

Ειδική έκθεση

Μέσα διεθνοποίησης των ΜΜΕ:

πολύαριθμες οι δράσεις στήριξης, όχι όμως
πλήρως συνεκτικές και συντονισμένες



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ
ΕΛΕΓΚΤΙΚΟ
ΣΥΝΕΔΡΙΟ

Περιεχόμενα

	Σημείο
Σύνοψη	I-IX
Εισαγωγή	01-19
Εμπόδια στη διεθνοποίηση των ΜΜΕ	04
Στρατηγική της ΕΕ για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ	05-10
Κύρια μέσα, ρόλοι και αρμοδιότητες της ΕΕ για τη στήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ	11-13
Enterprise Europe Network	14-17
Startup Europe	18-19
Εμβέλεια και τρόπος προσέγγισης του ελέγχου	20-23
Παρατηρήσεις	24-77
Η εφαρμογή της στρατηγικής για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή ήταν ατελής	24-44
Δεν υπάρχει συνολική εικόνα της στήριξης για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ, ενώ και ο συντονισμός είναι ελλιπής	26-30
Η προσβασιμότητα σε πληροφορίες σχετικά με τη στήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ έχει αυξηθεί, αλλά η ενημέρωση για τα οφέλη των ΣΕΣ παραμένει περιορισμένη	31-36
Η βιωσιμότητα και η μακροπρόθεσμη συνέχεια δεν είναι δεδομένες για όλα τα έργα	37-41
Η στρατηγική διεθνοποίησης των ΜΜΕ δεν αξιολογήθηκε συστηματικά	42-44
Το EEN επιτυγχάνει μεν τους κύριους στόχους του, αλλά χωρίς επαρκή προβολή και κάλυψη στις τρίτες χώρες	45-63
Μολονότι πέτυχε τους γενικούς στόχους του, το EEN δεν χαίρει ακόμη επαρκούς προβολής	45-49
Ο συντονισμός μεταξύ του EEN και των εθνικών μέσων δεν αξιοποιείται πλήρως	50-53
Οι ενδιαφερόμενοι φορείς εντόπισαν κενά στην κάλυψη τρίτων χωρών και τα μέλη του EEN αναφέρουν διαφοροποιήσεις στην ποιότητα των υπηρεσιών	54-57

Τα μέλη του EEN θα επιθυμούσαν πρόσθετη ή ευρύτερη κατάρτιση όσον αφορά την πρόσβαση σε χρηματοδότηση και τις συμφωνίες ελεύθερων συναλλαγών 58-63

Μολονότι η Startup Europe ανταποκρίθηκε σε σημαντικές ανάγκες, η βιωσιμότητα, η παρακολούθηση και ο συντονισμός παρουσιάζουν διακυμάνσεις 64-77

Τα έργα της Startup Europe δεν έχουν συνέχεια 67-70

Ανεπαρκής παρακολούθηση της Startup Europe συνολικά 71

Περιορισμένος εσωτερικός και εξωτερικός συντονισμός της Startup Europe 72-73

Δεν έχει αξιολογηθεί η συμβολή στη συνολική στρατηγική για τις ΜΜΕ 74-77

Συμπεράσματα 78-90

Συστάσεις

Παραρτήματα

Παράρτημα I – Έγγραφο πολιτικής με αντίκτυπο στη διεθνοποίηση των ΜΜΕ

Παράρτημα II – Κύρια ενωσιακά μέσα που στηρίζουν τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ

Παράρτημα III – Μεθοδολογία ερευνών

Παράρτημα IV – Στόχοι των έργων της Startup Europe

Αρκτικόλεξα και συντομογραφίες

Γλωσσάριο

Απαντήσεις της Επιτροπής

Χρονογραμμή

Κλιμάκιο ελέγχου

Σύνοψη

I Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της ευρωπαϊκής οικονομίας. Αντιπροσωπεύουν περίπου το 99 % του συνόλου των επιχειρήσεων και το 65 % του συνόλου των θέσεων εργασίας στον μη χρηματοπιστωτικό τομέα.

II Το διεθνές εμπόριο αποτελεί κρίσιμο κινητήριο μοχλό για την οικονομία της ΕΕ, καθώς περισσότερες από 90 εκατομμύρια θέσεις εργασίας εξαρτώνται από τις εξαγωγές. Παρά τη σημασία τους για την οικονομία, οι ΜΜΕ δεν συνεισφέρουν στο διεθνές εμπόριο στον ίδιο βαθμό με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Στις ΜΜΕ αναλογεί μόνο το 30 % των συνολικών εξαγωγών (βάσει αξίας) προς χώρες εκτός ΕΕ.

III Η συνεισφορά της ΕΕ σε μέσα που στοχεύουν συγκεκριμένα στη διεθνοποίηση των ΜΜΕ ανήλθε σε περίπου 850 εκατομμύρια ευρώ την περίοδο 2014-2020, ποσό στο οποίο περιλαμβάνεται χρηματοδότηση ύψους περίπου 450 εκατομμυρίων ευρώ για το δίκτυο Enterprise Europe Network και 30 εκατομμυρίων ευρώ για την πρωτοβουλία Startup Europe. Τα μέσα αυτά συμπληρώνονται από δράσεις της ΕΕ που καλύπτουν, μεταξύ πολλών άλλων τομέων, και τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ. Οι εν λόγω δράσεις εμπίπτουν, παραδείγματος χάριν, στο Ευρωπαϊκό Ταμείο Στρατηγικών Επενδύσεων (ΕΤΣΕ), στο πρόγραμμα «Ορίζων 2020» ή στα μέσα εξωτερικής πολιτικής.

IV Η παρούσα ειδική έκθεση είναι η τελευταία μιας σειράς δημοσιεύσεων του ΕΕΣ, στις οποίες εξετάζεται η στήριξη για τις ΜΜΕ. Η έκθεση επικεντρώνεται σε δύο βασικά μέσα της ΕΕ για τη στήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ, τόσο στην ενιαία αγορά της ΕΕ όσο και σε χώρες εκτός ΕΕ, κατά την περίοδο προγραμματισμού 2014-2020, ήτοι το δίκτυο Enterprise Europe Network και την πρωτοβουλία Startup Europe. Η διεθνοποίηση των ΜΜΕ παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον για το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και άλλους σχετικούς φορείς, λόγω της σημασίας της για τη μεγιστοποίηση του αναπτυξιακού δυναμικού της ΕΕ, ιδίως μέσω των εξαγωγών. Ο εν προκειμένω έλεγχος αναμένεται να συμβάλει στην ενίσχυση της συνοχής και του συντονισμού των προγραμμάτων της ΕΕ σε αυτόν τον σημαντικό τομέα πολιτικής και να ενισχύσει τα συστήματα που εφαρμόζει η Επιτροπή για την παρακολούθηση της συνολικής εφαρμογής της στρατηγικής της για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ, από τα αρχικά στάδια της περιόδου προγραμματισμού.

V Ελέγξαμε τη στρατηγική της ΕΕ για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ και δύο από τις βασικές πρωτοβουλίες που διαχειρίζεται άμεσα η Επιτροπή στον τομέα αυτό, δηλαδή το δίκτυο Enterprise Europe Network και την πρωτοβουλία Startup Europe. Το κύριο ερώτημα του ελέγχου ήταν αν η στήριξη της ΕΕ για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ υπήρξε συνεκτική και συντονισμένη και αν συνέβαλε με επιτυχία στη διεθνοποίησή τους.

VI Διαπιστώσαμε ότι στη στρατηγική της ΕΕ προσδιορίστηκαν σωστά τα βασικά εμπόδια για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ και ότι η ΕΕ και τα κράτη μέλη έχουν θέσει σε εφαρμογή έναν μεγάλο αριθμό δράσεων για τη στήριξη της διεθνοποίησης αυτής. Ωστόσο, σημαντικές δράσεις που συμπεριλαμβάνονται στη στρατηγική δεν έχουν υλοποιηθεί με επιτυχία. Ειδικότερα, δεν υπάρχει επικαιροποιημένος κατάλογος όλων των σχετικών δράσεων στον συγκεκριμένο τομέα, κάτι που θα επέτρεπε τον εντοπισμό κενών, αλληλεπικαλύψεων και δυνητικών συνεργιών μεταξύ των υφιστάμενων δράσεων. Επιπλέον, η οικονομική βιωσιμότητα των δράσεων της ΕΕ δεν εξετάζεται πάντοτε επαρκώς, με αποτέλεσμα ορισμένες να έχουν διακοπεί παρά τα θετικά αποτελέσματά τους.

VII Το δίκτυο για τη στήριξη των επιχειρήσεων Enterprise Europe Network (EEN) έχει επιτύχει τους στόχους του, παραμένει ωστόσο ασαφές σε ποιο βαθμό έχει προωθήσει τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ. Επιπλέον, οι επιδόσεις του EEN διαφέρουν μεταξύ χωρών και κοινοπραξιών, ενώ τα μέλη του θα μπορούσαν να έχουν επιπλέον υποστήριξη σε ορισμένους τομείς, όπως η πρόσβαση στη χρηματοδότηση. Η συνεργασία μεταξύ του EEN και άλλων μέσων λειτουργεί ικανοποιητικά σε επίπεδο ΕΕ, είναι όμως λιγότερο ικανοποιητική μεταξύ των ενωσιακών και των εθνικών μέσων.

VIII Η πρωτοβουλία Startup Europe ανταποκρίνεται στις ανάγκες των νεοφυών επιχειρήσεων, αλλά μόνο βραχυπρόθεσμα, καθώς όλα τα χρηματοδοτούμενα έργα σταμάτησαν να λειτουργούν με την παύση των επιχορηγήσεων και, γενικώς, οι δραστηριότητες αντιμετώπισαν προβλήματα βιωσιμότητας. Η Επιτροπή δεν διαθέτει μια γενική δομή για τον συντονισμό της πρωτοβουλίας, γεγονός που οδηγεί σε περιορισμένη συνεργασία μεταξύ των διαφόρων έργων, καθώς και μεταξύ της ίδιας της πρωτοβουλίας και άλλων ενωσιακών και εθνικών μέσων. Η παρακολούθηση των αποτελεσμάτων είναι εφικτή μόνο σε επίπεδο μεμονωμένων έργων, με αποτέλεσμα να παρέχονται περιορισμένες πληροφορίες σχετικά με τα συνολικά επιτεύγματά της. Επιπλέον, σε ορισμένες περιπτώσεις η πρωτοβουλία έχει οδηγήσει στην εξαγορά νεοφυών επιχειρήσεων από οντότητες εκτός ΕΕ.

IX Συνιστούμε στην Επιτροπή τα εξής:

- να ενισχύσει την επίγνωση, τη συνοχή, τον συντονισμό και τη βιωσιμότητα όσον αφορά τη στήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ·
- να αυξήσει την προβολή του Enterprise Europe Network, τη συνεργασία του με άλλα παρόμοια προγράμματα, την εμβέλεια των δραστηριοτήτων κατάρτισης και τη γεωγραφική κάλυψη βασικών εμπορικών εταιρών από τρίτες χώρες·
- να βελτιώσει την παρακολούθηση και τη μακροπρόθεσμη αποτελεσματικότητα της Startup Europe.

Εισαγωγή

01 Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της ευρωπαϊκής οικονομίας. Αποτελούν περίπου το 99 % του συνόλου των επιχειρήσεων στην ΕΕ, στις οποίες αντιστοιχεί λίγο περισσότερο από το ήμισυ της οικονομικής παραγωγής της ΕΕ από τον μη χρηματοπιστωτικό τομέα. Αυτές οι 21 εκατομμύρια επιχειρήσεις απασχολούν περί τους 100 εκατομμύρια εργαζόμενους και, ως εκ τούτου, είναι υπεύθυνες για το 65 % του συνόλου των θέσεων εργασίας στον μη χρηματοπιστωτικό επιχειρηματικό τομέα¹.

02 Η διεθνοποίηση αποτελεί σημαντικό παράγοντα της ανάπτυξης στην ΕΕ. Όταν οι επιχειρήσεις αναπτύσσονται μέσω εμπορικών συναλλαγών διεθνώς, υπάρχει θετική επίδραση και στην απασχόληση. Εντός της ΕΕ, 56 εκατομμύρια θέσεις εργασίας εξαρτώνται από το ενδοενωσιακό εμπόριο², και πάνω από 38 εκατομμύρια από τις εξαγωγές προς χώρες εκτός ΕΕ³. Αν και δεν υπάρχουν ακριβή αριθμητικά στοιχεία για το μερίδιο δραστηριοποίησης των ΜΜΕ στο διεθνές εμπόριο (εντός και εκτός ΕΕ), εκτιμάται ότι στις εξαγωγικές ΜΜΕ αναλογεί μόλις το 31,8 % της αξίας των συνολικών εξαγωγών προς τρίτες χώρες⁴.

03 Οι ευρωπαϊκές και οι παγκόσμιες αγορές είναι, επομένως, σημαντικές για την ανάπτυξη των ΜΜΕ. Το μικρό τους μέγεθος δεν σημαίνει –ή δεν πρέπει να σημαίνει– ότι δεν μπορούν να προσπαθήσουν να αντλήσουν από το διασυνοριακό εμπόριο τα ίδια οφέλη με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Επίσης, δεδομένου του μεγέθους του τομέα των ΜΜΕ, τα μέτρα που τις βοηθούν να αναπτυχθούν μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά την απασχόληση και την ανάπτυξη στην ΕΕ.

¹ Annual Report on European SMEs 2020/2021. SME Performance Review 2020/2021. Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Ιούλιος 2021.

² Højbjerg Brauer Schultz, βάσει των πινάκων εισροών-εκροών της διεθνούς βάσης δεδομένων WIOD και στοιχείων της Eurostat. Μελέτη του 2018, «25 years of the European Single Market».

³ Έκδοση 2021. Μελέτη της ΓΔ TRADE, «EU Exports to the World: Effects on Employment».

⁴ DG Trade Statistical Guide. Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Αύγουστος 2021.

Εμπόδια στη διεθνοποίηση των ΜΜΕ

04 «Διεθνοποίηση» είναι η διαδικασία κατά την οποία οι επιχειρήσεις συμμετέχουν στις διεθνείς αγορές (εντός ή εκτός ΕΕ), κυρίως μέσω των εξαγωγών, αλλά και μέσω των εισαγωγών και της τεχνικής συνεργασίας. Διάφοροι εσωτερικοί και εξωτερικοί παράγοντες μπορεί να εμποδίσουν τις ΜΜΕ να συμμετάσχουν στη διεθνοποίηση το ίδιο εύκολα με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Σε αυτούς συμπεριλαμβάνονται η γενική έλλειψη γνώσεων σχετικά με το διεθνές εμπόριο ή τις επιχειρηματικές ευκαιρίες σε άλλα μέρη, η περίπλοκη αλλοδαπή νομοθεσία, τα διάφορα τελωνειακά καθεστώτα και άλλοι διοικητικοί φραγμοί, οι περιορισμένοι πόροι και ικανότητες (συμπεριλαμβανομένης της πρόσβασης σε χρηματοδότηση), η απροθυμία για ανάληψη κινδύνων και η ανεπαρκής ενημέρωση σχετικά με τα καθεστώτα δημόσιας στήριξης. Η παροχή βοήθειας στις ΜΜΕ για την υπέρβαση αυτών των εμποδίων αποτελεί σημαντική προτεραιότητα για την ΕΕ, η οποία έχει δρομολογήσει διάφορες πρωτοβουλίες για την αντιμετώπιση των αναγκών τους.

Στρατηγική της ΕΕ για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ

05 Η συνολική πολιτική της ΕΕ για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ, τόσο στην ενιαία αγορά όσο και εκτός ΕΕ, απορρέει από την πράξη «Small Business Act» (εφεξής SBA)⁵. Η πράξη αυτή αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της στήριξης των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων και αποσκοπεί στην εξασφάλιση της συνοχής μεταξύ των πολλών μέσων και δράσεων της ΕΕ που προάγουν τη διεθνή ανάπτυξη των ευρωπαϊκών ΜΜΕ. Επίσης, καθορίζει τις αρχές που διέπουν τις πρωτοβουλίες της ΕΕ στον τομέα αυτό (βλέπε [πλαίσιο 1](#)) και ενθαρρύνει τα κράτη-μέλη να ακολουθούν παρόμοιες αρχές και προτεραιότητες στο πλαίσιο των εθνικών πολιτικών τους με τις οποίες στηρίζουν τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ.

⁵ Ανακοίνωση της Επιτροπής με τίτλο «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις - Μια «Small Business Act για την Ευρώπη», COM(2008) 394 final, της οποίας ανασκόπηση περιλαμβάνεται στο έγγραφο COM(2011) 78.

Πλαίσιο 1

«Small Business Act» – Αρχές για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ

Οι γενικοί στόχοι της SBA βασίζονται σε δέκα αρχές. Σκοπός τους είναι να προωθήσουν την ανάπτυξη των ΜΜΕ, βοηθώντας τις μικρές επιχειρήσεις να υπερβούν τα εμπόδια που αποτελούν πρόσκομμα στην ανάπτυξή τους. Δύο από αυτές τις δέκα αρχές ενθαρρύνουν την ΕΕ και τα κράτη μέλη να βοηθήσουν τις ΜΜΕ να επωφεληθούν από τη διεθνοποίηση:

- Υποστήριξη των ΜΜΕ ώστε να επωφεληθούν περισσότερο από τις ευκαιρίες που προσφέρει η ενιαία αγορά (αρχή VII).
- Ενθάρρυνση και υποστήριξη των ΜΜΕ ώστε να επωφεληθούν από την ανάπτυξη των αγορών (αρχή X).

06 Μετά από τις αρχές που καθορίστηκαν στο πλαίσιο της SBA, ακολούθησε, το 2011, η ανακοίνωση της Επιτροπής με τίτλο «Μικρή επιχείρηση, μεγάλος κόσμος», με την οποία θεσπίστηκε μια **στρατηγική της ΕΕ για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ**. Σκοπός της στρατηγικής ήταν να αντιμετωπιστούν οι προκλήσεις ([γράφημα 1](#)), να ενισχυθεί η συνοχή των διαφόρων υφιστάμενων δράσεων για τη στήριξη της διεθνούς ανάπτυξης των ευρωπαϊκών ΜΜΕ και να διατυπωθούν οι αρχές που θα έπρεπε να διέπουν κάθε πρωτοβουλία της ΕΕ στον τομέα αυτό από το 2014 και μετά.

Γράφημα 1 – Προκλήσεις στον τομέα που αφορά τη στήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ

Στην στρατηγική προσδιορίζονται οι ακόλουθες βασικές προκλήσεις αναφορικά με τη στήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ:



Πηγή: COM(2011) 702 final – «Μικρή επιχείρηση, μεγάλος κόσμος – μια νέα εταιρική σχέση που θα βοηθήσει τις ΜΜΕ να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες της παγκοσμιοποίησης».

07 Για την αντιμετώπιση των προκλήσεων που εντοπίστηκαν, στη στρατηγική της ΕΕ για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ τίθενται οι ακόλουθοι στόχοι:

- ο παροχή ευπρόσιτης και επαρκούς πληροφόρησης στις ευρωπαϊκές ΜΜΕ σχετικά με τρόπους επέκτασης των δραστηριοτήτων τους στις διεθνείς αγορές,
- ο μεγαλύτερη συνεκτικότητα των υφιστάμενων δραστηριοτήτων υποστήριξης,
- ο βελτίωση του συντονισμού, της συνεργασίας και της οικονομικής αποδοτικότητας μεταξύ των υφιστάμενων προγραμμάτων της ΕΕ, μεταξύ των προγραμμάτων της ΕΕ και εκείνων των κρατών μελών της, καθώς και μεταξύ των πρωτοβουλιών του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα,
- ο κάλυψη των υφιστάμενων κενών στις υπηρεσίες υποστήριξης,

- ο διαμόρφωση ίσων όρων ανταγωνισμού και παροχή ίσης στήριξης στις ΜΜΕ από όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ.

08 Επιπλέον, στη στρατηγική καθορίζονται βασικές κατευθυντήριες αρχές, οι οποίες πρέπει να διέπουν κάθε ενωσιακή πρωτοβουλία στον συγκεκριμένο τομέα:

- ο Συμπληρωματικότητα και προσθετικότητα: Όλες οι δράσεις που αναλαμβάνονται σε επίπεδο ΕΕ πρέπει να συμπληρώνουν και να μην επικαλύπτουν δραστηριότητες στήριξης επιχειρήσεων που εφαρμόζονται ήδη από τα κράτη μέλη ή/και από ιδιωτικούς φορείς.
- ο Επικουρικότητα και κατάλληλη κατανομή εργασιών: Όλες οι δράσεις της ΕΕ πρέπει να καλύπτουν ελλείψεις ή να ενισχύουν υφιστάμενες υπηρεσίες υποστήριξης στις περιπτώσεις κατά τις οποίες οι ανάγκες δεν καλύπτονται –ή δεν καλύπτονται επαρκώς– από άλλους δημόσιους ή ιδιωτικούς οργανισμούς.
- ο Βιωσιμότητα: Οι υπηρεσίες στήριξης των επιχειρήσεων της ΕΕ πρέπει να βασίζονται σε αποδεδειγμένη ύπαρξη ζήτησης της αγοράς. Μπορούν να χρηματοδοτούνται βραχυπρόθεσμα από δημόσια κονδύλια βάσει του δημοσιονομικού κανονισμού, ωστόσο πρέπει να αυτοχρηματοδοτούνται κατά το δυνατόν περισσότερο, ώστε να αποφεύγεται ο ανταγωνισμός με ιδιωτικούς φορείς παροχής υπηρεσιών.
- ο Αποδοτικότητα της χρήσης δημόσιων πόρων: Σύμφωνα με την αρχή της χρηστής δημοσιονομικής διαχείρισης, για κάθε δραστηριότητα πρέπει να ορίζονται συγκεκριμένοι, μετρήσιμοι, εφικτοί, σχετικοί και χρονικά προσδιορισμένοι (SMART) στόχοι και να προβλέπεται η κατάλληλη αξιολόγησή τους.
- ο Ισότιμοι όροι ανταγωνισμού σε όλα τα κράτη μέλη: Οι ΜΜΕ πρέπει να δέχονται την ίδια στήριξη σε όλη την Ευρώπη.

09 Η Επιτροπή δεσμεύθηκε να αναλάβει σειρά δράσεων για την εφαρμογή της στρατηγικής και την επίτευξη των παραπάνω στόχων. Οι δράσεις αυτές περιλάμβαναν τη δρομολόγηση μιας λεπτομερούς χαρτογράφησης και επακόλουθης ανάλυσης των υφιστάμενων δράσεων στήριξης σε ενωσιακό και εθνικό επίπεδο, την ενίσχυση του Enterprise Europe Network (EEN), ως κύριου μέσου της ΕΕ για την παροχή άμεσης στήριξης στη διεθνοποίηση των ΜΜΕ και την προώθηση ομάδων και δικτύων για τον σκοπό αυτό.

10 Από το 2015 έως το 2021, η SBA και η στρατηγική για τη διεθνοποίηση συμπληρώθηκαν από μια σειρά ανακοινώσεων σχετικά με το διεθνές εμπόριο, την ενιαία αγορά, τις νεοφυείς και τις επεκτεινόμενες επιχειρήσεις, την πρόσβαση στη

χρηματοδότηση και άλλα θέματα που έχουν αντίκτυπο στη διεθνοποίηση των ΜΜΕ ([παράρτημα I](#)). Μαζί με τη SBA, οι ανακοινώσεις αυτές αποτελούν το γενικό πλαίσιο πολιτικής της Επιτροπής στον συγκεκριμένο τομέα.

Κύρια μέσα, ρόλοι και αρμοδιότητες της ΕΕ για τη στήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ

11 Η ΕΕ έχει θεσπίσει διάφορα μέσα για τη στήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ, τα οποία διαφέρουν σημαντικά ως προς την προσέγγιση και τους στόχους τους. Στα μέσα αυτά συγκαταλέγονται, μεταξύ άλλων, δίκτυα υποστήριξης για παροχή γενικών πληροφοριών και συμβουλών, χρηματοδοτική συνδρομή και εργαλεία τεχνολογίας των πληροφοριών (ΤΠ), καθώς και πύλες και γραφεία υποστήριξης που παρέχουν πληροφορίες σχετικά με τις κανονιστικές απαιτήσεις για το διεθνές εμπόριο. Ορισμένα μέσα στοχεύουν αποκλειστικά στις ΜΜΕ (ή και στη διεθνοποίηση των ΜΜΕ), ενώ σε άλλα οι ΜΜΕ αποτελούν έναν μόνο από τους διάφορους υποστηριζόμενους τομείς. Την περίοδο 2014-2020, η συνεισφορά της ΕΕ σε μέσα που στοχεύουν ειδικά στη διεθνοποίηση των ΜΜΕ (ΕΕΝ, πρωτοβουλία Startup Europe, Κέντρο βιομηχανικής συνεργασίας ΕΕ-Ιαπωνίας, Κέντρο ΜΜΕ της ΕΕ για την Κίνα, δίκτυο ELAN για την επιχειρηματική συνεργασία ΕΕ και Λατινικής Αμερικής, δίκτυο ENRICH, EU Gateway, Eurostars και γραφείο υποστήριξης ΔΔΙ) ανήλθε σε περίπου 850 εκατομμύρια ευρώ.

12 Τα πολυάριθμα μέσα και δράσεις στον τομέα αυτό συνοδεύονται από τον μεγάλο αριθμό οργανισμών και υπηρεσιών που τα διαχειρίζονται. Για μια επισκόπηση των κύριων μέσων και των αρμόδιων υπηρεσιών της ΕΕ, βλέπε [πίνακα 1](#) και, για μια λεπτομερέστερη περιγραφή των διαφόρων μέσων, βλέπε [παράρτημα II](#). Τα μέσα της ΕΕ συμπληρώνονται από προγράμματα στήριξης στα κράτη μέλη, τα περισσότερα από τα οποία εφαρμόζονται μέσω εθνικών και περιφερειακών οργανισμών για την προώθηση του εμπορίου (ΟΠΕ), καθώς και μέσω των ενώσεων μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων.

Πίνακας 1 – Κύρια μέσα της ΕΕ και αρμόδιες ΓΔ/όργανα

Είδος μέσου	Μέσο	ΓΔ/όργανα
Συνολική στήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ	Enterprise Europe Network	ΓΔ GROW / EISMEA
	Startup Europe	ΓΔ CONNECT
Προγράμματα χρηματοδότησης	Μέσο για τις ΜΜΕ / Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Καινοτομίας (ΕΣΚ)	ΓΔ RTD / EISMEA
	Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία	ΓΔ REGIO
	Eurostars (EUREKA)	ΓΔ RTD
Χρηματοοικονομικά μέσα	Ευρωπαϊκό Ταμείο Στρατηγικών Επενδύσεων (ΕΤΣΕ) / COSME / InnovFin	ΕΤΕπ / ΕΤαΕ / ΓΔ GROW / ΓΔ RTD / ΓΔ ECFIN
Γεωγραφικά μέσα και έργα	Κέντρο Βιομηχανικής Συνεργασίας ΕΕ-Ιαπωνίας	ΓΔ GROW
	Κέντρο ΜΜΕ της ΕΕ (Κίνα)	ΓΔ INTPA
	Δίκτυο ELAN (Λατινική Αμερική)	ΓΔ INTPA
	Δίκτυο ENRICH (Βραζιλία, Κίνα και ΗΠΑ)	ΓΔ RTD
	ICI+ στη Νοτιοανατολική Ασία (NAA)	ΓΔ INTPA
	Πύλη της ΕΕ / Οδοί επιχειρηματικών αποστολών προς τη Νοτιοανατολική Ασία	Υπηρεσία Μέσων Εξωτερικής Πολιτικής
Εργαλεία ΤΠ, βάσεις δεδομένων, γραφεία υποστήριξης	Access2Markets (πρώην Market Access Database)	ΓΔ TRADE
	Ευρωπαϊκή πλατφόρμα συνεργασίας συνεργατικών σχηματισμών (ECCP)	ΓΔ GROW
	Γραφεία υποστήριξης των ΜΜΕ σε θέματα διανοητικής ιδιοκτησίας	ΓΔ GROW / ΓΔ TRADE / ΓΔ INTPA

Πηγή: ΕΕΣ, με βάση το έγγραφο της Επιτροπής με τίτλο «Overview of EU instruments contributing to the internationalisation of European businesses».

13 Μεταξύ των πολλών μέσων της ΕΕ για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ, ιδιαίτερα σημαντικά είναι το EEN και η πρωτοβουλία Startup Europe. Αυτά αποτελούν το πρώτο

σημείο επαφής για τις ΜΜΕ και τις νεοφυείς επιχειρήσεις που αναζητούν συμβουλευτική υποστήριξη και δικτύωση με σκοπό τη διεθνοποίηση. Κατά συνέπεια, ο έλεγχός μας επικεντρώθηκε συγκεκριμένα στα δύο αυτά μέσα.

Enterprise Europe Network

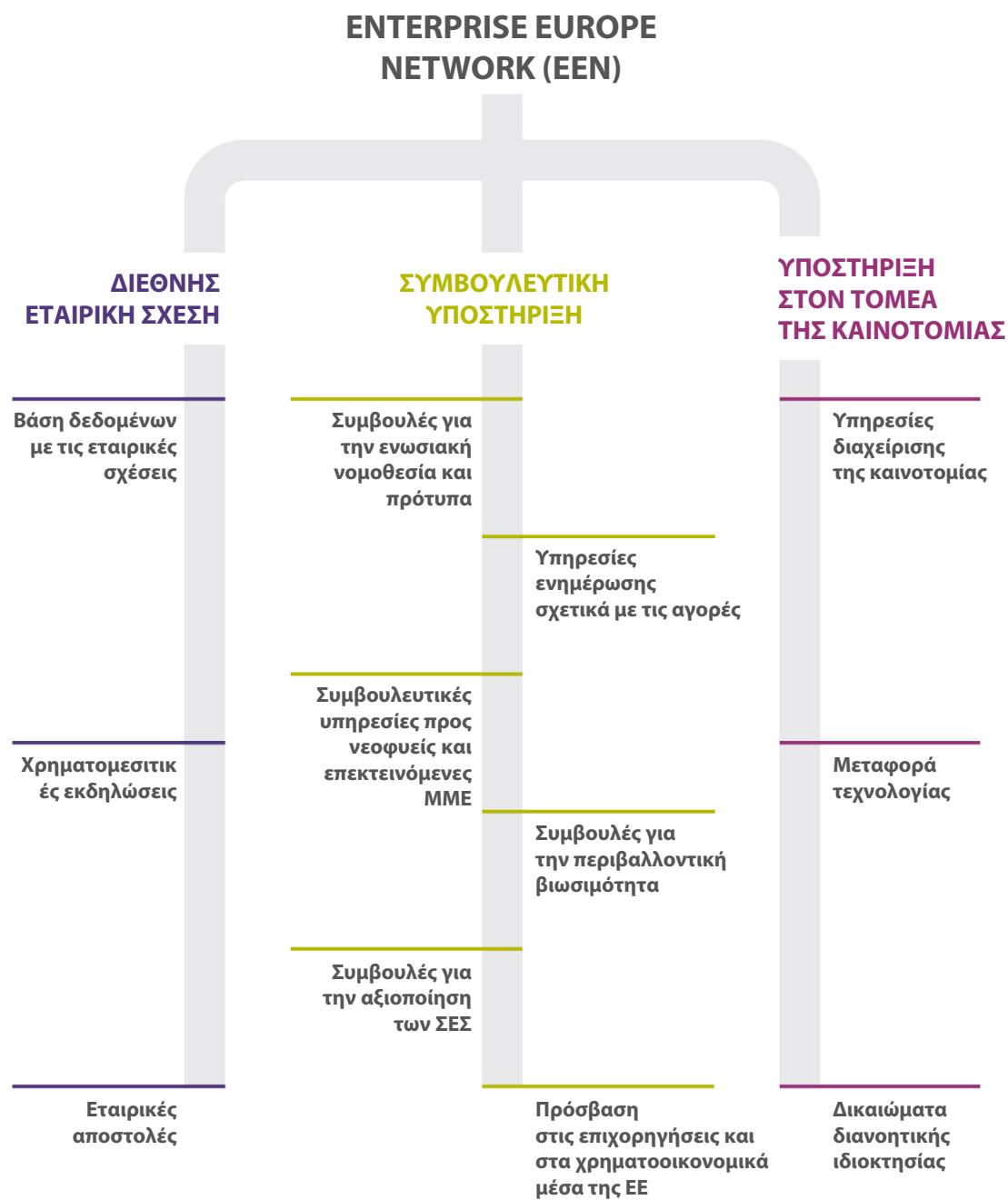
14 Το EEN είναι το κύριο εργαλείο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ και το μεγαλύτερο δίκτυο υποστήριξης των ΜΜΕ με διεθνείς φιλοδοξίες. Κύριος στόχος του είναι η παροχή υπηρεσιών με προστιθέμενη αξία που βοηθούν τις ευρωπαϊκές ΜΜΕ να ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα, τη βιωσιμότητα και τις ικανότητές τους για καινοτομία, ώστε να αναπτύσσονται και να συναλλάσσονται εντός και εκτός Ευρώπης.

15 Το EEN δημιουργήθηκε το 2008. Στο πλαίσιο του προγράμματος COSME, το EEN έλαβε 385 εκατομμύρια ευρώ για ολόκληρη την περίοδο 2015-2021, ή περί τα 55 εκατομμύρια ετησίως. Το ίδιο διάστημα, περί τα 11 εκατομμύρια ευρώ διατέθηκαν από το «Ορίζων 2020» για υπηρεσίες που σχετίζονταν με την καινοτομία προς όφελος των ΜΜΕ, μαζί με τη χρηματοδότηση από οργανισμούς υποδοχής του EEN (η ΕΕ συγχρηματοδοτεί έως και το 60 % του προϋπολογισμού του EEN).

16 Την περίοδο 2015-2021, το EEN περιλάμβανε ως μέλη του περισσότερους από 600 οργανισμούς σε 60 χώρες. Σε αυτούς περιλαμβάνονται οργανισμοί περιφερειακής ανάπτυξης, τεχνολογικοί πόλοι, οργανισμοί υποστήριξης της καινοτομίας, πανεπιστήμια και ερευνητικά ιδρύματα, καθώς και εμπορικά και βιομηχανικά επιμελητήρια. Τα μέλη αυτά είναι ομαδοποιημένα σε περιφερειακές κοινοπραξίες που επιλέγονται μέσω ανοικτών προσκλήσεων για υποβολή προτάσεων. Όλες οι κοινοπραξίες πρέπει να είναι σε θέση να παρέχουν στις επιχειρήσεις υπηρεσίες υποστήριξης υψηλής ποιότητας, και τα μέλη πρέπει να έχουν αποδεδειγμένη πείρα συνεργασίας με μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις.

17 Οι υπηρεσίες υποστήριξης του EEN καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων που συμβάλλουν στην καινοτομία, την ανάπτυξη και την επέκταση των ΜΜΕ της ΕΕ, τόσο εντός της ΕΕ όσο και πέραν αυτής. Σε αυτές περιλαμβάνονται η παροχή εμπειρογνωσίας, επαφών και εκδηλώσεων για την ενθάρρυνση των διεθνών συμπράξεων, καθώς και η παροχή συμβουλών σχετικά με τις διεθνείς αγορές και την καινοτομία ([γράφημα 2](#)).

Γράφημα 2 – Υπηρεσίες του EEN



Πηγή: ΕΕΣ.

Startup Europe

18 Το 2012, η Επιτροπή εγκαινίασε την πρωτοβουλία Startup Europe με σκοπό να βοηθήσει τις νεοφυείς επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας να αναπτυχθούν στις ευρωπαϊκές και διεθνείς αγορές. Οι ανάγκες των νεοφυών επιχειρήσεων διαφέρουν από αυτές των εδραιωμένων ΜΜΕ, καθώς οι πρώτες διατρέχουν υψηλότερο κίνδυνο να εξαγοραστούν πριν μπορέσουν να αναπτυχθούν πλήρως σε διεθνές επίπεδο.

19 Προκειμένου να βοηθήσει τις νεοφυείς επιχειρήσεις να επιτύχουν στις αγορές εντός και εκτός της ΕΕ, η Startup Europe παρέχει χρηματοδότηση σε κατασκευαστές οικοσυστημάτων, δηλαδή οργανισμούς που συνδέουν τις νεοφυείς επιχειρήσεις της ΕΕ με επενδυτές και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς, και τους παρέχουν τις πληροφορίες και την υποστήριξη που χρειάζονται προκειμένου αυτές να αναπτυχθούν και να διεθνοποιηθούν. Την περίοδο προγραμματισμού 2014-2020, η Startup Europe δαπάνησε 30 εκατομμύρια ευρώ για την προώθηση 22 έργων, προσεγγίζοντας πάνω από 1 000 επιχειρήσεις σε περίπου 60 οικοσυστήματα νεοφυών επιχειρήσεων σε ολόκληρη την ΕΕ.

Εμβέλεια και τρόπος προσέγγισης του ελέγχου

20 Η παρούσα ειδική έκθεση αποτελεί συνέχεια μιας σειράς δημοσιεύσεων του ΕΕΣ με θέμα τη στήριξη προς τις ΜΜΕ⁶. Η έκθεση επικεντρώνεται στη διεθνοποίηση των ΜΜΕ τόσο στην ενιαία αγορά της ΕΕ όσο και σε χώρες εκτός ΕΕ, καθώς και στις δραστηριότητες που υλοποιήθηκαν για τον σκοπό αυτό κατά την περίοδο προγραμματισμού 2014-2020. Ο εν προκειμένω έλεγχος πραγματοποιήθηκε σε συντονισμό με άλλον έλεγχό μας με αντικείμενο τη στήριξη του ΕΤΠΑ υπέρ της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ.

21 Τόσο το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο όσο και το Συμβούλιο έχουν τονίσει τη σημασία της στήριξης των καινοτόμων ΜΜΕ και των νεοφυών επιχειρήσεων, προκειμένου να μεγιστοποιηθεί το αναπτυξιακό δυναμικό της ΕΕ. Όσον αφορά το Κοινοβούλιο, ο σημαντικός αντίκτυπος της διεθνοποίησης των ΜΜΕ στην ανάπτυξη και την απασχόληση παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τις επιτροπές που είναι αρμόδιες για το διεθνές εμπόριο και τη βιομηχανία, την έρευνα και την ενέργεια. Προσδοκούμε ότι οι παρατηρήσεις και οι συστάσεις του εν προκειμένω ελέγχου θα συμβάλουν στην ενίσχυση της συνοχής και του συντονισμού μεταξύ των πολλών μέσων της ΕΕ στον τομέα αυτό, ιδίως του EEN και της πρωτοβουλίας Startup Europe. Επιπλέον, με τον έλεγχο αναμένεται να ενισχυθούν τα συστήματα που εφαρμόζει η Επιτροπή για την παρακολούθηση της συνολικής υλοποίησης της στρατηγικής της υπέρ της διεθνοποίησης των ΜΜΕ σε αυτό το αρχικό στάδιο της περιόδου προγραμματισμού.

22 Με τον έλεγχο αξιολογήθηκε αν η στήριξη της ΕΕ ήταν συνεκτική και συντονισμένη και αν συνέβαλε με επιτυχία στη διεθνοποίηση των ΜΜΕ. Ο έλεγχος διενεργήθηκε με σκοπό να δοθούν απαντήσεις στα εξής ερωτήματα:

- αν η στήριξη της ΕΕ για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ είναι συνεκτική και συντονισμένη⁶ και
- αν το EEN και η Startup Europe, ως βασικές δράσεις τις οποίες διαχειρίζεται άμεσα η Επιτροπή, συμβάλλουν επιτυχώς στη διεθνοποίηση των ΜΜΕ.

⁶ Πρόκειται για τις εξής ειδικές εκθέσεις του ΕΕΣ: 20/2017 σχετικά με τον μηχανισμό εγγυήσεων υπέρ των ΜΜΕ, 17/2019 σχετικά με τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών, 2/2020 σχετικά με το μέσο για τις ΜΜΕ, 25/2020 σχετικά με την Ένωση Κεφαλαιαγορών.

23 Για τον έλεγχο αυτό, συγκεντρώσαμε στοιχεία από διάφορες πηγές:

- ο από συναντήσεις με εμπειρογνώμονες και εκπροσώπους ενδιαφερόμενων φορέων, συμπεριλαμβανομένων των κύριων ενώσεων υποστήριξης των ΜΜΕ της ΕΕ,
- ο από έλεγχο εγγράφων τεκμηρίωσης, γραπτά ερωτηματολόγια και δομημένες συνεντεύξεις με υπηρεσίες της Επιτροπής (με τις ΓΔ GROW, TRADE, RTD, CONNECT, REGIO και INTPA, την Ευρωπαϊκή Υπηρεσία Εξωτερικής Δράσης, την Υπηρεσία Μέσων Εξωτερικής Πολιτικής), τον Εκτελεστικό Οργανισμό για το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Καινοτομίας και τις ΜΜΕ (EISMEA), την ΕΤΕπ, το ΕΤαΕ, τους ΟΠΕ και τις ενώσεις ΜΜΕ, έρευνα μεταξύ των μελών του EEN σχετικά με τη συμβολή του EEN στη διεθνοποίηση των ΜΜΕ και τον συντονισμό / τη συνεργασία του με τα κύρια μέσα της ΕΕ στον τομέα αυτό (βλέπε παράρτημα II για λεπτομέρειες σχετικά με τη μεθοδολογία της έρευνας),
- ο έρευνα στους ΟΠΕ σχετικά με τα κύρια ενωσιακά μέσα για τη διεθνοποίηση των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων και τη συμπληρωματικότητά τους με τα εθνικά μέσα στον τομέα αυτό (βλέπε παράρτημα II για λεπτομέρειες σχετικά με τη μεθοδολογία της έρευνας),
- ο ανάλυση της οικονομικής βιωσιμότητας και της συνέχειας επιλεγμένων γεωγραφικών μέσων της ΕΕ που παρουσιάζονται στον πίνακα 2 και έργων της Startup Europe και ανάλυση του συντονισμού και της συνεργασίας τους με το Enterprise Europe Network.

Παρατηρήσεις

Η εφαρμογή της στρατηγικής για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή ήταν ατελής

24 Στη στρατηγική διεθνοποίησης των ΜΜΕ εντοπίζονταν διάφορες προκλήσεις που αφορούσαν τη διεθνοποίηση αυτή (βλέπε σημείο 4). Για την αντιμετώπισή τους, η στρατηγική έθετε, μεταξύ άλλων, τους ακόλουθους στόχους:

- ο παροχή ευπρόσιτης και επαρκούς πληροφόρησης στις ΜΜΕ σχετικά με τρόπους επέκτασης των δραστηριοτήτων τους,
- ο μεγαλύτερη συνεκτικότητα των δραστηριοτήτων υποστήριξης,
- ο κάλυψη των υφιστάμενων κενών στις υπηρεσίες υποστήριξης.

25 Προς επίτευξη αυτών των στόχων, στο πλαίσιο της στρατηγικής για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ, η Επιτροπή δεσμεύθηκε για μια σειρά δράσεων, όπως:

- ο χαρτογράφηση των υφιστάμενων δυνατοτήτων παροχής υπηρεσιών υποστήριξης, έτσι ώστε να επιτραπεί μια ορθολογικότερη και συνεκτικότερη προσέγγιση στο μέλλον,
- ο δημιουργία ενιαίας εικονικής πύλης με πληροφορίες για τις ΜΜΕ που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά πέρα από τα σύνορα της ΕΕ,
- ο μεγαλύτερη συνεκτικότητα των σχεδίων υποστήριξης σε επίπεδο ΕΕ έτσι ώστε να ενισχυθεί ο αντίκτυπός τους,
- ο προώθηση ομάδων και δικτύων για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ.

Δεν υπάρχει συνολική εικόνα της στήριξης για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ, ενώ και ο συντονισμός είναι ελλιπής

26 Όταν η Επιτροπή εγκαινίασε τη στρατηγική για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ το 2011, εντόπισε περισσότερα από 300 προγράμματα στήριξης με προϋπολογισμό άνω των 2 εκατομμυρίων ευρώ, τα οποία συνέβαλαν στη διεθνοποίηση των

επιχειρήσεων στην ΕΕ και στα κράτη μέλη της⁷. Έκτοτε, ο αριθμός αυτός συνεχίζει να αυξάνεται, εγείροντας ανησυχίες σχετικά με ενδεχόμενο κίνδυνο πολλαπλασιασμού των ανεπαρκώς συντονισμένων καθεστώτων στήριξης στον τομέα αυτό⁸.

27 Προκειμένου να ενισχυθεί η συνοχή μεταξύ των πολυάριθμων μέσων και να εντοπιστούν πιθανή αλληλεπικάλυψη, κατακερματισμός, κενά και συνεργίες, η Επιτροπή δεσμεύθηκε να διενεργήσει λεπτομερή μελέτη για τη χαρτογράφηση των υφιστάμενων δραστηριοτήτων υποστήριξης των ΜΜΕ σε ενωσιακό και εθνικό επίπεδο, τόσο των δημόσιων όσο και των ιδιωτικών, και να προβεί στη συνέχεια σε ανάλυση, προκειμένου να εντοπιστούν οι αλληλεπικαλύψεις και ο κατακερματισμός, καθώς και τα κενά και οι πιθανές συνεργίες στις υφιστάμενες δραστηριότητες υποστήριξης των ΜΜΕ. Η μελέτη⁹ κάλυψε το σύνολο των 27 κρατών μελών της ΕΕ και επιπλέον 25 επιλεγμένες χώρες και είχε ως αποτέλεσμα την κατάρτιση καταλόγου 1 156 υπηρεσιών υποστήριξης (734 στην ΕΕ και 422 σε τρίτες χώρες). Παρά την ευρεία κάλυψη, στο πόρισμα της μελέτης επισημαίνεται ότι υπάρχουν ακόμη εκατοντάδες υπηρεσίες υποστήριξης που δεν μπόρεσαν να συμπεριληφθούν στον κατάλογο.

28 Το 2015, η Επιτροπή δημοσίευσε μια περισσότερο περιορισμένη επισκόπηση των μέσων της ΕΕ που συμβάλλουν στη διεθνοποίηση των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων, η οποία στη συνέχεια επικαιροποιήθηκε το 2017, το 2019 και το 2020¹⁰. Αν και η επισκόπηση αυτή είναι χρήσιμη, το γεγονός ότι δεν περιλαμβάνει τα εθνικά μέσα περιορίζει την αξία της όσον αφορά την εξασφάλιση της συνοχής εντός του εκτεταμένου πεδίου των δραστηριοτήτων υποστήριξης που προωθούν τόσο η ΕΕ όσο και τα κράτη μέλη.

29 Οι δραστηριότητες που προωθούνται στα κράτη μέλη μέσω του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) είναι ιδιαίτερα σημαντικές για τη συνοχή και τον συντονισμό με άλλες ενωσιακές δράσεις στον τομέα αυτό. Διαπιστώσαμε ότι, αν και στο ΕΤΠΑ αναλογούσε το μεγαλύτερο μερίδιο του προϋπολογισμού της ΕΕ που διατέθηκε για την ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ, συμπεριλαμβανομένης της

⁷ «Opportunities for the internationalisation of European SMEs». Μελέτη κατά παραγγελία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, 2010.

⁸ «How to support the internationalisation of SMEs and microenterprises», μελέτη του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, 2017.

⁹ Study on Support Services for SMEs in International Business, Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2013.

¹⁰ Overview of EU instruments contributing to internationalisation, Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

διεθνοποίησης¹¹, η Επιτροπή δεν καθόρισε συγκεκριμένο κωδικό κατηγορίας παρέμβασης υπέρ των δράσεων που προωθούν τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ μέσω του ΕΤΠΑ για την περίοδο προγραμματισμού 2014-2020. Ως εκ τούτου, οι πληροφορίες για συγκεκριμένα έργα στον τομέα αυτό δεν ήταν συστηματικά προσβάσιμες και δεν χρησιμοποιήθηκαν για ανάλυση και συντονισμό. Για την περίοδο προγραμματισμού 2021-2027, ο κανονισμός 2021/1060¹² περιλαμβάνει συγκεκριμένο κωδικό κατηγορίας παρέμβασης: «Επιχειρηματική ανάπτυξη και διεθνοποίηση των ΜΜΕ», ο οποίος είναι πιθανό να αυξήσει τη διαφάνεια των δράσεων που συγχρηματοδοτούνται από την ΕΕ στον τομέα αυτό.

30 Παρά τον μεγάλο αριθμό δράσεων που εξαγγέλθηκαν στο πλαίσιο της στρατηγικής και παρά τον διατομεακό χαρακτήρα της πολιτικής για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ, δεν ορίστηκε ειδική υπηρεσία σε επίπεδο Επιτροπής για την κεντρική διαχείριση και τον συντονισμό της εφαρμογής της στρατηγικής. Συνεπεία αυτού, ο συντονισμός μεταξύ των υπηρεσιών της Επιτροπής λειτούργησε πολύ καλά σε ορισμένους τομείς [παραδείγματος χάριν, κεφάλαια για τις ΜΜΕ στις συμφωνίες ελεύθερων συναλλαγών (ΣΕΣ)], αλλά δεν συνέβη το ίδιο με τα διάφορα δίκτυα που συγχρηματοδοτούνται από την ΕΕ, όπως το EEN, η «Startup Europe» ή το δίκτυο ELAN, όπως καταδεικνύεται στις επόμενες ενότητες της παρούσας έκθεσης.

Η προσβασιμότητα σε πληροφορίες σχετικά με τη στήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ έχει αυξηθεί, αλλά η ενημέρωση για τα οφέλη των ΣΕΣ παραμένει περιορισμένη

31 Η Επιτροπή δεσμεύθηκε να αναλάβει σειρά δράσεων για τη βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ στις πληροφορίες που χρειάζονται για την είσοδό τους σε νέες αγορές. Το 2014, η Επιτροπή δημιούργησε τη διαδικτυακή πύλη για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ, με σκοπό την παροχή χρήσιμων και ευπρόσιτων πληροφοριών στις ΜΜΕ σχετικά με όλες τις υπηρεσίες που τους είναι διαθέσιμες στον συγκεκριμένο τομέα.

¹¹ Άρθρο 5, παράγραφος 3, στοιχείο δ), του [κανονισμού \(ΕΕ\) αριθ. 1301/2013](#) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 17ης Δεκεμβρίου 2013, σχετικά με το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης.

¹² Κανονισμός (ΕΕ) 2021/1060 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 24ης Ιουνίου 2021, για τον καθορισμό κοινών διατάξεων για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης, το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο+, το Ταμείο Συνοχής, το Ταμείο Δίκαιης Μετάβασης και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας, Αλιείας και Υδατοκαλλιέργειας, και δημοσιονομικών κανόνων για τα εν λόγω Ταμεία και για το Ταμείο Ασύλου, Μετανάστευσης και Ένταξης, το Ταμείο Εσωτερικής Ασφάλειας και το Μέσο για τη Χρηματοδοτική Στήριξη της Διαχείρισης των Συνόρων και την Πολιτική των Θεωρήσεων.

Ωστόσο, η Επιτροπή διαπίστωσε ότι ήταν πολύ δύσκολο να διατηρεί επικαιροποιημένες πληροφορίες σχετικά με τις δημόσιες και ιδιωτικές υπηρεσίες υποστήριξης εντός και εκτός ΕΕ. Επιπλέον, η παροχή δεδομένων από ιδιωτικές υπηρεσίες υποστήριξης μέσω δημόσιας πύλης εκτός αρμοδιότητας της Επιτροπής δημιούργησε πρόσθετες νομικές προκλήσεις. Οι δυσκολίες αυτές οδήγησαν στο κλείσιμο της διαδικτυακής πύλης το 2017.

32 Το 2020, η Επιτροπή εγκαινίασε την πύλη Access2Markets, η οποία συνδυάζει, αφενός, την προηγούμενη βάση δεδομένων για την πρόσβαση στην αγορά (Market Access Database), το γραφείο υποστήριξης εμπορίου της ΕΕ και τη βάση δεδομένων για τους «κανόνες καταγωγής» σε ένα ενιαίο εργαλείο και, αφετέρου, το εργαλείο αυτοαξιολόγησης των «κανόνων καταγωγής» (ROSA)¹³ (βλέπε [πλαίσιο 2](#)). Και τα δύο εργαλεία αξιολογήθηκαν πολύ θετικά από τα μέλη του EEN και τους εθνικούς ΟΠΕ που συμμετείχαν στην έρευνά μας.

¹³ «Rules of origin in Access2Markets», ΓΔ TRADE, Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Πλαίσιο 2

Πύλη Access2Markets και εργαλείο αυτοαξιολόγησης «κανόνες καταγωγής»: κλειδί για τη βελτίωση του τρόπου με τον οποίο οι ΜΜΕ ωφελούνται από τη χρήση των ΣΕΣ

Η πολυγλωσσική **πύλη Access2Markets** της ΕΕ, η οποία τέθηκε σε λειτουργία τον Οκτώβριο του 2020, αποτελεί απόδειξη της δέσμευσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής να παρέχει κατάλληλες και εύκολα προσβάσιμες πληροφορίες σχετικά με τις κανονιστικές απαιτήσεις των ΣΕΣ που συνάπτει η ΕΕ, καθώς και οδηγίες σχετικά με την ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στο εξωτερικό βάσει αυτών των συμφωνιών. Η πύλη περιέχει πληροφορίες ανά προϊόν για όλες τις χώρες της ΕΕ και για περισσότερες από 135 εξαγωγικές αγορές στους ακόλουθους τομείς:

- δασμοί και φόροι
- τελωνειακές διαδικασίες
- κανόνες καταγωγής
- εμπορικοί φραγμοί
- απαιτήσεις για τα προϊόντα
- στατιστικές



Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ΓΔ TRADE.

Οι ενδιαφερόμενοι φορείς και οι ενώσεις ΜΜΕ αναφέρουν¹⁴ ότι δύο από τα κύρια εμπόδια που δεν επιτρέπουν στις ΜΜΕ να επωφεληθούν περισσότερο από την αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων των ΣΕΣ είναι η ελλιπής ενημέρωση και η πολυπλοκότητα των διαδικασιών των «κανόνων καταγωγής», οι οποίοι καθορίζουν την προέλευση των προϊόντων και, συνεπώς, την απόφαση αν θα εφαρμοστούν ή όχι προτιμησιακοί δασμοί στο πλαίσιο των ΣΕΣ. Στην πύλη Access2Markets, η Επιτροπή συμπεριέλαβε **εργαλείο αυτοαξιολόγησης των «κανόνων καταγωγής» (ROSA)**, με σκοπό να βοηθά τις επιχειρήσεις, και ιδίως τις ΜΜΕ, να αποφασίζουν αν υπάγονται στις εν λόγω διαδικασίες.

33 Η εισαγωγή ειδικών κεφαλαίων για τις ΜΜΕ στις ΣΕΣ μεταξύ της ΕΕ και τρίτων χωρών¹⁵ αποτέλεσε σημαντικό επίτευγμα για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ την περίοδο 2014-2020. Όπως τονίζεται στη στρατηγική για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ, τα κεφάλαια αυτά έχουν σχεδιαστεί έτσι ώστε να βοηθούν τις ΜΜΕ να αντλούν τα οφέλη που προσφέρουν οι ΣΕΣ εξαλείφοντας τους δασμολογικούς και μη δασμολογικούς φραγμούς και παρέχοντας παράλληλα ένα ολοκληρωμένο

¹⁴ SME united Statement on the World Trade Organisation's MSMEs Workstream: How to Make International Trade Fit for MSMEs, 19 Φεβρουαρίου 2020.

¹⁵ Έκθεση της Επιτροπής σχετικά με την εφαρμογή των εμπορικών συμφωνιών της ΕΕ, COM(2020) 705 final.

κανονιστικό πλαίσιο και θεσμικούς μηχανισμούς για τον εντοπισμό προβλημάτων κατά την εφαρμογή των κανόνων.

34 Προκειμένου να επωφεληθούν από τις ΣΕΣ που έχει υπογράψει η ΕΕ, οι ΜΜΕ πρέπει να γνωρίζουν τόσο τα δυνητικά πλεονεκτήματα που μπορούν αυτές να αποφέρουν όσο και το πώς μπορούν οι ίδιες να ικανοποιήσουν πολύπλοκες απαιτήσεις, όπως αυτές που αφορούν τους κανόνες καταγωγής. Η ενημέρωση και η επικοινωνία αποτελούν συλλογική ευθύνη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, των κρατών μελών, των επιχειρηματικών ενώσεων και των ΟΠΕ.

35 Το 2019, μετά από έρευνα που διεξήγαγαν η Επιτροπή των Περιφερειών και η Eurochambres σε επίπεδο εκπροσώπων περιφερειακών και τοπικών ενδιαφερόμενων φορέων και εθνικών και περιφερειακών εμπορικών επιμελητηρίων στην ΕΕ¹⁶, διαπιστώθηκε ότι η ενημέρωση των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων σχετικά με τις ΣΕΣ εξακολουθούσε να είναι ελλιπής, ενώ πάνω από το 70 % των ερωτηθέντων δήλωσε ότι οι πρακτικές πληροφορίες για τον τρόπο χρήσης της συμφωνίας ήταν ανεπαρκείς¹⁷.

36 Από τις συνομιλίες μας με εκπροσώπους της Επιτροπής, καθώς και από τις απαντήσεις τους στα γραπτά μας ερωτηματολόγια συνάγεται, επίσης, ότι η ενημέρωση σχετικά με τα πλεονεκτήματα των ΣΕΣ για τις ΜΜΕ εξακολουθεί να είναι ελλιπής. Για την ακρίβεια, οι ΣΕΣ δεν προωθούνται επαρκώς, ενώ η πύλη Access2Market δεν συνδέεται με άλλες πύλες πληροφόρησης που αφορούν το εμπόριο, όπως οι δικτυακοί τόποι των εθνικών ΟΠΕ. Επιπλέον, στην έρευνα που διενεργήσαμε μεταξύ των εθνικών ΟΠΕ, σχεδόν το 80 % των συμμετεχόντων εξέφρασαν την επιθυμία για περισσότερη ευθυγράμμιση μεταξύ της ΕΕ και των κρατών μελών όσον αφορά την προώθηση των ΣΕΣ μέσω ενός οργάνου διαβούλευσης για το συγκεκριμένο θέμα.

Η βιωσιμότητα και η μακροπρόθεσμη συνέχεια δεν είναι δεδομένες για όλα τα έργα

37 Τα δίκτυα που χρηματοδοτούνται από την ΕΕ στο πλαίσιο της διεθνοποίησης των ΜΜΕ χρειάζονται χρόνο, προκειμένου να δημιουργήσουν τις απαραίτητες

¹⁶ «Implementation of Free Trade Agreements», Επιτροπή των Περιφερειών και Eurochambres, 2019.

¹⁷ ECON and Eurochambres Survey Results Note on the Implementation of Free Trade Agreements.

διασυνδέσεις, και πρέπει να είναι ευρέως γνωστά ώστε να παρέχουν πολύτιμη υποστήριξη στις ΜΜΕ. Αυτή η συνέχεια μπορεί, κατ' αρχήν, να επιτευχθεί με δύο διαφορετικούς τρόπους: είτε οι υπηρεσίες υποστήριξης λαμβάνουν μακροπρόθεσμη δημόσια χρηματοδότηση είτε επιτυγχάνουν να δημιουργήσουν έσοδα και, κατ' αυτόν τον τρόπο, να καταστούν οικονομικά βιώσιμες.

38 Στη στρατηγική διεθνοποίησης των ΜΜΕ δηλώνεται ρητώς η προτίμηση στον δεύτερο τρόπο, καθώς η βιωσιμότητα αποτελεί μία από τις βασικές αρχές της στρατηγικής. Σύμφωνα με την αρχή αυτή, οι υπηρεσίες στήριξης των επιχειρήσεων που παρέχονται από την ΕΕ πρέπει να βασίζονται στην αποδεδειγμένη ζήτηση της αγοράς. Βραχυπρόθεσμα μπορούν να χρηματοδοτούνται από δημόσια κονδύλια στο πλαίσιο του δημοσιονομικού κανονισμού, μακροπρόθεσμα ωστόσο θα πρέπει να αυτοχρηματοδοτούνται όσο το δυνατόν περισσότερο. Αυτό δεν αποκλείει τη συνέχιση της μακροπρόθεσμης χρηματοδότησης από άλλα μέσα της Επιτροπής που υποστηρίζουν τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ, όπως το EEN.

39 Παράδειγμα υπηρεσιών υποστήριξης με μακροπρόθεσμες ρυθμίσεις δημόσιας χρηματοδότησης ήδη από την έναρξη λειτουργίας τους είναι το Κέντρο Βιομηχανικής Συνεργασίας ΕΕ-Ιαπωνίας και το πρόγραμμα Πύλη της ΕΕ / Επιχειρηματικές Αποστολές στην Ιαπωνία, τα οποία λειτουργούν εδώ και περισσότερο από μία 30ετία (βλέπε [πλαίσιο 3](#)).

Πλαίσιο 3

Κέντρο Βιομηχανικής Συνεργασίας ΕΕ-Ιαπωνίας: υψηλό επίπεδο ικανοποίησης όσον αφορά την προσθετικότητα και τη συνεργασία με το EEN

Εδώ και περισσότερο από μία 30ετία, το Κέντρο της ΕΕ στην Ιαπωνία δρα με σκοπό διευκολύνει την πρόσβαση των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων γενικά και των ΜΜΕ ειδικότερα στις ιαπωνικές αγορές. Οι έρευνες που διενεργήσαμε μεταξύ των μελών του EEN και των εθνικών ΟΠΕ έδειξαν υψηλό βαθμό ικανοποίησης από τις υπηρεσίες που παρέχει το Κέντρο, συμπεριλαμβανομένης της συνεργασίας με το EEN, καθιστώντας το ένα από τα ΓΣΕ με την υψηλότερη αξιολόγηση σε χώρα εκτός ΕΕ.

Πιθανοί λόγοι για τα υψηλά επίπεδα ικανοποίησης είναι η συνέχεια (που βασίζεται στη μακρόχρονη και επιτυχή συνεργασία με τις ιαπωνικές αρχές), ο ρόλος του Κέντρου ως μέλους του EEN και εθνικού σημείου επαφής για προγράμματα έρευνας και καινοτομίας, και η στενή συνεργασία του με βασικούς ενδιαφερόμενους φορείς, συμπεριλαμβανομένων των ΟΠΕ (που το αξιολόγησαν θετικά σε ποσοστό άνω του 90 %) και των επιχειρηματικών ενώσεων.

Πηγή: ΕΕΣ, βάσει ερευνών μεταξύ των εθνικών ΟΠΕ και των μελών του EEN, καθώς και βάσει στοιχείων της Επιτροπής.

40 Από την άλλη πλευρά, διαπιστώσαμε ότι η συνέχεια ήταν γενικά ένα πρόβλημα για τα έργα που συγχρηματοδοτούνταν από το ELAN, το ICI+ στη νοτιοανατολική Ασία (ICI+NAA) και την πρωτοβουλία «Startup Europe» κατά την περίοδο 2014-2020. Όλα αντιμετώπιζαν προβλήματα στην ανάπτυξη επαρκών εσόδων και, ως εκ τούτου, στην επίτευξη οικονομικής βιωσιμότητας, όπως είχε ζητηθεί στη συμφωνία επιχορήγησης. Ως εκ τούτου, τα έργα αυτά διακόπηκαν, παρόλο που ορισμένα αξιολογήθηκαν μάλλον θετικά στις εκθέσεις παρακολούθησης (βλέπε παραδείγματα στο [πλαίσιο 4](#) για τα ELAN και ICI+SEA, καθώς και στα σημεία [67-70](#) για τη διακοπή των έργων της Startup Europe).

Πλαίσιο 4

Δεν επιτεύχθηκε η βιωσιμότητα ορισμένων συγχρηματοδοτούμενων από την ΕΕ έργων που ξεκίνησαν την περίοδο 2014-2020

Δίκτυο επιχειρηματικών υπηρεσιών και καινοτομίας Ευρώπης και Λατινικής Αμερικής (ELAN)

Το Δίκτυο επιχειρηματικών υπηρεσιών και καινοτομίας Ευρώπης και Λατινικής Αμερικής (ELAN) εγκαινιάστηκε το 2015, με συνολικό προϋπολογισμό συγχρηματοδότησης από την ΕΕ άνω των 10 εκατομμυρίων ευρώ. Η πρόσκληση υποβολής προτάσεων και για τις δύο συνιστώσες του ELAN [Επιχειρηματικές υπηρεσίες (ELANbiz) και Δίκτυο επιχειρήσεων που βασίζονται στην τεχνολογία (δίκτυο ELAN)] συμπεριλάμβανε την απαίτηση αυτές να καταστούν οικονομικά βιώσιμες έως τη λήξη της συμφωνίας επιχορήγησης. Παρά την απαίτηση αυτή και παρά τις θετικές εκθέσεις σχετικά με τις δραστηριότητές τους και τη στήριξη των ενδιαφερόμενων φορέων, τελικά και οι δύο συνιστώσες διακόπηκαν, επειδή δεν είχαν καταστεί οικονομικά βιώσιμες και η Επιτροπή δεν είχε προβλέψει πόρους για τη χρηματοδότηση της παράτασης των έργων.

Έργα ICI+ στη Νοτιοανατολική Ασία

Ο γενικός στόχος του μέσου ICI+ ήταν να αυξήσει και να διαφοροποιήσει το εμπόριο και τις επενδύσεις των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων, ιδίως των ΜΜΕ, στην Καμπότζη, την Ινδονησία, το Λάος, τη Μαλαισία, τη Μιανμάρ, τις Φιλιππίνες και το Βιετνάμ. Κατά τον σχεδιασμό των έργων ICI+ στην περιοχή, η Επιτροπή δεν προέβη σε ειδική εκτίμηση επιπτώσεων των διαφόρων επιλογών πολιτικής, προκειμένου να βελτιστοποιηθούν οι δαπάνες και να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα όταν θα έληγαν οι συμφωνίες επιχορήγησης. Παρά τις θετικές αξιολογήσεις των έργων και τη συμβατική απαίτηση αυτά να καταστούν βιώσιμα, τα παραγόμενα έσοδα ήταν περιορισμένα και τα έργα διακόπηκαν όταν έληξαν οι αντίστοιχες επιχορηγήσεις.

41 Το ποσοστό ικανοποίησης που δήλωσαν οι βασικοί ενδιαφερόμενοι φορείς, όπως τα μέλη του EEN, για τα βραχυπρόθεσμα μέσα και τις δράσεις ήταν κάτω του 45 %, ήτοι σημαντικά χαμηλότερο από αυτό που αφορούσε τα μέσα και τις δράσεις που είχαν επιτύχει μακροπρόθεσμη συνέχεια (βλέπε [πίνακα 2](#)).

Πίνακας 2 – Ανάλυση επιλεγμένων μέσων της ΕΕ όσον αφορά τη μακροπρόθεσμη συνέχεια και την ικανοποίηση από τη συνεργασία με το ΕΕΝ

Μέσο της ΕΕ	Μακροπρόθεσμη συνέχεια	Ποσοστό ικανοποίησης των μελών του ΕΕΝ σχετικά με τη συνεργασία
Κέντρο Βιομηχανικής Συνεργασίας ΕΕ-Ιαπωνίας	Ναι	69 %
Γραφεία υποστήριξης των ΜΜΕ σε θέματα διανοητικής ιδιοκτησίας	Ναι	80 %
Ευρωπαϊκή πλατφόρμα συνεργασίας συνεργατικών σχηματισμών (ECCP)	Ναι	49 %
Eurostars (EUREKA)	Ναι	67 %
Μέσο για τις ΜΜΕ / Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Καινοτομίας (ΕΣΚ)	Ναι	72 %
Κέντρο ΜΜΕ της ΕΕ (Κίνα)	Μερική	44 %
Πύλη της ΕΕ / Οδοί επιχειρηματικών αποστολών προς τη Νοτιοανατολική Ασία	Μερική	35 %
Startup Europe	Όχι	35 %
Δίκτυο ENRICH (Βραζιλία, Κίνα και ΗΠΑ)	Μερική	18 %
ELAN (Λατινική Αμερική)	Όχι	15 %
ICI+ σε χώρες της ΝΑ Ασίας	Όχι	ά.α.

Πηγή: Έρευνα του ΕΕΣ σε επίπεδο μελών του ΕΕΝ, εξέταση εγγράφων της Επιτροπής και συνεντεύξεις με τις αρμόδιες υπηρεσίες της Επιτροπής.

Η στρατηγική διεθνοποίησης των ΜΜΕ δεν αξιολογήθηκε συστηματικά

42 Προκειμένου να καθοδηγήσει την υλοποίηση όλων των δράσεων που ανακοινώθηκαν στη στρατηγική για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ, η Επιτροπή δεσμεύθηκε να παρακολουθεί την πρόοδο και να αξιολογεί περιοδικά την

αποτελεσματικότητα της στρατηγικής, με τη συμμετοχή όλων των κύριων ενδιαφερόμενων φορέων.

43 Ενώ έχουν πραγματοποιηθεί τακτικές συναντήσεις και φόρουμ με εκπροσώπους των ΜΜΕ και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς (παραδείγματος χάριν, [Ευρωπαϊκή εβδομάδα ΜΜΕ](#), [Συνέλευση των ΜΜΕ](#) και τακτικές συναντήσεις με τους εθνικούς ΟΠΕ), η εφαρμογή της στρατηγικής δεν έχει αξιολογηθεί συγκεκριμένα ή ολοκληρωμένα, όπως περιγράφεται ανωτέρω. Ως εκ τούτου, δεν υπάρχουν ολοκληρωμένες αναφορές σχετικά με την εφαρμογή της.

44 Τον Μάιο του 2021, η Επιτροπή εξέδωσε έγγραφο εργασίας με τίτλο «[Ετήσια έκθεση για την ενιαία αγορά](#)». Πρόκειται για έκθεση σχετικά με την πρόοδο που έχει επιτευχθεί ως προς την εφαρμογή των στρατηγικών της ΕΕ για τη βιομηχανία και τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις του 2020. Ωστόσο, οι πληροφορίες που παρέχονται για συγκεκριμένες δράσεις που προωθούν τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ είναι πολύ γενικές και ανεπαρκείς για τους σκοπούς της παρακολούθησης και της αξιολόγησης.

Το EEN επιτυγχάνει μεν τους κύριους στόχους του, αλλά χωρίς επαρκή προβολή και κάλυψη στις τρίτες χώρες

Μολονότι πέτυχε τους γενικούς στόχους του, το EEN δεν χαίρει ακόμη επαρκούς προβολής

45 Για την περίοδο 2015-2021, ορίστηκαν δύο σύνολα τιμών-στόχου και κύριων δεικτών επιδόσεων (ΚΔΕ) για το EEN:

- οι δείκτες του κανονισμού COSME¹⁸ με τιμές-στόχο υψηλού επιπέδου για το EEN συνολικά (βλέπε [πίνακα 3](#)) και
- οι τιμές-στόχος του «συστήματος ενίσχυσης των επιδόσεων» που συμφωνήθηκαν σε χαμηλότερο επίπεδο μεταξύ EISMEA και κάθε κοινοπραξίας.

46 Στην τελική έκθεση δραστηριοτήτων του EEN για το 2020, η Επιτροπή επισήμανε ότι οι συγκεντρωτικές τιμές-στόχος υψηλού επιπέδου είχαν επιτευχθεί, αλλά δεν έδωσε πληροφορίες σχετικά με την πρόοδο όσον αφορά την αναγνώριση του EEN από τις ΜΜΕ.

¹⁸ Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1287/2013 για τη θέσπιση του προγράμματος COSME.

Πίνακας 3 – Δείκτες COSME για το EEN: επίτευξη των στόχων

Ειδικός στόχος	Μακροπρόθεσμη τιμή-στόχος (2020)	Κατάσταση το 2020
Ε.1. Αριθμός υπογεγραμμένων συμφωνιών εταιρικής σχέσης (ετησίως)	2 500	2 503
Ε.2. Αναγνώριση του EEN από τον πληθυσμό των ΜΜΕ	Αύξηση (από 8 % το 2015)	Δεν υπάρχουν ακόμη στοιχεία
Ε.3. Ποσοστό ικανοποίησης πελατών (% των ΜΜΕ που δηλώνουν ικανοποιημένες, προστιθέμενη αξία των ειδικών υπηρεσιών που παρέχει το EEN)	82 %	92 % ¹⁹
Ε.4. Αριθμός ΜΜΕ στις οποίες παρέχονται υπηρεσίες υποστήριξης (ετησίως)	500 000	232 348 (αποτελέσματα χαμηλότερα της τιμής-στόχου λόγω αλλαγής της μεθόδου υπολογισμού το 2017-2018)
Ε.5. Αριθμός ΜΜΕ που χρησιμοποιούν τις ψηφιακές υπηρεσίες (συμπεριλαμβανομένων των υπηρεσιών ηλεκτρονικής πληροφόρησης) που παρέχει το EEN (σε εκατομμύρια)	2,3	14,1

Πηγή: Τελική έκθεση δραστηριοτήτων του EEN 2020.

47 Σε επίπεδο κοινοπραξιών EEN, στην τελική έκθεση δραστηριοτήτων για το 2020 αναφέρθηκε ότι, συνολικά, το EEN είχε υπερκαλύψει τις τιμές-στόχο του για τους δείκτες, όπου είχαν οριστεί τέτοιες τιμές. Ωστόσο, τα αριθμητικά στοιχεία για τον αριθμό των συμφωνιών εταιρικής σχέσης και των συμβουλευτικών υπηρεσιών που παρέχονται από τις κοινοπραξίες δείχνουν ότι οι επιδόσεις διαφέρουν σημαντικά από χώρα σε χώρα: ενώ αναφέρονται 24 επιτεύγματα ανά προϊστάμενο προσωπικού (ισοδύναμο πλήρους απασχόλησης) στην Ιρλανδία και 20 στη Λιθουανία, σε πολλές άλλες χώρες αναφέρονται αντιστοίχως δύο, τρία ή τέσσερα. Αυτές οι διαφοροποιήσεις ως προς τις επιδόσεις αποδίδονται σε ζητήματα διαχείρισης κοινοπραξιών, σε αλλαγές που επηρέασαν τους συντονιστικούς οργανισμούς και στην αποχώρηση βασικού προσωπικού.

¹⁹ Στοιχεία από την έρευνα ικανοποίησης πελατών του EEN το 2021.

48 Αν και το EEN έχει, συνολικά, επιτύχει τους γενικούς στόχους του, δεν μπορεί να προσδιοριστεί εντελώς σε ποιο βαθμό αυτό έχει μεταφραστεί σε πραγματικές βελτιώσεις όσον αφορά την ανάπτυξη ΜΜΕ εντός της ενιαίας αγοράς και πέραν αυτής. Ενδιάμεση αξιολόγηση του προγράμματος COSME του 2017²⁰ κατέληγε στο συμπέρασμα ότι, ενώ το EEN ήταν αποτελεσματικό, στη συγκεκριμένη χρονική στιγμή ήταν αδύνατο να μετρηθεί ο πλήρης αντίκτυπός του. Με άλλα λόγια, αν και οι υπηρεσίες που παρέχει το EEN μπορεί να έχουν πολλά θετικά αποτελέσματα, όπως η επέκταση των επιχειρήσεων, η ενίσχυση της καινοτομίας και των ικανοτήτων, είναι δύσκολο να διαπιστωθεί η άμεση σχέση με καθένα από αυτά τα αποτελέσματα, καθώς οι υπηρεσίες του EEN έχουν μόνο υποστηρικτικό ρόλο, και τα συγκεκριμένα αποτελέσματα επιτυγχάνονται τελικά από τις ίδιες τις ΜΜΕ.

49 Η ενίσχυση της ενημέρωσης των ενδιαφερόμενων φορέων σχετικά με το EEN εξακολουθεί να αποτελεί στόχο της Επιτροπής. Για τον σκοπό αυτό, οι οργανισμοί υποδοχής οφείλουν να διασφαλίζουν ότι οι δραστηριότητές τους σε σχέση με το EEN έχουν υψηλό βαθμό προβολής. Το 2015, μόνο το 8 % των ΜΜΕ που συμμετείχαν στην έρευνα του Ευρωβαρόμετρου του εν λόγω έτους ήταν ενήμερες για το EEN, και το ποσοστό αυτό διέφερε σημαντικά μεταξύ των κρατών μελών. Από τον επικοινωνιακό έλεγχο του EASME το 2017-2018 διαπιστώθηκε ότι δεν εκπληρώνονταν συστηματικά οι απαιτήσεις προβολής για τους δικτυακούς τόπους πολλών μελών του EEN. Αυτό επιβεβαιώθηκε από τον έλεγχό μας: μόνο δέκα από τους 30 δικτυακούς τόπους που εξετάσαμε εμφάνιζαν στην αρχική σελίδα τους το λογότυπο του EEN, παραθέτοντας σύνδεσμο προς τις υπηρεσίες του. Η Επιτροπή δεν έχει δημοσιεύσει επικαιροποιημένα αριθμητικά στοιχεία ως προς τον δείκτη αναφοράς για ενημερωτικούς σκοπούς.

Ο συντονισμός μεταξύ του EEN και των εθνικών μέσων δεν αξιοποιείται πλήρως

50 Ο συντονισμός μεταξύ του EEN και άλλων ενωσιακών, εθνικών και περιφερειακών μέσων είναι σημαντικός, προκειμένου να διασφαλίζεται ότι υπάρχει ένα συνεκτικό, ολοκληρωμένο και συμπληρωματικό φάσμα υπηρεσιών υποστήριξης της διεθνοποίησης των ΜΜΕ. Αν και δεν αποτελεί επίσημη απαίτηση, οι κοινοπραξίες του EEN ενθαρρύνονται να συμπεριλαμβάνουν οργανισμούς που στηρίζουν τις ΜΜΕ στην περιοχή τους, προκειμένου να επεκτείνουν την εμβέλειά τους στην

²⁰ [Interim Evaluation of the COSME Programme](#), παράρτημα Β στο σχέδιο τελικής έκθεσης: Business Management Capacity thematic area (EEN), Technopolis Group για την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Δεκέμβριος 2017.

επιχειρηματική κοινότητα. Επιπλέον, οι υποβάλλοντες αίτηση στο EEN πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι δραστηριότητές τους δεν αλληλεπικαλύπτονται με τις υπηρεσίες που ήδη παρέχουν άλλοι οργανισμοί στην ίδια γεωγραφική περιοχή, και ενθαρρύνονται να συνεργάζονται στενά με τους εκπροσώπους άλλων δικτύων της ΕΕ στην περιοχή τους, όπως τα εθνικά σημεία επαφής του προγράμματος πλαισίου για την έρευνα και οι ενδιάμεσοι φορείς και διαχειριστικές αρχές του ΕΤΠΑ, και να έρχονται σε επαφή μαζί τους σε τακτική βάση. Στον οδηγό του EEN για τους αιτούντες²¹ τονίζεται ότι αυτό συνεπάγεται υψηλό βαθμό τακτικής συμμετοχής των ενδιαφερόμενων φορέων στις δραστηριότητες του EEN σε όλα τα επίπεδα (τοπικό, περιφερειακό και εθνικό) και συνεχή διάλογο με άλλους παρόχους υπηρεσιών υποστήριξης.

51 Σχεδόν το 70 % των συμμετεχόντων στην έρευνα που διενεργήσαμε μεταξύ των εθνικών και περιφερειακών ΤΠΟ εξέφρασαν την άποψη ότι το EEN παρέχει προσθετικότητα στις ευρωπαϊκές ΜΜΕ πέραν των δυνατοτήτων των εθνικών δομών υποστήριξης της διεθνοποίησης. Ωστόσο, εκφράστηκε επίσης η επιθυμία για μεγαλύτερη ενσωμάτωση του EEN στους εθνικούς και περιφερειακούς οργανισμούς των κρατών μελών της ΕΕ. Τα επίπεδα ικανοποίησης ήταν υψηλά όσον αφορά τη συνεργασία με πολλά μέσα της ΕΕ για τη στήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ (βλέπε [πίνακα 2](#)), αλλά εκφράστηκε η άποψη ότι η συνεργασία θα μπορούσε να ενισχυθεί, ειδικότερα με μέσα στήριξης όπως η Startup Europe και τα δίκτυα ELAN και ENRICH.

52 Την περίοδο 2015-2021, στο πλαίσιο του EEN, για την υποστήριξη των δραστηριοτήτων του και την προώθηση της συνεργασίας σε επίπεδο ΕΕ μεταξύ της Επιτροπής και των οργανισμών που δραστηριοποιούνται στον τομέα της διεθνοποίησης των ΜΜΕ, η Επιτροπή συνήψε χωριστές διμερείς συμφωνίες με τους εν λόγω οργανισμούς, οι οποίοι αναδείχθηκαν σε συνεργαζόμενα μέλη που παρείχαν υπηρεσίες στο δίκτυο. Επιπλέον, η Επιτροπή θα μπορούσε να συνάψει ειδικά μνημόνια συνεννόησης με τους σχετικούς διεθνείς οργανισμούς.

53 Μέχρι το τέλος του 2020, το EEN είχε συνάψει διμερείς συμφωνίες ή ειδικές συμφωνίες με επτά ευρωπαϊκά συνεργαζόμενα μέλη, δύο ευρωπαϊκούς οργανισμούς, τα γραφεία υποστήριξης για θέματα δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας (ΔΔΙ) και μια σειρά εθνικών συνεργαζόμενων μελών. Το EEN είχε επίσης υπογράψει δήλωση πρόθεσης συνεργασίας με τους ευρωπαϊκούς κόμβους ψηφιακής καινοτομίας. Ωστόσο, μέχρι το τέλος του 2021 δεν είχαν ακόμη επισημοποιηθεί συμφωνίες με πολλά μέσα και δίκτυα, συμπεριλαμβανομένων του δικτύου εθνικών σημείων

²¹ Guide for Applicants, Call for proposals: COS-WP2014-2-1. COSME Enterprise Europe Network 2015-2020.

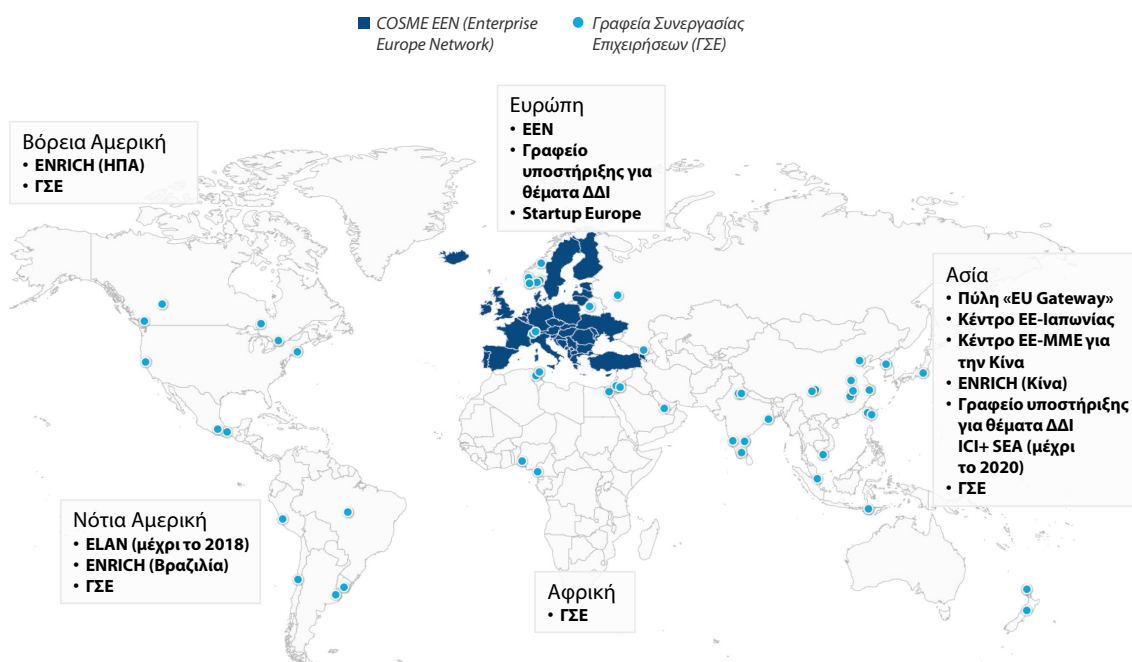
επαφής, της Startup Europe, του δικτύου ENRICH, της ΕΤΕπ και του ΕΤαΕ (για την προώθηση των χρηματοδοτικών μέσων της ΕΕ μέσω του EEN), καθώς και των εθνικών και περιφερειακών ΟΠΕ των κρατών μελών.

Οι ενδιαφερόμενοι φορείς εντόπισαν κενά στην κάλυψη τρίτων χωρών και τα μέλη του EEN αναφέρουν διαφοροποιήσεις στην ποιότητα των υπηρεσιών

54 Η παρουσία του EEN σε όλο τον κόσμο είναι κρίσιμης σημασίας για την ικανότητά του να βοηθά τις ΜΜΕ να εξασφαλίζουν πρόσβαση στις παγκόσμιες αγορές. Το έργο του EEN εκτείνεται και σε χώρες που δεν συμμετέχουν στο COSME μέσω της δημιουργίας γραφείων συνεργασίας επιχειρήσεων (ΓΣΕ). Τα γραφεία αυτά λαμβάνουν μη χρηματοδοτική στήριξη από την Επιτροπή για δραστηριότητες του EEN, ιδίως τεχνική βοήθεια και υποστήριξη, και πρόσβαση σε εργαλεία ΤΠ, στο ενδοδίκτυο του EEN, σε βάσεις δεδομένων και άλλες ηλεκτρονικές υπηρεσίες. Το EEN δεν έχει τα μέσα ή την εντολή να παρέχει χρηματοδοτική στήριξη σε ΓΣΕ σε χώρες εκτός ΕΕ. Κατά συνέπεια, τα ΓΣΕ εξαρτώνται εν μέρει από οποιαδήποτε χρηματοδοτική ενίσχυση μπορούν να λάβουν από τις εθνικές αρχές ή από άλλες πηγές.

55 Στα τέλη του 2020, το EEN εκπροσωπούσαν σε 65 χώρες (κυρίως χώρες με τις οποίες η ΕΕ ενδιαφέρεται να έχει οικονομική συνεργασία και, κατά κανόνα, έχει συνάψει εμπορική συμφωνία) μέσω 625 οργανισμών εταίρων. Από αυτούς τους οργανισμούς, οι 427 βρίσκονταν σε κράτη μέλη της ΕΕ, 92 σε άλλες χώρες του προγράμματος COSME, 23 στο Ηνωμένο Βασίλειο και 73 (ως ΓΣΕ) σε 29 άλλες χώρες (βλέπε [γράφημα 3](#)).

Γράφημα 3 – Παγκόσμια στήριξη προς τις ευρωπαϊκές ΜΜΕ μέσω του EEN και άλλων μέσων της ΕΕ



Πηγή: ΕΕΣ, βάσει στοιχείων που παρείχε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

56 Αν και δεν υπάρχει συγκεκριμένος στόχος για τον αριθμό των ΓΣΕ, στην έρευνα που διενεργήσαμε μεταξύ των μελών του EEN και στις συνεντεύξεις με τους ενδιαφερόμενους φορείς, οι ερωτηθέντες ανέφεραν συχνά ορισμένες χώρες στις οποίες θα επιθυμούσαν να δουν ενισχυμένη παρουσία των ΓΣΕ. Οι χώρες αυτές ήταν η Νότιος Αφρική (με την οποία η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει συνάψει ΣΕΣ), η Αυστραλία (επί του παρόντος σε εμπορικές διαπραγματεύσεις με την ΕΕ), η Κίνα και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα. Επιπλέον, η Ένωση Ευρωπαϊκών Οργανισμών για την Προώθηση του Εμπορίου (ΕΤΡΟΑ) χαρακτήρισε την Αφρική ως ιδανική περιοχή για την ανάπτυξη νέων μορφών συνεργασίας και την εξασφάλιση πρόσβασης των ΜΜΕ της ΕΕ στην αγορά της²², καθώς οι ΟΠΕ των κρατών μελών υποεκπροσωπούνται στη συγκεκριμένη ήπειρο.

57 Όσον αφορά την ποιότητα των υπηρεσιών, η έρευνα έδειξε ότι τα μέλη του EEN είναι πολύ ικανοποιημένα με ορισμένα ΓΣΕ. Αναφέρθηκαν διαφοροποιήσεις στην ανταπόκριση, την ποιότητα και τη χρησιμότητα των υπηρεσιών που παρέχουν τα υπόλοιπα ΓΣΕ, καθώς και περιπτώσεις ανεπαρκούς συνεργασίας ή ενσωμάτωσης με τους ευρωπαϊκούς ΟΠΕ και επίδειξης ελάχιστου ενδιαφέροντος για τους Ευρωπαίους

²² Towards a joint EU-Member States agenda for the internationalisation of SMEs, έγγραφο θέσης της ΕΤΡΟΑ, Νοέμβριος 2020.

εξαγωγείς. Στη νέα της πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος για «διεθνείς εταίρους του δικτύου» (η νέα ονομασία των ΟΠΕ)²³, η Επιτροπή συμπεριέλαβε ρητά τους εθνικούς και περιφερειακούς ΟΠΕ στην ενότητα «είδος οργανισμών που ζητούνται», αυξάνοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τα δυνητικά μελλοντικά οφέλη του δικτύου.

Τα μέλη του EEN θα επιθυμούσαν πρόσθετη ή ευρύτερη κατάρτιση όσον αφορά την πρόσβαση σε χρηματοδότηση και τις συμφωνίες ελεύθερων συναλλαγών

58 Η αξιόπιστη πρόσβαση σε χρηματοδότηση είναι μία από τις υψηλότερες προτεραιότητες των ΜΜΕ, είτε τις αφορά η διεθνοποίηση είτε όχι²⁴. Για τον λόγο αυτό, η Επιτροπή έχει καταβάλει μεγάλες προσπάθειες, προκειμένου να παράσχει στις ΜΜΕ ένα ευρύ φάσμα χρηματοδοτικών μέσων, τα οποία εφαρμόζονται ποικιλοτρόπως από την Επιτροπή, την ΕΤΕπ, το ΕΤΕ ή τους χρηματοοικονομικούς διαμεσολαβητές.

59 Σκοπός του EEN είναι να παρέχει πληροφορίες και συμβουλές σχετικά με τα χρηματοδοτικά μέσα της ΕΕ και τις διάφορες πύλες της ΕΕ που παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την πρόσβαση σε χρηματοδότηση, ιδίως δε τις πύλες της Επιτροπής και του Ευρωπαϊκού Κόμβου Επενδυτικών Συμβουλών (ΕΚΕΣ). Ωστόσο, η διαδικτυακή προβολή και η προσβασιμότητα των εν λόγω πληροφοριών διαφέρει σημαντικά μεταξύ των μελών του δικτύου. Επιπλέον, τόσο η πύλη του ΕΚΕΣ όσο η πύλη «Πρόσβαση στη χρηματοδότηση» της Επιτροπής δεν παρέχουν επαρκείς πληροφορίες και καθοδήγηση για το EEN.

60 Τα σχόλια των συμμετεχόντων στις δύο έρευνές μας επιβεβαιώνουν την ανάγκη να προωθηθεί η ενημέρωση και να υπάρχουν ευκολότεροι σύνδεσμοι προς τις πληροφορίες που αφορούν την πρόσβαση των ΜΜΕ σε χρηματοδότηση, ιδίως με την ενίσχυση του ρόλου του EEN σε συντονισμό με προγράμματα της ΕΕ, όπως η πύλη «Πρόσβαση στη χρηματοδότηση» της Επιτροπής και ο ΕΚΕΣ.

²³ Πρόγραμμα για την ενιαία αγορά, [Call for expressions of interest for International Network Partners of the Enterprise Europe Network](#), SMP-COSME-2021-EEN-INTERNATIONAL.

²⁴ Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο 421, έκθεση σχετικά με τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ. Οκτώβριος 2015.

61 Το 2019, η Επιτροπή συνέταξε οδηγό με μια σειρά ειδικών συστάσεων²⁵. Ωστόσο, δεν έχουν ακόμη υλοποιηθεί ορισμένες από τις βασικές συστάσεις, όπως ο ορισμός μόνιμων σημείων επαφής ΣΕΣ και τα ειδικά σεμινάρια κατάρτισης σχετικά με την εφαρμογή των ΣΕΣ για τα μέλη του EEN (τα οποία λειτουργούν ως βασικές πηγές πληροφόρησης και παροχής συμβουλών για τις ΜΜΕ).

62 Τα εργαλεία ΤΠ και η ανάπτυξη ικανοτήτων αποτελούν σημαντικά μέσα που βοηθούν ολοένα και περισσότερο να επικεντρωθούν οι υπηρεσίες του EEN στον πελάτη και να προσαρμοστούν στις ειδικές απαιτήσεις των ΜΜΕ. Σύμφωνα με την έρευνα που διενεργήσαμε, το EEN πρέπει να βελτιώσει και να αναπτύξει περαιτέρω τα εργαλεία ΤΠ που διαθέτει για τον σκοπό αυτό, καθώς ένας στους πέντε συμμετέχοντες εξέφρασε δυσaráσκεια (υψηλότερο επίπεδο δυσaráσκειας από ό,τι για άλλους τομείς υποστήριξης).

63 Από την έρευνά μας και τις συνομιλίες που είχαμε με εκπροσώπους υπηρεσιών της Επιτροπής και της ΕΤΕπ/ΕΤαΕ προέκυψε ανάγκη για περαιτέρω κατάρτιση με τη συμμετοχή εμπειρογνομένων της ΕΤΕπ και του ΕΤαΕ. Επιπλέον, είναι περιορισμένες οι δυνατότητες διαδραστικής μάθησης, η οποία θα ενίσχυε την ικανότητα των ΜΜΕ να διαχειρίζονται συγκεκριμένους και περισσότερο τεχνικούς τομείς, όπως οι ΣΕΣ και η πρόσβαση στη χρηματοδότηση.

Μολονότι η Startup Europe ανταποκρίθηκε σε σημαντικές ανάγκες, η βιωσιμότητα, η παρακολούθηση και ο συντονισμός παρουσιάζουν διακυμάνσεις

64 Γενικός στόχος της Startup Europe είναι να ενισχύσει τις ευκαιρίες δικτύωσης για τις επεκτεινόμενες επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και τους κατασκευαστές οικοσυστημάτων, και να επιταχύνει την ανάπτυξη ολόκληρου του επιχειρηματικού οικοσυστήματος στην ΕΕ. Αυτό με τη σειρά του στηρίζει τις τοπικές κοινότητες νεοφυών επιχειρήσεων, συνδέοντας τις νεοφυείς επιχειρήσεις, τις επεκτεινόμενες επιχειρήσεις, τους επενδυτές, τους επιταχυντές, τα εταιρικά δίκτυα και τα πανεπιστήμια.

65 Κατά την περίοδο προγραμματισμού 2014-2020, η πρωτοβουλία Startup Europe υλοποιήθηκε μέσω τριών προσκλήσεων υποβολής προτάσεων (τα έτη [2014](#), [2017](#)

²⁵ EEN-Commission Guidebook «Enhancing services to improve the export & import performance of European companies under EU Free Trade Agreements (FTAs)», Νοέμβριος 2019.

και 2019). Κάθε πρόσκληση είχε προϋπολογισμό που δεν υπερέβαινε τα 10 εκατομμύρια ευρώ περίπου. Ενώ η πρόσκληση του 2014 επικεντρώθηκε στην ενθάρρυνση των επιχειρηματιών του διαδικτύου να ιδρύσουν επιχείρηση στην ΕΕ και να αναπτυχθούν διεθνώς, το 2017 και το 2019 οι προσκλήσεις διεύρυναν το πεδίο εφαρμογής της Startup Europe σε όλες τις νεοφυείς επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας και τις καινοτόμους ΜΜΕ, ενθαρρύνοντας την ανάπτυξη και την επέκταση σε ολόκληρη την ΕΕ και πέραν αυτής.

66 Η Επιτροπή επέλεξε 22 έργα από τις τρεις προσκλήσεις. Τα έργα έχουν συνήθως διάρκεια δύο ετών. Καθένα υλοποιείται από μια κοινοπραξία που συνδέει εταιρίες από διαφορετικά οικοσυστήματα νεοφυών επιχειρήσεων σε όλη την ΕΕ και παρέχει ευκαιρίες δικτύωσης για τις νεοφυείς και τις επεκτεινόμενες επιχειρήσεις. Ο αριθμός των εταιριών στην κοινοπραξία κυμαίνεται από 3 έως 15. Στο [πλαίσιο 5](#) παρουσιάζονται ορισμένα παραδείγματα στόχων και δραστηριοτήτων των έργων που υλοποιούνται μέσω της Startup Europe. Το [παράρτημα IV](#) περιέχει σύντομες περιγραφές όλων των έργων της Startup Europe που χρηματοδοτήθηκαν κατά την περίοδο προγραμματισμού 2014-2020. Οι περιγραφές έγιναν από τα ίδια.

Πλαίσιο 5

Παραδείγματα έργων Startup Europe

Η **Access2Europe** είχε ως στόχο να παρακάμψει τον λαβύρινθο των διαθέσιμων στο διαδίκτυο πληροφοριών και να φέρει κοντά τους κατάλληλους ανθρώπους, προκειμένου να πολλαπλασιάσει τις ευκαιρίες των νεοφυών επιχειρήσεων της ΕΕ να επεκταθούν, να αυξήσουν τον κύκλο εργασιών τους και να διατηρήσουν εξειδικευμένο προσωπικό, συνδέοντας τα οικοσυστήματα του Βερολίνου, του Παρισιού, της Βαρκελώνης και του Ταλίν.

Για την επίτευξη αυτών των στόχων, η Access2Europe επέλεξε νεοφυείς επιχειρήσεις για να συμμετάσχουν σε τριήμερες «περιηγήσεις ανακάλυψης», στη διάρκεια των οποίων τους δόθηκε η δυνατότητα να αξιοποιήσουν τις διασυνδέσεις τους και να συναντηθούν με ενδιαφερόμενους φορείς. Ενενήντα εννέα νεοφυείς επιχειρήσεις με 121 συμμετέχοντες επωφελήθηκαν από τις περιηγήσεις αυτές στις τέσσερις πόλεις-εταίρους.

Μια άλλη πρωτοβουλία, οι δραστηριότητες «υποστήριξης & εύρεσης εταιριών», επέτρεψαν σε 41 νεοφυείς επιχειρήσεις να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους στις διεθνείς αγορές. Το στοιχείο της «υποστήριξης» περιλάμβανε δωρεάν χώρο γραφείων, εργαστήρια διεξαγόμενα από εμπειρογνώμονες και κατ' ιδίαν συναντήσεις για επιτυχή είσοδο στην αγορά, καθώς και ελεύθερη πρόσβαση σε σημαντικές τεχνολογικές εκδηλώσεις και έκθεση μέσω των διαύλων επικοινωνίας

των εταιρών. Το στοιχείο «εύρεσης εταιρών» περιλάμβανε την παρουσίασή τους σε συναφείς επιχειρηματικούς και χρηματοοικονομικούς παράγοντες.

Η πρωτοβουλία My-Gateway είχε ως στόχο να ενισχύσει τις ικανότητες των νεοφυών επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας και των καινοτόμων ΜΜΕ στην περιοχή της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, συνδέοντας τα οικοσυστήματα νεοφυών επιχειρήσεων της Βουδαπέστης, της Λισαβόνας, του Τελ Αβίβ, της Σαλαμάνκα, των Βρυξελλών, του Λονδίνου, της Κλουζ, του Μάριμπορ, της Πράγας και της Μαδρίτης, ώστε να συνδεθούν καλύτερα μεταξύ τους, να επιτύχουν μεγαλύτερη έκθεση στην αγορά, και να βελτιωθεί και να απλοποιηθεί η πρόσβασή τους σε ευκαιρίες χρηματοδότησης και σε ταλέντα.

Το έργο συνέβαλε στην επέκταση της κοινότητας Startup Europe, ανοίγοντας τον δρόμο για νεοφυείς επιχειρήσεις από τα Βαλκάνια. Αναπτύχθηκε ένα «μοντέλο απόκτησης ταλέντων» με σκοπό να βοηθήσει τα πανεπιστήμια της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης να δημιουργήσουν διασυνδέσεις ανάμεσα σε φοιτητές με επιχειρηματικό προσανατολισμό και νεοφυείς επιχειρήσεις στο πλαίσιο της αναζήτησης εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού. Ένα «μοντέλο μεταφοράς τεχνολογίας» επικεντρώθηκε στη στενότερη συνεργασία μεταξύ του τομέα έρευνας και ανάπτυξης και των νεοφυών επιχειρήσεων, παρέχοντας συνδρομή στη μετάβαση των τεχνολογιών από το ερευνητικό στάδιο στη βιομηχανική ανάπτυξη. Διοργανώθηκαν εργαστήρια «Access to finance» με σκοπό οι νεοφυείς επιχειρήσεις να κατανοήσουν καλύτερα το τοπίο της χρηματοδότησης και να συνδεθούν με επενδυτές και άλλους βασικούς παράγοντες οικοσυστημάτων.

Τα έργα της Startup Europe δεν έχουν συνέχεια

67 Όλα τα επιλεγθέντα έργα αποσκοπούσαν στην αντιμετώπιση ενός ή περισσότερων φραγμών που εμποδίζουν την ανάπτυξη των επιχειρήσεων και αποτρέπουν την επέκταση ή την εξέλιξή τους σε πανευρωπαϊκές ή παγκόσμιες. Συνδέονταν σαφώς με τις συνήθεις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι νεοφυείς και οι επεκτεινόμενες επιχειρήσεις, όπως η πρόσβαση σε χρηματοδότηση, η πρόσβαση σε νέες αγορές, η πρόσληψη ειδικευμένου προσωπικού και η εξεύρεση εταιρών.

68 Ωστόσο, οι συνεισφορές αυτές στους στόχους της Startup Europe ήταν βραχείας διάρκειας. Οι δραστηριότητες και οι δράσεις των έργων σταμάτησαν στο τέλος της αντίστοιχης περιόδου επιχορήγησης, παρά τον όρο στις προσκλήσεις του 2017 και του 2019 ότι τα έργα πρέπει να αποδεικνύουν βιωσιμότητα δράσεων που να υπερβαίνει τη διάρκεια ζωής του έργου.

69 Στις συνομιλίες που είχαμε με συντονιστές έργων και υπαλλήλους της Επιτροπής προτάθηκαν ορισμένοι πιθανοί λόγοι για αυτό:

- ο οι νεοφυείς επιχειρήσεις δεν είναι διατεθειμένες ή δεν έχουν τη δυνατότητα να πληρώσουν για υπηρεσίες·
- ο οι υπηρεσίες παρέχονται αλλού δωρεάν·
- ο οι νεοφυείς επιχειρήσεις διστάζουν να ζητήσουν εξωτερικές συμβουλές.

70 Επιπλέον, όλες οι συμφωνίες επιχορήγησης περιλάμβαναν έναν κανόνα «μη αποκόμισης κέρδους», που σημαίνει ότι τυχόν κέρδη θα αφαιρούνταν από την επιχορήγηση. Η μέση χρηματοδοτική συνεισφορά της ΕΕ στα έργα ήταν πολύ υψηλή, καθώς κάλυπτε το 88 % του συνολικού κόστους, σε ορισμένες δε περιπτώσεις το 100 %. Κατά συνέπεια, τυχόν παραγόμενα έσοδα θα μπορούσαν να μειώσουν αυτομάτως τη συνεισφορά της ΕΕ. Ο κανόνας της «μη αποκόμισης κέρδους», μολονότι μπορεί να δικαιολογηθεί, μπορεί να αποθαρρύνει τις κοινοπραξίες να παράγουν έσοδα, γεγονός που μειώνει τις πιθανότητες οικονομικής βιωσιμότητας και, εν τέλει, τη συνέχεια των έργων.

Ανεπαρκής παρακολούθηση της Startup Europe συνολικά

71 Κάθε πρόταση έργου στο πλαίσιο της Startup Europe πρέπει να περιλαμβάνει κατάλογο με τα παραδοτέα, τα ορόσημα και τους ΒΔΕ που αφορούν το συγκεκριμένο έργο για τη μέτρηση της προόδου και των αποτελεσμάτων. Ανά τακτά χρονικά διαστήματα υποβάλλεται έκθεση σχετικά με την πρόοδο των έργων, και η Επιτροπή απαντά με πορίσματα και συστάσεις με τη μορφή επισκοπήσεων για κάθε έργο. Γενικά, η Επιτροπή αξιολογεί θετικά τα επιτεύγματα των έργων. Ωστόσο, δεν μπορέσαμε να αξιολογήσουμε τον βαθμό στον οποίο η Startup Europe έχει εκπληρώσει τους γενικούς στόχους της, καθώς τα επιμέρους έργα έχουν τελείως διαφορετικούς ΒΔΕ που δεν μπορούν να εξεταστούν συγκεντρωτικά.

Περιορισμένος εσωτερικός και εξωτερικός συντονισμός της Startup Europe

72 Η Επιτροπή δημοσιεύει πληροφορίες σχετικά με τα έργα της Startup Europe και τις εκδηλώσεις που διοργανώνονται στον δικτυακό της τόπο. Ωστόσο, δεν διαπιστώσαμε να υπάρχει κεντρικός συντονιστικός μηχανισμός, εργαλείο ή φορέας, που να κατευθύνει την πρωτοβουλία προς την επίτευξη των γενικών στόχων της. Κάθε έργο υλοποιήθηκε ξεχωριστά, με περιστασιακή μόνο συνεργασία, καθώς, για

παράδειγμα, ορισμένα μέλη κοινοπραξίας ήταν εταίροι σε περισσότερα από ένα έργα.

73 Οι υπάλληλοι της Επιτροπής που ήταν υπεύθυνοι για την υλοποίηση της Startup Europe είχαν περιστασιακές συναντήσεις με συναδέλφους από άλλες γενικές διευθύνσεις (παραδείγματος χάριν σε εκδηλώσεις έργων). Ωστόσο, δεν υπήρχε τακτικός, δομημένος συντονισμός των δραστηριοτήτων των διαφόρων γενικών διευθύνσεων που στηρίζουν τις νεοφυείς και τις επεκτεινόμενες επιχειρήσεις. Ούτε, επίσης, συντόνισε η Επιτροπή τις δραστηριότητες της Startup Europe με εθνικά προγράμματα που παρέχουν στήριξη στις νεοφυείς και τις επεκτεινόμενες επιχειρήσεις. Στην ανακοίνωση της Επιτροπής του 2016 σχετικά με το θέμα αυτό τονίστηκε η ανάγκη ενίσχυσης της συνεργασίας μεταξύ των έργων EEN και Startup Europe. Ωστόσο, και αυτό ακόμα δεν οργανώθηκε συστηματικά, και οι επαφές μεταξύ των δύο δικτύων είναι μάλλον σπάνιες. Μόνο το 35 % όσων από τα μέλη του EEN συμμετείχαν στην έρευνά μας δήλωσαν ότι είναι ικανοποιημένοι από το επίπεδο συνεργασίας μεταξύ του EEN και της πρωτοβουλίας Startup Europe.

Δεν έχει αξιολογηθεί η συμβολή στη συνολική στρατηγική για τις ΜΜΕ

74 Ένας από τους στόχους των πολιτικών και των στρατηγικών της ΕΕ σε αυτόν τον τομέα είναι να βοηθήσουν τις νεοφυείς και επεκτεινόμενες επιχειρήσεις να παραμείνουν στην Ευρώπη, όπου μπορούν να αναπτυχθούν ώστε να γίνουν πρωτοπόροι σε παγκόσμιο επίπεδο και να δημιουργήσουν θέσεις εργασίας στην ΕΕ²⁶.

75 Ωστόσο, σε αρκετά έγγραφα της Επιτροπής²⁷ έχει επισημανθεί ότι οι υποσχόμενες νεοφυείς και επεκτεινόμενες επιχειρήσεις στην ΕΕ δεν κατορθώνουν να γίνουν παγκόσμιοι πρωτοπόροι στην Ευρώπη, καθώς εξαγοράζονται σε αρχικό στάδιο από εταιρείες εκτός ΕΕ. Οι αμερικανικές εταιρείες είναι οι πλέον δραστήριες, αφού εξαγόρασαν 12 780 νεοφυείς επιχειρήσεις της ΕΕ (27 % του συνόλου των εξαγορών νεοφυών επιχειρήσεων της ΕΕ) μεταξύ 2010 και 2018. Όσον αφορά το επενδυόμενο κεφάλαιο, στις αμερικανικές εταιρείες αναλογούσε το 55 % της συνολικής αξίας των συμφωνιών²⁸.

76 Εντοπίσαμε δύο εταίρους έργων της Startup Europe, που συμμετείχαν σε 10 από τα 22 έργα, οι οποίοι συμμετείχαν στην αναζήτηση εταιρικών πελατών,

²⁶ Δικτυακός τόπος της Επιτροπής για τη βιομηχανική υπεροχή.

²⁷ EC Funding & tender opportunities website.

²⁸ MTB & Crunchbase, Tech Startup M&As – 2018 Report, σ. 11 και 13.

συμπεριλαμβανομένων εταιρειών εκτός ΕΕ. Αυτό περιλάμβανε έλεγχο των οικοσυστημάτων νεοφυών επιχειρήσεων για καινοτόμους νεοφυείς επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας με πιθανό ενδιαφέρον, δεδομένων των αναγκών των πελατών τους για καινοτομία. Η συνεργασία που προκύπτει μεταξύ εταιρειών και νεοφυών/επεκτεινομένων επιχειρήσεων λαμβάνει πολλές μορφές, από την αδειοδότηση έως τη σύναψη εταιρικών σχέσεων ή και την πλήρη εξαγορά. Οι δραστηριότητες εύρεσης εταιρών ενός τέτοιου έργου της Startup Europe οδήγησαν σε 27 συγχωνεύσεις και εξαγορές, από τις οποίες μόνο 12 πραγματοποιήθηκαν εντός της ΕΕ (μεταξύ αυτών επτά εξαγοράζουσες εταιρείες από το Ηνωμένο Βασίλειο, που τότε αποτελούσε ακόμα μέλος της ΕΕ).

77 Αν και η συνεργασία μπορεί να είναι επωφελής και για τα δύο μέρη, οι εξαγορές νεοφυών ή επεκτεινομένων επιχειρήσεων της ΕΕ από τρίτες χώρες προσκρούουν στον στόχο της πολιτικής και της στρατηγικής της ΕΕ να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να αναπτυχθούν διεθνώς ενώ παραμένουν στην ΕΕ.

Συμπεράσματα

78 Σύμφωνα με τον έλεγχό μας, η ΕΕ και τα κράτη μέλη έχουν θεσπίσει πολυάριθμες δράσεις στήριξης για την κάλυψη των αναγκών διεθνοποίησης των ΜΜΕ, αλλά οι δράσεις αυτές δεν είναι πλήρως συνεκτικές και συντονισμένες. Το ΕΕΝ επιτυγχάνει μεν τις κύριες τιμές-στόχο του, αλλά χωρίς επαρκή προβολή και κάλυψη στις τρίτες χώρες Σε μικρότερη κλίμακα, η Startup Europe παρουσιάζει ορισμένα θετικά αποτελέσματα σε επίπεδο έργων, αλλά δεν έχει συνέχεια ούτε μετρήσιμα συνολικά αποτελέσματα.

79 Καταλήξαμε στο συμπέρασμα ότι η εφαρμογή της στρατηγικής της ΕΕ του 2011 για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ παραμένει ατελής. Αν και έχουν υλοποιηθεί, τουλάχιστον εν μέρει, βασικές δράσεις, όπως η ενίσχυση του Enterprise Europe Network και η δημιουργία της πύλης Access2Market, ορισμένες άλλες για τη βελτίωση της συνοχής σε όλο το εκτενές τοπίο των πρωτοβουλιών της ΕΕ και των κρατών μελών δεν ήταν επιτυχείς (σημεία [24-29](#)).

80 Ο συντονισμός των πολυάριθμων δράσεων της ΕΕ και των κρατών μελών που καλύπτουν τις ανάγκες διεθνοποίησης των ΜΜΕ είναι ελλιπής σε πολλά επίπεδα. Μολονότι ο συντονισμός μεταξύ των υπηρεσιών είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικός σε ορισμένους βασικούς τομείς του έργου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (παραδείγματος χάριν συνεργασία στα κεφάλαια των ΣΕΣ για τις ΜΜΕ), αυτό δεν ισχύει σε άλλους, ιδίως όσον αφορά τα δίκτυα διεθνοποίησης και τα μέσα της ΕΕ που παρέχουν πρόσβαση σε χρηματοδότηση (σημεία [30-36](#)).

81 Η οικονομική βιωσιμότητα ορισμένων δράσεων της ΕΕ που ξεκίνησαν κατά την περίοδο προγραμματισμού 2014-2020 δεν θωρακίστηκε επαρκώς, με αποτέλεσμα αρκετές δράσεις να διακοπούν παρά τα θετικά αποτελέσματα. Επιπλέον, δεν υπήρξε ούτε τακτική και ειδική υποβολή εκθέσεων και παρακολούθηση ούτε ολοκληρωμένη αξιολόγηση της εφαρμογής της στρατηγικής για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ (σημεία [37-44](#)).

82 Το Enterprise Europe Network έχει επιτύχει τους κύριους στόχους του, αλλά απαιτούνται περαιτέρω προσπάθειες όσον αφορά την προβολή, τον συντονισμό, την κάλυψη τρίτων χωρών και την ανάπτυξη ικανοτήτων (σημείο [45](#)).

83 Το ΕΕΝ έχει εκπληρώσει μεν ως επί το πλείστον τους συνολικούς στόχους του στα υψηλότερα επίπεδα, υπάρχει ωστόσο διαφοροποίηση των ποσοστών επίτευξης στα χαμηλότερα επίπεδα. Επιπλέον, ο βαθμός στον οποίο αυτά τα επιτεύγματα

σχετίζονται με τις δράσεις του EEN δεν μπορεί πάντοτε να διαπιστωθεί εύκολα. Παρά τις βελτιώσεις στη μέτρηση των επιδόσεων, πολλά μέλη του EEN δεν πληρούν ακόμα συστηματικά τις απαιτήσεις προβολής και επικοινωνίας που στοχεύουν στην αύξηση της ενημέρωσης και της προσβασιμότητας (σημεία [45-49](#)).

84 Ο συντονισμός μεταξύ του EEN και άλλων μέσων διεθνοποίησης σε ενωσιακό, εθνικό και περιφερειακό επίπεδο αποτελεί τη βάση για ένα συνεκτικό, ολοκληρωμένο και αλληλοσυμπληρούμενο φάσμα υπηρεσιών υποστήριξης. Αν και σε ορισμένες περιπτώσεις η συνεργασία μεταξύ του EEN και άλλων ενωσιακών μέσων είναι καλή, δεν εφαρμόζονται πάντοτε επίσημες συμφωνίες συνεργασίας (σημεία [50-53](#)).

85 Εκτός της ΕΕ, το EEN λειτουργεί κυρίως μέσω γραφείων συνεργασίας επιχειρήσεων. Το έργο ορισμένων ΓΣΕ εκτιμάτο ιδιαίτερα, ενώ άλλα επικρίνονταν για τις ανεπαρκείς υπηρεσίες και την ελλιπή ανταπόκρισή τους. Επίσης, τα μέλη του EEN εξέφρασαν τη δυσαρέσκειά τους για αυτό που θεώρησαν ως ανεπαρκή παρουσία των ΓΣΕ σε επίπεδο βασικών εμπορικών εταίρων, όπως η Αυστραλία, η Κίνα, η Νότιος Αφρική και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα (σημεία [54-57](#)).

86 Τα μέλη του EEN θεωρούν ότι η στήριξη που παρέχει η Επιτροπή –και ειδικότερα ο EISMEA– είναι χρήσιμη. Όσον αφορά τον τομέα της πρόσβασης στη χρηματοδότηση και τον τομέα των ΣΕΣ, υπάρχει ανάγκη για επιπλέον κατάρτιση και στενότερη συνεργασία με την Επιτροπή, την ΕΤΕπ και το ΕΤΕ, προκειμένου να ενισχυθούν η ανάπτυξη ικανοτήτων και η τεχνική εμπειρογνώσια. Τα εργαλεία ΤΠ είναι ένας ακόμα τομέας στον οποίο τα μέλη του EEN θα ήθελαν να δουν βελτιώσεις (σημεία [58-63](#)).

87 Η Startup Europe έχει επικεντρωθεί στις σχετικές ανάγκες των νεοφυών επιχειρήσεων, αλλά η συμβολή της στη διεθνοποίηση των ΜΜΕ συνολικά είναι ασαφής και επηρεάζεται από ζητήματα βιωσιμότητας και διακυβέρνησης (σημεία [64-70](#)).

88 Η Επιτροπή δεν διαθέτει μια γενική δομή για τον συντονισμό της πρωτοβουλίας και των σχέσεών της με άλλα προγράμματα. Συνεπώς, υπάρχει περιορισμένη συνεργασία τόσο μεταξύ των έργων της Startup Europe όσο και μεταξύ της Startup Europe και άλλων ενωσιακών και εθνικών μέσων (σημεία [72-73](#)).

89 Παρά την ύπαρξη στοιχείων σχετικά με την πρόοδο και τα επιτεύγματα των επιμέρους έργων, ο περιορισμένος αριθμός γενικών τιμών-στόχου, οροσήμων και δεικτών δυσχεραίνει την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της ίδιας της πρωτοβουλίας (σημείο [71](#)).

90 Σε ορισμένες περιπτώσεις, στο πλαίσιο έργων και κοινοπραξιών της Startup Europe, οι εταίροι έχουν εμπλακεί σε διαδικασίες επιλογής και αξιολόγησης που διενεργούν εταιρείες οι οποίες αναζητούν καινοτόμες επιχειρήσεις υψηλού δυναμικού, με κατάληξη την εξαγορά νεοφυών επιχειρήσεων της ΕΕ από χώρες εκτός ΕΕ (σημεία [74-77](#)).

Συστάσεις

Σύσταση 1 – Ενίσχυση της ενημέρωσης, της συνοχής και της βιωσιμότητας στο πλαίσιο στήριξης της διεθνοποίησης των ΜΜΕ

Η Επιτροπή πρέπει:

- α) να παρέχει πληροφορίες σχετικά με τα υφιστάμενα μέσα και τα έργα που συγχρηματοδοτούνται από την ΕΕ στον τομέα της διεθνοποίησης, μεταξύ άλλων και από τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία·
- β) βασιζόμενη στη σύσταση α), να αναλύει το φάσμα των συγχρηματοδοτούμενων μέσων και έργων για να εντοπίζει τυχόν κενά και αλληλεπικαλύψεις και να προωθεί τις συνεργίες·
- γ) να συμπεριλαμβάνει συστηματικά την οικονομική βιωσιμότητα, την αποδεδειγμένη ζήτηση της αγοράς και τον συντονισμό με τις υφιστάμενες δράσεις και υπηρεσίες της ΕΕ και των κρατών μελών σε εκ των προτέρων αξιολογήσεις ή εκτιμήσεις επιπτώσεων των νέων μέσων διεθνοποίησης των ΜΜΕ·
- δ) να διενεργήσει εξωτερική αξιολόγηση προκειμένου να αξιολογήσει την αποτελεσματικότητα της στρατηγικής για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ.

Χρονοδιάγραμμα για την υλοποίηση της σύστασης: τέλος του 2023 για τις συστάσεις α) και γ)· τέλος του 2024 για τη σύσταση β)· τέλος του 2025 για τη σύσταση δ)

Σύσταση 2 – Αύξηση της προβολής του Enterprise Europe Network, της συνεργασίας του με παρόμοια προγράμματα, των δικών του δραστηριοτήτων κατάρτισης και της γεωγραφικής του κάλυψης

Η Επιτροπή πρέπει:

- α) να βελτιώσει την προβολή του EEN, επιβεβαιώνοντας ότι τα μέλη του παρέχουν σαφή και εμφανή καθοδήγηση προς όλες τις σχετικές υπηρεσίες στους δικτυακούς τόπους τους, και διασφαλίζοντας ότι ο Ευρωπαϊκός Κόμβος

Επενδυτικών Συμβουλών και η πύλη της Επιτροπής για την πρόσβαση σε χρηματοδότηση διαθέτουν επίσης σαφείς και εμφανείς συνδέσμους προς το EEN·

- β) όπου είναι δυνατόν, να συνάψει συμφωνίες συνεργασίας ή άλλες σχετικές ρυθμίσεις μεταξύ του EEN και άλλων ενωσιακών, εθνικών και περιφερειακών προγραμμάτων που στηρίζουν τη διεθνοποίηση των ευρωπαϊκών ΜΜΕ·
- γ) να αυξήσει την εμβέλεια της κατάρτισης που παρέχει το EEN στον τομέα της πρόσβασης στη χρηματοδότηση και των συμφωνιών ελεύθερων συναλλαγών·
- δ) να ενθαρρύνει αξιόπιστα επιλέξιμα μέρη να καταστούν «διεθνείς εταίροι του δικτύου» σε τρίτες χώρες, όταν αυτό εξυπηρετεί της εμπορικές προτεραιότητες της ΕΕ.

Χρονοδιάγραμμα για την υλοποίηση της σύστασης: τέλος του β' τριμήνου του 2022 για τις συστάσεις α), β) και γ)· τέλος του β' τριμήνου του 2025 για τη σύσταση δ)

Σύσταση 3 – Βελτίωση της παρακολούθησης και της μακροπρόθεσμης αποτελεσματικότητας της πρωτοβουλίας Startup Europe

Η Επιτροπή πρέπει να βελτιώσει τη διαχείριση της πρωτοβουλίας Startup Europe προχωρώντας σε:

- α) ανάπτυξη ειδικών δεικτών και τιμών-στόχου για τη μέτρηση της συνολικής αποτελεσματικότητας της πρωτοβουλίας, περιλαμβανομένης της βιωσιμότητας των δραστηριοτήτων των έργων·
- β) εξασφάλιση συντονισμού και συνεργασίας με άλλα ενωσιακά και εθνικά μέσα που στηρίζουν την ανάπτυξη και τη διεθνοποίηση των νεοφυών επιχειρήσεων·
- γ) καθορισμό κριτηρίων επιλογής ώστε να δίνεται προτεραιότητα σε έργα που βοηθούν τις νεοφυείς επιχειρήσεις να αναπτύξουν πλήρως το δυναμικό και την ανταγωνιστικότητά τους, συμβάλλοντας κατ' αυτόν τον τρόπο στην οικονομική μεγέθυνση της ΕΕ και στην αύξηση των θέσεων απασχόλησης στην ΕΕ.

Χρονοδιάγραμμα για την υλοποίηση της σύστασης: τέλος του δ' τριμήνου του 2022 για τις συστάσεις α) και γ)· τέλος του α' τριμήνου του 2023 για τη σύσταση β)

Η παρούσα έκθεση εγκρίθηκε από το Τμήμα IV, του οποίου προεδρεύει ο Mihails Kozlons, Μέλος του Ευρωπαϊκού Ελεγκτικού Συνεδρίου, στο Λουξεμβούργο, στις 5 Απριλίου 2022.

Για το Ελεγκτικό Συνέδριο

Klaus-Heiner Lehne
Πρόεδρος

Παραρτήματα

Παράρτημα Ι – Έγγραφα πολιτικής με αντίκτυπο στη διεθνοποίηση των ΜΜΕ

Έγγραφο της Επιτροπής	Θέμα
«Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις». «Small Business Act» – 2008, αναθεωρήθηκε το 2011 Στρατηγική για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ: «Μικρή επιχείρηση, μεγάλος κόσμος», COM(2011) 702 final	Συνολική πολιτική της ΕΕ για τις ΜΜΕ Στρατηγική διεθνοποίησης των ΜΜΕ
«Εμπόριο για όλους – Προς μια πιο υπεύθυνη πολιτική για το εμπόριο και τις επενδύσεις», COM(2015) 497 final	Αρχές της ΕΕ για το εμπόριο με χώρες εκτός ΕΕ
«Οι μελλοντικοί οδηγοί της Ευρώπης: Η πρωτοβουλία για τις νεοφυείς και τις αναπτυσσόμενες νέες επιχειρήσεις», COM(2016) 733 final «Στρατηγική για τις ΜΜΕ με στόχο μια βιώσιμη και ψηφιακή Ευρώπη», COM(2020) 103 final	Βελτίωση του οικοσυστήματος για την ανάπτυξη και διεθνοποίηση των νεοφυών επιχειρήσεων Αύξηση της χρήσης βιώσιμων επιχειρηματικών πρακτικών και ψηφιακών τεχνολογιών από τις ΜΜΕ
«Εντοπισμός και αντιμετώπιση των φραγμών στην ενιαία αγορά», COM(2020) 93 final	Αντιμετώπιση των φραγμών στην ενιαία αγορά
«Επανεξέταση της εμπορικής πολιτικής – Μια ανοικτή, βιώσιμη και δυναμική εμπορική πολιτική», COM(2021) 66 final	Επανεξέταση της εμπορικής πολιτικής προκειμένου να ληφθούν υπόψη οι πρόσφατες εξελίξεις, οι συμφωνίες ελεύθερων συναλλαγών και οι επιπτώσεις της πανδημίας COVID-19

Πηγή: ΕΕΣ.

Παράρτημα II – Κύρια ενωσιακά μέσα που στηρίζουν τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ

Κατηγορία	Μέσο της ΕΕ	Περιγραφή	Ενδεικτική συνεισφορά της ΕΕ 2014-2020 (εκατομμύρια ευρώ)	Υπεύθυνη ΓΔ/φορέας της ΕΕ
Συνολική στήριξη για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ	Enterprise Europe Network (EEN)	Το EEN είναι η κύρια δράση της ΕΕ που παρέχει άμεση και συνολική στήριξη για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ. Διαδραματίζει καίριο ρόλο στην συγκέντρωση των πληροφοριών σχετικά με όλες τις άλλες δράσεις στήριξης.	450	ΓΔ GROW EISMEA
	Startup Europe	Η Startup Europe είναι μια βασική δράση της ΕΕ που βοηθά τις νεοφυείς ΜΜΕ να αναπτυχθούν στις ευρωπαϊκές και διεθνείς αγορές. Αποτελεί βασικό μέρος της πρωτοβουλίας «Startup Scaleup».	30	ΓΔ CONNECT
Προγράμματα χρηματοδότησης	Μέσο για τις ΜΜΕ/Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Καινοτομίας (ΕΣΚ)	Το μέσο για τις ΜΜΕ επικεντρώνεται στις εξαιρετικά καινοτόμες ΜΜΕ με ισχυρό αναπτυξιακό δυναμικό και στρατηγική προσανατολισμένη στην ευρωπαϊκή ή παγκόσμια ανάπτυξη. Αποτέλεσε αντικείμενο της ειδικής έκθεσης 2/2020 του ΕΕΣ. Οι υπηρεσίες επιχειρηματικής επιτάχυνσης του εν λόγω προγράμματος πρέπει να είναι ευθυγραμμισμένες με άλλες δράσεις για τη στήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ.	3 000	ΓΔ RTD EISMEA
	Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία (ΕΔΕΤ-ΕΤΠΑ)	Το ΕΤΠΑ υποστηρίζει ένα ευρύ φάσμα δράσεων σε σχέση με την ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ. Ο προϋπολογισμός της ΕΕ για το ΕΤΠΑ την περίοδο 2014-2020 ανήλθε σε 223 δισεκατομμύρια ευρώ, εκ των οποίων τα 40 δισεκατομμύρια που διατέθηκαν για τον θεματικό στόχο 3 «Συντονισμός των συγχρηματοδοτούμενων από το ΕΤΠΑ δράσεων με άλλες δράσεις στήριξης» είναι εκείνα που έχουν τη μεγαλύτερη σημασία για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ.	Θεματικός στόχος 3: 40 000	ΓΔ REGIO
	Eurostars (EUREKA)	Το Eurostars είναι ένα πρόγραμμα το οποίο εφαρμόζεται από κοινού με τα μέλη του δικτύου EUREKA για τη στήριξη καινοτόμων ΜΜΕ του τομέα έρευνας και ανάπτυξης που επιδιώκουν να αξιοποιήσουν τα οφέλη της διεθνούς συνεργασίας. Η συνοχή και ο συντονισμός με άλλες δράσεις στήριξης, καθώς και η βελτίωση στην επιλογή των ΜΜΕ που θα βοηθηθούν, έχουν σημασία στο ευρύτερο πλαίσιο	287	ΓΔ RTD

Κατηγορία	Μέσο της ΕΕ	Περιγραφή	Ενδεικτική συνεισφορά της ΕΕ 2014-2020 (εκατομμύρια ευρώ)	Υπεύθυνη ΓΔ/φορέας της ΕΕ
		της στήριξης που παρέχει η ΕΕ για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ.		
Χρηματοοικονομικά μέσα	Ευρωπαϊκό Ταμείο Στρατηγικών Επενδύσεων (ΕΤΣΕ), COSME, InnovFin	Η πρόσβαση σε χρηματοδότηση αποτελεί βασική πρόκληση για τις ΜΜΕ που επιδιώκουν τη διεθνοποίηση. Η ΕΕ και ο όμιλος της ΕΤΕπ έχουν θέσει σε εφαρμογή, μέσω του ΕΤΣΕ και του COSME, ένα ευρύ φάσμα χρηματοδοτικών μέσων για την παροχή χρηματοδοτικής στήριξης σε δραστηριότητες μικρομεσαίων επιχειρήσεων, συμπεριλαμβανομένης της διεθνοποίησης. Η σύνδεση με άλλα μέσα της ΕΕ για τη στήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ είναι καίριας σημασίας για το σύνολο του τομέα. Ειδικότερα, το ΕΕΝ πρέπει να παρέχει συμβουλευτική υποστήριξη στις ΜΜΕ σχετικά με την πρόσβαση σε ενωσιακή χρηματοδότηση.	Σκέλος ΜΜΕ του ΕΤΣΕ 5 500 ΜΜΕ COSME 1 400 InnovFin 2 600	ΕΤΕπ/ΕΤΕ ΓΔ GROW ΓΔ RTD ΓΔ ECFIN

Είδος δράσης	Δράση της ΕΕ	Αιτιολόγηση της ανάλυσης σχετικά με τη συνοχή και τον συντονισμό	Ενδεικτικός προϋπολογισμός (2014-2020)	Υπεύθυνη ΓΔ / Υπεύθυνος φορέας της ΕΕ
Γεωγραφικά μέσα	Κέντρο Βιομηχανικής Συνεργασίας ΕΕ-Ιαπωνίας	Το Κέντρο ΕΕ-Ιαπωνίας αποτελεί μοναδικό εγχείρημα που διευκολύνει την πρόσβαση των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων και, ειδικότερα, των ΜΜΕ στην ιαπωνική αγορά. Σε συντονισμό με άλλες πρωτοβουλίες υποστήριξης, είναι καίριας σημασίας για αυτήν τη σημαντική αγορά.	19,6	ΓΔ GROW
	Κέντρο ΜΜΕ της ΕΕ (Κίνα)	Κοινοπραξία πολυμερών και διμερών δομών υποστήριξης των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων που εδρεύει στην Κίνα (με επικεφαλής την Επιχειρηματική Ένωση Κίνας-Ηνωμένου Βασιλείου). Το Κέντρο παρέχει ευρύ φάσμα υπηρεσιών στις ευρωπαϊκές ΜΜΕ που επιδιώκουν να δραστηριοποιηθούν στην Κίνα. Η συνοχή και η βιωσιμότητα, καθώς και ο συντονισμός με άλλες δράσεις της ΕΕ, έχουν σημασία στο ευρύτερο πλαίσιο της στήριξης της ΕΕ προς τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ.	7	ΓΔ INTPA
	Δίκτυο ELAN και ELAN BIZ (Λατινική Αμερική)	Η πρωτοβουλία Δίκτυο Επιχειρηματικών Υπηρεσιών και Καινοτομίας Ευρώπης και Λατινικής Αμερικής (ELAN) περιλάμβανε	10	ΓΔ INTPA

Είδος δράσης	Δράση της ΕΕ	Αιτιολόγηση της ανάλυσης σχετικά με τη συνοχή και τον συντονισμό	Ενδεικτικός προϋπολογισμός (2014-2020)	Υπεύθυνη ΓΔ / Υπεύθυνος φορέας της ΕΕ
		<p>δύο έργα συγχρηματοδοτούμενα από την ΕΕ, τις συνιστώσες του ELAN Επιχειρηματικές υπηρεσίες (ELANbiz) και Δίκτυο επιχειρήσεων που βασίζονται στην τεχνολογία (ELAN Network). Και τα δύο αυτά έργα παρείχαν πληροφόρηση στις ευρωπαϊκές ΜΜΕ σχετικά με την επιχειρηματική δραστηριότητα σε συγκεκριμένες αγορές της Λατινικής Αμερικής (Αργεντινή, Βραζιλία, Χιλή, Κολομβία, Κόστα Ρίκα, Μεξικό και Περού). Η πλατφόρμα ήταν συνδεδεμένη με άλλες δομές υποστήριξης των επιχειρήσεων της Ευρώπης και της Λατινικής Αμερικής, είτε με έδρα στη Λατινική Αμερική είτε στην ΕΕ (παραδείγματος χάριν, EEN, επιχειρηματικές ενώσεις, ΟΠΕ). Η συνοχή και η βιωσιμότητα, καθώς και ο συντονισμός με άλλες δράσεις της ΕΕ, έχουν σημασία στο ευρύτερο πλαίσιο της στήριξης της ΕΕ προς τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ.</p>		
	<p>Δίκτυο ENRICH (Βραζιλία, Κίνα και ΗΠΑ)</p>	<p>Το δίκτυο ENRICH, το οποίο προωθεί η Ευρωπαϊκή Επιτροπή μέσω του προγράμματος Ορίζων 2020, επί του παρόντος παρέχει υπηρεσίες με σκοπό τη σύνδεση ευρωπαϊκών οργανισμών έρευνας, τεχνολογίας και επιχειρήσεων (συμπεριλαμβανομένων των ΜΜΕ) με τρεις παγκοσμίως πρωτοπόρους αγορές καινοτομίας: Βραζιλία, Κίνα και ΗΠΑ. Στόχος της πρωτοβουλίας της ΕΕ είναι να προωθήσει την επιχειρηματική ανάπτυξη των έργων έρευνας και καινοτομίας της ΕΕ στις τρεις αυτές αγορές. Η συνοχή και η βιωσιμότητα, καθώς και ο συντονισμός με άλλες δράσεις της ΕΕ, έχουν σημασία στο ευρύτερο πλαίσιο της στήριξης της ΕΕ προς τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ.</p>	9	ΓΔ RTD
	<p>ICI+ νοτιοανατολική Ασία</p>	<p>Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προώθησε το έργο ICI+ NAA με στόχο την προώθηση της εξωτερικής συνεργασίας με βιομηχανικές χώρες, εστιάζοντας στην ενθάρρυνση πρωτοβουλιών και στην αλληλεπίδραση μεταξύ οικονομικών και κοινωνικών παραγόντων, ιδιωτικών και δημόσιων φορέων στην Καμπότζη, την Ινδονησία, το Λάος, τη Μαλαισία, τη Μιανμάρ, τις Φιλιππίνες και το Βιετνάμ.</p>	15	ΓΔ INTPA
	<p>Πύλη της ΕΕ/Οδοί Επιχειρηματικών Αποστολών</p>	<p>Συστάθηκε στο πλαίσιο του Μηχανισμού Συνεργασίας για την προώθηση της εμπορικής και επιχειρηματικής συνεργασίας με τις χώρες της νοτιοανατολικής Ασίας μέσω της δημιουργίας επιχειρηματικών δεσμών</p>	60	Υπηρεσία Μέσων Εξωτερικής Πολιτικής

Είδος δράσης	Δράση της ΕΕ	Αιτιολόγηση της ανάλυσης σχετικά με τη συνοχή και τον συντονισμό	Ενδεικτικός προϋπολογισμός (2014-2020)	Υπεύθυνη ΓΔ / Υπεύθυνος φορέας της ΕΕ
		μεταξύ των ΜΜΕ της ΕΕ και των αναδυόμενων αγορών της περιοχής. Η πρωτοβουλία προωθεί επιχειρηματικές αποστολές και εκδηλώσεις εύρεσης εταίρων στην Ιαπωνία, την Κορέα, τη Σιγκαπούρη, τη Μαλαισία, την Ταϊλάνδη, την Ινδονησία, τις Φιλιππίνες και την Κίνα, έχοντας ως στόχο την ενίσχυση της δραστηριότητας των ΜΜΕ της ΕΕ στις χώρες αυτές. Η συνοχή και ο συντονισμός με άλλες δράσεις της ΕΕ στην περιοχή έχουν σημασία στο ευρύτερο πλαίσιο της στήριξης της ΕΕ προς τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ.		
Εργαλεία ΤΠ, βάσεις δεδομένων, γραφεία υποστήριξης	Access2Markets (πρώην Market Access Database)	Η πύλη Access2Markets είναι το βασικό εργαλείο που ανέπτυξε η Επιτροπή για την παροχή βασικών πληροφοριών σχετικά με τις διαδικασίες εισαγωγής σε εταιρείες που εξάγουν από την ΕΕ προς χώρες εκτός ΕΕ. Η χρησιμότητα, η αξιοποίηση από τις ΜΜΕ και ο συντονισμός με άλλα προγράμματα έχουν σημασία στο ευρύτερο πλαίσιο της στήριξης προς τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ.	ά.α.	ΓΔ TRADE
	Ευρωπαϊκή πλατφόρμα συνεργασίας επιχειρηματικών (ECCP)	Η ECCP είναι μια διαδικτυακή πλατφόρμα που εγκαινιάστηκε από την Επιτροπή με σκοπό την προώθηση της διεθνούς συνεργασίας στο πλαίσιο των επιχειρηματικών σχηματισμών ΜΜΕ της ΕΕ. Η συνοχή και ο συντονισμός με άλλα προγράμματα, ιδίως με το EEN και τη Startup Europe, έχουν σημασία στο ευρύτερο πλαίσιο της στήριξης της διεθνοποίησης των ΜΜΕ.	ά.α.	ΓΔ GROW
	Γραφεία υποστήριξης των ΜΜΕ σε θέματα διανοητικής ιδιοκτησίας	Τα γραφεία υποστήριξης σε θέματα ΔΔΙ παρέχουν στις ΜΜΕ της ΕΕ πληροφορίες και συμβουλές σχετικά με τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, συμπεριλαμβανομένων θεμάτων διεθνοποίησης και μεταφοράς τεχνολογίας. Η Επιτροπή έχει προωθήσει ειδικά γραφεία υποστήριξης σε θέματα ΔΔΙ για την Ευρώπη, την Κίνα, τη Νοτιοανατολική Ασία, τη Λατινική Αμερική, την Ινδία και επίσης, από το 2021, την Αφρική. Ο συντονισμός με άλλες δράσεις στήριξης, ιδίως αυτές που αφορούν τις καινοτόμες ΜΜΕ με διεθνή προσανατολισμό, είναι καίριας σημασίας στο ευρύτερο πλαίσιο της στήριξης της διεθνοποίησης των ΜΜΕ.	7	ΓΔ GROW ΓΔ TRADE ΓΔ INTPA

Πηγή: ΕΕΣ, βάσει του εγγράφου της Επιτροπής με τίτλο «Overview of EU instruments for the internationalisation of European Businesses» (Νοέμβριος 2020) και άλλων πηγών της Επιτροπής.

Παράρτημα III – Μεθοδολογία ερευνών

Στον έλεγχο συμπεριλήφθηκαν δύο έρευνες: μία μεταξύ των μελών του EEN και μία μεταξύ των οργανισμών για την προώθηση του εμπορίου (ΟΠΕ).

Έρευνα μεταξύ των μελών του EEN

Η έρευνα μεταξύ των μελών του EEN επικεντρώθηκε στη συμβολή του EEN στη διεθνοποίηση των ΜΜΕ και στον συντονισμό/τη συνεργασία του με τα κύρια μέσα της ΕΕ στον συγκεκριμένο τομέα. Απευθύνθηκε σε 94 συντονιστές του EEN και σε 436 εταίρους του EEN, και τα αντίστοιχα ποσοστά απαντήσεων ήταν 83 % και 31 %.

Κύριες ερωτήσεις της έρευνας
1) Πόσο ικανοποιημένοι είστε από:
α) την υποστήριξη που σας παρέχει ο EASME;
β) το προφίλ και την προβολή του δικτύου στις ΜΜΕ;
γ) την ανταλλαγή πληροφοριών σχετικά με τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ στις τομεακές και θεματικές ομάδες του EEN;
2) Ποιες χώρες θεωρείτε ότι δεν έχουν επαρκή κάλυψη από Γραφεία Συνεργασίας Επιχειρήσεων (ΓΣΕ);
3) Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις υπηρεσίες που παρέχουν τα Γραφεία Συνεργασίας Επιχειρήσεων (ΓΣΕ);
4) Πόσο ικανοποιημένοι είστε με τους δείκτες επιδόσεων που χρησιμοποιεί η Επιτροπή για τη μέτρηση της επιτυχίας του EEN;
5) Πόσο ικανοποιημένοι είστε ότι υπάρχει επαρκής συνεργασία μεταξύ των ακόλουθων προγραμμάτων και μέσων της ΕΕ (λεπτομερής κατάλογος συμπεριλήφθηκε στο ερωτηματολόγιο) και του EEN;
6) Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την εθνική και περιφερειακή συνεργασία με το EEN;
7) Ποιες τυχόν δραστηριότητες πιστεύετε ότι θα πρέπει να αφαιρεθούν από το πεδίο αρμοδιότητας της κοινοπραξίας EEN σας ή να προστεθούν σε αυτό, και γιατί;

Οι πιθανές απαντήσεις σε κάθε ερώτηση ήταν «Πολύ ικανοποιημένος», «Ικανοποιημένος», «Δυσανεστημένος», «Πολύ δυσανεστημένος», «Δεν έχω γνώμη/άνευ αντικειμένου». Εκτός από τις τυποποιημένες απαντήσεις, οι συμμετέχοντες μπορούσαν επίσης να συμπεριλάβουν προτάσεις ή να διατυπώσουν γενικές παρατηρήσεις.

Έρευνα μεταξύ των οργανισμών για την προώθηση του εμπορίου

Η έρευνα μεταξύ των ΟΠΕ εστάλη σε 32 ευρωπαϊκούς ΟΠΕ, από τους οποίους ανταποκρίθηκαν οι 13 (41 %). Η έρευνα επικεντρώθηκε στα κύρια μέσα της ΕΕ για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ και στη συμπληρωματικότητά τους με τα εθνικά μέσα στον συγκεκριμένο τομέα.

Κύριες ερωτήσεις της έρευνας
1) Πόσο ικανοποιημένοι είστε από:
α) την πύλη Access2Markets (πρώην Βάση δεδομένων για την πρόσβαση στην αγορά);
β) το εργαλείο «ROSA», που αναπτύχθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή με σκοπό να βοηθήσει τις ΜΜΕ να καθορίσουν τους κανόνες καταγωγής των προϊόντων τους σύμφωνα με τις εμπορικές συμφωνίες της ΕΕ;
γ) τις ακόλουθες άλλες δράσεις που έχει αναλάβει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την προώθηση των οφελών των εμπορικών συμφωνιών στις ΜΜΕ: <ul style="list-style-type: none"> • Δικτυακοί τόποι της Επιτροπής, οδηγοί και άλλο υλικό • Κατάρτιση που παρέχεται στους σχετικούς ενδιαφερόμενους φορείς • Εκδηλώσεις, διασκέψεις και σεμινάρια, συμπεριλαμβανομένων αυτών που πραγματοποιούνται διαδικτυακά • Άμεση στήριξη των εθνικών οργανισμών για την προώθηση του εμπορίου, συμπεριλαμβανομένης της τεχνικής υποστήριξης εθνικών προγραμμάτων
2) Ποια τυχόν πρόσθετη στήριξη θα πρέπει να παράσχει η Επιτροπή προκειμένου να αυξήσει την αξιοποίηση των συμφωνιών ελεύθερων συναλλαγών και των προτιμησιακών εμπορικών συμφωνιών από τις ΜΜΕ;
3) Πόσο ικανοποιημένοι είστε με την προστιθέμενη αξία των ακόλουθων μέσων της ΕΕ (λεπτομερής κατάλογος συμπεριλήφθηκε στο ερωτηματολόγιο) πέραν των εθνικών σας δομών υποστήριξης για τη διεθνοποίηση;
4) Ποιες από τις ακόλουθες υπηρεσίες του EEN για τη στήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ παρέχουν πρόσθετη αξία πέραν εκείνης που παρέχουν οι εθνικές δομές; <ul style="list-style-type: none"> • Δραστηριότητες πληροφόρησης, παροχής συμβουλών και υποστήριξης σε θέματα που σχετίζονται με τις πολιτικές, τη νομοθεσία και τα προγράμματα της ΕΕ • Δραστηριότητες σύναψης διασυννοριακών εταιρικών σχέσεων για επιχειρηματική συνεργασία, μεταφορά τεχνολογίας και εταιρικές σχέσεις στον τομέα της έρευνας και καινοτομίας • Ειδική υποστήριξη που βοηθά τις ΜΜΕ να επωφεληθούν από την ενιαία αγορά

Κύριες ερωτήσεις της έρευνας

- Ειδική υποστήριξη για την ενίσχυση των ΜΜΕ σε τρίτες αγορές μέσω του ΕΕΝ/των οργανισμών μελών του ΕΕΝ σε τρίτες χώρες
- Ειδικές πληροφορίες σχετικά με την εφαρμογή εμπορικών συμφωνιών προς όφελος των ΜΜΕ
- Πληροφορίες σχετικά με τις επιχορηγήσεις της ΕΕ που είναι διαθέσιμες για τις ΜΜΕ, μεταξύ άλλων με στόχο τη διεθνοποίηση
- Πληροφορίες σχετικά με τα χρηματοδοτικά μέσα της ΕΕ για τη στήριξη των ΜΜΕ, μεταξύ άλλων με στόχο τη διεθνοποίηση

5) Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ενσωμάτωση του ΕΕΝ στις σχετικές εθνικές και περιφερειακές δομές στήριξης της χώρας σας;

- 6) Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τα υφιστάμενα μέσα της ΕΕ για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ όσον αφορά το εάν:
- είναι επαρκώς γνωστά στους εθνικούς και περιφερειακούς ΟΠΕ;
 - είναι επαρκώς γνωστά στις ευρωπαϊκές ΜΜΕ που επιδιώκουν διεθνοποίηση;
 - έχουν προωθηθεί επαρκώς στα κράτη μέλη;

7) Γενικά, πόσο ικανοποιημένοι είστε από τον συντονισμό μεταξύ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και των αρχών των κρατών μελών προκειμένου να αυξηθεί η συμπληρωματικότητα και να αποφευχθούν οι αλληλεπικαλύψεις μεταξύ ενωσιακών και εθνικών μέσων για τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ;

Παράρτημα IV – Στόχοι των έργων της Startup Europe

Τίτλος έργου	Συνοπτική περιγραφή των στόχων
MediaMotorEurope	Πρωώθηση καινοτόμων τεχνολογικών λύσεων, συμπεριλαμβανομένης της τεχνητής νοημοσύνης και της μηχανικής μάθησης, για τα μέσα ενημέρωσης και τις δημιουργικές βιομηχανίες στην αγορά και σε δυνητικούς πελάτες.
Scale-up Champions	Επέκταση των καινοτόμων επιχειρήσεων σε ολόκληρη την ΕΕ και παροχή βοήθειας στις νεοφυείς επιχειρήσεις προκειμένου να επιτύχουν στην αγορά, με αύξηση της διασύνδεσης μεταξύ των οικοσυστημάτων και των εταιρειών τους, με αύξηση της πρόσβασης σε πελάτες και εργαζομένους, και με ενθάρρυνση των ευρωπαϊκών επενδύσεων σε ψηφιακούς τομείς υπερπροηγμένης τεχνολογίας.
B-HUB FOR EUROPE	Ανακάλυψη καινοτόμων νεοφυών επιχειρήσεων υψηλού δυναμικού στον κλάδο της υπερπροηγμένης τεχνολογίας αλυσίδας συστοιχιών και επέκτασή τους μέσω της αξιοποίησης νέων διαύλων της αγοράς
STARTUP3	Στήριξη των καινοτόμων επιχειρήσεων σε όλη τη διαδρομή από τη διάθεση προϊόντων που καλύπτουν ανάγκες της αγοράς (product-market-fit) έως την εδραίωση μιας υγιούς και βιώσιμης επιχείρησης, με παροχή ειδικά προσαρμοσμένης επιχειρηματικής και τεχνικής υποστήριξης, καθώς και πρόσβασης σε κεφάλαια και αγορές μέσω ενός νέου επιχειρηματικού και αναπτυξιακού προγράμματος. Ως εκ τούτου, το έργο θα στηρίζει άμεσα τις καινοτόμες επιχειρήσεις υπερπροηγμένης τεχνολογίας υψηλού δυναμικού, προκειμένου να επιτύχουν στην αγορά σε πανευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο.
Scaleup4Europe	Δημιουργία δομής για την επίτευξη διασυνοριακής ανάπτυξης μέσω της συνεργασίας με εταιρικούς πελάτες, επενδυτές και δημόσιους οργανισμούς.
XEUROPE	Πρωώθηση της ανάπτυξης και της ενίσχυσης των σχέσεων μεταξύ αναπτυσσόμενων οικοσυστημάτων νεοφυών επιχειρήσεων στην περιοχή της Βαλτικής και του Visegrad, μέσω της ενίσχυσης ενδιαφερόμενων φορέων υπερπροηγμένης τεχνολογίας και της παροχής δεξιοτήτων, ευκαιριών, προώθησης και κεφαλαίων.
MY-GATEWAY	Η δράση MY-GATEWAY θα ασχοληθεί με τα ακόλουθα βασικά ζητήματα: πρόσβαση σε δίκτυα, πρόσβαση σε χρηματοδότηση, πρόσβαση σε ταλέντα και δημιουργία ικανοτήτων.
Scale-EU2p	Η Scale-EU2p είναι μια δράση που βασίζεται στην αγορά και φιλοδοξεί να συγκροτήσει ένα χαρτοφυλάκιο τουλάχιστον 200 νεοφυών επιχειρήσεων υψηλού δυναμικού μέσω των τεσσάρων συνδεδεμένων κόμβων, να τις βοηθήσει να επεκταθούν και να γίνουν πρωτοπόροι στο αναδυόμενο διαδίκτυο των πραγμάτων (Internet of Things – IoT).
Access2Europe	Παράκαμψη του λαβυρίνθου των διαθέσιμων στο διαδίκτυο πληροφοριών και διασύνδεση των κατάλληλων ανθρώπων, με σκοπό τον πολλαπλασιασμό των ευκαιριών για τις ευρωπαϊκές νεοφυείς επιχειρήσεις να επεκταθούν, να αυξήσουν τον κύκλο εργασιών τους και να διατηρήσουν εξειδικευμένο προσωπικό
Start-up Lighthouse	Ενίσχυση των οικοσυστημάτων ΤΠΕ για τις νεοφυείς τεχνολογικές επιχειρήσεις υψηλής ανάπτυξης, με διασύνδεση και δημιουργία νέων συνεργιών μεταξύ των τεσσάρων κόμβων νεοφυών επιχειρήσεων σε ολόκληρη την Ευρώπη, καθώς και με διευκόλυνση της χρηματοδότησης και βελτίωση της ρευστότητας για ευρωπαϊκές επενδύσεις σε ταχέως αναπτυσσόμενες νεοφυείς και επεκτεινόμενες επιχειρήσεις ΤΠΕ, ούτως ώστε να αυξηθούν οι πιθανότητές τους για επιτυχή και μετασχηματιστική έξοδο.
NordicAIP	Ενθάρρυνση των ευρωπαϊκών επενδύσεων στους ψηφιακούς τομείς και αύξηση της αμοιβαίας κατανόησης μεταξύ των επενδυτών και των νεοφυών και επεκτεινόμενων επιχειρήσεων ΤΠΕ.
SEP 2.0	Πρωώθηση των ΟΠΕ, διευκόλυνση των επιχειρηματικών και στρατηγικών εταιρικών σχέσεων, και αύξηση της διεθνούς προβολής των ευρωπαϊκών επεκτεινόμενων επιχειρήσεων

Τίτλος έργου	Συνοπτική περιγραφή των στόχων
Soft-Landing	Το έργο αυτό θα συνδέσει τα μικρότερα οικοσυστήματα νεοφυών επιχειρήσεων με τα μεγαλύτερα, αυξάνοντας την ενημέρωση και την ικανότητα επέκτασης μέσω της οργάνωσης αποστολών ανακάλυψης για οικοσυστήματα νεοφυών επιχειρήσεων.
EDFx	Πρωώθηση της μακροπρόθεσμης ανάπτυξης και της δημιουργίας θέσεων εργασίας στην Ευρώπη, μέσω της ουσιαστικής βελτίωσης των συνθηκών για την επιχειρηματικότητα που βασίζεται στην καινοτομία και στο διαδίκτυο.
ePlus Ecosystem	Θέση σε λειτουργία ενός αληθινού πανευρωπαϊκού οικοσυστήματος επιχειρηματικότητας του διαδικτύου, με αξιοποίηση του μοναδικού συνόλου άνω των 50 000 ερευνητών της Ευρώπης· Καθοδήγηση των επιχειρηματιών του διαδικτύου σε παγκόσμιες επιχειρηματικές ιδέες μέσω ενός ευρωπαϊκού προγράμματος καθοδήγησης Διασφάλιση της πρόσβασης σε κεφάλαια, είτε σε αρχικό στάδιο είτε στο πλαίσιο συμμετοχικής χρηματοδότησης.
LIFE	Σκοπός του έργου είναι η συνεργατική μάθηση από την αποτυχία στην επιχειρηματικότητα και οι συνεργατικές δράσεις για την προώθηση της επιχειρηματικότητας.
STARTUP-SCALEUP	Οικοδόμηση ενός ευρωπαϊκού οικοσυστήματος γύρω από τέσσερα ενοποιημένα επιχειρηματικά οικοσυστήματα, με σκοπό την παροχή υπηρεσιών σε επιχειρηματίες που επιθυμούν να συστήσουν και να αναπτύξουν εταιρείες εστιασμένες στο διαδίκτυο των πραγμάτων και των υπηρεσιών (Internet of Things and Services – IoTS).
SEP	Αποσκοπεί στην ανάπτυξη της κοινότητας της διαδικτυακής επιχειρηματικότητας, βοηθώντας περισσότερες ψηφιακές νεοφυείς επιχειρήσεις να επεκταθούν και να αναπτυχθούν, συνδέοντάς τις με ευκαιρίες επενδύσεων, εξαγοράς και σύναψης δημόσιων συμβάσεων που προέρχονται από μεγάλες επιχειρήσεις της Ευρώπης.
MY-WAY	Ενεργός συμμετοχή των δικτύων φοιτητών, των αποφοίτων, των κέντρων φοιτητικής επιχειρηματικότητας και σύνδεσή τους με επιχειρηματικά δίκτυα στο πλαίσιο του οικοσυστήματος διαδικτυακής επιχειρηματικότητας και των δραστηριοτήτων του, όπως η ανάπτυξη υπηρεσιών υποστήριξης (κατάρτιση, καθοδήγηση, πρόσβαση σε χρηματοδότηση, κανονιστικές ρυθμίσεις, πολιτική κ.λπ.).
DIGISTART	Προσέγγιση επιταχυντών επιχειρήσεων και φοιτητών πανεπιστημίων· Ανάπτυξη ενός μοντέλου βέλτιστου επιμερισμού πόρων από τους επιταχυντές επιχειρήσεων με σκοπό τον επιμερισμό των πόρων τους, ιδίως στον τομέα των προγραμμάτων επιτάχυνσης, καθοδηγητών, επενδυτών, υποδομών υποστήριξης και υπηρεσιών
TWIST DIGITAL	Το πρόγραμμα TWIST στοχεύει στη σύνδεση τεσσάρων υφιστάμενων τοπικών οικοσυστημάτων και κόμβων νεοφυών επιχειρήσεων του διαδικτύου, παρέχοντας νέες υπηρεσίες στους επιχειρηματίες του διαδικτύου που έχουν ως στόχο την επέκταση και τον ανταγωνισμό στην παγκόσμια αγορά.
WELCOME	Συγκέντρωση των καλύτερων παραγόντων κάθε τοπικού οικοσυστήματος σε ένα πανευρωπαϊκό οικοσύστημα, παρέχοντας σε αυτούς την καλύτερη υποστήριξη και τις καλύτερες υπηρεσίες για την αποτελεσματική έναρξη και επέκταση των δραστηριοτήτων τους σε ολόκληρη την ΕΕ, εκθέτοντάς τους σε νέες ευκαιρίες χρηματοδότησης και συνδέοντάς τους επιχειρηματίες του διαδικτύου με βασικούς παράγοντες.

Αρκτικόλεξα και συντομογραφίες

ΓΔ CONNECT	Γενική Διεύθυνση Επικοινωνίας της Επιτροπής
ΓΔ GROW	Γενική Διεύθυνση Εσωτερικής Αγοράς, Βιομηχανίας, Επιχειρηματικότητας και ΜΜΕ της Επιτροπής
ΓΔ INTPA	Γενική Διεύθυνση Διεθνών Εταιρικών Σχέσεων της Επιτροπής
ΓΔ REGIO	Γενική Διεύθυνση Περιφερειακής Πολιτικής και Αστικής Ανάπτυξης της Επιτροπής
ΓΔ RTD	Γενική Διεύθυνση Έρευνας και Καινοτομίας της Επιτροπής
ΓΔ TRADE	Γενική Διεύθυνση Εμπορίου της Επιτροπής
ΓΣΕ	Γραφείο Συνεργασίας Επιχειρήσεων
ΔΔΙ	Δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας
ΕΔΕΤ	Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία
ΕΚΕΣ	Ευρωπαϊκός Κόμβος Επενδυτικών Συμβουλών
ΕΣΚ	Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Καινοτομίας
ΕΤαΕ	Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων
ΕΤΕπ	Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων
ΕΤΠΑ	Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης
ΕΤΣΕ	Ευρωπαϊκό Ταμείο Στρατηγικών Επενδύσεων
ΚΔΕ	Κύριος δείκτης επιδόσεων
ΜΜΕ	Μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις
ΟΠΕ	Οργανισμός για την προώθηση του εμπορίου
ΣΕΣ	Συμφωνία ελευθέρων συναλλαγών
COSME	Πρόγραμμα της ΕΕ για την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων και τις ΜΜΕ
EEN	Enterprise Europe Network

EISMEA	Εκτελεστικός Οργανισμός για το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Καινοτομίας και τις ΜΜΕ
ELAN	European and Latin American Technology-based Business Network
ENRICH	European Network of Research and Innovation Centres and Hubs
ROSA	Εργαλείο αυτοαξιολόγησης «κανόνες καταγωγής»
SBA	Small Business Act

Γλωσσάριο

Διαδικτυακή πύλη Access2Markets: Βάση δεδομένων της ΕΕ για τις εξαγωγικές επιχειρήσεις, η οποία παρέχει πληροφορίες σχετικά με τους δασμούς, τους φόρους, τους κανόνες που αφορούν τα προϊόντα και άλλες κανονιστικές απαιτήσεις για όλες τις χώρες της ΕΕ σε πάνω από 135 άλλες αγορές σε όλο τον κόσμο.

Επεκτεινόμενη επιχείρηση: Μικρή εταιρεία που έχει πραγματοποιήσει τη μετάβαση από το στάδιο της νεοφυούς επιχείρησης στο στάδιο της ανάπτυξης, που ορίζεται ως μέση ετήσια ανάπτυξη για τριετή περίοδο άνω του 20 %.

Ευρωπαϊκή ένωση οργανισμών για την προώθηση του εμπορίου (European Trade Promotion Organisations' Association): Ευρωπαϊκή ένωση εθνικών και περιφερειακών οργανισμών προώθησης του εμπορίου.

Κανόνες καταγωγής: Ως κανόνες καταγωγής νοούνται τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό της χώρας από την οποία προέρχεται ένα προϊόν. Η εφαρμογή προτιμησιακών δασμών στο πλαίσιο συμφωνίας ελεύθερων συναλλαγών με χώρα εκτός ΕΕ εξαρτάται από το πιστοποιητικό προέλευσης των σχετικών προϊόντων.

Κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τη βελτίωση της νομοθεσίας: Σύνολο εσωτερικών οδηγιών για το προσωπικό της Επιτροπής με σκοπό την επίτευξη των στόχων της «βελτίωσης της νομοθεσίας», συμπεριλαμβανομένων ολοκληρωμένων αξιολογήσεων και εκτιμήσεων επιπτώσεων, ώστε να διασφαλίζεται ότι η νομοθεσία και τα προγράμματα δαπανών είναι αποδοτικά, αποτελεσματικά, συναφή και συνεκτικά, και ότι οι παρεμβάσεις σε επίπεδο ΕΕ πράγματι προσθέτουν αξία.

Μέσο για τις ΜΜΕ: Χρηματοδοτικό μέσο, το οποίο τελεί υπό τη διαχείριση του ΕΑΣΜΕ στο πλαίσιο του προγράμματος Ορίζων 2020, το οποίο παρέχει στις ΜΜΕ εύκολη πρόσβαση σε κεφάλαια για έργα έρευνας και καινοτομίας.

ΜΜΕ: Προσδιορισμός μεγέθους που εφαρμόζεται σε εταιρείες και άλλους οργανισμούς, βάσει του αριθμού των εργαζομένων και ορισμένων οικονομικών κριτηρίων. Οι μικρές επιχειρήσεις απασχολούν έως 50 υπαλλήλους και έχουν κύκλο εργασιών ή συνολικό ισολογισμό που δεν υπερβαίνει τα 10 εκατομμύρια ευρώ. Οι μεσαίες επιχειρήσεις απασχολούν έως 250 υπαλλήλους και έχουν κύκλο εργασιών έως 50 εκατομμύρια ευρώ ή συνολικό ισολογισμό που δεν υπερβαίνει τα 43 εκατομμύρια ευρώ.

Νεοφυής επιχείρηση: Νέα επιχειρηματική δραστηριότητα, ιδίως ΜΜΕ ή πολύ μικρή επιχείρηση που απαιτεί επένδυση κεφαλαίου.

Οικοσύστημα νεοφυών επιχειρήσεων: Κοινό σύνολο πόρων, το οποίο βρίσκεται γενικά εντός ακτίνας 100 χιλιομέτρων γύρω από ένα κεντρικό σημείο, το οποίο είναι επωφελές για τις τοπικές νεοφυείς επιχειρήσεις και περιλαμβάνει υπεύθυνους χάραξης πολιτικής, επιταχυντές, εκκολαπτήρια, χώρους συνεργασίας, εκπαιδευτικά ιδρύματα και ομάδες χρηματοδότησης.

Ορίζων 2020 (H2020): Το πρόγραμμα έρευνας και καινοτομίας της ΕΕ για την περίοδο 2014-2020.

Συμφωνίες ελεύθερων συναλλαγών: Συμφωνίες ελεύθερων συναλλαγών της ΕΕ με τρίτες χώρες οι οποίες επιτρέπουν αμοιβαίο άνοιγμα αγορών με ανεπτυγμένες χώρες και αναδυόμενες οικονομίες, παρέχοντας προτιμησιακή πρόσβαση στις αγορές.

Απαντήσεις της Επιτροπής

<https://www.eca.europa.eu/el/Pages/DocItem.aspx?did=61072>

Χρονογραμμή

<https://www.eca.europa.eu/el/Pages/DocItem.aspx?did=61072>

Κλιμάκιο ελέγχου

Οι ειδικές εκθέσεις του ΕΕΣ παρουσιάζουν τα αποτελέσματα των ελέγχων που αυτό διενεργεί επί των πολιτικών και προγραμμάτων της ΕΕ ή επί διαχειριστικών θεμάτων που αφορούν συγκεκριμένους τομείς του προϋπολογισμού. Το Ευρωπαϊκό Ελεγκτικό Συνέδριο επιλέγει και σχεδιάζει τα εν λόγω ελεγκτικά έργα κατά τρόπον ώστε αυτά να αποφέρουν τον μέγιστο αντίκτυπο, λαμβανομένων υπόψη των κινδύνων για τις επιδόσεις ή για τη συμμόρφωση, του επιπέδου των σχετικών εσόδων ή δαπανών, των επικείμενων εξελίξεων και του πολιτικού και δημόσιου συμφέροντος.

Ο εν προκειμένω έλεγχος επιδόσεων διενεργήθηκε από το Τμήμα Ελέγχου IV (Ρύθμιση των αγορών και ανταγωνιστική οικονομία), του οποίου προεδρεύει ο Mihails Kozlons, Μέλος του ΕΕΣ. Επικεφαλής του ελέγχου ήταν η Ivana Maletić, Μέλος του ΕΕΣ, συνεπικουρούμενη από τους Sandra Diering, προϊσταμένη του ιδιαίτερου γραφείου της, Tea Japunčić, σύμβουλο στο ιδιαίτερο γραφείο της, John Sweeney, διοικητικό στέλεχος και Alvaro Netrido-Lestache Angulo, υπεύθυνο έργου.

Το κλιμάκιο ελέγχου περιλάμβανε τους Wayne Codd, Christian Detry, Juan Antonio Vazquez και Wolfgang Schwender, ελεγκτές, και τη Satu Levelä-Ylinen, ελέγκτρια.

Ο Thomas Everett παρείχε γλωσσική υποστήριξη.



Από αριστερά: Tea Japunčić, Satu Levelä-Ylinen, Christian Detry, Sandra Diering, Alvaro Garrido-Lestache Angulo, Wayne Codd, Ivana Maletić, Thomas Everett, Wolfgang Schwender, Juan Antonio Vazquez, John Sweeney.

ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ

© Ευρωπαϊκή Ένωση, 2022

Η πολιτική για την περαιτέρω χρήση εγγράφων του Ευρωπαϊκού Ελεγκτικού Συνεδρίου (ΕΕΣ) ορίζεται στην [απόφαση αριθ. 6-2019 του ΕΕΣ](#) για την πολιτική ανοικτών δεδομένων και την περαιτέρω χρήση εγγράφων.

Με εξαίρεση τις περιπτώσεις όπου ορίζεται διαφορετικά (π.χ. σε χωριστές ανακοινώσεις περί πνευματικής ιδιοκτησίας), το περιεχόμενο του ΕΕΣ που ανήκει στην ΕΕ παραχωρείται βάσει της άδειας [Creative Commons Attribution 4.0 International \(CC BY 4.0\)](#). Ισχύει επομένως ως γενικός κανόνας ότι η περαιτέρω χρήση επιτρέπεται υπό τον όρο ότι αναφέρεται η πηγή και επισημαίνονται οι αλλαγές. Κατά την περαιτέρω χρήση απαγορεύεται η διαστρέβλωση του αρχικού νοήματος ή μηνύματος των εγγράφων. Το ΕΕΣ δεν φέρει ευθύνη για οποιαδήποτε συνέπεια προερχόμενη από την περαιτέρω χρήση εγγράφων.

Εάν συγκεκριμένο περιεχόμενο αναφέρεται σε ταυτοποιήσιμα φυσικά πρόσωπα, π.χ. φωτογραφίες υπαλλήλων του ΕΕΣ, ή περιλαμβάνει έργα τρίτων, απαιτείται πρόσθετη έγκριση.

Όταν παραχωρείται η έγκριση, αυτή ακυρώνει και αντικαθιστά την ανωτέρω γενική έγκριση και αναφέρει σαφώς τυχόν περιορισμούς στη χρήση.

Για τη χρήση ή την αναπαραγωγή περιεχομένου που δεν ανήκει στην ΕΕ, μπορεί να χρειάζεται να ζητήσετε άδεια απευθείας από τους κατόχους των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας.

Το λογισμικό ή τα έγγραφα που καλύπτονται από δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας, όπως τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας, τα εμπορικά σήματα, τα καταχωρισμένα σχέδια, οι λογότυποι και οι επωνυμίες/ονομασίες, εξαιρούνται από την πολιτική του ΕΕΣ για την περαιτέρω χρήση.

Το σύνολο των ιστοτόπων των θεσμικών οργάνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης εντός του ονόματος χώρου «europa.eu» παρέχει συνδέσμους προς ιστότοπους τρίτων. Δεδομένου ότι το ΕΕΣ δεν έχει έλεγχο επ' αυτών, σας συνιστούμε να εξετάζετε τις πολιτικές τους για την προστασία του ιδιωτικού απορρήτου και της πνευματικής ιδιοκτησίας.

Χρήση του λογότυπου του ΕΕΣ

Ο λογότυπος του ΕΕΣ δεν πρέπει να χρησιμοποιείται χωρίς την προηγούμενη σύμφωνη γνώμη του οργάνου.

PDF	ISBN 978-92-847-7715-0	ISSN 1977-5660	doi:10.2865/997942	QJ-AB-22-005-EL-N
HTML	ISBN 978-92-847-7696-2	ISSN 1977-5660	doi:10.2865/545158	QJ-AB-22-005-EL-Q

Αξιολογήσαμε κατά πόσον η ενωσιακή πολιτική σχετικά με τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ υποστηρίζεται από συνεκτική και συντονισμένη στρατηγική και αν το δίκτυο Enterprise Europe Network και η πρωτοβουλία Startup Europe συνέβαλαν επιτυχώς στη διεθνοποίηση αυτή.

Μολονότι η Επιτροπή έχει αναπτύξει πολλές δράσεις για την υποστήριξη της διεθνοποίησης των ΜΜΕ, αυτές δεν είναι αρκετά συνεκτικές και συντονισμένες. Αν και το Enterprise Europe Network έχει επιτύχει τις καθορισμένες τιμές-στόχο, χρειάζεται μεγαλύτερη προβολή και καλύτερη κάλυψη στις τρίτες χώρες. Η Startup Europe ανταποκρίνεται στις ανάγκες των νεοφυών επιχειρήσεων, αλλά μόνο βραχυπρόθεσμα, και η παρακολούθηση και ο συντονισμός της είναι ανεπαρκείς.

Συνιστούμε στην Επιτροπή να ενισχύσει την ενημέρωση, τη συνοχή και τη βιωσιμότητα των δράσεων, να αυξήσει την προβολή του Enterprise Europe Network, τη συνεργασία του με παρόμοια προγράμματα και τη γεωγραφική του κάλυψη, και να βελτιώσει την παρακολούθηση και τη μακροπρόθεσμη αποτελεσματικότητα της Startup Europe.

Ειδική έκθεση του ΕΕΣ, υποβαλλόμενη δυνάμει του άρθρου 287, παράγραφος 4, δεύτερο εδάφιο, ΣΛΕΕ.



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ
ΕΛΕΓΚΤΙΚΟ
ΣΥΝΕΔΡΙΟ



Υπηρεσία Εκδόσεων
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΕΛΕΓΚΤΙΚΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ
12, rue Alcide De Gasperi
1615 Luxembourg
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ

Τηλ. +352 4398-1

Πληροφορίες: eca.europa.eu/el/Pages/ContactForm.aspx
Ιστότοπος: eca.europa.eu
Twitter: @EUAuditors