



Manifest Europese verkiezingen 6 juni 2024

De retail speelt een onmisbare rol in Europa als sector die de meeste banen oplevert, waar de meeste mkb-ondernemingen actief zijn en waar dagelijks bijna 450 miljoen consumenten winkelen. In Nederland speelt de retail dan ook een belangrijke rol om onze dorpen, wijken en steden leefbaar te houden. Het is een drager van de lokale economie, tezamen met horeca en cultuur.

Voor de retail komt steeds vaker belangrijke wetgeving uit de Europese Unie. Vanuit een verscheidenheid aan onderwerpen zoals duurzaamheid, platforms en digitalisering, betalingsverkeer en consumentenrecht worden besluiten genomen die direct effect hebben op de ondernemers in Nederland. De verkiezingen voor het Europees Parlement van 2024 zijn daarom van cruciaal belang. Welke kant gaan we op, wat betekent dat en hoe heeft dat invloed op de Nederlandse winkelstraat?

Europese visie om retail sterker, digitaler en duurzamer te maken

In maart 2024 is de Retail Transition Pathway gelanceerd door de Europese Commissie. Een visie 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 zodat ze vitaal en concurrerend blijven. Online kopen en de fysieke winkel versterken elkaar.

Ook de retailsector wil en moet verantwoording nemen in het klimaatvraagstuk, en krijgt daarbij in de Retail Transition Pathway de benodigde ondersteuning met haalbare doelstellingen. Verder is het streven om ervoor te zorgen dat de gemiddelde werknemer de juiste skills heeft om mee te komen in het digitale tijdperk.

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



Vragen en contact

INretail, Jeroen van Dijken
M 06 300 804 74
E jvdijken@inretail.nl



KONINKLIJKE
INRETAIL

Inzet INretail richting Europese Unie

Voor het volgende EU mandaat van 2024 tot en met 2029 zet INretail in op de volgende punten. Hierbij sluiten we aan op het Retail Transition Pathway en zorgen we voor een gunstig ondernemersklimaat in Nederland.

1

TEGENGAAN LANDELIJKE KOPPEN OP EU REGELGEVING

Een EU die kaders schept voor onderwerpen als duurzaamheid en consumentenrecht, zonder ruimte voor nationale koppen en het blijven werken aan een gelijk speelveld. Nu worden nationale barrières gecreëerd, bijvoorbeeld politieke of juridische druk om meer lokaal in te kopen, nationale/regionale etiketterings-, test- of samenstellingsvereisten, uiteenlopende implementatie en toepassing van de regels, enz. Dit moet stoppen.

2

VOLDOENDE INVESTERINGEN VOOR NEDERLANDS RETAIL ECOSYSTEEM

De EU investeert in het ecosysteem en zorgt voor voldoende mogelijkheden voor financiering om duurzamer, digitaal en sterker te worden.

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.

4

VERDERE HARMONISATIE VAN DE INTERNE MARKT

Het wegnemen van barrières en het bevorderen van een gelijk speelveld. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan de effecten van verhoogde accijnzen in de grensregio. Grenzen vormen nog altijd sterke barrières op papier die producten onnodig duur maken voor consumenten. Denk aan onbeperkte garantietermijnen in Nederland en Finland.

5

DENK NA OVER DE INVOER VAN PRODUCTEN VAN BUITEN DE EU

De Europese markt wordt overspoeld met goedkope spullen die consumenten zelf van elders bestellen. Vaak is het de vraag hoe en waar deze zijn geproduceerd en of dit volgens de sustainable development goals 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.

6

VOLDOENDE BESCHERMING VOOR ONDERNEMERS TEGEN BIG TECH

De huidige wet- en regelgeving bevoordeelt grote platforms nog te veel en vormt een bedreiging voor levendige dorpen en steden. De wet- en regelgeving moet aangepast worden. Verder verdienen initiatieven, zoals Beezy, steun. Beezy heeft tot doel dat uiterlijk in 2030 producten en diensten van lokale winkels online net zo goed te vinden zijn als die van pure online aanbieders.

7

HOUD HET NEDERLANDSE RUIMTELIJKE ORDENINGSBELEID OVEREIND

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



Koninklijke INretail helpt ondernemers al 100 jaar vooruit. De vereniging is er voor iedereen met een (web)winkel in retail non-food.