

Europese agenda
Koninklijke INretail
2024- 2029



KONINKLIJKE
INRETAIL



De retail is een vitale sector in Europa. Praat met een Amerikaan en hij wordt lyrisch over Europese winkels. De retail is ook een enorme banenmonitor. Voor veel mensen is de retail een eerste kennismaking met de arbeidsmarkt. De retail genereert meer dan 30 miljoen banen in en om de winkel. Het is een sector met een sterk MKB signatuur, maar liefs 450 miljoen consumenten winkelen dagelijks in onze winkels. Retail is de grootste private werkgever en draagt 10 procent – meer dan 3 biljoen - bij aan de totale Europese economie. In Nederland is de retail samen met horeca en cultuur een drager van de lokale economie, en cruciaal voor de leefbaarheid van onze dorpen en steden.

De retail zit in het hart van de interne markt en de belangrijkste wetgeving komt uit Brussel. Vanuit een verscheidenheid aan onderwerpen (o.a. duurzaamheid, platforms en digitalisering, betalingsverkeer en consumentenrecht) worden besluiten genomen die direct effect hebben op retailers in Brussel, maar raakt ook de fysieke en digitale winkelstraat. Voor Koninklijke INretail vormt het de aanleiding om een Europese 'retail agenda' op te stellen voor de periode 2024 tot 2029. In deze periode richten we ons op wetgeving en de uitwerking. Graag delen we onze zorgen over de disbalans tussen het doel van de wetgeving en de ervaren lasten van ondernemers.

Europese visie om retail weerbaarder, digitaler en duurzamer te maken

Een belangrijke leidraad voor INretail is de in maart 2024 door de Europese Commissie gepubliceerde *Retail Transition Pathway*. Het schetst een toekomstvisie op de retailsector in Europa. De Europese Commissie zet in op een versnelling van digitalisering. Daarnaast zet Europa in op het creëren van een gelijk en competitief speelveld waarin winkels en winkelstraten worden gemoderniseerd. Zo blijven ook winkelstraten aantrekkelijk voor de leefbaarheid en concurrerend met online. En kan het elkaar versterken.

De retailsector neemt verantwoordelijkheid in het klimaatvraagstuk en krijgt in de *Retail Transition Pathway* passende doelstellingen mee. De visie kijkt ook naar de rol van werknemers en het belang van het ontwikkelen van de juiste vaardigheden voor de toekomst. Ook om aansluiting te houden op belangrijke digitale ontwikkelingen.

Wij roepen beslissers in het Europees Parlement op het *Retail Transition Pathway* in het komende EU-mandaat om te zetten naar concrete acties.



Inzet INretail richting Europese Unie

Voor het volgende EU-mandaat van 2024 tot en met 2029 zet INretail in op de volgende punten die voor een vitale retail zorgen. Hierbij speelt INretail in op het *Retail Transition Pathway* en werken we aan een gunstig en toekomstbestendig ondernemersklimaat in Nederland.

1

Tegengaan landelijke koppen op EU regelgeving

Retailers zijn heel Europees. Ze zijn Europees actief en hebben winkeldeuren in veel Europese steden. Duurzaamheid en consumentenrecht zijn bij uitstek onderwerpen die een Europees kader vergen. Nationale koppen, zijn hierbij onwenselijk. Zo zijn er teveel barrières denk aan nieuwe nationale/regionale etiketteringsvereisten en uiteenlopende implementatie. Het beleid zou moeten uitgaan van *think small first* met extra ondersteuning voor het structureel implementeren van de MKB-toets en het uitdragen van de *Better Regulation Checklist* van Eurocommerce.

Actie ► Het structureel meenemen van de MKB-toets in beleid en uitgaan bij nieuw beleid van het principe *think small first*.

2

Voldoende investeringen voor Nederlands retail ecosysteem

De EU moet voldoende investeren in de retail en zorgen voor voldoende mogelijkheden voor financiering om zo duurzamer, digitaal en sterker te worden. Dit om de verschillende transitie te kunnen implementeren die worden genoemd in de Retail Transition Pathway.

Actie ► Het invoeren van een assessment van wetgeving vis-a-vis de interne markt via een competitiveness check. Dit kan een uitbreiding van de huidige impact assessment zijn, zoals die nu wordt uitgevoerd door de Europese Commissie. Onderdeel van deze competitiveness check zouden de Transition Pathways moeten zijn, denk bijvoorbeeld aan wetgeving die raken aan milieu en duurzaamheid.

3

Hanteer een 'channel neutral approach'

Regelgeving, richtlijnen en verordeningen moeten geen onderscheid maken tussen verkoopkanalen. Ondanks de aanhoudende groei van de online verkopen, kopen de meeste consumenten hun producten in fysieke winkels, en omnichannel retailers combineren hun online en offline verkoopkanalen om hun klanten beter te bedienen. Dit betekent dat de combinatie van kanalen essentieel is en regelgeving mag dit niet dwarsbomen.

Actie ► In nieuwe Europese wetgeving moet er oog zijn voor omnichannel retailers en het feit dat Europese wetgevingsinstrumenten geen onderscheid behoren te maken tussen e-commerce en retail.

4

Verdere harmonisatie van de interne markt

Het wegnemen van barrières en het bevorderen van een gelijk speelveld. Denk bijvoorbeeld aan de effecten van verhoogde accijnzen in de grensregio. Grenzen vormen op papier sterke barrières die producten onnodig duur maken voor consumenten. Een voorbeeld zijn de onbepaalde garantietermijnen in Nederland en Finland waar een nationale kop leidt tot een langere garantietermijn dan de twee jaar uit Europese wetgeving. Een verdere voltooiing van de interne markt stimuleert economische groei die nu hinder ondervindt van barrières.

Actie ► Het wegnemen van barrières op de interne markt vanwege divergerende nationale wetgeving. Denk hierbij aan garantietermijnen.

5

Harmonisatie van wetgeving

Denk hierbij aan duurzaamheidswetgeving binnen de Europese Unie. Zo is de Uitgebreide Producentenverantwoordelijkheid (UPV) een Europees initiatief dat telkens nationale invulling krijgt. Voor internationale retailers is dat lastig, omdat hierdoor in elk land andere regels gelden. Meer harmonisatie op Europees niveau zou dit oplossen en zorgt voor een gelijk speelveld.

Actie ► De recent door de EU aangenomen duurzaamheidswetgeving moet binnen de reikwijdte vallen van de vermindering regeldruk ambities en rapportageverlichtingen. Onwerkbaar regeldruk moet worden weggenomen.

6

Denk na over de invoer van producten van buiten de EU

De Europese markt wordt overspoeld met onveilige spullen die consumenten rechtstreeks van elders bestellen, bijvoorbeeld bij Shein en Temu. Vaak is het de vraag hoe en waar de productie plaatsvond en of dit volgens de juiste duurzaamheidsstandaarden en arbeidsomstandigheden is gebeurd. Deze producten zouden qua regels moeten worden gelijkgetrokken met Europese producten, dit kan bijvoorbeeld met instrumenten als een CO2-heffing aan de grens en beter toezicht.

Actie ► De handhaving bij de douane schiet tekort door een gebrek aan coördinatie en middelen. Om dit probleem aan te pakken, moet worden geïnvesteerd in nieuwe technologieën voor productinspectie. Ook kan de samenwerking tussen toezichthouders en de douane verbeteren. Verder is het schrappen van de minimumdrempel van € 150,- voor importheffingen een goede ontwikkeling. Deze maatregelen zijn cruciaal voor een gelijk speelveld.

7

Verdere integratie van de Europese interne markt

Opschaling van schone technologieën en een circulaire economie worden belemmerd door een gefragmenteerde Europese interne markt. De Europese Commissie heeft aangekondigd om medio-2025 een “horizontale interne markt strategie” te presenteren. Interne markt obstakels voor verduurzaming moeten worden weggenomen.

Actie ► Oplossingen zijn onder meer geharmoniseerde duurzaamheidsetikettering voor producten en verdere integratie van kapitaalmarkten voor financiering.

8

Voldoende bescherming voor ondernemers tegen big tech

De huidige wet- en regelgeving bevoordeelt grote platforms te veel en vormt een bedreiging voor levendigheid en leefbaarheid van dorpen en steden. Wet- en regelgeving moeten continu worden aangepast, waardoor producten van lokale initiatieven net zo goed als op platforms vindbaar zijn.

Actie ► De bescherming die wordt geboden met de DSA en DMA is een goede eerste stap en moet worden voortgezet.

9

Handhaaf het Nederlandse ruimtelijke orderingsbeleid

Nederland kent strikte regels voor de vestiging van retail. Hiermee zorgen we dat retail geconcentreerd blijft in binnensteden en dorpskernen en zo zorgen we voor levendige kernen. Deze strikte uitleg van de Dienstenrichtlijn moet mogelijk blijven (en als voorbeeld dienen voor andere landen).

Voorstel ► De huidige invulling van de Dienstenrichtlijn moet in stand blijven dit mandaat.

10

Betalingsverkeer moet de ondernemer helpen

Vanuit de Europese Unie worden grote veranderingen verwacht in het betalingsverkeer (bijvoorbeeld mogelijke invoering digitale euro en PSR). Dit terwijl Nederland één van de meest effectieve en goedkope betalingssystemen binnen de EU heeft. De balans tussen de kosten en opbrengsten van betalingsverkeer moeten rechtvaardig worden verdeeld in de samenleving.

Voorstel ► De effectiviteit van de Nederlandse betalingsinfrastructuur moet behouden blijven, evenals de vrije keuze in geaccepteerde betalingsmiddelen. Toonbankinstellingen moeten niet de extra kosten dragen voor de aanstaande verplichte acceptatie van contact geld.



KONINKLIJKE
INRETAIL

Vragen & contact

Koninklijke INretail helpt ondernemers al 100 jaar vooruit. Dit doen we op lokaal, regionaal, nationaal en Europees niveau. De vereniging is er voor iedereen met een (web)winkel in retail non-food. Voor meer informatie over onze agenda, kunt u contact opnemen met Jeroen van Dijken via jvdijken@inretail.nl of **06 30 08 04 74**.