

DEPARTAMENTUL DE STUDII PARLAMENTARE ȘI POLITICI UE

DIRECȚIA STUDII ȘI DOCUMENTARE LEGISLATIVĂ

ASPECTE PRIVIND COMERȚUL CU AMĂNUNTUL ȘI EN GROS

IULIE 2019

Documentare și sinteză: Virgilia Ioan, consilier parlamentar

Alina Bragagiu, consilier parlamentar

Studiul documentar poate fi accesat direct pe Intranet la pagina Direcției studii și documentare legislativă.

Lucrările elaborate în cadrul Direcției studii și documentare legislativă sunt cu caracter documentar și nu reprezintă punctul de vedere al Camerei Deputaților.

Directiva 2006/123/CE privind serviciile în cadrul pieței interne

Serviciile sunt activități foarte diverse și, deseori, complexe. La fel sunt și normele pe care statele membre le impun asupra serviciilor și barierele cu care furnizorii de servicii și destinatarii acestora se pot confrunta atunci când încearcă să beneficieze de piața unică. Barierele afectează mai mult serviciile decât bunurile, din cauza naturii intangibile a serviciilor, a importanței cunoștințelor de care dispune furnizorul de servicii, a utilizării transfrontaliere a echipamentelor etc. De asemenea, barierele afectează mai mult IMM-urile, în special micro-întreprinderile (care reprezintă 95% din totalitatea furnizorilor de servicii în UE), decât întreprinderile mari. Multe dintre aceste bariere au un caracter transversal, respectiv sunt aceleași pentru o largă varietate de servicii, de-a lungul tuturor etapelor activității furnizorului. În plus, ele au o serie de caracteristici comune, incluzând faptul că decurg deseori din sarcini administrative, din incertitudinea juridică asociată activităților transfrontaliere și din lipsa încrederii reciproce dintre statele membre.

În acest context, Parlamentul European și Consiliul au adoptat, în decembrie 2006, Directiva privind serviciile în cadrul pieței interne, un instrument orizontal al pieței unice, care acoperă o largă varietate de activități de servicii reprezentând aproximativ 40% din PIB-ul și din locurile de muncă din UE.

Directiva își propune să elimine barierele din calea comerțului cu servicii în Uniunea Europeană (UE) prin:

- simplificarea procedurilor administrative pentru prestatorii de servicii;
- consolidarea drepturilor consumatorilor și ale întreprinderilor care beneficiază de servicii; și
- stimularea cooperării între țările UE.

Domeniul de aplicare al Directivei acoperă o gamă largă de servicii, printre care:

- **comerțul cu amănuntul și en gros de bunuri și servicii;**
- activitățile desfășurate de majoritatea profesiilor reglementate, cum ar fi consultanții juridici și fiscali, arhitecții și inginerii;
- serviciile de construcții;
- serviciile pentru întreprinderi, cum ar fi întreținerea birourilor, consultanța managerială și organizarea de evenimente; și
- serviciile turistice și recreative.

Anumite servicii sunt excluse din domeniul de aplicare a Directivei. Printre acestea se numără serviciile financiare, unele servicii de comunicații electronice, serviciile agențiilor de ocupare temporară a forței de muncă, serviciile de securitate privată și activitățile de jocuri de noroc.

Directiva permite întreprinderilor să se stabilească în alte țări ale UE decât propria țară. Pentru aceasta, țările UE trebuie să întreprindă o serie de acțiuni care includ:

- instituirea unor ghișee unice de **informare și asistență** pentru procedurile administrative și asigurarea posibilității ca astfel de proceduri să fie îndeplinite prin mijloace electronice;
- revizuirea și simplificarea tuturor regimurilor lor de autorizare în ceea ce privește accesul la servicii;
- necesitatea ca țările UE să elimine cerințele discriminatorii, cum ar fi cele bazate pe cetățenie sau naționalitate ori cerințele bazate pe locul de reședință sau locul sediului, precum și cerințele restrictive, cum ar fi testele de necesități economice care impun ca întreprinderile să dovedească autorităților că există o cerere pentru serviciile oferite de acestea.

Sunt prevăzute garanții similare în privința drepturilor beneficiarilor de servicii (consumatori sau întreprinderi), menite să întărească încrederea acestora în piața unică. Astfel, țărilor UE li se cere:

- **să elimine obstacolele în calea beneficiarilor** care doresc să folosească servicii furnizate de prestatori stabiliți în altă țară a UE, cum ar fi obligațiile de obținere a unei autorizații;
- **să elimine cerințele discriminatorii** bazate pe cetățenia sau naționalitatea ori pe locul de reședință sau sediul beneficiarului;
- să pună la dispoziție **informații generale și asistență** cu privire la cerințele legale, îndeosebi normele de protecție a consumatorilor și procedurile căilor de atac aplicabile în alte țări ale UE.

Directiva privind serviciile a trebuit să fie integrată în legislația națională a tuturor țărilor UE până la 28 decembrie 2009. În 2012, Comisia Europeană a adoptat o Comunicare pe tema implementării Directivei privind serviciile.

România a implementat Directiva serviciilor prin 71 de acte normative, printre care și [OUG nr.49/2009 privind libertatea de stabilire a prestatorilor de servicii și libertatea de a furniza servicii în România](#).

Vânzările de tip cash & carry

În legislația românească, art.4 lit.e din **Ordonanța Guvernului nr.99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor pe piață**, republicată, cu modificările și completările ulterioare, prevede următoarea definiție: *comerț de tip cash&carry /formă de comerț cu autoservire pe bază de legitimație de acces – activitatea desfășurată de comercianții care vând mărfuri prin sistemul de autoservire către persoane juridice, persoane fizice autorizate, asociații familiale autorizate conform legii și persoane fizice înregistrate în baza de date a vânzătorului, în scopul revânzării și/sau prelucrării, precum și al utilizării acestora ca produse consumabile, păstrând regimul diferențiat de preț tip en gros/en detail*. Definiția acestei forme de comerț este aceeași în toate statele membre UE, în baza principiilor [politicii comerciale comune](#), competență exclusivă a Uniunii Europene.

În [Raportul asupra investigației declanșate pentru analizarea sectorului comercializării produselor alimentare, 2009](#), Consiliul Concurenței concluzionează:

Politica de concurență este esențială pentru garantarea funcționării mecanismelor economiei libere, susținând existența unui mediu competitiv sănătos. Unul dintre obiectivele sale este corectarea, prin intermediul cadrului legislativ, a eventualelor deficiențe ale pieței. Cu toate acestea, intervenția statului nu trebuie să împiedice manifestarea liberă, decizională și comportamentală, a firmelor private, ca factor esențial al producerii de valoare în folosul consumatorilor. Subliniem realitatea că majoritatea statelor europene gândesc și aplică potențialelor abuzuri de putere superioară de negociere prevederile referitoare la abuzul de poziție dominantă. Din acest punct de vedere, și Comisia Europeană și-a exprimat constant punctul de vedere similar.(...)

Formatul cash&carry se adresează teoretic doar revânzătorilor, iar consumatorii finali nu fac parte din clienții-țintă ai acestor lanțuri de magazine. Acest lucru este susținut și de faptul că fiecare dintre grupurile care activează prin intermediul formatelor cash&carry are o divizie separată (alt format de magazin și altă denumire) ce se adresează consumatorilor finali (grupul Metro – divizia Real; Rewe – divizia Billa, divizia Penny Market și XXL).

Astfel, doar o anumită poziționare a punctelor de vânzare poate constitui un factor generator de concurență între aceste tipuri de comerț. În practică însă, există numeroase semnale din piață care susțin că presiunile concurențiale se manifestă între cele două forme de comerț. Argumentele care susțin această abordare sunt vânzările realizate de către comercianții cash&carry către persoanele fizice, nivelul prețurilor, gama de produse,

modalitatea de expunere, poziționarea și sursele de aprovizionare, care sunt apropiate de modelul super/hypermarket-urilor/ discounterilor.

Consiliul Concurenței consideră că, în perioada de început a comerțului modern, formatele cash&carry concureau puternic cu formatele de supermarket, pentru că exista un număr redus de jucători pe piață. Odată cu creșterea numărului de hyper- și supermarketuri, acestea s-au apropiat mai mult, din punct de vedere geografic, de nevoile curente ale consumatorilor. Astfel, importanța vânzărilor prin formatul cash&carry, către persoanele fizice, a înregistrat o diminuare. Acest trend se menține și în prezent, iar cele două forme de comerț s-au înscris, în mod natural, pe piețe diferite.

Argumentele de mai sus, referitoare la nivelul prețurilor, asemănările sortimentatiei și a gamelor expuse etc., deși reale, conduc la concluzii false, din punct de vedere concurențial. Un principiu fundamental de definire a pieței¹ este acela că, din punct de vedere economic, pentru definirea pieței relevante, substituibilitatea la nivelul cererii reprezintă forța disciplinară imediată și cea mai eficace, care acționează asupra furnizorilor unui anumit produs, în special în ceea ce privește deciziile acestora în materie de prețuri. Un agent economic sau un grup de agenți economici nu poate avea un impact semnificativ asupra condițiilor de vânzare existente, de exemplu asupra prețurilor, atunci când clienții sunt în măsură să se orienteze fără dificultate spre produse substituibile sau spre furnizori situați în altă parte. În principal, exercițiul de definire a pieței constă în identificarea surselor alternative reale de aprovizionare la care clienții agenților economici în cauză pot apela, atât sub aspectul produselor/serviciilor propuse de ceilalți furnizori, cât și sub cel al localizării geografice a acestora.

Cu toate acestea, Consiliul Concurenței consideră că problema esențială pentru includerea/neincluderea formatelor cash&carry în piața relevantă a produsului, alături de celelalte formate ale comerțului modern, nu este cât reprezintă vânzările pentru consum propriu, prin intermediul formatelor cash&carry, în totalul formatelor cash&carry, ci cât reprezintă vânzările pentru consum propriu, prin intermediul formatelor cash&carry, în totalul vânzărilor pentru consum propriu, prin toate formatele de comerț.

În schimb, există un procent mult mai mare de vânzări, reprezentat de un segment mare de populație, care nu are posibilitatea de a achiziționa de la comercianții cash&carry, deoarece nu dispune de legitimații, nefiind agenți economici. Faptul că o parte redusă a clienților comerțului modern pot realiza cumpărături și prin intermediul magazinelor cash&carry, nu poate reprezenta o presiune concurențială apreciabilă asupra restului de formate moderne. Ca atare, nu se îndeplinește condiția esențială pentru ca aceste formate să formeze o singură piață, deoarece majoritatea covârșitoare

¹ Conform Comunicării Comisiei privind definirea pieței relevante în sensul dreptului comunitar al concurenței, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX%3A31997Y1209%2801%29>

a consumatorilor nu pot considera substituibile produsele, din moment ce nu au acces la produsul oferit de formatul cash&carry.

Menționăm faptul că jurisprudența comunitară în materie susține neincluderea magazinelor cash&carry în piața relevantă, considerându-se că acestea nu sunt în concurență directă cu magazinele ce activează în zona comerțului cu amănuntul (hyper/supermarketuri și discounter). Deciziile Consiliului Concurenței care au privit operațiunile de concentrare economică pe piața de retail au lăsat deschisă definirea pieței relevante, având în vedere că includerea/neincluderea magazinelor de tip cash&carry, alături de celelalte formate de magazine, nu va influența concluziile de natură concurențială.

Practicile incorecte ale comercianților în relațiile cu consumatorii sunt reglementate prin [Legea nr.363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor](#). Activitățile comerciale considerate ca fiind ilicite și, prin urmare, interzise sunt reglementate prin [Legea nr.12/1990 privind protejarea populației împotriva unor activități de producție, comerț sau prestări de servicii ilicite](#).

Logistica

În [literatura de specialitate](#) există numeroase definiții, unele dintre ele reflectând interesul și preocuparea unor instituții cu vocație internațională pentru această activitate.

[AFNOR \(Association Française de Normalisation\)](#) definește logistica drept *funcție a cărei finalitate este satisfacerea nevoilor exprimate sau latente în cele mai bune condiții economice pentru întreprindere la un nivel de serviciu determinat.*

[ASLOG \(Association Française pour la Logistique\)](#): *Logistica este o funcție care are ca obiect punerea la dispoziție, la cel mai mic cost și la o calitate cerută, a unui produs în locul și la momentul în care cererea există. Ea privește toate operațiunile care determină mișcarea produselor, ca și localizarea uzinelor, depozitelor, aprovizionarea, gestiunea stocurilor, manipularea și pregătirea comenzilor, transportul și rutele de livrare.*

[CEE/ONU](#) și CEMT ([Conseil Européen des Ministres des Transports](#)): *Logistica este un proces de concepere și management a lanțului de aprovizionare în sensul cel mai general. Acest lanț poate cuprinde furnizarea de materii prime necesare producției, trecând prin gestiunea materialelor la locul de producție, livrarea către depozite și centrele de distribuție, trierea, manipularea, condiționarea și distribuția finală la locul de consum.*

Logistica reprezintă o activitate de prestare de servicii care are ca obiect gestiunea fluxurilor de materiale, punând la dispoziție și administrând resurse care corespund

nevoilor, cerințelor economice și calității cerute, în condiții de siguranță și securitate satisfăcătoare. În acest sens, noțiunea de logistică cuprinde toate activitățile care urmăresc realizarea unei armonizări a timpului și spațiului cu bunurile și persoanele, prin gruparea lor corespunzătoare. Astfel, logistica se definește prin ***planificarea integrată, organizarea și controlul tuturor fluxurilor de mărfuri și materiale, împreună cu fluxurile de informații legate de acestea, începând de la furnizori, prin etapele de creare a valorii, până la livrarea produselor către clienți, inclusiv reciclarea și eliminarea deșeurilor.***

Literatura de specialitate prezintă adesea și definiții ale logisticii prin cei 6 sau 7 P, respectiv logistica urmărește să pună cantitatea potrivită din bunurile **potrivite**, la timpul **potrivit**, cu calitatea **potrivită**, la costul **potrivit**, la locul **potrivit**, cu informațiile **potrivite** tuturor participanților la circulația lor. Acest din urmă aspect, referitor la informații nu este întotdeauna exprimat explicit, însă rolul lor în circulația produselor nu este pus de nimeni la îndoială.

Distribuția

În [literatura de specialitate](#), distribuția poate fi definită atât prin prisma activităților din care se compune, cât și prin cea a întreprinderilor participante la aceste activități. Distribuția cuprinde ansamblul activităților care se desfășoară din momentul în care produsul intră în depozitul de livrare al producătorului, în forma sa utilizabilă și până la recepția lui de către consumator. Obiectul distribuției îl formează mărfurile, fluxul fizic al acestora de la producător până la consumator este însoțită, precedată sau urmată de alte tipuri de fluxuri: fluxul negocierilor, fluxul tranzacțiilor, fluxul titlului de proprietate, fluxul informațional, fluxul promoțional, fluxul finanțării, fluxul riscurilor, fluxul comenzilor și fluxul plăților. Prezența distribuitorilor între producători și consumatori determină economii de efort.

Distribuția are în vedere asigurarea disponibilității produsului. În concepțiile tradiționale, distribuția este rezumată la plasarea produsului potrivit la locul potrivit și la timpul potrivit. În prezent, pe lângă această accepțiune distribuția mai privește și structura și administrarea canalelor de distribuție, managementul distribuției fizice și fluxul informațiilor vehiculate între firmele participante, cu scopul de a face produsele conforme cu cerințele consumatorilor. Printre noțiunile asociate distribuției, al căror conținut adesea este ambiguu, regăsim canalul de distribuție, circuitul de distribuție și rețeaua de distribuție.

Canalul de distribuție reprezintă itinerarul sau traseul pe care îl parcurge un produs de la producător la consumator, fără a-și modifica starea fizică. Canalul de distribuție se caracterizează prin trei dimensiuni: - lungimea, care se referă la numărul etapelor sau

verigilor intermediare prin care trec mărfurile de la producător la consumator (de exemplu, veriga cu ridicata și veriga cu amănuntul); în funcție de prezența intermediarilor în canalul de distribuție, acestea pot fi directe și indirecte. - lățimea, care este dată de numărul intermediarilor din cadrul fiecărei etape sau verigi prin care se realizează distribuția unui produs (de exemplu, numărul angrosiștilor prin care se asigură distribuția produsului). Lățimea canalului crește o dată cu apropierea produsului de consumator; - adâncimea, care exprimă gradul de proximitate față de consumator (de exemplu, cel mai adânc canal are în vedere aducerea produsului la domiciliul consumatorului).

Circuitul de distribuție desemnează totalitatea canalelor de distribuție prin care circulă un produs de la producător la consumator.

Rețeaua de distribuție cuprinde ansamblul persoanelor fizice și/sau juridice care participă la vânzarea unui produs al unui producător către consumatorii lui. Rețeaua de distribuție poate fi: extensivă sau deschisă, când vânzarea produsului poate fi acordată unui număr mare de intermediari, urmărindu-se o difuzare largă a produsului pe piață; selectivă, când sunt utilizați câțiva intermediari, atent aleși, de regulă specializați în vânzarea anumitor produse; exclusivă, când se recurge la un singur distribuitor cu care se încheie un contract de exclusivitate asupra vânzărilor într-un teritoriu dat sau pentru o clientelă determinată.²

Există cod CAEN sau corespondentul acestuia special definit pentru "distribuția de bunuri"?

Un canal de distribuție este un proces prin care un produs trece de la producător la comerciant cu ridicata către comerciant și, în final, către consumatorul final. În gestionarea distribuției, fiecare companie trebuie să aibă în vedere modalitățile cele mai accesibile de a transfera mărfurile către clienți. În timp ce unii oameni folosesc cuvântul "transport" ca înlocuitor al distribuției, acest lucru nu este corect. Deși transportul se referă la mișcarea fizică a mărfurilor de la o locație la alta, nu implică strategizarea modului în care să se mute cele mai bune mărfuri printr-un canal de distribuție. Distribuția ia în considerare costurile de transport, metodele de transport și obstacolele fizice care ar putea împiedica sau întârzia livrarea de bunuri.

Nu putem înțelege distribuția vs. logistica fără a înțelege mai întâi elementele de bază ale logisticii, care se referă la planificarea, proiectarea, coordonarea, gestionarea și îmbunătățirea procesului de mutare a bunurilor. Logistica începe în faza de fabricație a

bunurilor și produselor și continuă prin livrarea acestor bunuri și produse către comercianții cu amănuntul și consumatori. Logistica include un flux semnificativ de informații care diferă în mod flagrant de mișcarea fizică a mărfurilor, acțiune numită de multe ori distribuție. Practic, distribuția este un subset al logisticii și scopul principal al acesteia este de a asigura livrarea bunurilor cât mai eficient și mai ieftin posibil.

Așadar, distribuția unor marfuri/ bunuri reprezintă un pas din procesul economic ce aduce marfurile de la producător la clientul final. Distribuția are ca primă acțiune transportul/ mutarea fizică a bunurilor. Transportul nu este totuna cu distribuția, datorită faptului că acesta este doar o acțiune din procesul de "distribuție". Procesul de distribuție ia în calcul costul de transport, metodele de transport, dar și eventualele obstacole care ar putea conduce la întâzieri ale livrării produsului. Pe de altă parte, logistica este un ansamblu de activități - planificare, design, coordonare - care înglobează atât distribuția (pe alocuri) cât și transportul.

În cartea *Economie de la distribution* există o analiză asupra distribuției bunurilor de consum. "Produsele oferite consumatorilor pot fi clasificate în două mari categorii: în funcție de natura lor (apă, gaz, electricitate) sau de statutul lor (tutun, presă, droguri, automobile) sub rezerva unui sistem specific de distribuție și a altor bunuri denumite "bunuri de consum" (Consiliul Concurenței, avizul nr. 97-A-04 privind diverse aspecte legate de concentrarea distribuției³). În cadrul acestei categorii, distingem mărfurile în funcție de comportamentul cumpărătorilor.⁴

Funcția principală de distribuție este de a oferi utilizatorilor un sortiment de bunuri sau servicii. Acest rol poate fi asumat de către producătorul însuși, într-un mod integrat, așa cum se întâmplă în general în cazul serviciilor bancare sau al anumitor produse pentru uz profesional. Pe de altă parte, pentru cele mai multe bunuri destinate gospodăriilor, acesta este acum delegat distribuitorilor specializați. Bunurile sau serviciile pot fi destinate fie direct consumatorilor finali, fie utilizatorilor intermediari, producătorilor înșiși. În sectorul distributiv, activitățile de vânzare către gospodării și întreprinderi coexistă. De exemplu, alimentele sunt distribuite atât gospodăriilor și spitalelor, cât și cafenelelor-hoteliere-restaurante.⁵

Canalele de distribuție includ angrosiștii, comercianții cu amănuntul, distribuitorii și Internetul. **Într-un canal de distribuție directă, producătorul vinde direct consumatorului.** Canalele indirecte implică mai mulți intermediari înainte ca produsul să ajungă în mâinile consumatorului.

³ <http://www.autoritedelaconcurrence.fr/pdf/avis/97a04.pdf>

⁴ „Économie de la distribution” (2003), Marie-Laure Allain et Claire Chambolle, Capitolul: Qu'est-ce que la distribution ?

⁵ <https://www.cairn.info/Economie-de-la-distribution--9782707137357-page-5.htm?contenu=resume#>

Legislație privind Rețele de distribuție comercială⁶

Toate contractele încheiate între, pe de o parte, o persoană fizică sau o persoană juridică de drept privat, care implică comercianți, altele decât cele menționate în capitolele V și VI din titlul II din Cartea I a prezentului cod, sau punerea la dispoziție serviciile menționate în primul paragraf din articolul L. 330-3 și pe de altă parte, orice persoană care acționează în numele său sau în numele unui terț, un magazin de vânzare cu amănuntul, cu scopul comun funcționarea acestui magazin și care conține clauze care pot limita libertatea de exercitare de către acest operator a activității sale comerciale prevăd un termen limită comun.

Eurostat:

NACE⁷ este acronimul folosit pentru a desemna diferitele clasificări statistice ale activităților economice dezvoltate din 1970 în Uniunea Europeană, fiind derivat din titlul francez "Nomenclature générale des Activités économiques dans les Communautés européennes" (Clasificarea statistică a activităților economice în Comunitățile Europene).

NACE oferă cadrul pentru colectarea și prezentarea unei game largi de date statistice în funcție de activitatea economică (de exemplu, producție, ocuparea forței de muncă, conturi naționale) și în alte domenii statistice.

Clasificarea statistică pe activități⁸, abreviată drept CPA, este clasificarea produselor (bunuri și servicii) la nivelul Uniunii Europene. Găsim aici domeniile economice care fac subiectul distribuției. (ex: Aparate de distribuție și control al electricității, Servicii de energie electrică, de transport și de distribuție, Gaz fabricat; servicii de distribuție a combustibililor gazoși prin rețea, Telecomunicații, Distribuirea informației etc.)

Statistical classification of economic activities in the European Community. pdf⁹

6

https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do;jsessionid=064F3621B81EDF61AD3B70C57953AA4C.tplgfr23s_2?idSctionTA=LEGISCTA000031008765&cidTexte=LEGITEXT000005634379&dateTexte=20180116

⁷ [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Statistical_classification_of_economic_activities_in_the_European_Community_\(NACE\)](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Statistical_classification_of_economic_activities_in_the_European_Community_(NACE))

⁸ <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/1995700/1995914/CPA-2008-structure-EN.pdf/bed6a577-75ac-4691-a312-6662311a9173>

⁹ <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/5902521/KS-RA-07-015-EN.PDF>

Există restricții de finanțare europeană a proiectelor care vizează comerțul cu țigarete, bauturi alcoolice?

Imagine de ansamblu: Reforma în sectorului tutunului

În aprilie 2004, Consiliul de miniștri ai agriculturii din UE a decis să reformeze sectorul tutunului brut în același mod ca și reforma PAC din iunie 2003. Sistemul cotelor de producție a fost desființat, iar sprijinul financiar a fost sistat de producției. Statele membre au beneficiat de regimul tutunului au avut o perioadă de tranziție 2006 și 2009 privind sprijinul financiar.

În acea perioadă, aceste state membre puteau fie să rupă complet legătura dintre producție și ajutorul financiar acordat sectorului tutunului (cunoscut sub numele de "decuplare"), fie să continue să asocieze o parte a ajutorului acordat producției. Decuplarea ajutorului de la producție permite producătorilor să cultive alte culturi - dacă doresc - menținând în același timp venituri stabile.

Din 2010, ajutorul UE a fost complet decuplat de producție. 50% din ajutorul anterior pentru tutun a fost încorporat în sistemul de plăți directe. Celelalte 50% au fost alocate programelor de dezvoltare rurală ale UE, în special în regiunile de cultivare a tutunului.

UE oferă finanțare¹⁰ pentru o gamă largă de proiecte și programe care acoperă domenii precum: dezvoltare regională și urbană, ocuparea forței de muncă și integrarea socială, agricultură și dezvoltare rurală, maritim și pescuit, cercetare și inovare, ajutor umanitar.

Finanțarea este gestionată în conformitate cu reguli stricte, pentru a se asigura că există un control strict asupra modului în care sunt utilizate fondurile și că banii sunt cheltuiți într-o manieră transparentă și responsabilă.

În grup, cei 28 de comisari UE au responsabilitatea politică finală pentru a asigura că fondurile UE sunt cheltuite în mod corespunzător. Dar, deoarece majoritatea finanțării este gestionată în țările beneficiare, responsabilitatea pentru efectuarea de controale și audituri anuale revine guvernelor naționale.

Peste 76% din bugetul UE este gestionat în parteneriat cu autoritățile naționale și regionale printr-un sistem de "gestiune partajată", în mare parte prin intermediul a 5 mari fonduri - Fondurile Structurale și de Investiții. În mod colectiv, acestea contribuie la punerea în aplicare a Strategiei Europa 2020¹¹.

¹⁰ https://europa.eu/european-union/about-eu/funding-grants_en

¹¹ https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester_en

Un mediu de reglementare adecvat și bunuri publice care susțin activitatea economică sunt importante pentru a permite întreprinderilor să își joace rolul în crearea de locuri de muncă și bunăstare. Fișele tematice fac referire la infrastructură (digitală, transport), finanțare pentru întreprinderi și politici sectoriale specifice, cum ar fi cercetarea și inovarea sau furnizorii de servicii.¹²

BNP Paribas a anunțat în 2017 că își suspendă activitățile de finanțare și de investiții pentru producătorii de tutun, precum și producătorii, angrosiștii și comercianții ale căror venituri provin în principal din tutun.¹³

Convenția-cadru a Organizației Mondiale a Sănătății (OMS) privind controlul tutunului, primul tratat global privind sănătatea publică, s-a axat pe problema consumului de tutun din întreaga lume pentru a "proteja generațiile actuale și viitoare de consecințele devastatoare ale consumului de tutun și expunerea la fumul de tutun". În special, acesta reafirmă "dreptul tuturor la cel mai înalt nivel al sănătății" și importanța măsurilor de reducere a cererii și ofertei pentru a atinge acest obiectiv.

BNP Paribas este o bancă din Europa cu o acoperire internațională. Are o prezență în 74 de țări, cu peste 192.000 de angajați, dintre care peste 146.000 în Europa.

Decizia¹⁴ de a oferi finanțare UE va fi luată de instituțiile financiare locale, cum ar fi băncile, capitalul de risc sau investitorii îngerilor. Datorită sprijinului UE, instituțiile financiare locale pot oferi finanțare suplimentară întreprinderilor.

Condițiile financiare exacte - suma, durata, dobânzile și comisioanele - sunt determinate de aceste instituții financiare. Puteți contacta una dintre cele peste 1000 de instituții financiare pentru a afla mai multe.

¹² https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester/thematic-factsheets/business-environment_en

¹³ <https://group.bnpparibas/en/press-release/bnp-paribas-announces-measures-financing-tobacco-companies>

¹⁴ https://europa.eu/youreurope/business/finance-funding/getting-funding/access-finance/index_en.htm