



ΠΡΕΣΒΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ  
ΠΑΡΙΣΙ

Γραφείο Οικονομικών  
και Εμπορικών Υποθέσεων

## Έκθεση για τις επιπτώσεις της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου στη Γαλλία

Έκθεση υπό τον τίτλο “Για μία βιώσιμη ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου” υποβλήθηκε στη γ/Κυβέρνηση, στις 12 τρέχ., από τη France Stratégie, το Γενικό Συμβούλιο Περιβάλλοντος και Βιώσιμης Ανάπτυξης (Conseil général de l’environnement et du développement durable - CGEDD) και τη Γενική Επιθεώρηση Οικονομικών (Inspection générale des finances - IGF). Η εκπόνηση της έκθεσης είχε ανατεθεί στους τρεις ανωτέρω φορείς από τους Υπουργούς Οικολογικής Μετάβασης, Οικονομίας, Οικονομικών και Ανάκαμψης, Στέγασης, Μεταφορών, Βιομηχανίας, Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων, Ψηφιακών Μεταβάσεων και Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, στις 9 Σεπτεμβρίου 2020, με στόχο την αξιολόγηση του ηλεκτρονικού εμπορίου στη Γαλλία από οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής σκοπιάς.

Σύμφωνα με την έκθεση, ο τομέας του ηλεκτρονικού εμπορίου στη Γαλλία, ο οποίος εμφανίστηκε στις αρχές της δεκαετίας του 2000, αντιπροσωπεύει σήμερα το 13% του λιανικού εμπορίου αγαθών, έχοντας καταγράψει αύξηση 37% το 2020 σε σύγκριση με το 2019, λόγω της κρίσης Covid-19. Παρά το γεγονός ότι τις δύο πρώτες θέσεις της γαλλικής αγοράς κατέχουν εξειδικευμένες εταιρείες ηλεκτρονικών αγορών, ήτοι η Amazon και η γαλλική Cdiscount, οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στη μαζική διανομή (Leclerc, Carrefour, FNAC-Darty, Auchan) έχουν επίσης σημαντική παρουσία. Σχεδόν 200.000 εμπορικές, αλλά και βιομηχανικές, βιοτεχνικές και γεωργικές επιχειρήσεις διαθέτουν ιστοσελίδες ηλεκτρονικού εμπορίου. Ταυτόχρονα, οι ιστότοποι που λειτουργούν αποκλειστικά από το εξωτερικό, όπως το Wish ή το Alibaba, κατέχουν επίσης ισχυρές θέσεις. Όσον αφορά τους καταναλωτές που κάνουν χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου, αυτοί προέρχονται από όλες τις περιοχές, από όλες τις κοινωνικές τάξεις και από όλες τις γενιές, αν και υπάρχει υπερεκπροσώπηση ατόμων κάτω των 50 ετών και οικογενειών με τουλάχιστον δύο παιδιά.

Η έκθεση αναλύει σε βάθος τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η εκτίμηση εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου εξαρτάται κυρίως από τα στάδια παραγωγής των πωλούμενων αγαθών. Ωστόσο, η έκθεση δεν επισήμανε καμία θεμελιώδη διαφορά στις μεθόδους παραγωγής προϊόντων που πωλούνται σε καταστήματα ή διαδικτυακά, παρά το γεγονός ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο κατέχει σημαντική θέση σε τομείς όπου οι εισαγωγές από χώρες εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης αποτελούν την πλειονότητα. Η κύρια διαφορά στο ισοζύγιο αερίων του θερμοκηπίου που παρατηρείται μεταξύ των δύο καναλιών διανομής βασίζεται επομένως στα τελικά στάδια αποθήκευσης και διανομής στον καταναλωτή. Σε αυτό το πλαίσιο, η έκθεση επισημαίνει ότι ο όγκος των παραδόσεων (1 δισ. πακέτα ετησίως) μπορεί να προκαλέσει σημαντικές εκπομπές αερίων θερμοκηπίου και κατά συνέπεια σοβαρές επιπτώσεις στην ανθρώπινη υγεία. Επομένως, για να είναι αποδοτική από περιβαλλοντικής άποψης, τα τελευταία στάδια της παράδοσης αγαθών θα πρέπει να ευνοεί λύσεις κινητικότητας χαμηλών εκπομπών άνθρακα. Όσον αφορά την τεχνητή χρήση εδαφών, η αύξηση του αριθμού των αποθηκών που συνδέονται με το διαδικτυακό εμπόριο συνέβαλε λιγότερο από το 1% της ετήσιας κατανάλωσης φυσικών, γεωργικών και δασικών περιοχών, αλλά μπορεί να έχει σημαντικό αντίκτυπο σε τοπικό επίπεδο, ειδικά όπου κατασκευάζονται αποθήκες πολύ μεγάλου μεγέθους.

Η ανάπτυξη του διαδικτυακού εμπορίου έχει διαταράξει την απασχόληση στους τομείς του εμπορίου και της εφοδιαστικής, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν το 20% των θέσεων εργασίας στην αγορά. Η ετήσια αύξηση του αριθμού των εργαζομένων στο λιανικό εμπόριο ήταν 3% μεταξύ 1994-2002, και μόλις 1% μεταξύ 2002-2019. Η χαμηλότερη ένταση απασχόλησης του διαδικτυακού εμπορίου σε σύγκριση με το φυσικό εμπόριο συνέβαλε αναμφίβολα σε αυτήν την πτώση. Πράγματι, όσο ισχυρότερο είναι το διαδικτυακό εμπόριο σε έναν τομέα, τόσο πιο έντονη είναι η μείωση της απασχόλησης. Έτσι, παρατηρήθηκαν απώλειες θέσεων εργασίας στους τομείς των παιχνιδιών, των υποδημάτων και των ενδυμάτων, ενώ η δημιουργία θέσεων εργασίας ήταν δυναμική στο εμπόριο τροφίμων. Επιπλέον, το ηλεκτρονικό εμπόριο δημιουργεί θέσεις εργασίας στον τομέα των μεταφορών και της εφοδιαστικής.

Ωστόσο, η έκθεση επισημαίνει ότι ανησυχητικά είναι τα σημάδια ρήξης μεταξύ του φυσικού και του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η ανάπτυξη των δωρεάν παραδόσεων οδήγησε σε επιδείνωση των περιθωρίων των πανκαναλικών εταιρειών (omnichannel) και ιδίως της μαζικής διανομής, δημιουργώντας μεγάλη δυσκολία για τους ανταγωνιστές μεγάλων ομίλων πολλαπλών δραστηριοτήτων, όπως η Amazon. Οι εταιρείες αυτές, προκειμένου να αποκαταστήσουν τα περιθώρια κέρδους τους, ενδεχομένως στραφούν στην επιτάχυνση της αυτοματοποίησης των αποθηκών και των καταστημάτων τους, με δυνητικά σημαντικές επιπτώσεις στην απασχόληση.

Σε αυτό το πλαίσιο, απαιτείται η άμεση λήψη αποφάσεων για τη διατήρηση της ποικιλομορφίας των καναλιών εμπορίου, καθώς και για τον μετασχηματισμό του παραδοσιακού εμπορίου, ώστε αυτό να εκσυγχρονιστεί και να επιτύχει την εξέλιξή του προς το πανκαναλικό εμπόριο. Η έκθεση καταλήγει στις εξής προτάσεις:

**1/ Δικαιότερη φορολογική αντιμετώπιση των εταιρειών, βελτίωση της προστασίας των καταναλωτών και των όρων ανταγωνισμού μεταξύ διαφορετικών μορφών εμπορίου:** η δυνατότητα για τους ψηφιακούς γίγαντες να αποφεύγουν σε μεγάλο βαθμό τους φόρους πρέπει να διορθωθεί, μέσω της συνολικής μεταρρύθμισης της φορολογίας του εμπορίου το συντομότερο δυνατό για τη βελτίωση της σχετικής θέσης του φυσικού εμπορίου έναντι του διαδικτυακού εμπορίου. Επιπλέον, η εφαρμογή του μηχανισμού προσαρμογής στα σύνορα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (φόρος άνθρακα) θα επιτρέψει την εσωτερικευση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων στις τιμές. Όσον αφορά τον ανταγωνισμό και την προστασία των καταναλωτών, οι ηλεκτρονικές πλατφόρμες πρέπει να είναι υπεύθυνες για τη κανονιστική συμμόρφωση των προϊόντων που προσφέρονται προς πώληση.

**2/ Καλύτερη ενσωμάτωση των ζητημάτων της εφοδιαστικής στον χωροταξικό σχεδιασμό:** η κατασκευή αποθηκών θα πρέπει να αποτελεί μέρος του περιφερειακού σχεδιασμού που θα περιλαμβάνεται σε περιφερειακά σχέδια χρήσης γης, σχέδια βιώσιμης ανάπτυξης, σχέδια εδαφικής συνοχής και τοπικά πολεοδομικά σχέδια.

**3/ Βελτίωση του περιβαλλοντικού ισοζυγίου του ηλεκτρονικού εμπορίου,** εξασφαλίζοντας την πρόσβαση σε οχήματα χαμηλών εκπομπών στις αστικές περιοχές. Η έκθεση προτείνει να δοθεί προτεραιότητα στην παράδοση σε σημεία διαμεταβίβασης (points relais – καταστήματα, ταχυδρομεία κ.ά.) στις αστικές περιοχές και να καταστεί υποχρεωτική η ξεχωριστή τιμολόγηση της παράδοσης, καθώς και η γνωστοποίηση του αποτυπώματος άνθρακα, για να επιτρέπεται στους καταναλωτές να επιλέξουν τον χρόνο παράδοσης.

**4/ Ενθάρρυνση της ψηφιοποίησης των Γάλλων οικονομικών παραγόντων** (έμποροι, κατασκευαστές, τεχνίτες, αγρότες) προκειμένου να προωθηθεί το βιώσιμο διαδικτυακό εμπόριο. Ο στόχος είναι να δοθεί η δυνατότητα στις ΜΜΕ επιχειρήσεις να δημιουργήσουν ή να χρησιμοποιήσουν αποτελεσματικά διαδικτυακά εμπορικά εργαλεία στην εγχώρια αγορά, αλλά και για εξαγωγή. Ανάδειξη ενός Ευρωπαίου πρωταθλητή βιώσιμου ηλεκτρονικού εμπορίου.

**5/ Δημιουργία ετικέτας “βιώσιμου ηλεκτρονικού εμπορίου”,** η οποία θα απονέμεται σε εμπόρους που εφαρμόζουν πιο φιλόδοξα μέτρα, από αυτά που επιβάλλουν οι κανονισμοί, και η

οποία θα συνδυάζει περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά κριτήρια, ώστε να επιτρέπεται στους καταναλωτές να εντοπίζουν καλύτερα τους πιο υπεύθυνους παράγοντες της αγοράς.

Λαμβάνοντας υπόψη τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι διάφοροι εμπλεκόμενοι στο εμπόριο, η έκθεση υπογραμμίζει την ανάγκη συνεργασίας όλων των ενδιαφερόμενων μερών, για τη δημιουργία ενός βιώσιμου μοντέλου ηλεκτρονικού εμπορίου, το οποίο θα συμμορφώνεται προς τους προσανατολισμούς της κυβέρνησης επί οικολογικών, οικονομικών και κοινωνικών θεμάτων.

Σε δελτίο τύπου του γ/Υπουργείου Οικολογικής Μετάβασης αναφέρεται ότι η Γαλλική Κυβέρνηση λαμβάνει υπόψη την ανάλυση της έκθεσης και μελετά τη συνέχεια που μπορεί να δοθεί στις διάφορες προτάσεις που διατυπώνονται σε αυτήν. Χωρίς καθυστέρηση, σκοπεύει ήδη να δώσει ευνοϊκή συνέχεια στην πρόταση της έκθεσης που συνίσταται στην επιδίωξη της τυποποίησης των δεσμεύσεων υπέρ μιας πιο βιώσιμης ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου με τη συγκέντρωση των κύριων ενδιαφερομένων στον τομέα. Στο πλαίσιο αυτό, η γ/κυβέρνηση ανέθεσε στον σύνδεσμο France Logistique και στην France Stratégie την ευθύνη να εκκινήσουν διαδικασία διαβούλευσης με τη συμμετοχή εκπροσώπων από τους τομείς των logistics και του ηλεκτρονικού εμπορίου, περιβαλλοντικών ενώσεων, ενώσεων καταναλωτών, τοπικών αρχών και των κοινωνικών εταίρων, προκειμένου να αναδειχθούν οι προϋποθέσεις για την ανάπτυξη πιο υπεύθυνων τομέων ηλεκτρονικού εμπορίου και logistics και να επισημοποιηθούν οι δεσμεύσεις που αναλαμβάνει η κάθε πλευρά.

Το πλήρες κείμενο της έκθεσης βρίσκεται αναρτημένο στον σύνδεσμο [http://www.cgedd.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/013543-01\\_rapport-publie\\_cle5cde1a.pdf](http://www.cgedd.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/013543-01_rapport-publie_cle5cde1a.pdf).