμείο μπορεί να επενδύσει περίπου 10 εκατ. ευρώ σε επιχειρήσεις τεχνολογίας για την υγεία στην περιφέρεια. Επιπλέον 2,7 εκατ. ευρώ περίπου είναι διαθέσιμα για πιστώσεις σε επιχειρηματίες στις αγροτικές περιοχές της περιφέρειας.

Το ταμείο χρηματοδοτείται κατά το ήμισυ από τα ταμεία της ΕΕ και κατά το ήμισυ από περιφερειακούς δημόσιους πόρους, και διευθύνεται από επαγγελματίες διαχειριστές επενδύσεων που έχουν ιδιαίτερη γνώση του κλάδου.

Οι επενδύσεις του ταμείου συμπληρώνονται, ανάλογα με την περίπτωση, με κονδύλια από άλλους επενδυτές και πιστωτές.

Οι στόχοι του ταμείου για τα πρώτα πέντε έτη είναι:

- Επενδύσεις σε 12 νέες επιχειρήσεις στον τομέα της τεχνολογίας για την υγεία από την περιφέρεια
- Παροχή 30 δανείων σε επιχειρήσεις στις αγροτικές περιοχές της περιφέρειας
- Δημιουργία 175 έως 250 νέων θέσεων εργασίας από τις επιχειρήσεις του χαρτοφυλακίου του ταμείου

<http://www.regionsyddanmark.dk/wm235842>

3.6. Ελσίνκι

Το Ελσίνκι-Uusimaa είναι η περιφέρεια της πρωτεύουσας της Φινλανδίας, με περίπου 1,6

εκατομμύρια κατοίκους. Ο αριθμός αυτός αντιπροσωπεύει περισσότερο από το ένα τέταρτο του πληθυσμού της χώρας.

Η περιφέρεια είναι το οικονομικό και επιστημονικό κέντρο της χώρας και ανήκει στις κορυφαίες περιφέρειες της Ευρώπης ως προς την οικονομία της γνώσης, τις οικονομικές επιδόσεις και την ανταγωνιστικότητα. Το 39% του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος της Φινλανδίας παράγεται στο Ελσίνκι-Uusimaa από περίπου 100.000 επιχειρήσεις, εκ των οποίων το 90% είναι μικρές επιχειρήσεις.

Παρότι οι θέσεις κατάταξης της Φινλανδίας και του Ελσίνκι στον τομέα της καινοτομίας έχουν υποχωρήσει, η περιφέρεια εξακολουθεί να διαθέτει ένα από τα καλύτερα συστήματα καινοτομίας παγκοσμίως. Μια πρόκληση για το μέλλον είναι η διατήρηση του επιπέδου καινοτομίας και η εκ νέου ανάπτυξή του.

Η δημογραφική αλλαγή έχει επίσης επηρεάσει την περιφέρεια. Ο ενεργός πληθυσμός θα μειωθεί κατά τα επόμενα έτη λόγω της γήρανσης του πληθυσμού.

Το πολιτικό όραμα της περιφέρειας του Ελσίνκι-Uusimaa έως το 2033

Το περιφερειακό συμβούλιο, το οποίο περιλαμβάνει εκπροσώπους από όλες τις κοινότητες της περιφέρειας, ενέκρινε το 2009 τη στρατηγική μετά από μια εντατική διαδικασία διαβούλευσης με όλους τους ενδιαφερόμενους φορείς της περιφέρειας και με την κυβέρνηση της Φινλανδίας. Η περιφέρεια έχει θέσει ως στόχο την ενίσχυση της θέσης της ως διεθνούς μητρόπολης για την ανάπτυξη και την καινοτομία. Για τον σκοπό αυτόν, η περιφέρεια της πρωτεύουσας αποσκοπεί να λειτουργήσει ως κινητήρια δύναμη για ολόκληρη τη χώρα.

Το εν λόγω όραμα υποστηρίζεται από αρκετούς στρατηγικούς στόχους, μεταξύ άλλων μέσα από:

- την εξέλιξη της περιφέρειας στο πλέον σημαντικό δίκτυο καινοτομίας της περιοχής της Βαλτικής σε ένα ελεύθερο περιβάλλον καινοτομίας με γνώμονα τη ζήτηση
- την ελκυστικότητα της περιφέρειας για επενδυτές και επιχειρηματικές δραστηριότητες

- την εξέλιξη στην πρώτη φινλανδική περιφέρεια με ουδέτερες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα

Προτεραιότητες της πολιτικής για τις ΜΜΕ και της υλοποίησης της SBA:

Η φινλανδική κυβέρνηση ενέκρινε πρόγραμμα για την απασχόληση και την επιχειρηματικότητα, το οποίο βασίζεται στις αρχές της SBA. Οι περιφέρειες έχουν καθορίσει επιπλέον τις δικές τους περιφερειακές προτεραιότητες, όπως η περιφέρεια Ελσίνκι-Uusimaa. Οι κύριοι στόχοι είναι η ενίσχυση της ετοιμότητας των ΜΜΕ στις διαδικασίες ανάπτυξης, η ενίσχυση της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα, η μείωση των γραφειοκρατικών εμποδίων για τους επιχειρηματίες και η αξιολόγηση του αντίκτυπου της νομοθεσίας στις επιχειρήσεις.

Εκτός από την προώθηση των νεοσύστατων επιχειρήσεων, προάγεται επίσης η ανανέωση υφιστάμενων επιχειρήσεων. Η διαρθρωτική αλλαγή στην παγκόσμια οικονομία αντικατοπτρίζεται επίσης στην περιφέρεια Ελσίνκι-Uusimaa. Περισσότερο από όλους τους τομείς έχει πληγεί ο τομέας της τεχνολογίας και ειδικότερα ο κλάδος των ΤΠΕ. Μέσα από νέες τεχνολογικές προσεγγίσεις, οι νεοσύστατες και οι υφιστάμενες επιχειρήσεις μπορούν να δημιουργήσουν νέες ευκαιρίες ώστε να εισέλθουν στις διαδικασίες ανάπτυξης.

Η αυξανόμενη ζήτηση για τις υπηρεσίες υγείας και περίθαλψης καθώς και τις υπηρεσίες εκπαίδευσης παρέχει επιχειρηματικές ευκαιρίες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τις επιχειρήσεις της περιφέρειας και να υποστηριχθούν ανάλογα από την περιφέρεια.

Η στρατηγική εξετάζει μια σειρά ζητημάτων της SBA και τα εφαρμόζει για την περιφέρεια:

από κοινού με τους περιφερειακούς οργανισμούς για τις ΜΜΕ, η περιφέρεια καθορίζει τη φιλική προς τις επιχειρήσεις διαχείριση. Σε αυτά περιλαμβάνονται η ανάπτυξη φιλικών προς την καινοτομία διαδικασιών σύναψης δημόσιων συμβάσεων μέσω της θέσπισης διαλόγου μεταξύ αγοραστών και παρόχων υπηρεσιών, η ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ παρόχων και η χάραξη κατευθυντήριων γραμμών για τη δημόσια διοίκηση. Δίνεται έμφαση στις προεμπορικές εφαρμογές.

Η περιφέρεια στηρίζει επίσης τις ΜΜΕ ώστε να εκμεταλλευτούν τις επιχειρηματικές ευκαιρίες στον τομέα του περιβάλλοντος. Οι καινοτομίες στον τομέα του περιβάλλοντος αξιολογούνται και βαθμολογούνται από μια ομάδα εμπειρογνώμωνων. Στη συνέχεια, η ομάδα στηρίζει, με τη θετική της αξιολόγηση, την επιχείρηση με ατομικό πρόγραμμα με στόχο την είσοδο στην αγορά.

Οι επιχειρήσεις επωφελούνται από την αξιολόγηση της καινοτομίας από εμπειρογνώμονες, από τη στήριξη για την ανάπτυξη της αγοράς και τη διεθνοποίηση, από την ανάπτυξη δικτύων μεταξύ επιχειρήσεων και ερευνητικών ιδρυμάτων, καθώς και κατά τη χρηματοδότηση.

Μία από τις προτεραιότητες της πολιτικής για τις ΜΜΕ στην περιφέρεια Ελσίνκι-Uusimaa είναι η προώθηση της επιχειρηματικότητας των νέων. Για τον σκοπό αυτόν, η περιφέρεια έχει δρομολογήσει μια σειρά από μέτρα και δράσεις σε

σχολεία και πανεπιστήμια με στόχο την ενίσχυση του «επιχειρηματικού πνεύματος» σε μαθητές και φοιτητές. Για παράδειγμα, οι επιχειρηματίες έχουν διηγηθεί τις προσωπικές τους ιστορίες στα σχολεία ώστε να προσελκύσουν τους μαθητές στην έννοια της επιχειρηματικότητας.

Θετικά παραδείγματα έχουν μεταφερθεί από άλλες περιφέρειες στο Ελσίνκι-Uusimaa, όπως η «Τρίτη των Επιχειρηματιών» (Entrepreneurship Tuesday). Σε αυτούς τους γύρους συνομιλιών, διάσημοι επιχειρηματίες ενθαρρύνουν τους μαθητές να ξεκινήσουν τις δικές τους επιχειρήσεις.

Η περιφέρεια προωθεί το επιχειρηματικό περιβάλλον καθ'όλη τη διαδικασία ανάπτυξης της παραγωγής ιδεών, της σύστασης και των διαδικασιών ανάπτυξης των ΜΜΕ, παρέχοντας υποδομές, συμβουλευτικές υπηρεσίες και χρηματοδότηση σε συνεργασία με διάφορους φορείς.

Τα διάφορα στάδια του μοντέλου που περιγράφονται στον παρακάτω πίνακα:

| Παραγωγή ιδεών και ίδρυση της επιχείρησης | Σύσταση και ανάπτυξη | Επέκταση | Διεθνοποίηση |
|--|---|--|--|
| Τεχνοβλαστοί από πανεπιστήμια και ερευνητικά ιδρύματα => Ενεργοποίηση και αξιολόγηση των ιδεών | Φυτώρια Ιδρύματα για τη στήριξη των επιχειρήσεων και του επιχειρηματικού περιβάλλοντος => Ίδρυση της επιχείρησης, έναρξη παραγωγής και καθοδήγηση | Επιστημονικά πάρκα Ιδρύματα για την προώθηση των επιχειρήσεων, πλατφόρμες συνεργασίας δημόσιου-ιδιωτικού τομέα => Χρηματοδότηση για την ανάπτυξη και διάρθρωση του δικτύου | Ιδρύματα για τη διεθνοποίηση, συνεργατικοί σχηματισμοί, προγράμματα ανάπτυξης => Ενίσχυση της ανάπτυξης μέσω της διεθνοποίησης, της ένταξης σε συνεργατικούς σχηματισμούς, των επιχειρηματικών κεφαλαίων και των ευρωπαϊκών δικτύων |

Το μοντέλο καλύπτει όλες τις φάσεις της ανάπτυξης των επιχειρήσεων. Στήριξη και παροχή συμβουλών λαμβάνουν και οι επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν δυσκολίες. Οι επιχειρήσεις που έχουν πτωχεύσει ενθαρρύνονται με διάφορα μέτρα ώστε να καταβάλουν εκ νέου προσπάθειες. Επίσης, στόχος είναι η βελτίωση αφενός των δημόσιων ρυθμίσεων για επιχειρήσεις που έχουν πτωχεύσει και αφετέρου της «δεύτερης ευκαιρίας».

Διαρθρωτικά ταμεία για την εφαρμογή

Η περιφέρεια διαθέτει σχετικά περιορισμένους διαρθρωτικούς πόρους. Ως εκ τούτου, οι περισσότεροι πόροι για την προώθηση των επιχειρήσεων όλων των μεγεθών προέρχονται από εθνικές πηγές. Ο στόχος της χρήσης των διαρθρωτικών ταμείων είναι να δημιουργηθούν οι καλύτερες δυνατές συνθήκες για την επιχειρηματικότητα.

Συνεπώς, οι πόροι του ΕΤΠΑ στηρίζουν κυρίως τις ΜΜΕ, και η προώθηση εστιάζεται στα έργα που επιτρέπουν επιχειρηματικές δραστηριότητες των ΜΜΕ και ενισχύουν τη μακροπρόθεσμη ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων. Επίσης, οι πόροι του ΕΚΤ χρησιμοποιούνται για τη χρηματοδότηση επιχειρηματικών φυτωρίων, την παροχή συμβουλών σχετικά με επιχειρηματικές ιδέες και τις νεοσύστατες επιχειρήσεις με ένα δίκτυο εμπειρογνομόνων.

Παρακολούθηση

Η παρακολούθηση της στρατηγικής, η μέτρηση της αποδοτικότητας και της αποτελεσματικότητας των μέτρων πραγματοποιείται και ελέγχεται από τη φινλανδική κυβέρνηση και το υφιστάμενο της κέντρο οικονομικής ανάπτυξης, μεταφορών και περιβάλλοντος.

Η περιφέρεια διαθέτει πολλές δημόσιες επιχειρήσεις που εφαρμόζουν, για λογαριασμό των κοινοτήτων, τα μέτρα που θεσπίζονται από τα ετήσια προγράμματα του περιφερειακού συμβουλίου. Σε αυτό το επίπεδο, διεξάγεται επίσης η ανατροφοδότηση των έργων και η παρακολούθηση. Στην περιφέρεια πραγματοποιούνται μηνιαίες συνεδριάσεις συντονισμού μεταξύ των θεσμικών οργάνων της περιφέρειας και του κέντρου για την οικονομική ανάπτυξη προκειμένου να εξεταστεί η πρόοδος των μέτρων.

Οι επιχειρηματικές ενώσεις, τα εμπορικά επιμελητήρια και άλλοι ενδιαφερόμενοι φορείς συμμετέχουν μέσω των τοπικών θεσμικών οργάνων στη διαδικασία παρακολούθησης.

Παραδείγματα της υλοποίησης της SBA στην περιφέρεια

Η υπηρεσία σύστασης επιχειρήσεων Perustayrity.fi

Με τον δικτυακό τόπο perustayritys.fi, οι περιφέρειες παρέχουν έναν δωρεάν, γρήγορο και απλό τρόπο για τη σύσταση μιας επιχείρησης στο διαδίκτυο σε μια σελίδα. Όλα τα βασικά έγγραφα, ένας τραπεζικός λογαριασμός και οι εγγυήσεις που απαιτούνται για τη σύσταση μιας επιχείρησης μπορούν να προετοιμαστούν άμεσα με μια επίσκεψη στον δικτυακό τόπο.

Οι υπηρεσίες έχουν αναπτυχθεί σε συντονισμό με τις εθνικές φορολογικές αρχές, το Υπουργείο Απασχόλησης και Οικονομίας, καθώς και άλλα θεσμικά όργανα. Οι τράπεζες και οι ασφαλιστικές εταιρείες κλήθηκαν να παρέχουν τις υπηρεσίες τους. Πολλές επιχειρήσεις το έχουν ήδη πραγματοποιήσει.

Κατά τη δημιουργία της το 2012, συστάθηκαν πάνω από 1.000 επιχειρήσεις μέσω του δικτυακού τόπου.

Το σύστημα είναι σχεδιασμένο και δομημένο έτσι ώστε να μπορεί να εφαρμοστεί και σε άλλες χώρες με μερικές τροποποιήσεις.

www.perustayrity.fi

http://uudenmaanliitto.fi/en/helsinki-uusimaa_region

4

Συγκεκριμένα παραδείγματα έργων από ευρωπαϊκές περιφέρειες

© .../Photodisc/Thinkstock

Πέραν από τα παραδείγματα περιφερειών, εφαρμόζονται και σε πολλές άλλες περιφέρειες της Ευρώπης προγράμματα για την υλοποίηση της SBA. Τα προγράμματα είναι πολλά και διαφορετικά και αντικατοπτρίζουν όλες τις αρχές της SBA. Ο οδηγός παρουσιάζει οκτώ από αυτά τα χρηστά παραδείγματα από οκτώ περιφέρειες.

Περισσότερα προγράμματα είναι διαθέσιμα στην ιστοσελίδα <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/best-practices/database/SBA/index.cfm?fuseaction=welcome.detail>

4.1. διαδικτυακός μηχανισμός υπολογισμού του διοικητικού φόρτου | Εσθονία | Τάλιν | Υπουργείο Συγκοινωνιών

Ο διαδικτυακός μηχανισμός υπολογισμού του διοικητικού φόρτου υπολογίζει τον χρόνο και τους πόρους που απαιτούνται για τη συμμόρφωση με τις νομικές ή τις διοικητικές υποχρεώσεις. Ο υπολογισμός βασίζεται σε τέσσερις συνιστώσες:

- 1) Στον χρόνο που απαιτείται για την εκπλήρωση των νομικών ή διοικητικών υποχρεώσεων
- 2) Στην αμοιβή που καταβάλλεται στο προσωπικό
- 3) Στη συχνότητα με την οποία πρέπει να πληρούνται η εν λόγω υποχρέωση
- 4) Στον αριθμό των ατόμων που συμμετέχουν στην εκτέλεση της εκάστοτε υποχρέωσης

Εκτός από τους υπολογισμούς, οι χρήστες της διαδικτυακής πλατφόρμας έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης σε παλαιότερους υπολογισμούς και, κατά συνέπεια, μπορούν να συνάγουν συμπεράσματα όσον αφορά την εξέλιξη. Επίσης, η πλατφόρμα παρέχει στον χρήστη τη δυνατότητα να συντάσσει αναφορά και συνεπώς να επιβλέπει, για παράδειγμα, τον διοικητικό φόρτο σε έναν επιχειρηματικό τομέα και να τον συγκρίνει με άλλον τομέα.

Ο διαδικτυακός μηχανισμός υπολογισμού του διοικητικού φόρτου είναι διαθέσιμος στην ακόλουθη διεύθυνση: hkm.mkkm.ee

4.2. Σύστημα έγκαιρης προειδοποίησης | Δανία | Aarhus | Κέντρο Επιχειρηματικής Ανάπτυξης Δανίας

Ένα από τα μεγαλύτερα εμπόδια για τη σύσταση επιχειρήσεων ή την ανάπτυξη νεοσύστατων επιχειρήσεων είναι ο φόβος χρεοκοπίας. Προκειμένου να απομακρυνθεί ο εν λόγω φόβος από τους νέους επιχειρηματίες, θεσπίστηκε στη Δανία το «Σύστημα έγκαιρης προειδοποίησης». Το σύστημα έγκαιρης προειδοποίησης είναι μια ένωση επαγγελματικών υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου μεταξύ επιχειρήσεων (B2B) και οικονομικών εμπειρογνομόνων που συμμετέχουν σε εθελοντική βάση. Το σύστημα έγκαιρης προειδοποίησης προσφέρει δωρεάν, εμπιστευτική και επαγγελματική συνδρομή στις επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν κρίση, ενώ τις βοηθά να ανακτήσουν την κερδοφορία τους ή να προβούν σε ελεγχόμενη χρεοκοπία.

Η πρωτοβουλία, η οποία χρηματοδοτείται από ένα ταμείο παγκοσμιοποίησης, έχει ως στόχο να καταστήσει τη Δανία μια από τις ανταγωνιστικές οικονομίες παγκοσμίως. Δεδομένου ότι οι νεοσύστατες επιχειρήσεις έχουν στη διάθεσή τους συνήθως λιγότερους πόρους και δεν μπορούν να διαθέσουν χρήματα για την παροχή επαγγελματικών συμβουλών, η δημιουργία ενός δικτύου εθελοντών συμβούλων και οικονομικών εμπειρογνομόνων ήταν βασικό στοιχείο της πρωτοβουλίας. Οι σύμβουλοι είναι προσβάσιμοι διαδικτυακά σε πέντε περιφερειακά αναπτυξιακά κέντρα. Καταρχάς, οι σύμβουλοι αναλαμβάνουν την πρώτη αναλυτική εξέταση της επιχείρησης και καθορίζουν κατά πόσον η επιχείρηση μπορεί να διασωθεί ή θα οδηγηθεί σε πτώχευση. Στη συνέχεια, οι επιχειρήσεις διαβιβάζονται σε εμπειρογνώμονες, ανάλογα με το αποτέλεσμα της εν λόγω αναλυτικής εξέτασης.

Από το 2008, το σύστημα έγκαιρης προειδοποίησης έχει στηρίξει 2800 επιχειρήσεις σε όλη τη Δανία προκειμένου να εξέλθουν από την κρίση ή να παύσουν τις δραστηριότητές τους. Μετά τη στήριξη μέσω των συμβούλων προγράμματος, οι επιχειρήσεις είχαν, κατά μέσο όρο, δημόσιο χρέος περίπου 100.000 ευρώ. Αυτό σημαίνει ότι το χρέος είναι περίπου 20 τοις εκατό λιγότερο από τον μέσο όρο του χρέους ανάλογων επιχειρήσε-

ων οι οποίες δεν έχουν λάβει στήριξη κατά την παύση των δραστηριοτήτων τους.

4.3. «Γίνε επιχειρηματίας με ένα κλικ» | Ιταλία | Σαρδηνία | Τμήμα Βιομηχανίας

Η εν λόγω πρωτοβουλία αποσκοπεί στη μείωση του διοικητικού φόρτου και τη βελτίωση των σχέσεων μεταξύ επιχειρήσεων και αρχών. Οι επιχειρηματίες θα πρέπει να ενθαρρύνονται να καταρτίζουν νέες επιχειρήσεις, να επεκτείνουν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες ή να τις αναδιοργανώνουν. Τα μέτρα για την απλοποίηση των διοικητικών διατυπώσεων, κανονισμών και διαδικασιών βρίσκονται σε πρώτο πλάνο. Στη διαδικτυακή πλατφόρμα είναι παρόντα όλα τα διοικητικά όργανα, τα οποία είναι αρμόδια για την έγκριση των νέων επιχειρήσεων. Η εν λόγω πλατφόρμα συνδέεται με μια θεματική πύλη. Κατ' αυτόν τον τρόπο, διατίθενται στους επιχειρηματίες σε ένα ενιαίο σημείο όλες οι πληροφορίες και έντυπα για την υποβολή αιτήσεων και την παρακολούθηση της εξεργασίας τους.

4.4. «Ετοιμοί για την επιχειρηματική διαδοχή στη βιοτεχνία» | Γερμανία | Βραδεμβούργο | Niederlausitzer Kreishandwerkerschaft (βιοτέχνες της περιφέρειας Niederlausitz)

Το έργο «Ετοιμοί για την επιχειρηματική διαδοχή στη βιοτεχνία» παρέχει στους εκπαιδευόμενους υψηλών επιδόσεων κατά την αρχική τους κατάρτιση, καθώς και στους νέους εξειδικευμένους εργάτες βιοτεχνιών, μια επιπλέον κατάρτιση προς την κατεύθυνση της εκπαίδευσης και της απασχόλησης. Στόχος είναι η έγκαιρη και με βάση τις ανάγκες προετοιμασία για μια ηγετική θέση και, στη βέλτιστη περίπτωση, για την εξαγορά της επιχείρησης. Έτσι, η ισχυρή σε επίπεδο βιοτεχνίας περιφέρεια του Νότιου Βραδεμβούργου θα μπορεί να ανταποκρίνεται γρήγορα και χωρίς καθυστέρηση στις μεγάλες προκλήσεις της δημογραφικής αλλαγής και να συμβάλει σημαντικά στη διασφάλιση ειδικευμένου εργατικού δυναμικού στο ομόσπονδο κράτος του Βραδεμβούργου. Από το 2008 έως το 2010, ο αριθμός των επιπλέον ειδικευμένων εκπαιδευομένων τετραπλασιάστηκε. Το έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό

ϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και έχει ήδη λάβει δύο βραβεία.

http://www.efre.brandenburg.de/media_fast/4055/16_FIT.pdf

4.5. Ένα μοναδικό επιχειρηματικό οικοσύστημα | Ιρλανδία | Κομητεία Kerry | Σ.Δ.Ι.Τ

Το «πρόγραμμα πολύ νέων επιχειρηματιών» και το «πρόγραμμα νέων επιχειρηματιών» είναι πρωτοβουλίες του Ινστιτούτου Τεχνολογίας, του πανεπιστημίου Tralee, του δικτύου ανάπτυξης Shannon στο Τεχνολογικό Πάρκο του Kerry και του Tweak.com.

Το πρόγραμμα πολύ νέων επιχειρηματιών έχει θέσει ως στόχο να διδάξει τα βασικά στοιχεία της επιχειρηματικότητας στα παιδιά, προωθώντας κατ' αυτόν τον τρόπο την ευαισθητοποίηση και την κατανόηση του ρόλου των επιχειρηματιών στην κοινωνία. Τα παιδιά θα πρέπει να είναι σε θέση να σκέφτονται επιχειρηματικά και να κατανοήσουν ότι η πρωτοβουλία, η δημιουργικότητα και η ανεξαρτησία στον σύγχρονο κόσμο των επιχειρήσεων αποτελούν ανεκτίμητη επιχειρηματική αξία. Το πρόγραμμα απευθύνεται σε μαθητές που ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 8-12 ετών.

Το πρόγραμμα εκτελείται από κοινού με το Mary Immaculate College of Education, τον μεγαλύτερο πάροχο κατάρτισης της Ιρλανδίας. Στην πιλοτική φάση συμμετείχε το 15 τοις εκατό των σχολείων της περιφέρειας, και σήμερα λαμβάνει μέρος στο πρόγραμμα περίπου το 50 έως 60 τοις εκατό των μαθητών της περιφέρειας. Το επόμενο έτος, το μοντέλο θα αναπτυχθεί περαιτέρω και, εν τέλει, θα διατεθεί σε εθνικά και διεθνή σχολεία.

<http://www.juniorentrepreneur.ie/>

<http://www.youngentrepreneur.ie/>

4.6. Go-international | Αυστρία | Βιέννη | Εμπορικό Επιμελητήριο Αυστρίας

Η σταθερή οικονομική ανάπτυξη στην οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στον τομέα των εξαγωγών στην Αυστρία ο οποίος, επομένως, αποτελεί σημαντικό παράγοντα ευημερίας. Προκειμένου να αντισταθμιστεί και να αναπτυχθεί περαιτέρω

η εξέχουσα θέση του σε ένα όλο και πιο ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον, το εμπορικό επιμελητήριο της Αυστρίας και το Ομοσπονδιακό Υπουργείο Οικονομίας, Οικογένειας και Νεολαίας ενέκριναν μια ολοκληρωμένη δέσμη μέτρων, το «Go International», για την ενίσχυση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ. Η εν λόγω δέσμη μέτρων αποτελείται από έξι μέτρα στήριξης:

- Παροχή κινήτρων για τις εξαγωγές
- Εστίαση στους κλάδους και στα θέματα
- Διεθνής δικτύωση στον τομέα της τεχνολογίας
- Ανταγωνιστικότητα μέσω της εκπαίδευσης
- Προώθηση των εξαγωγών παροχής υπηρεσιών και της διεθνούς εκστρατείας ενημέρωσης σχετικά με τα προγράμματα
- Εκστρατεία επικοινωνίας της επιχείρησης

Στρατηγικός στόχος του «Go International» είναι να κατοχυρώσει την αυστριακή θέση μεταξύ των κορυφαίων πέντε εξαγωγέων της ΕΕ των 15, και να προσπαθήσει να κατακτήσει μια θέση στις κορυφαίες 3 χώρες. 27 επιχειρησιακοί στόχοι καταμερίστηκαν στα επιμέρους χρηματοδοτικά μέσα και υποβλήθηκαν σε εσωτερική και εξωτερική διαδικασία παρακολούθησης.

Το 62 % των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην πρωτοβουλία αναφέρουν ότι οι εκπαιδευτές τους βοήθησαν να βρουν νέους επιχειρηματικούς εταίρους σε συγκεκριμένες αγορές-στόχους. Το 76 % όλων των επιχειρήσεων που έχουν λάβει τεχνολογική ενίσχυση μπορεί να δρομολογήσει τουλάχιστον ένα συγκεκριμένο έργο. Σχετικά με την εστίαση στη δημιουργική βιομηχανία, καταγράφηκαν πάνω από 1.600 συμμετοχές σε διεθνείς πλατφόρμες στους τομείς της αρχιτεκτονικής, του σχεδιασμού, της μόδας, του κινηματογράφου, της τέχνης, των πολυμέσων και της μουσικής, αποκτήθηκαν νέοι πελάτες και ενισχύθηκε το διεθνές προφίλ.

4.7. Επιχειρηματική πλατφόρμα | Πορτογαλία | Λισαβόνα | Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο της Πορτογαλίας

Το έργο έχει αναπτυχθεί σε συνεργασία με την AIP (Βιομηχανική Ένωση Πορτογαλίας), το

γραφείο στρατηγικής και προγραμματισμού, και την κεντρική αρχή της κρατικής διοίκησης. Στην αρχή εκπονήθηκε μελέτη στην οποία εντοπίστηκαν τα ακόλουθα προβλήματα: ένα εξαιρετικά δύσκολο χρηματοπιστωτικό και οικονομικό περιβάλλον, αύξηση της ανεργίας, η σύσταση πολύ μικρού ποσοστού επιχειρήσεων από γυναίκες, διάσπαρτες εθνικές και διεθνείς πληροφορίες-νοοτροπία αποφυγής των κινδύνων και έλλειψη νοοτροπίας συνεργασίας και καινοτομίας. Από τη μελέτη προέκυψαν τελικά τέσσερις βασικοί τομείς για τη στήριξη των ΜΜΕ:

1. Ανάπτυξη δεξιοτήτων
2. Ανάπτυξη και αξιολόγηση επιχειρηματικών τομέων
3. Ανάπτυξη δικτύων
4. Ανταλλαγή πληροφοριών και διάδοση του επιχειρηματικού πνεύματος

Διοργανώθηκαν σεμινάρια σχετικά με τη σύσταση επιχειρήσεων, διασφαλίστηκε η στήριξη της πρόσβασης στη χρηματοδότηση και στις νέες αγορές, δημιουργήθηκαν δίκτυα συνεργασίας μεταξύ επιχειρηματιών και συμμετεχόντων στην αγορά, ενώ προωθήθηκε η ανάπτυξη δικτύων οργανισμών και η βελτίωση των εκπαιδευτικών ευκαιριών για τους επιχειρηματίες. Στην εφαρμογή του έργου συμπεριλήφθηκαν επιχειρηματίες, ενώσεις, επιχειρήσεις, δήμοι, δευτεροβάθμιες και επαγγελματικές σχολές, πανεπιστήμια και πολυτεχνικές σχολές. Το έργο εφαρμόστηκε στις περιφέρειες της Βόρειας Πορτογαλίας, της Κεντρικής Πορτογαλίας, στο Alentejo, στο Algarve και στη Λισαβόνα, ενώ διοργανώθηκαν 22 σεμινάρια και αποκτήθηκαν 50 εταίροι και 61 υπηρεσίες υποστήριξης.

4.8. Implantis | Ροδανός-Άλπεις | Λυών | Διεθνής Επιχείρηση Ροδανού-Άλπεων (ERAI)

Λαμβάνοντας υπόψη τον αυξανόμενο αριθμό των επιχειρήσεων που αναζητούν άμεση πρόσβαση στις αγορές μέσω εμπορικής παρουσίας στο εξωτερικό, η ERAI στηρίζει τη διεθνοποίηση των επιχειρήσεων στην περιφέρεια Ροδανού-Άλπεων. Η ERAI διαθέτει ένα σύστημα (Implantis) το οποίο επιτρέπει στις επιχειρήσεις να εγγράφονται στο εξωτερικό προκειμένου να ολοκληρώσουν την ενσωμάτωση σε νέες αγορές και να επεκτείνουν το δίκτυο της επιχείρησής τους. Στόχος είναι η παροχή ενός απλού και συγκεκριμένου συστήματος που επιτρέπει στις επιχειρήσεις να σημειώσουν επιτυχία άμεσα και αποτελεσματικά όσον αφορά την επιχειρηματική τους εξέλιξη στο εξωτερικό.

Οι τρεις διαφορετικές φάσεις του Implantis (επικύρωση, έρευνα και εφαρμογή) διασφαλίζουν την επιτυχή σύσταση των επιχειρήσεων στο εξωτερικό. Καταρχάς, πραγματοποιείται συνάντηση με διεθνή σύμβουλο ανάπτυξης της ERAI σχετικά με τη χρηματοοικονομική κατάσταση της επιχείρησης και τις βραχυπρόθεσμες και μεσοπρόθεσμες στρατηγικές της σε σχέση με τις διεθνείς εξελίξεις. Μετά την σύναψη της σύμβασης Implantis, η ERAI εξασφαλίζει ευνοϊκές συνθήκες για τη σύσταση της επιχείρησης και δημιουργεί σημαντικές επαφές για την επιχείρηση. Όσον αφορά την εφαρμογή, διακρίνονται τρεις διαφορετικές εκδόσεις του Implantis ανάλογα με τις απαιτήσεις της επιχείρησης: Light Implantis, Junior Implantis και Senior Implantis.

Έως σήμερα η ERAI βοήθησε, στο πλαίσιο των υπηρεσιών του Implantis, πάνω από 1 000 επιχειρήσεις, και αυτή τη στιγμή πάνω από 150 επιχειρήσεις στην περιφέρεια Ροδανού-Άλπεων χρησιμοποιούν το εν λόγω σύστημα προκειμένου να επιτύχουν τους στόχους τους στο εξωτερικό. Από το πρόγραμμα επωφελούνται κυρίως οι ΜΜΕ· σε αυτές παρέχεται περίπου το 80 τοις εκατό των επενδύσεων του Implantis®.

<http://www.implantis.com/>

5

Ευρωπαϊκοί διαγωνισμοί για τις περιφερειακές πρωτοβουλίες που αφορούν την υλοποίηση της SBA

© .../Photodisc/Thinkstock

5.1. Ευρωπαϊκή Επιχειρηματική Περιφέρεια

Η Επιτροπή των Περιφερειών (ΕτΠ), θεσμοθέτησε το 2009 τον διαγωνισμό «Ευρωπαϊκή Επιχειρηματική Περιφέρεια» (European Entrepreneurial Region, ΕΕΠ). Η ΕτΠ προτίθεται να συμβάλει στην προώθηση της εφαρμογής της «Πράξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις» για την Ευρώπη σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

Ο διαγωνισμός επιβραβεύει τοπικές και περιφερειακές αρχές με προεξέχοντα οράματα και σχέδια δράσης που είναι προσανατολισμένα στο μέλλον για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας ως «Επιχειρηματική Περιφέρεια της Χρονιάς». Για τον σκοπό αυτόν δεν διαδραματίζει ρόλο το μέγεθος ή η οικονομική δύναμη μιας περιφέρειας. Το βασικό μέλημα είναι ο τρόπος που η περιφέρεια θέλει να προωθήσει το επιχειρηματικό δυναμικό της περιφέρειας, στο μέτρο των δυνατοτήτων της.

Οι στόχοι της της ΕΕΠ είναι

- η υλοποίηση της Πράξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις για την Ευρώπη (SBA) στο πλαίσιο των εταιρικών σχέσεων
- η βέλτιστη χρήση δημόσιων/ενωσιακών κονδυλίων για την ανάπτυξη μιας πολιτικής για τη στήριξη των επιχειρήσεων της περιφέρειας

Η ΕτΠ συμβάλλει κατ' αυτόν τον τρόπο στη στήριξη των δυναμικών, περιβαλλοντικών και επιχειρηματικών περιφερειών σε ολόκληρη την Ευρώπη. Η εφαρμογή των μέτρων επανεξετάζεται τακτικά από την αρμόδια επιτροπή της ΕΕΠ.

Μεγάλη έμφαση δίνεται σε μια προσέγγιση εταιρικής σχέσης μεταξύ όλων των σχετικών φορέων (εκπρόσωποι επιχειρήσεων, πανεπιστημίων, συνεργατικών σχηματισμών κλπ.) και του κυβερνητικού/διοικητικού επιπέδου (πολυεπίπεδη διακυβέρνηση) με στόχο την ανάπτυξη και εφαρμογή της στρατηγικής.

Μέσω της πρωτοβουλίας ΕΕΠ, η ΕτΠ στηρίζει επίσης τη δημιουργία ενός πανευρωπαϊκού δικτύου μεταξύ των περιφερειών ΕΕΠ προκειμένου να ενισχυθεί η διαπεριφερειακή συνεργασία για την προώθηση των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

Προηγούμενοι νικητές ήταν οι περιφέρειες (τρεις ανά έτος):

- 2011: Ομόσπονδο κράτος του Βραδεμβούργου (Γερμανία), Κομητεία Kerry (Ιρλανδία) και Μούρθια (Ισπανία)
- 2012: Καταλωνία (Ισπανία), Ελσίνκι-Uusimaa (Φινλανδία) και Τπανα (Σλοβακία)
- 2013: Nord-Pas-de-Calais (Γαλλία), Νότια Δανία (Δανία) και Στυρία (Αυστρία)
- 2014: Φλάνδρα (Βέλγιο), Μάρκε (Ιταλία) και Βόρεια Βραβάνδη (Κάτω Χώρες)

5.2. Ευρωπαϊκά Βραβεία Προώθησης της Επιχειρηματικότητας

Με τα Ευρωπαϊκά Βραβεία Προώθησης της Επιχειρηματικότητας (European Enterprise Promotion Awards), η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επιβραβεύει καινοτόμες και επιτυχημένες πολιτικές δημόσιων οργανισμών και συμπράξεων του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, οι οποίες προωθούν το επιχειρηματικό πνεύμα και την επιχειρηματικότητα σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο. Οι νικητές λειτουργούν ως πρότυπα.

Εθνικές, περιφερειακές ή τοπικές αρχές, εκπαιδευτικά ιδρύματα και οικονομικοί οργανισμοί ή δημόσιες-ιδιωτικές συνεργασίες από όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ, συμπεριλαμβανομένων της Ισλανδίας, της Νορβηγίας, της Τουρκίας και της Σερβίας, καλούνται να συμμετάσχουν.

Συνολικά, κάθε έτος υποβάλουν αιτήσεις περίπου 350 οργανισμοί και έργα για τις εθνικές προκαταρκτικές αποφάσεις. Περίπου 50 από αυτούς πληρούν τις προϋποθέσεις για τον διαγωνισμό σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Τα Ευρωπαϊκά Βραβεία Προώθησης της Επιχειρηματικότητας είναι σχεδιασμένα σε δύο στάδια. Κάθε χώρα ορίζει, στο πλαίσιο προηγούμενης εθνικής διαδικασίας επιλογής, δύο υποψηφίους οι οποίοι στη συνέχεια συμμετέχουν στον διαγωνισμό σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Οι κατηγορίες του διαγωνισμού έχουν ως βάση τις προτεραιότητες της Πράξης για τις Μικρές

Επιχειρήσεις στην Ευρώπη και περιλαμβάνουν:

- την προώθηση της επιχειρηματικότητας,
- τις επενδύσεις στις επιχειρηματικές δεξιότητες,
- τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος,
- την υποστήριξη στη διεθνοποίηση της επιχειρηματικής κοινότητας,
- την υποστήριξη της ανάπτυξης των πράσινων αγορών και της αποδοτικής χρήσης των πόρων,
- καθώς και την υπεύθυνη και συνολική επιχειρηματικότητα.

Περισσότερες λεπτομέρειες στο:

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/best-practices/european-enterprise-awards/index_en.htm

6

Παραρτήματα, παραπομπές και σύνδεσμοι

6.1. Οι δέκα αρχές της SBA

1. Δημιουργία περιβάλλοντος στο οποίο οι επιχειρηματίες και οι οικογενειακές επιχειρήσεις μπορούν να προοδεύσουν και στο οποίο η επιχειρηματικότητα ανταμείβεται.

Ειδικά οι νέοι και οι νέες πρέπει να προσελκύνονται από την επιχειρηματικότητα.

2. Εξασφάλιση ότι παρέχεται γρήγορα δεύτερη ευκαιρία στους έντιμους επιχειρηματίες σε περίπτωση πτώχευσης.

Για να αυξηθεί η κοινωνική αποδοχή μιας «δεύτερης ευκαιρίας», η Επιτροπή συνιστά τη διεξαγωγή εκστρατειών εμπορικού σήματος. 700 000 ΜΜΕ καθίστανται αφερέγγυες ετησίως στην ΕΕ.

3. Καθορισμός κανόνων σύμφωνα με την αρχή «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις».

36 τοις εκατό των ΜΜΕ στην ΕΕ αναφέρουν ότι οι συναλλαγές τους αντιμετωπίζουν εμπόδια κατά την τελευταία διετία λόγω διοικητικού

φόρτου. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θέλει να μειώσει τη διοικητική επιβάρυνση κατά 25 τοις εκατό έως το 2012. Η σύσταση μιας επιχείρησης θα πρέπει να πραγματοποιείται εντός μιας εβδομάδας, και οι κατάλληλες άδειες να προσκομίζονται το αργότερο μετά από έναν μήνα.

Το 2007, η Επιτροπή θέσπισε «υψηλόβαθμη ομάδα» εξωτερικών εμπειρογνομόνων υπό την ηγεσία του πρώην πρωθυπουργού της Βαυαρίας Έντμουντ Στόιμπερ, η οποία ασχολείται αποκλειστικά με τη γραφειοκρατία.

4. Μεγαλύτερη ανταπόκριση των δημόσιων διοικήσεων στις ανάγκες των ΜΜΕ.

Οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής διακυβέρνησης και οι υπηρεσίες μιας στάσης για όλες τις ανάγκες των ΜΜΕ (one-stop shops) είναι οι βασικές ιδέες της εφαρμογής.

5. Προσαρμογή των μέσων της πολιτικής στις ανάγκες των ΜΜΕ: διευκόλυνση της συμμετοχής των ΜΜΕ στις δημόσιες συμβάσεις και καλύτερη αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσφέρουν οι κρατικές ενισχύσεις για τις ΜΜΕ.

Η Επιτροπή προτίθεται να καταστήσει πιο ελκυστικές τις ενίοτε πολύπλοκες και χρονοβόρες διαδικασίες για την προώθηση των ΜΜΕ.

6. Διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση και δημιουργία καλύτερου περιβάλλοντος που ευνοεί τις έγκαιρες πληρωμές.

Ιδιαίτερα για τις ΜΜΕ, θα πρέπει να καταστεί ευκολότερη η απόκτηση κεφαλαίων υψηλού κινδύνου, μικροπιστώσεων και ενδιάμεσης χρηματοδότησης. Μία στις τέσσερις πτωχεύσεις οφείλεται σε κακές πρακτικές πληρωμών στις ευρωπαϊκές εμπορικές συναλλαγές.

7. Υποστήριξη των ΜΜΕ για να επωφεληθούν περισσότερο από τις ευκαιρίες που προσφέρει η ενιαία αγορά.

Η Επιτροπή προωθεί σε αυτό το σημείο υπηρεσίες διαβούλευσης και δικτύωσης όπως το «Ευρωπαϊκό Επιχειρηματικό Δίκτυο». Επίσης, τα κράτη μέλη θα πρέπει να ενισχύσουν το διαιδικτυακό δίκτυο SOLVIT, το οποίο μεσολαβεί στα προβλήματα που αφορούν τους κανόνες της εσωτερικής αγοράς.

8. Προώθηση της αναβάθμισης των δεξιοτήτων στις ΜΜΕ καθώς και όλων των μορφών καινοτομίας.

Η έρευνα των ΜΜΕ θα πρέπει να υποστηριχθεί επίσης μέσω των μέτρων στήριξης στο πλαίσιο της διακρατικής συνεργασίας.

9. Παροχή δυνατότητας στις ΜΜΕ να μετατρέψουν τις περιβαλλοντικές προκλήσεις σε ευκαιρίες.

Οι πάροχοι των περιβαλλοντικών τεχνολογιών είναι επί του παρόντος κυρίως ΜΜΕ. Για να αυξήσουν την οικεία ενεργειακή απόδοση, οι ΜΜΕ θα πρέπει να χρησιμοποιούν τα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης.

10. Ενθάρρυνση και υποστήριξη των ΜΜΕ ώστε να επωφεληθούν από την ανάπτυξη των αγορών.

Οι μεγάλες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τις ευκαιρίες των ΜΜΕ στην αγορά του εξωτερικού. Οι ΜΜΕ θα πρέπει να βοηθηθούν ώστε να επωφεληθούν από την παγκοσμιοποίηση και τη διεύρυνση της ΕΕ.

6.2. Επισκόπηση των ενεργειών της SBA και των δυνατοτήτων εφαρμογής του σε περιφέρειες

πλήρης επισκόπηση μπορεί να παρέχεται μόνο σε εθνικό επίπεδο, οι περιφέρειες μπορούν να διεξάγουν τις δικές τους εκστρατείες ευαισθητοποίησης και να δρομολογήσουν έργα για τη διαδοχή των επιχειρήσεων

| Μέτρα της SBA και της επισκόπησης SBA | Άμεση αρμοδιότητα | | Σχόλια |
|---|-------------------|---------------|--------|
| | Κεντρική | Αποκεντρωμένη | |
| <p>1. Η ΕΕ και τα κράτη μέλη καλούνται να δημιουργήσουν περιβάλλον στο οποίο οι επιχειρηματίες και οι οικογενειακές επιχειρήσεις μπορούν να προοδεύσουν και στο οποίο η επιχειρηματικότητα ανταμείβεται.</p> <p>Πρέπει να ασχοληθούν περισσότερο με τους μελλοντικούς επιχειρηματίες, κυρίως με την τόνωση του επιχειρηματικού ενδιαφέροντος και ταλέντου, προπαντός στους νέους και στις γυναίκες, και με την απλοποίηση των όρων για τις μεταβιβάσεις επιχειρήσεων.</p> | | | |

| | Κεντρική | Αποκεντρωμένη | Σχόλια |
|--|----------|---------------|---|
| Τα κράτη μέλη καλούνται να ενθαρρύνουν την ικανότητα καινοτομίας και το επιχειρηματικό πνεύμα στους νέους με την εισαγωγή της επιχειρηματικότητας ως βασικής ικανότητας στα σχολικά προγράμματα, ιδίως στη γενική δευτεροβάθμια εκπαίδευση, και να εξασφαλίσουν ότι τα στοιχεία αυτά λαμβάνονται υπόψη στη διδακτέα ύλη. | ναι | ναι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να εξασφαλίσουν ότι η σημασία της επιχειρηματικότητας λαμβάνεται υπόψη στην κατάρτιση των εκπαιδευτικών. | (ναι) | (ναι) | εξαρτάται από το εκπαιδευτικό σύστημα |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να ενισχύσουν τη συνεργασία με την επιχειρηματική κοινότητα με σκοπό να αναπτυχθούν συστηματικές στρατηγικές για εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα σε όλα τα επίπεδα | ναι | ναι | εξαρτάται από το εκπαιδευτικό σύστημα |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να εξασφαλίσουν ότι η φορολογία (και κυρίως ο φόρος δωρεών, φορολογία των μερισμάτων και ο φόρος περιουσίας) δεν εμποδίζουν αδικαιολόγητα τη μεταβίβαση επιχειρήσεων. | όχι | όχι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να θεσπίσουν συστήματα για την προσέγγιση μεταβιβάσιμων επιχειρήσεων και πιθανών νέων ιδιοκτητών. | ναι | ναι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να παρέχουν καθοδήγηση και υποστήριξη στις μεταβιβάσιμες επιχειρήσεις. | ναι | ναι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να παρέχουν καθοδήγηση και υποστήριξη στις γυναίκες επιχειρηματίες. | ναι | ναι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να παρέχουν καθοδήγηση και υποστήριξη στους μετανάστες που επιθυμούν να γίνουν επιχειρηματίες. | ναι | ναι | |
| 2. Τα κράτη μέλη καλούνται να εξασφαλίσουν ότι παρέχεται γρήγορα δεύτερη ευκαιρία στους έντιμους επιχειρηματίες σε περίπτωση πτώχευσης. | | | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να λάβουν μέτρα, π.χ. εκστρατείες ενημέρωσης του κοινού, έτσι ώστε η κοινωνία να αντιμετωπίζει θετικά την παροχή δεύτερης ευκαιρίας στους επιχειρηματίες. | ναι | ναι | Οι εθνικές εκστρατείες μπορούν να συμπληρωθούν από περιφερειακές πρωτοβουλίες |

| | Κεντρική | Αποκεντρωμένη | Σχόλια |
|---|----------------|----------------|---|
| Τα κράτη μέλη καλούνται να επιδιώξουν να ολοκληρώνονται όλες τις νομικές διαδικασίες για την παύση της λειτουργίας μιας επιχείρησης σε περίπτωση μη δόλιας πτώχευσης μέσα σε ένα χρόνο. | όχι | όχι | πρόκειται συνήθως για εθνική νομοθεσία |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να εξασφαλίσουν ότι η αντιμετώπιση των επιχειρηματιών που κάνουν νέα αρχή είναι ισότιμη με εκείνη των νέων επιχειρήσεων, π.χ. στα προγράμματα υποστήριξης. | (ναι) | ναι | εξαρτάται από την εφαρμογή των προγραμμάτων, ιδίως από τα διαρθρωτικά ταμεία |
| 3. Η ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να διαμορφώσουν κανόνες σύμφωνα με την αρχή «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις», λαμβάνοντας υπόψη τα χαρακτηριστικά των ΜΜΕ όταν εκπονούν νομοθετικές πράξεις, και να απλοποιήσουν το υφιστάμενο ρυθμιστικό περιβάλλον. | | | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να εξετάσουν εάν είναι σκόπιμη η εισαγωγή κοινών ημερομηνιών για την έναρξη ισχύος και τις ετήσιες δηλώσεις της νομοθεσίας που τίθεται σε ισχύ. | ναι | ναι | στον βαθμό που οι εν λόγω ρυθμίσεις επηρεάζουν περιφερειακές αρμοδιότητες και δεν αποφασίζονται σε εθνικό και κρατικό επίπεδο |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να χρησιμοποιήσουν τις διατάξεις περί ευελιξίας για τις ΜΜΕ κατά την εφαρμογή της νομοθεσίας της ΕΕ και να αποφύγουν τον κανονιστικό υπερθρονητισμό. | όχι | όχι | αναγκαίο και σε περιφερειακή βάση, εφόσον η εφαρμογή διεξάγεται σε περιφερειακό επίπεδο |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να εγκρίνουν, εάν δεν το έχουν κάνει ακόμη, στόχους ανάλογης φιλοδοξίας με την επιδιωκόμενη σε επίπεδο ΕΕ μείωση του διοικητικού φόρτου κατά 25 % έως το 2012 και να τους υλοποιήσουν. | ναι | ναι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να εξασφαλίσουν ταχεία έγκριση των προτάσεων σχετικά με τη μείωση του διοικητικού φόρτου στην κοινοτική νομοθεσία. | συνήθως όχι | συνήθως όχι | Κατά κανόνα εθνική νομοθεσία |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να εγκρίνουν την πρόταση της Επιτροπής η οποία θα επιτρέψει στα κράτη μέλη να αυξήσουν το κατώτατο όριο για εγγραφή στο Μητρώο ΦΠΑ σε 100 000 €. | όχι | όχι | |

| | Κεντρική | Αποκεντρωμένη | Σχόλια |
|---|----------|---------------|--|
| 4. Η ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να φροντίσουν ώστε οι δημόσιες διοικήσεις να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των ΜΜΕ, να διευκολύνουν όσο το δυνατόν περισσότερο τη λειτουργία τους, κυρίως με την προώθηση λύσεων όπως η ηλεκτρονική διακυβέρνηση και οι υπηρεσίες μίας στάσης. | | | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να μειώσουν το επίπεδο των τελών που απαιτούν οι διοικήσεις των κρατών μελών για την εγγραφή μιας επιχείρησης, λαμβάνοντας ως παράδειγμα τα κράτη μέλη με τα καλύτερα αποτελέσματα στον τομέα αυτό· | όχι | όχι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να συνεχίσουν τις προσπάθειες για να μειωθεί ο απαιτούμενος χρόνος για τη σύσταση επιχείρησης σε λιγότερο από μία εβδομάδα, εάν αυτό δεν έχει γίνει ακόμη· | ναι | ναι | Οι περιφέρειες μπορούν να παρέχουν συνδρομή στην κεντρική κυβέρνηση και, κατά συνέπεια, να μειώσουν τις δαπάνες |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να επιταχύνουν την έναρξη των εμπορικών δραστηριοτήτων των ΜΜΕ μειώνοντας και απλοποιώντας τις άδειες άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ειδικότερα, τα κράτη μέλη μπορούν να καθορίσουν ανώτατη προθεσμία 1 μηνός για τη χορήγηση αυτών των αδειών, εκτός εάν υπάρχουν σοβαροί κίνδυνοι για τον άνθρωπο ή το περιβάλλον· | (ναι) | ναι | Όσον αφορά τις περιφερειακές αρμοδιότητες, οι περιφέρειες έχουν δυνατότητες επιτάχυνσης των διαδικασιών |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να μη ζητούν από τις ΜΜΕ πληροφορίες τις οποίες έχει ήδη στη διάθεσή της η διοικητική αρχή, εκτός εάν χρειάζεται επικαιροποίηση | (ναι) | (ναι) | εξαρτάται από το επίπεδο από το οποίο ζητούνται οι πληροφορίες, πρέπει να είναι εφικτός τουλάχιστον ο συντονισμός, οι περιφέρειες μπορούν να στηρίξουν τουλάχιστον τις εθνικές αρχές με την παροχή δεδομένων |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να εξασφαλίσουν ότι δεν ζητείται από μια πολύ μικρή επιχείρηση να συμμετέχει περισσότερες από μία φορά κάθε τρία χρόνια σε στατιστική έρευνα που διεξάγεται υπό την ευθύνη της εθνικής, περιφερειακής ή τοπικής στατιστικής υπηρεσίας, υπό την προϋπόθεση ότι οι ανάγκες για στατιστικές ή άλλου είδους πληροφορίες δεν απαιτούν διαφορετική συχνότητα· | ναι | ναι | οι περιφερειακές και τοπικές κανονιστικές ρυθμίσεις ανήκουν στις περιφέρειες |

| | Κεντρική | Αποκεντρωμένη | Σχόλια |
|--|----------|---------------|--|
| Τα κράτη μέλη καλούνται να ορίσουν υπεύθυνο επικοινωνίας στον οποίο τα ενδιαφερόμενα μέρη θα μπορούν να γνωστοποιούν τους κανόνες ή τις διατάξεις που θεωρούνται δυσανάλογοι(ες) ή/και ότι εμποδίζουν άσκοπα τις δραστηριότητες των ΜΜΕ. | ναι | ναι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να εξασφαλίσουν πλήρη και έγκαιρη εφαρμογή της οδηγίας για τις υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένης της δημιουργίας ενιαίων κέντρων εξυπηρέτησης, μέσω των οποίων οι επιχειρήσεις μπορούν να αποκτήσουν όλες τις σημαντικές πληροφορίες και να ολοκληρώσουν με ηλεκτρονικά μέσα όλες τις αναγκαίες διαδικασίες και διατυπώσεις. | ναι | ναι | π.χ. μέσω των ενιαίων κέντρων εξυπηρέτησης |
| 5. Η ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να προσαρμόσουν τα μέσα της πολιτικής στις ανάγκες των ΜΜΕ. Πρέπει να χρησιμοποιήσουν τον κώδικα ορθής πρακτικής που παρέχει οδηγίες στις αναθέτουσες αρχές σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο μπορούν να εφαρμόσουν το πλαίσιο της ΕΕ που διέπει τις δημόσιες συμβάσεις ώστε να διευκολύνουν τη συμμετοχή των ΜΜΕ στις διαδικασίες δημοσίων συμβάσεων. Για να αντιμετωπίσουν τις αδυναμίες της αγοράς που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους, πρέπει να χρησιμοποιήσουν καλύτερα τις δυνατότητες που προσφέρουν οι κοινοτικές διατάξεις για τις κρατικές ενισχύσεις σχετικά με την υποστήριξη των νεοσύστατων επιχειρήσεων και την παροχή κινήτρων στις ΜΜΕ. | | | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να δημιουργήσουν δικτυακές πύλες για τη διεύρυνση της πρόσβασης στις πληροφορίες σχετικά με τις δημόσιες συμβάσεις κάτω από τα κατώτατα όρια της ΕΕ. | ναι | ναι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να ενθαρρύνουν τις αναθέτουσες αρχές τους να διαιρούν τη σύμβαση σε τμήματα όταν κρίνεται σκόπιμο και να προβάλουν περισσότερο τις δυνατότητες υπεργολαβιών. | ναι | ναι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να υπενθυμίσουν στις αναθέτουσες αρχές τους την υποχρέωσή τους να αποφύγουν δυσανάλογες απαιτήσεις όσον αφορά τα προσόντα και τη χρηματοδότηση. | ναι | ναι | |

| | Κεντρική | Αποκεντρωμένη | Σχόλια |
|---|----------|---------------|---|
| Τα κράτη μέλη καλούνται να ενθαρρύνουν τον εποικοδομητικό διάλογο και την αμοιβαία κατανόηση ανάμεσα στις ΜΜΕ και τους μεγάλους αγοραστές μέσω ενεργειών όπως ενημέρωση, κατάρτιση, παρακολούθηση και ανταλλαγή ορθών πρακτικών. | ναι | ναι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να επαναπροσδιορίσουν το επίκεντρο της πολιτικής για τις κρατικές ενισχύσεις με σκοπό την καλύτερη αντιμετώπιση των αναγκών των ΜΜΕ, συμπεριλαμβανομένου του σχεδιασμού μέτρων με καλύτερη στοχοθέτηση. | όχι | όχι | |
| 6. Η ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να διευκολύνουν την πρόσβαση των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση και ειδικότερα σε κεφάλαια υψηλού κινδύνου, μικροπιστώσεις και ενδιάμεση χρηματοδότηση, και να αναπτύξουν ένα νομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον το οποίο να ευνοεί τις έγκαιρες πληρωμές στις εμπορικές συναλλαγές. | | | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να αναπτύξουν χρηματοδοτικά προγράμματα για την κάλυψη του χρηματοδοτικού ελλείμματος μεταξύ των 100 000 EUR και του 1 εκατ. EUR, ιδίως με μέσα που συνδυάζουν τα χαρακτηριστικά εξωτερικών και ίδιων κεφαλαίων, τηρώντας παράλληλα τους κανόνες των κρατικών ενισχύσεων. | ναι | ναι | Δυνατότητες για χρήση των κονδυλίων του ΕΤΠΑ |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να αντιμετωπίσουν τα ρυθμιστικά και φορολογικά εμπόδια που δεν επιτρέπουν στα επιχειρηματικά κεφάλαια της ενιαίας αγοράς επενδύσεις με τους ίδιους όρους που ισχύουν για τα εγχώρια κεφάλαια. | όχι | όχι | συνήθως εθνική νομοθεσία |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να εξασφαλίσουν ότι η φορολόγηση των εταιρικών κερδών ευνοεί τις επενδύσεις. | όχι | όχι | Σε μεμονωμένες περιπτώσεις και σε περιφερειακό επίπεδο, για παράδειγμα, ο επαγγελματικός φόρος στη Γερμανία |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να αξιοποιήσουν πλήρως τη χρηματοδότηση που διατίθεται από τα προγράμματα της πολιτικής για τη συνοχή και από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης, για την υποστήριξη των ΜΜΕ. | (ναι) | ναι | ναι, αν ο προγραμματισμός και η υλοποίηση γίνεται σε περιφερειακό επίπεδο |

| | Κεντρική | Αποκεντρωμένη | Σχόλια |
|--|----------|---------------|---|
| 7. Η ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να ενθαρρύνουν τις ΜΜΕ να εκμεταλλεύονται περισσότερο τις ευκαιρίες που προσφέρει η ενιαία αγορά, ιδίως μέσω της καλύτερης διακυβέρνησης και της βελτίωσης της ενημέρωσης σχετικά με την πολιτική για την ενιαία αγορά, δίνοντας τη δυνατότητα για καλύτερη εκπροσώπηση των συμφερόντων των ΜΜΕ στην ανάπτυξη των προτύπων και διευκολύνοντας την πρόσβαση των ΜΜΕ στα διπλώματα ευρεσιτεχνίας και στα εμπορικά σήματα. | | | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να εξασφαλίσουν την ορθή εφαρμογή της αρχής της αμοιβαίας αναγνώρισης. | όχι | όχι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να ενισχύσουν το σύστημα επίλυσης προβλημάτων SOLVIT για να εξασφαλίσουν ότι τα προβλήματα που αφορούν την άσκηση των δικαιωμάτων στην ενιαία αγορά επιλύονται ανεπίσημα, γρήγορα και πραγματικά, | όχι | όχι | εφαρμόζεται συνήθως σε εθνικό επίπεδο |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να ενθαρρύνουν τους εθνικούς οργανισμούς τυποποίησης να επανεξετάσουν το επιχειρηματικό τους μοντέλο με σκοπό τη μείωση του κόστους για την πρόσβαση στα πρότυπα. | όχι | όχι | εφαρμόζεται συνήθως σε εθνικό επίπεδο |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να εξασφαλίζουν ότι η σύνθεση των επιτροπών τυποποίησης είναι αμερόληπτη. | όχι | όχι | εφαρμόζεται συνήθως σε εθνικό επίπεδο |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να καλέσουν τους εθνικούς οργανισμούς τυποποίησης, σε συνεργασία με τους ευρωπαϊκούς οργανισμούς τυποποίησης, να πραγματοποιήσουν εκστρατείες προώθησης και ενημέρωσης με στόχο την ενθάρρυνση των ΜΜΕ για καλύτερη χρήση των προτύπων και την ανατροφοδότηση σχετικά με το περιεχόμενό τους. | όχι | όχι | Οι περιφέρειες μπορούν να στηρίζουν εκστρατείες |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να προσφέρουν στις ΜΜΕ υπηρεσίες παροχής συμβουλών, καθώς και υποστήριξη για την υπεράσπιση των συμφερόντων τους έναντι αθέμιτων εμπορικών πρακτικών. | ναι | ναι | |

| | Κεντρική | Αποκεντρωμένη | Σχόλια |
|--|----------|---------------|---|
| <p>8. Η ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να προωθήσουν την αναβάθμιση των δεξιοτήτων στις ΜΜΕ, καθώς και όλες τις μορφές καινοτομίας.</p> <p>Πρέπει να ενθαρρύνουν τις επενδύσεις των ΜΜΕ στην έρευνα και τη συμμετοχή τους σε προγράμματα υποστήριξης για την έρευνα και ανάπτυξη, τη διακρατική έρευνα, τις ομαδοποιήσεις και την ενεργό διαχείριση της διανοητικής ιδιοκτησίας.</p> | | | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να ενθαρρύνουν τις προσπάθειες των ΜΜΕ προς την κατεύθυνση της διεθνοποίησης και κατά την εξέλιξή τους σε ταχέως αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, μεταξύ άλλων, μέσω της συμμετοχής τους σε δίκτυα καινοτομίας. | ναι | ναι | π.χ. μέσω περιφερειακών στρατηγικών έξυπνης εξειδίκευσης και με τη βοήθεια του ΕΤΠΑ |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να προωθήσουν την ανάπτυξη των ικανοτήτων των ΜΜΕ στο πεδίο της έρευνας και της καινοτομίας π.χ. μέσω της απλοποιημένης πρόσβασης σε δημόσιες υποδομές έρευνας, της χρήσης υπηρεσιών έρευνας και ανάπτυξης, της πρόσληψης εξειδικευμένων εργαζομένων και της κατάρτισης, όπως προβλέπεται από το νέο κοινοτικό πλαίσιο για τις κρατικές ενισχύσεις σχετικά με την έρευνα, την ανάπτυξη και την καινοτομία. | ναι | ναι | π.χ. μέσω περιφερειακών στρατηγικών έξυπνης εξειδίκευσης και με τη βοήθεια του ΕΤΠΑ |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να ανοίξουν τα εθνικά ερευνητικά προγράμματα, εάν το άνοιγμα αυτό μπορεί να είναι προς όφελος ΜΜΕ από άλλα κράτη μέλη και να προωθήσουν την πρόσβαση των ΜΜΕ σε διακρατικές ερευνητικές δραστηριότητες π.χ. μέσω κοινού προγραμματισμού. | όχι | ναι | μπορεί να επιτευχθεί επίσης σε περιφερειακό επίπεδο |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να εξασφαλίσουν κατά την εκτέλεση του προγράμματός τους για την πολιτική συνοχής την εύκολη πρόσβαση των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση που συνδέεται με την επιχειρηματικότητα, την καινοτομία και τη γνώση. | ναι | ναι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να υποστηρίξουν την ανάπτυξη της ηλεκτρονικής ταυτότητας των επιχειρήσεων, ώστε να γίνει δυνατή η ηλεκτρονική έκδοση τιμολογίων και η ηλεκτρονική διακυβέρνηση. | όχι | όχι | |

| | Κεντρική | Αποκεντρωμένη | Σχόλια |
|--|----------|---------------|---|
| Τα κράτη μέλη καλούνται να ενθαρρύνουν τις επιχειρήσεις, ιδίως τις ΜΜΕ και τα άλλα ενδιαφερόμενα μέρη, καθώς και τις αρχές που είναι αρμόδιες για τις δημόσιες συμβάσεις, να συμμετέχουν σε ενέργειες που συμβάλλουν στην ταχύτερη εκτέλεση της πρωτοβουλίας για τις πρωτοπόρους αγορές. | ναι | ναι | |
| 9. Η ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να δώσουν τη δυνατότητα στις ΜΜΕ να μετατρέψουν τις περιβαλλοντικές προκλήσεις σε ευκαιρίες. Πρέπει να παρέχουν περισσότερες πληροφορίες, εμπειρογνωμοσύνη και χρηματοοικονομικά κίνητρα για πλήρη εκμετάλλευση των ευκαιριών για νέες «πράσινες» αγορές και αυξημένη ενεργειακή απόδοση, εν μέρει μέσω της εφαρμογής συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης στις ΜΜΕ. | | | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να παρέχουν κίνητρα για οικολογικά αποτελεσματικές επιχειρήσεις και προϊόντα (π.χ. φορολογικά κίνητρα και προτεραιότητα στις επιχορηγήσεις που προορίζονται για τη χρηματοδότηση βιώσιμων επιχειρήσεων) σύμφωνα με τις κοινοτικές κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τις κρατικές ενισχύσεις για την προστασία του περιβάλλοντος, και να αξιοποιούν την απλουστευμένη προσέγγιση για τις περιβαλλοντικές ενισχύσεις προς τις ΜΜΕ που έχει αναπτυχθεί από τον κανονισμό γενικής απαλλαγής. | ναι | ναι | Ανάλογα με το κίνητρο, το φορολογικό κίνητρο είναι συνήθως η εθνική νομοθεσία, η χρηματοδότηση πραγματοποιείται συχνά σε περιφερειακό επίπεδο |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να χρησιμοποιήσουν πλήρως το ποσό των 2,5 εκατ. ευρώ περίπου, που προορίζεται για τα προγράμματα της πολιτικής για τη συνοχή, για την υποστήριξη φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων και διαδικασιών σε ΜΜΕ. | (ναι) | ναι | εξαρτάται από το πού θα αναπτυχθούν και θα εφαρμοστούν προγράμματα των διαρθρωτικών ταμείων |
| 10 Η ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να υποστηρίξουν και να ενθαρρύνουν τις ΜΜΕ για να επωφεληθούν από την ανάπτυξη των αγορών εκτός της ΕΕ, ιδίως μέσω ειδικής υποστήριξης για την αγορά και δραστηριοτήτων κατάρτισης για την επιχειρηματικότητα. | | | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να ενθαρρύνουν την καθοδήγηση των ΜΜΕ από μεγάλες εταιρείες με σκοπό να τις φέρουν στις διεθνείς αγορές. | ναι | ναι | |

| | Κεντρική | Αποκεντρωμένη | Σχόλια |
|--|----------|---------------|--|
| ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ | | | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να αξιολογούν συστηματικά τον αντίκτυπο της νομοθεσίας για τις ΜΜΕ χρησιμοποιώντας ένα «τεστ ΜΜΕ», λαμβάνοντας υπόψη τις διαφορές στο μέγεθος των επιχειρήσεων, όπου χρειάζεται. | ναι | ναι | Τα τεστ ΜΜΕ μπορούν να λαμβάνονται υπόψη σε κάθε επίπεδο, η διόρθωση των εθνικών κανόνων εξαρτάται από το επίπεδο της νομοθεσίας |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να παρουσιάζουν σε μια συγκεκριμένη στιγμή κάθε χρόνο έναν προγραμματισμό της νομοθεσίας που αφορά τις επιχειρήσεις και θα τεθεί σε ισχύ την προσηχή δημοσιονομική περίοδο. | όχι | όχι | υποστήριξη στα εθνικά σχέδια όπου είναι δυνατό |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να εφαρμόσουν την αρχή «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» όχι μόνο στη νομοθεσία αλλά και σε διοικητικές διατυπώσεις που αφορούν τις ΜΜΕ (π.χ. με την καθιέρωση ενός συνομιλητή και μειωμένες υποχρεώσεις υποβολής στοιχείων). | ναι | ναι | ιδιαίτερα στον σχεδιασμό διαδικασιών (όχι νομικών πράξεων) |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να διευκολύνουν την πρόσβαση των ΜΜΕ στα διαρθρωτικά ταμεία, επιτρέποντας στις ΜΜΕ να υποβάλουν όλα τα αναγκαία στοιχεία για την έγκριση της ενίσχυσης από τα διαρθρωτικά ταμεία μία φορά μόνο. | (ναι) | ναι | εξαρτάται από τα συστήματα διαχείρισης και ελέγχου των κρατών μελών και των περιφερειών |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να αναπτύξουν λύσεις τύπου «συνήγορος πίστωσης» για περαιτέρω διευκόλυνση του διαλόγου μεταξύ ΜΜΕ και πιστωτικών ιδρυμάτων. | ναι | ναι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να εξασφαλίσουν ότι οι ασυνέπειες στη φορολογική μεταχείριση δεν οδηγούν σε διπλή φορολόγηση που θα αποτελούσε εμπόδιο για τις διασυνοριακές επενδύσεις σε κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου. | όχι | όχι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να δημιουργήσουν υπηρεσίες μίας στάσης στις οποίες οι ΜΜΕ θα μπορούν να υποβάλουν αίτηση για ευρωπαϊκές, εθνικές και τοπικές επιχορηγήσεις. | (ναι) | (ναι) | είναι δυνατή η ευθύνη για την προώθηση, για όλα τα επίπεδα |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να εφαρμόσουν πλήρως τον «ευρωπαϊκό κώδικα βέλτιστης πρακτικής» που θα διευκολύνει την πρόσβαση των ΜΜΕ στις δημόσιες συμβάσεις. | ναι | ναι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να προωθήσουν τη δημοσίευση στο διαδίκτυο, εύκολα προσβάσιμων, δωρεάν περιλήψεων των ευρωπαϊκών προτύπων με σαφή ένδειξη των αλλαγών όταν αναθεωρούνται τα πρότυπα. | όχι | όχι | Είναι πιο λογικό σε εθνικό επίπεδο |

| | Κεντρική | Αποκεντρωμένη | Σχόλια |
|--|----------|---------------|--|
| Τα κράτη μέλη καλούνται να στηρίξουν τη δικτύωση των ΜΜΕ, σύμφωνα με τους κανόνες για τις κρατικές ενισχύσεις και τον ανταγωνισμό. | ναι | ναι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να ενθαρρύνουν τις ΜΜΕ να μισθώσουν ή να αγοράσουν εμπειρογνωμοσύνη από ειδικούς που θα βοηθήσει την ανάπτυξη των εταιρειών, την καινοτομία και τη διεθνοποίηση των δραστηριοτήτων τους. | ναι | ναι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες κρατικής ενίσχυσης για να στηρίξουν τις επενδύσεις στο περιβάλλον και την ενέργεια. | ναι | ναι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να βοηθήσουν τις ΜΜΕ να αποκτήσουν τις αναγκαίες διαχειριστικές και τεχνικές δεξιότητες για να προσαρμόσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα προς μια οικονομία χαμηλών εκπομπών άνθρακα, αποδοτική ως προς τη χρήση των πόρων και μεταξύ άλλων μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου. | ναι | ναι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να δώσουν κανονιστικά κίνητρα σε ΜΜΕ που είναι εγγεγραμμένες με το σύστημα EMAS (οικολογικής διαχείρισης και οικολογικού ελέγχου) και με το ISO 14.000 και να λάβουν μέτρα για να παρακινηθούν οι πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις να επωφεληθούν από τα συστήματα τύπου EMAS, όπως το EMAS-EASY. | όχι | όχι | |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να υλοποιήσουν, έως το 2012, τη σύσταση που περιέχεται στο σχέδιο δράσης SBA για τη μείωση του χρόνου που απαιτείται για τη σύσταση εταιρείας σε 3 εργάσιμες ημέρες και του κόστους σε 100 ευρώ να έχουν επιτύχει, έως το 2013, τη μείωση του χρόνου που απαιτείται για έκδοση αδειών (συμπεριλαμβανομένων των περιβαλλοντικών) για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ένα μήνα. | (όχι) | ναι | Εξαρτάται από τις νομικές αρμοδιότητες |
| Τα κράτη μέλη καλούνται να υλοποιήσουν, έως το 2013, τη σύσταση που περιέχεται στο σχέδιο δράσης SBA για την παροχή δεύτερης ευκαιρίας σε επιχειρηματίες με τον περιορισμό του χρόνου απαλλαγής και εκκαθάρισης των οφειλών για έναν έντιμο επιχειρηματία μετά την πτώχευση σε τρία έτη, κατ' ανώτατο όριο. | όχι | όχι | |

| | Κεντρική | Αποκεντρωμένη | Σχόλια |
|--|----------|---------------|---|
| Τα κράτη μέλη καλούνται να αναπτύξουν φιλικές στον χρήστη και με ευρεία βάση υποστήριξης αγορές και βάσεις δεδομένων για μεταβιβάσιμες επιχειρήσεις και να παρέχουν κατάρτιση και υποστήριξη για να αυξηθεί ο αριθμός των επιτυχών μεταβιβάσεων επιχειρήσεων, συμπεριλαμβανομένων επικοινωνιακών εκστρατειών για την αύξηση της συνειδητοποίησης της ανάγκης για έγκαιρη προετοιμασία των μεταβιβάσεων επιχειρήσεων. | όχι | όχι | πλήρης επισκόπηση μπορεί να παρέχεται μόνο σε εθνικό επίπεδο, οι περιφέρειες μπορούν να διεξάγουν τις δικές τους εκστρατείες ευαισθητοποίησης και να δρομολογήσουν έργα για τη διαδοχή των επιχειρήσεων |
| Τα κράτη μέλη και, ανάλογα με την περίπτωση, τα όργανα της περιφερειακής και τοπικής αυτοδιοίκησης καλούνται να: να καταρτίσουν, σε συνεννόηση με τους εκπροσώπους των οργανώσεων επιχειρήσεων, εθνικά και τοπικά σχέδια υλοποίησης της πρωτοβουλίας SBA, τα οποία θα πλαισιώσουν με έναν ισχυρό μηχανισμό παρακολούθησης, καθώς και έναν φορέα που θα συντονίζει τα σχετικά με τις ΜΜΕ θέματα απέναντι στις διάφορες διοικητικές αρχές («απεσταλμένος των ΜΜΕ»), ο οποίος θα στελεχωθεί με το απαραίτητο ανθρώπινο δυναμικό και θα έχει υψηλή θέση εντός της διοίκησης. | ναι | ναι | |

6.3. Απεσταλμένοι για τις ΜΜΕ σε εθνικό επίπεδο

| Χώρα | Όνομασία | Τίτλος | Οργανισμός | Διευθύνσεις |
|--|-----------------------------|--|--|---|
| AUSTRIA (AT)  | Dr. Matthias Tschirf | Sektionschef | Federal Ministry of Science, Research and Economy | Stubenring 1 A-1010 Wien POST.ISL@bmwfw.gv.at |
| BELGIUM (B)  | Mr Didier Kinet | Director General | FPS Economy, SMEs, Self-employed and Energy | North Gate Boulevard du Roi Albert II 16 BE-1000 Bruxelles ENTR-SME-ENVOY@ec.europa.eu |
| BULGARIA (BG)  | Mr Evgeniy Ivanov | Executive Director | Bulgarian SME Promotion Agency | 2-4 Lege Str BG-1000 Sofia office@sme.government.bg |
| CROATIA  | Mr Dražen Pros | Deputy Minister for Entrepreneurship and Crafts | Ministry of Entrepreneurship and Crafts | Ulica grada Vukovara 78 HR-10000 Zagreb ENTR-SME-ENVOY@ec.europa.eu |
| CYPRUS (CY)  | Mr Constantinos Karageorgis | Director of Industrial Development Service | Ministry of Energy, Commerce, Industry and Tourism | Andrea Araouzou 6 CY-1421 Nicosia ENTR-SME-ENVOY@ec.europa.eu |
| CZECH REPUBLIC (CZ)  | Mr Tomáš Novotný | Deputy Minister for EU Funds, International Competitiveness Strategy, Investments and Innovation | Ministry of Industry and Trade | Na Františku 32 CZ-110 15 Praha 1 ENTR-SME-ENVOY@ec.europa.eu |
| DENMARK (DK)  | Mrs Lisbet Dyerberg | Deputy Permanent Secretary | Ministry of Business and Growth | Slotsholmsgade 10-12 DK-1216 Copenhagen om2@evm.dk |
| ESTONIA (EE)  | Mr Ahti Kuningas | Deputy Secretary General of the Ministry of Economic Affairs and Communication | Ministry of Economic Affairs and Communication | Harju 11 EE-Tallinn 15072 ENTR-SME- @ec.europa.eu |
| FINLAND (FI)  | Mr Petri Peltonen | Director General Enterprise and Innovation Department | Ministry of Employment and the Economy | P.O. Box 32 FI-00023 Government ENTR-SME-ENVOY@ec.europa.eu |

| Χώρα | Όνομασία | Τίτλος | Οργανισμός | Διευθύνσεις |
|---|-----------------------------------|--|--|--|
| FRANCE (FR)  | Mr Pascal Faure | Director General for competitiveness, industry and services | Ministère de l'Economie, du Redressement Productif et du Numérique | 67 rue Barbès - BP 8001 F-94201 Ivry-Sur-Seine cedex pascal.faure@finances.gouv.fr |
| GERMANY (DE)  | Dr. Sabine Hepperle | SME Envoy (EU level) Director General | Federal Ministry for Economic Affairs and Energy | Schamhorststr. 34-37 D-10115 Berlin kmu-botschafter@bmwi.bund.de |
| GREECE (EL)  | Mr Zacharias Mavroukas | Acting SME Envoy | Ministry of Development and Competitiveness | Kaniggos Square 20 GR-10200 Athens ENTR-SME-ENVOY@ec.europa.eu |
| HUNGARY (HU)  | Mr Áron Lenner | Deputy State Secretary for Ministry for National Economy | Deputy State Secretary for Ministry for National Economy | Honved U. 13-15 H-1055 Hungary ENTR-SME-ENVOY@ec.europa.eu |
| IRELAND (IRL) (IE)  | to be nominated | Minister for Small Business | Department of Enterprise, Trade and Innovation | Kildare Street IE-Dublin 2 Ireland ENTR-SME-ENVOY@ec.europa.eu |
| ITALY (IT)  | Mr Giuseppe Tripoli | Head of the Department for Enterprise and Internationalisation, Ministry of Economic Development | Ministry of Economic Development | Ministero dello Sviluppo Economico 2, Via Molise IT-00187 Roma, Italy dipartimento.impresa@sviluppoeconomico.gov.it |
| LATVIA (LV)  | Ms Ilze Beinare | Director of the Entrepreneurship Competitiveness Department | Ministry of Economy | 55, Brivibas street LV-Riga 1519 ENTR-SME-ENVOY@ec.europa.eu |
| LITHUANIA (LT)  | Ms Raminta Krulikauskiene | Sherpa of the SME Envoy | Ministry of Economy | Gedimino ave. 38 LT-01104 Vilnius raminta.krulikauskiene@ukmin.lt |
| LUXEMBOURG (LU)  | Mrs Bernadette Friederici-Carabin | Senior Adviser Conseiller de Direction 1 ^{ere} classe | Ministère de l'Economie | 19-21, bd Royal L-2449 Luxembourg ENTR-SME-ENVOY@ec.europa.eu |
| MALTA (MT)  | Mr Christian Cardona | Minister | Ministry for the Economy, Investment and Small Business | MT-Valetta VLT 2000 ENTR-SME-ENVOY@ec.europa.eu |

| Χώρα | Όνομασία | Τίτλος | Οργανισμός | Διευθύνσεις |
|---|----------------------------|---|--|--|
| NETHERLANDS (NL)  | Mr Pieter Waasdorp | Director Entrepreneurship | Ministry of Economic Affairs | Bezuidenhoutseweg 20 NL-2594 AV Den Haag ENTR-SME-ENVOY@ ec.europa.eu |
| NORWAY (NO)  | Ms Trine S. Lindgren | Deputy Director General | Ministry of Trade and Industry | P.O. Box 8014 Dep NO-0030 Oslo ENTR-SME-ENVOY@ ec.europa.eu |
| POLAND (PL)  | Mrs Grazyna Henclewska | Undersecretary of State | Ministry of Economy | Plac Trzech Krzyzy 3/5 PL-00-507 Warsaw grazyna.henclewska@mg.gov.pl |
| PORTUGAL (PT)  | Mr Pedro Gonçalves | Secretary of State for Entrepreneurship, Competitiveness and Innovation | Ministry for Economy and Employment | Rua da Horta Seca, n° 15 PT-1200-221 Lisboa ENTR-SME-ENVOY@ ec.europa.eu |
| ROMANIA (RO)  | Mr Florin Nicolae Jianu | Minister Delegate for for SME, business environment and tourism | Ministry of Economy, Business Environment and Tourism | Calea Victoriei nr. 152, sector 1 RO-010096 Bucuresti cabinet_ministru@imm.gov.ro |
| SLOVAKIA (SK)  | Mr. Branislav Safarik | Director General | Slovak Business Agency Ministry of Economy | Miletičova 23 SK-821 09 Bratislava safarik@sbagency.sk |
| SLOVENIA (SI)  | Ms Sabina Koleša | Secretary, Head of Directorate on behalf of the Minister | Ministry of Economic Development and Technology | Kotnikova 5 SI-1000 Ljubljana ENTR-SME-ENVOY@ ec.europa.eu |
| SPAIN (ES)  | Mr Manuel Valle Muñoz | General Director of Industry and SME | Ministry of Industry, Energy and Tourism (Ministerio de Industria, Energía y Turismo) | Pº de la Castellana 160 E-28071 Madrid dgi@minetur.es |
| SWEDEN (SE)  | Ms Marita Ljung | State Secretary | Ministry of Enterprise, Energy and Communication | Mäster Samuelsgatan 70 SE-10333 Strockholm ENTR-SME-ENVOY@ ec.europa.eu |
| UNITED KINGDOM (UK)  | Ms Susannah Simon | | Department for Business Innovation & Skills | 1 Victoria Street, Westminster London SZ1H OET, United Kingdom susannah.simon@bis.gsi.gov.uk |

6.4. Σύνδεσμοι για τις ιστοσελίδες της ΕΕ και τις περιφερειακές ιστοσελίδες

Πράξη για τις μικρές επιχειρήσεις

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/index_el.htm

Έκθεση για τις ευρωπαϊκές ΜΜΕ

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm

Η σειρά οδηγιών σχετικά με την πολιτική για τις ΜΜΕ στις περιφέρειες της Ευρώπης

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/regional-sme-policies/index_en.htm

Βάση δεδομένων χρηστών παραδειγμάτων για την εφαρμογή της SBA στα κράτη μέλη και στις περιφέρειες

<http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/best-practices/database/SBA/index.cfm?fuseaction=welcome.detail>

Οι εθνικοί απεσταλμένοι για τις ΜΜΕ

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/sme-envoy/index_en.htm

Ευρωπαϊκή πύλη για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

http://ec.europa.eu/small-business/index_el.htm

Ευρωπαϊκά Βραβεία Προώθησης της Επιχειρηματικότητας

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/best-practices/european-enterprise-awards/index_el.htm

Ευρωπαϊκή επιχειρηματική περιφέρεια (ΕΕΠ) της Επιτροπής των Περιφερειών

<http://cor.europa.eu/el/takepart/eer/Pages/eer.aspx#>

Πλατφόρμα έξυπνης εξειδίκευσης

<http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/el/home>

Notes

Σειρά Οδηγών Δυνατότητες στήριξης της πολιτικής για τις ΜΜΕ μέσω των διαρθρωτικών ταμείων

Εφαρμογή της Νομοθετικής
Πράξης για τις Μικρές
Επιχειρήσεις σε
περιφερειακό επίπεδο

ISBN 978-92-79-38086-0



9 789279 380860