



Världen är stor, företaget litet

Näringsdepartementet

2011-12-13

Dokumentbeteckning

KOM(2011) 702

Företaget är litet, världen stor - ett nytt partnerskap för att hjälpa små och medelstora företag utnyttja globala möjligheter

Sammanfattning

Kommissionen har presenterat ett meddelande med förslag till åtgärder som ska stimulera små och medelstora företags internationaliseringssträvanden. Kommissionen har som mål att öka andelen små och medelstora företag som har handel, investeringar eller andra typer av samarbete med utländska partner. Lika många som agerar på den inre marknaden ska också vara verksamma på marknader utanför EU. För att genomföra detta föreslår kommissionen följande:

- Kartläggning av de stödtjänster som finns hemma och utomlands
- Information direkt till de små och medelstora företagen
- Stödsystemen på EU-nivå ska bli konsekventare för att öka deras effekt
- Internationalisering av små och medelstora företag ska främjas genom kluster och nätverk
- Rationalisering av nya aktiviteter på prioriterade marknader
- Utnyttja EU:s befintliga yttre politik för att påskynda de europeiska små och medelstora företagens internationella tillväxt.

Regeringen motsätter sig de förslag i kommissionens meddelande som inte tillför något mervärde i förhållande till redan existerande nationella handelsfrämjande insatser. Regeringen anser att kommissionens viktigaste roll inom handelspolitiken är och bör fortsätta vara att bidra till ökad frihandel och värna om fungerande och öppna handelsregelverk mellan EU och andra länder. I detta arbete kan exempelvis EU-kontoren i utlandet ge ett

mervärde för europeiska företag genom stöd och rådgivning i arbetet med att bekämpa handelshinder på den aktuella marknaden. Förutom arbetet mot handelshinder innebär det att insatserna huvudsakligen bör koncentreras till de marknader där medlemsstaterna inte utför eget handelsfrämjande.

2011/12:FPM52

1 Förslaget

1.1 Ärendets bakgrund

Att främja och stödja **de små och medelstora företagens ekonomiska aktiviteter utanför EU** är en viktig del av unionens konkurrensstrategi enligt meddelandet om en integrerad industripolitik för en globaliserad tid, ett flaggskeppsinitiativ för strategin Europa 2020¹, den reviderade versionen av småföretagsakten för Europa² och kommissionens meddelande om handelspolitiken³. Detta bygger på och kompletterar kommissionens satsning på att öka den inre marknadens fördelar för små och medelstora företag⁴.

1.2 Förslagets innehåll

Under de senaste fem åren har cirka 80 % av de nya jobben skapats av små och medelstora företag. I branscher som verkstadsindustri och kemi i Brasilien och energi i Indien har våra företag kunnat nå avsevärda framgångar, och fler exempel kan nämnas. För att förenkla för de små och medelstora företagen behöver EU stärka deras internationalisering och ge dem stöd till det.

Målet för den strategi som skisseras i meddelandet är att skapa förutsättningar för att de små och medelstora företagen ska bli lika verksamma på marknaderna utanför EU som på den inre marknaden.

Den verksamhet som många mikroföretag, småföretag och medelstora företag bedriver i sektorer som inte är exponerade för internationell handel är av naturliga skäl lokal till sin natur. Det finns emellertid betydande outnyttjade möjligheter för sektorer som är exponerade för internationell handel, till exempel kreativa företag eller företag med innovativa tjänster eller innovativ tillverkning, att expandera utanför EU för att söka nya och

¹ KOM(2010) 614.

² KOM(2008) 394, reviderad i KOM(2011) 78.

³ KOM(2010) 612.

⁴ Se inre marknadsakten, KOM(2010) 608.

Att hjälpa EU:s små och medelstora företag övervinna hindren för internationalisering och främja deras integrering i världsekonomin är en del av strategin för smart och hållbar tillväxt som beskrivs i Europa 2020. De offentliga samråd med berörda parter som kommissionen genomförde 2009 och 2011⁶ visade emellertid att det finns en utbredd oro för de potentiella riskerna med att utan samordning införa nya stödsystem inom detta område och den därav följande misshushållningen med skattemedel.

Mot bakgrund av såväl målen för strategin Europa 2020 som de synpunkter som framkom under samråden föreslås i detta meddelande en granskning av de befintliga stödstrukturerna för små och medelstora företag. Dessutom redovisas de viktigaste problemområdena, ett antal åtgärder där insatser på EU-nivå kan tillföra det största mervärdet och riktlinjerna för ett konsekvent och effektivt utnyttjande av begränsade ekonomiska resurser på viktiga marknader som Kina, Brasilien, Indien, Ryssland, USA och Japan. Målet är att skapa en konsekventare och effektivare EU-strategi för stöd till små och medelstora företag på internationella marknader, föreslå bättre sätt att erbjuda dem relevant information och stöd i deras försök att ta sig in på nya marknader och hitta nya partner för att därigenom på ett bättre sätt utnyttja befintliga resurser.

Målen för den nya EU-strategin är följande:

- Att förse små och medelstora företag med lättillgänglig och adekvat information om hur de kan utöka sin verksamhet utanför EU
- Att förbättra stödaktiviteternas konsekvens
- Att göra stödaktiviteterna mer kostnadseffektiva
- Att fylla igen de luckor som finns i stödtjänsterna
- Att skapa en jämn spelplan och ge lika tillgång för små och medelstora företag från samtliga EU:s medlemsstater⁷

För att nå målen kommer kommissionen att arbeta med:

- Kartläggning av de stödtjänster som finns hemma och utomlands

⁵ Enligt en färsk rapport försöker EU:s små och medelstora företag nu i första hand nå den snabbt expanderande medelklassen i tillväxtländerna. Tidigare gjorde många företag investeringar i, eller köpte in från, tillväxtmarknaderna för att sänka sina produktionskostnader (EIU: *New horizons: Europe's small and medium-sized companies look to emerging markets for growth*).

⁶ Den första probleminventeringen offentliggjordes 2009. Därefter byggde det slutgiltiga samrådet i maj 2011 på en serie vägledande frågor som fick över 60 svar från ett brett urval av berörda intressenter. Samtliga uppgifter om samrådet och en sammanfattning av svaren finns på http://ec.europa.eu/enterprise/policies/international/listeningstakeholders/public-consultation-sme-support/index_en.htm.

⁷ Enligt det nya programmet för konkurrenskraft och små och medelstora företag, som föreslogs i meddelandet av den 29 juni 2011 om nästa fleråriga budgetram.

Kartläggningen ska utmynna i en översikt över befintliga lokala tjänster genom privata och offentliga leverantörer i länder utanför EU, inklusive medlemsstater och organ på EU-nivå. Dessutom bör marknadstillträdesteamen sammanföra och samordna lokala organisationer, till exempel handelskamrar, europeiska företagsorganisationer och partner i nätverket Enterprise Europe, för att hitta synergier och luckor i de befintliga lokala stödaktiviteterna för små och medelstora företag.

- Information direkt till de små och medelstora företagen

Nätverket Enterprise Europe med sina 600 lokala partner kommer att ge de små och medelstora företagen en möjlighet att etablera direkt kontakt på plats och hitta professionella stödtjänster i närmiljön.

För att klara det kommer kommissionen att arbeta på att förbättra samarbetet mellan nätverket Enterprise Europe och samtliga berörda intressenter i medlemsstaterna, vilket kommer att göra nätverket ännu effektivare. En ny ledningsstruktur som omfattar alltför världorganisationer och berörda intressenter kommer att inrättas för att se till att tjänsterna i allt högre grad verkligen blir tillgängliga för de små och medelstora företagen.

- Stödsystemen på EU-nivå ska bli konsekventare för att öka deras effekt

Små och medelstora företag kan behöva särskilt stöd när de börjat verka i ett land utanför EU. Därför kommer kommissionen att senast 2012 ta fram konkreta rekommendationer för att effektivisera hela det stödsystem som finns tillgängligt för europeiska små och medelstora företag på marknaderna utanför EU.

Initiativet kommer att bygga på resultaten av kartläggningen och erfarenheter från pilotprojekt inom företagsstöd.

De europeiska företagens möjligheter är olika på olika marknader, och därför har kommissionen inrättat marknadstillträdesteam på de prioriterade marknaderna⁸.

På grundval av resultaten från kartläggningen kommer kommissionen tillsammans med medlemsstaterna att främja, utvärdera och optimera EU:s portfölj av företagsstöd för små och medelstora företag i länderna utanför EU på grundval av bästa praxis.

⁸ I bilagan till detta meddelande förtecknas de marknadstillträdesteam som finns eller planeras.

Små och medelstora företag behöver ofta hitta rätt partner för att utveckla och producera globalt konkurrenskraftiga erbjudanden i form av varor, tjänster, affärsmodeller etc. De har i allt högre grad en tendens att växa och förnya sig i samarbete genom att starta strategiskt affärssamarbete och nätverk med internationella partner, snarare än ensamma. Här bör även underentreprenad uppmärksammas.

Kluster, företagsnätverk och exportkonsortier kan spela en viktig roll för att hjälpa små och medelstora företag utveckla sådana aktiviteter och bli mer internationellt inriktade. Framför allt spelar exportkonsortier en viktig roll i samband med internationalisering eftersom de företräder en grupp företag som samarbetar kring ett projekt för exportutveckling. Färska studier visar till exempel att nybildade små och medelstora företag som utvecklar nya erbjudanden i form av varor, tjänster etc. inom en speciell nisch ofta är aktiva från början på internationella marknader och deras kapacitet att exportera stärks när de ingår i ett kluster⁹.

- Rationalisering av nya aktiviteter på prioriterade marknader

För att tillgängliga medel ska utnyttjas på bästa sätt och för att undvika överlappningar vill kommissionen särskilt framhålla ett antal vägledande principer. Åtgärder som vidtas på EU-nivå bör komplettera och inte överlappa de aktiviteter för företagsstöd som redan genomförs av medlemsstaterna utan *komplementaritet och additionalitet* är de principer som ska gälla. Dessutom ska stöd på EU-nivå bygga på ett visat behov på marknaden. Även om det kan avse kortsiktiga stöd bör tjänsterna kunna påvisa *hållbarhet* över tid. I enlighet med principen om sund ekonomisk förvaltning ska också *ett effektivt utnyttjande av offentliga medel* vara vägledande.

För nya åtgärder utanför EU kommer kommissionen att tillämpa kriterier för att fastställa geografiska prioriteringar, ange prioriterade länder och introducera en heltäckande uppsättning av specialåtgärder.

- *Marknadens ekonomiska potential och storlek*

- *Omfattningen på de svårigheter som de små och medelstora företagen möter för att ta sig in på marknaden*

- *Luckor i det befintliga företagsstödet*

⁹ Se t.ex. Oseo/Ubifrance-studien (2010) om kopplingen mellan innovation och export: http://www.oseo.fr/storage/newsletters/vendredi_28_mai_20102/gauche/actualites/etu_de_oseo_ubifrance.

Det finns fortfarande utrymme för att bättre utnyttja ett brett urval av befintliga och kommande EU-program för små och medelstora företag som vill växa internationellt och komma in på utländska marknader.

Vid utredningar av handelspolitiska skyddsåtgärder kommer de små och medelstora företagens särskilda situation, i egenskap av importörer, användare, klagande eller exportörer, att beaktas, och information om de handelspolitiska instrumentens användning kommer att göras lättare tillgänglig för små och medelstora företag.

Upphävande av autonoma tullar och kvoter har betydelse för EU:s tillverkningsföretag. De små och medelstora företagens behov beaktas särskilt. Det här verktygets inverkan kommer att bedömas inom ramen för en utvärdering av dess ekonomiska inverkan som ska inledas 2012.

De framtida insatserna bör fokusera på hur de befintliga tjänsteleverantörerna kan samarbeta effektivare, ofta över nationsgränserna, och hur stimulansåtgärder kan tillhandahållas för att detta ska ske. En heltäckande kartläggning av det europeiska utbudet av stödtjänster kommer att lägga grunden till den här processen. Alla EU-institutioner och berörda parter med anknytning till små och medelstora företag kommer att gemensamt genomföra denna strategi, och de bör följa prioriteringarna och de vägledande principerna i detta meddelande när de överväger nya aktiviteter till stöd för små och medelstora företags internationalisering, såväl på kort sikt som på längre sikt.

1.3 Gällande svenska regler och förslagets effekt på dessa

Inte aktuellt

1.4 Budgetära konsekvenser / Konsekvensanalys

Budgetära konsekvenser får beräknas för respektive förslag då de realiserar.

2 Ståndpunkter

2.1 Preliminär svensk ståndpunkt

Regeringen motsätter sig de förslag i kommissionens meddelande som inte tillför något mervärde i förhållande till redan existerande nationella handelsfrämjande insatser. Regeringen anser att Kommissionens viktigaste roll inom handelspolitiken är och bör fortsätta vara att bidra till ökad frihandel och värna om fungerande och öppna handelsregelverk mellan EU och andra länder. I detta arbete kan exempelvis EU-kontoren i utlandet ge ett mervärde för europeiska företag genom stöd och rådgivning i arbetet med att

bekämpa handelshinder på den aktuella marknaden. Om EU ändå ges en roll inom handelsfrämjande bör denna fokusera på områden och aktiviteter som i första hand är komplementära till medlemslänternas insatser. Förutom arbetet mot handelshinder innebär det att insatserna huvudsakligen bör koncentreras till de marknader där medlemsstaterna inte utför eget handelsfrämjande. Det är också angeläget att framhålla importens betydelse och vikten av att EU monterar ner hindren för import av insatsvaror till EU givet insatsvarornas ökande betydelse för produktion och exportkapacitet. Små och medelstora företag kan göra betydande vinster om de har större möjlighet att utnyttja internationella leveranskedjor.

2.2 Medlemsstaternas ståndpunkter

Inte känt.

2.3 Institutionernas ståndpunkter

Inte känt.

2.4 Remissinstansernas ståndpunkter

Inte känt.

3 Förslagets förutsättningar

3.1 Rättslig grund och beslutsförfarande

Ej aktuellt

3.2 Subsidiaritets- och proportionalitetsprincipen

Kommissionen anger i meddelandet att vid genomförande av åtgärder ska subsidiaritet och proportionalitet beaktas tillsammans med ytterligare ett antal vägledande principer.

4 Övrigt

4.1 Fortsatt behandling av ärendet

Meddelandet har översiktligt behandlats i rådsslutsatser som antogs av Konkurrenskraftsrådet 5 december 2011.

