

## MANIFESTO LUSO-ESPANHOL

### **“POR UM MAIOR RECONHECIMENTO SOCIAL E POLÍTICO DO SECTOR DA DISTRIBUIÇÃO NA EUROPA”**

O presente documento identifica as **prioridades das empresas de distribuição associadas da APED, ASEDAS e ANGED, no contexto das eleições europeias** de junho de 2024. O nosso sector precisa de políticas (e políticos) que valorizem o papel destas empresas, dando prioridade às nossas principais reivindicações e necessidades e defendendo o sector em todas as suas áreas de atividade.

#### **1. O NECESSÁRIO RECONHECIMENTO DE UM SETOR A NÍVEL EUROPEU**

O **sector da distribuição é um dos 14 ecossistemas estratégicos** definidos pela Comissão Europeia na sua proposta de reforma da política industrial europeia e está, portanto, no centro da economia europeia e do bem-estar dos cidadãos europeus.

O **sector está a mudar significativamente em resposta à alteração do comportamento dos consumidores**, adaptando-se ao desenvolvimento tecnológico, à pressão competitiva, ao aumento da regulamentação e à necessidade de corresponder ao imperativo da sustentabilidade. O sector está, por sua vez, a ser proactivo na atração de novos talentos para apoiar a sua própria transformação. A mudança está a afetar tanto os grandes operadores como as milhões de empresas – especialmente PME - que operam no comércio retalhista e grossista.

**As margens reduzidas do nosso setor fazem com que os investimentos a longo prazo sejam mais difíceis** do que noutros setores de atividade. Os novos custos regulamentares e a elevada carga fiscal são claramente um entrave a esses investimentos e, por

consequente, ao desenvolvimento e à necessária adaptação das empresas do setor, razão pela qual requerem uma atenção especial.

#### O comércio europeu em números:

- O comércio retalhista e grossista desempenha um papel essencial na vida de todos e na economia europeia. Presta um serviço mais de mil milhões de vezes por dia e serve de elo de ligação entre os fabricantes e 450 milhões de consumidores em toda a Europa. É um sector dinâmico, altamente competitivo e centrado no cliente.
- É o maior empregador do sector privado na Europa: 26 milhões de europeus trabalham no comércio, o que representa 1 em cada 7 da população ativa. Gera 10% do PIB da UE. Uma em cada três empresas europeias está envolvida na atividade do comércio. Mais de 99% das 5 milhões de empresas retalhistas e grossistas na Europa são PME (pequenas e médias empresas).
- Apoia milhões de postos de trabalho nas suas cadeias de abastecimento, desde pequenos fornecedores a grandes empresas internacionais. É um pilar estruturante das comunidades locais, desempenhando um papel fundamental na vida das cidades e também nas cidades mais pequenas espalhadas pelas zonas rurais.
- O estudo elaborado pelo **EuroCommerce** e McKinsey sobre os desafios do sector da distribuição e/ou comércio na Europa destaca a necessidade de as empresas do **sector investirem 600 mil milhões de euros até 2030** para poderem enfrentar a tripla transição digital, ecológica e de talento e não perderem competitividade face a outras empresas a nível global. Este objetivo só pode ser alcançado através da adoção de políticas públicas que apoiem o investimento, facilitem o crescimento das empresas e a criação de emprego e bem-estar social.

## **2. O SECTOR EM PORTUGAL E EM ESPANHA**

- O **comércio em Portugal** tem contribuído decisivamente para o crescimento sustentado da economia nacional, representando atualmente cerca de **13% do PIB e 14% do emprego**. O sector do comércio a retalho emprega hoje cerca de 470.000 colaboradores.
- O **comércio em Espanha** é também um sector estratégico para a economia. O comércio (grossista e retalhista) representa **13% do PIB espanhol e 17% do emprego**.
- O comércio é gerador de **emprego estável e de qualidade**. É a porta de entrada no mercado de trabalho para milhares de **jovens** e caracteriza-se pelo papel predominante das **mulheres**, tanto como assistentes de loja como em cargos de direção. Com a **capilaridade das suas redes de lojas**, o comércio retalhista e

grossista é um forte contribuinte para a **coesão nacional em ambos os países**, assegurando o acesso a uma gama de produtos e serviços de qualidade nos cantos mais recônditos do território, aproximando assim os consumidores do interior rural dos das grandes cidades.

- Nos últimos cinco anos, o sector enfrentou **inúmeros desafios**, como a pandemia da COVID-19, o aumento dos preços da energia e dos combustíveis, as paralisações dos transportes, os fenómenos meteorológicos adversos, a guerra na Ucrânia, a crise das matérias-primas e a inflação. Em todas estas circunstâncias, o sector comportou-se de forma exemplar, mantendo sempre o **serviço à população** em virtude de um enorme esforço para assumir grande parte dos custos e melhorar a eficiência, de modo a não transferir os aumentos de preços para o consumidor.
- Tudo isto se verificou no meio de um **tsunami regulatório** que aumentou consideravelmente os custos de funcionamento das empresas: uma empresa tem atualmente de lidar com mais de **3.000 normas regulamentares** e um terço destes são modificados todos os anos. Temos de avançar para uma redução e simplificação das regras, de modo a não afetar a eficiência e a competitividade das empresas.
- Apesar dos méritos e da relevância do sector, o sector da distribuição enfrenta um desafio fundamental: a **falta de reconhecimento por parte da classe política**. Por isso, reivindicamos, e encaramos como oportunidade, a defesa desta causa e a definição de prioridades, bem como de porta-vozes fortes para defender este sector.
- Por estas razões, consideramos que o **sector da distribuição deve ter porta-vozes de referência em cada um dos grupos políticos presentes no Parlamento Europeu**, bem como uma comissão específica para o retalho que trabalhe as nossas prioridades e, adicionalmente, a **Comissão Europeia**, instituição que detém o monopólio da iniciativa legislativa e que tem o EuroCommerce como interlocutor permanente para aconselhar em todo o processo de aprovação e implementação dos atos legislativos.
- **A Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição (APED)** é a voz mais ativa e representativa do sector da distribuição e a sua ação assenta na procura de soluções construtivas para toda a cadeia de valor, destinadas a melhorar a competitividade da economia nacional. Conta atualmente com 209 associados, cuja atividade representa, no seu conjunto, 12% do PIB e emprega mais de 145.000 trabalhadores, repartidos entre o comércio a retalho alimentar e o comércio a retalho especializado, em mais de 4.500 lojas.
- **A Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED) (ANGED)** é uma organização profissional composta por 21 das mais importantes empresas retalhistas de Espanha. Com mais de 7.200 lojas, um volume de negócios de mais de 40.000 milhões de euros e 230.000 empregados, oferecemos a mais ampla gama de produtos, marcas, canais e formatos comerciais: desde alimentação, têxteis, mobiliário, bricolage, eletrónica e eletrodomésticos até desporto, brinquedos, produtos culturais e reparação de veículos.

- A **Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS)** representa as empresas que, em conjunto, totalizam 75% da área de venda de produtos alimentares na distribuição de autosserviço, graças aos seus 19.200 estabelecimentos em toda a Espanha. Em conjunto, empregam 327.600 trabalhadores (70% dos quais são mulheres).

***“De acordo com estes dados, este setor deve ser considerado prioritário pelos representantes portugueses e espanhóis nas instituições europeias, uma vez que as questões mais estratégicas para a distribuição dependem quase exclusivamente das regras comunitárias. A defesa dos interesses deste sector deve estar em consonância com a sua importância para as duas economias e para a vida quotidiana dos cidadãos”.***

### **3. AS PESSOAS NO CENTRO DAS PRIORIDADES DO SECTOR**

- O sector retalhista é **um dos mais dinâmicos na criação de emprego**, pelo que as pessoas são uma das questões mais importantes para as nossas empresas. Nos últimos anos, **o ambiente laboral tem apresentado enormes desafios** de todo o tipo que afetam a sua competitividade, entre os quais se destacam os seguintes:
  - Qualificação e formação para a digitalização do retalho
  - Necessidade de mecanismos para reduzir o absentismo
  - Aumento da capacidade de atração e retenção de talentos
  - Reduzir o custo regulamentar das normas laborais
- A **qualificação dos trabalhadores** (*upskill e reskill*) para os adaptar às novas exigências da digitalização dos modelos de negócio no comércio retalhista e grossista.
- Adaptação aos **novos estilos de vida e às necessidades dos consumidores**, que exigem novas soluções e maior flexibilidade na regulamentação laboral. Este sector caracteriza-se por uma grande diversidade de horários de trabalho, o que implica flexibilidade em termos de afetação dos trabalhadores aos respetivos horários.
- O desafio por excelência é o **absentismo**, que tem aumentado consideravelmente nos últimos anos e que, aliado às últimas reformas laborais introduzidas pelo governo, faz com que as empresas estejam a ter problemas na constituição de efetivos e na procura de substitutos ou substituições. As soluções passam por encontrar mecanismos que agilizem os procedimentos que permitam aos trabalhadores receberem cuidados médicos adequados e regressarem aos seus postos de trabalho o mais rapidamente possível, bem como evitar as fraudes existentes.
- O sector da distribuição é um dos sectores-chave da coesão territorial e **da luta contra o despovoamento rural**. Devido à sua capilaridade em todos os territórios, tem uma ligação muito mais forte com o meio rural do que outros sectores. Devem, por isso, ser desenvolvidas **políticas para gerar emprego e boas condições de vida nestas zonas**

e para evitar o aparecimento de zonas de insegurança alimentar. O desenvolvimento do regadio, a instalação de boas ligações à Internet, o desenvolvimento de infraestruturas de transporte e de distribuição que garantam o acesso de todos aos produtos de base, são apenas algumas das questões que devem ser consideradas prioritárias neste domínio.

#### **4. UM SECTOR QUE SE QUER COMPETITIVO**

- As empresas de distribuição necessitam de uma regulamentação que garanta **segurança jurídica e um ambiente empresarial estável** que assegure condições de concorrência e acesso a um mercado que permita o desenvolvimento dos seus modelos de negócio. Regulamentos como o Regulamento relativo aos Atrasos de Pagamento têm um impacto importante no sector e devem garantir a liberdade de acordo entre as partes contratantes.
- No domínio do comércio alimentar, o quadro regulamentar deve garantir **segurança alimentar** em todas as circunstâncias, **relações comerciais estáveis** na cadeia orientadas simultaneamente para as necessidades e exigências dos consumidores, a segurança dos estabelecimentos comerciais através da utilização de tecnologias como a inteligência artificial para combater o a prática reiterada de furtos por bandos organizados, garantir a **qualidade** dos produtos e a **rotulagem** adequada dos produtos para gerar a confiança necessária em todos os consumidores europeus. E, assim, contribuir para a luta contra o desperdício alimentar.
- A futura regulamentação das **práticas comerciais** na cadeia de abastecimento alimentar e a sua aplicação não pode prejudicar a competitividade e a eficiência dos operadores da distribuição e sejam realizadas de forma justa e proporcionada e não afetem a **agilidade e a flexibilidade** adequadas das operações comerciais num sector tão dinâmico como o comércio de produtos alimentares, em particular de produtos perecíveis. Esperamos que a revisão da Diretiva prevista para 2025 a torne mais equilibrada, tendo em conta as relações de todas as partes na cadeia de distribuição.
- A nível comunitário, a figura das **centrais de compras ou alianças** deve ser defendida e salvaguardada como garante de uma adequada concorrência no sector comercial, pela sua vocação para melhorar o serviço aos consumidores e pelo seu papel insubstituível no desenvolvimento da diversidade comercial que existe em todos os cantos do país.
- É fundamental trabalhar na **consolidação e no acesso a um mercado único europeu** e dar prioridade à **eliminação de barreiras regulamentares** injustificadas. Sobretudo as que afetam a liberdade de empresa no comércio, como as barreiras ao estabelecimento e ao exercício da atividade. Esta ação deve ser acompanhada de uma **harmonização dos critérios na União Europeia**, a fim de evitar que as

regulamentações nacionais fragmentem o funcionamento do mercado único, bem como de medidas destinadas a resolver as **restrições de fornecimento territorial**.

- Para tal, é necessário avançar com o plano “legislar melhor” e reforçar a figura das **consultas públicas e dos estudos de impacto** (com dados e factos acreditados) como instrumento de auscultação do sector e de esclarecimento sobre o impacto que as eventuais medidas regulamentares podem ter. Os últimos anos mostraram também a importância da escolha do instrumento legislativo (regulamento ou diretiva). Vimos como algumas diretivas se transformaram em regulamentos e vice-versa, com o impacto que isso tem no mercado único e na segurança jurídica.
- A Comissão Europeia deve promover a regra “**one in, one out**”, que a obriga a compensar os encargos decorrentes de novas regulamentações através da redução das existentes, cumprindo efetivamente as disposições contidas na Diretiva 2006/123/CE relativa aos serviços no mercado interno e, em particular, as obrigações impostas aos Estados-Membros de notificar qualquer nova disposição legal, regulamentar ou administrativa que preveja requisitos restritivos para o acesso ou o exercício de uma atividade económica.
- É necessário assegurar um regime regulatório que preveja **uma harmonização total da legislação ou que aplique efetivamente os princípios do país de origem** com base numa cultura de confiança entre os Estados-Membros e as suas administrações. Isto é necessário para evitar o excesso de aplicação e de regulamentação.
- No domínio da **saúde e dos hábitos de consumo** (rotulagem na frente das embalagens, obesidade, etc.), solicitamos que a distribuição alimentar seja tida em conta na análise das medidas que afetam o acesso dos consumidores aos alimentos e à sua rotulagem, a fim de encontrar soluções para problemas muito complexos. Neste domínio, é fundamental reconhecer a garantia de acesso a uma alimentação equilibrada que as empresas de distribuição alimentar em Portugal e Espanha proporcionam hoje, graças à sua proximidade com os consumidores, à concorrência e eficiência do sector e à sua capacidade de oferecer aos cidadãos uma gama equilibrada de produtos a preços muito competitivos.
- Seria interessante avançar para uma **rotulagem digital** que permita satisfazer os direitos de informação dos consumidores, mas que seja também proporcional ao objetivo prosseguido e não se torne uma obrigação impossível de cumprir (devido à dimensão da embalagem) ou insustentável (manuais de instruções cada vez maiores, com mais informação ou em várias línguas).
- Devem ser promovidas medidas para salvaguardar a liberdade de escolha e opções de pagamento competitivas para os comerciantes através do **euro digital**, da **aceitação de numérico** e da regulamentação dos **serviços de pagamento**.
- A globalização do mercado tornou possível chegar aos consumidores de todo o mundo e permite que os comerciantes de países terceiros obtenham uma vantagem competitiva sobre as empresas da UE. É, por conseguinte, necessário restabelecer **condições de concorrência equitativas entre as empresas europeias e os**

**operadores internacionais.** É igualmente necessário garantir um *level playing field*: as mesmas regras de jogo para todos os operadores, independentemente de operarem em ambientes físicos ou digitais.

- O volume de negócios do comércio eletrónico B2C europeu aumentou de 849 mil milhões de euros em 2021 para 899 mil milhões de euros em 2022, embora a taxa de crescimento tenha passado de 12 % em 2021 para 6 % em 2022. Dito isto, prevê-se que a taxa de crescimento até 2023 aumente ligeiramente para 8%, com o volume de negócios do comércio eletrónico B2C europeu também a manter a sua tendência de crescimento positivo. Tendo em conta o que precede, **seria desejável conceber políticas realistas, orientadas para o futuro e neutras em termos de canais, capazes de se adaptarem à evolução das expectativas das empresas e dos consumidores** no início do próximo ciclo da UE.

## **5. UM SECTOR CHAVE PARA A SUSTENTABILIDADE**

- O sector retalhista tornou-se “**alavanca de mudança**” para as políticas europeias em matéria de **sustentabilidade**, de neutralidade climática até 2050 e de **comunicação de informações** e **devida diligência** ao longo das cadeias de abastecimento em relação aos aspetos de saúde e às escolhas dos consumidores pelos cidadãos. Na próxima legislatura europeia, terão de ser elaborados cerca de **600 atos delegados** neste domínio. O desafio para o sector nos próximos anos é enorme.
- É particularmente importante analisar o impacto das regras sobre a **gestão de resíduos e os resíduos de embalagens** numa base casuística e ouvir a indústria que tem de implementar estas políticas no momento da implementação no terreno, a fim de evitar estrangulamentos na implementação devido à não adoção, como acontece atualmente com a Diretiva dos plásticos. Em Espanha e Portugal, a transição será mais dispendiosa em termos económicos, sociais e ambientais do que noutros países que, devido à sua frota comercial, já dispõem de alguns dos sistemas de gestão agora exigidos para os resíduos.
- Em relação às normas de **sustentabilidade ESG** (ambiente, social e governação), é muito importante que as normas aprovadas e pendentes não incluam *nuances* contraditórias e que sejam desenvolvidas orientações para ajudar tanto as empresas como as autoridades competentes a saber o que devem exigir. A **Taxonomia Europeia, a CSRD, a Desflorestação, a Diligência Devida e o Trabalho Forçado** são normas de grande alcance que requerem o envolvimento da Comissão Europeia para implementar e coordenar a informação de rastreabilidade obrigatória e a medida em que a distribuição tem de controlar os seus fornecedores. Não podem ser as empresas de distribuição a controlar as obrigações de outros elos e a ser responsáveis por eventuais incumprimentos.

- Para não confundir os consumidores, a **futura regulamentação sobre sistemas alimentares sustentáveis ou declarações verdes** na rotulagem devem basear-se em análises comparativas completas e sérias, de modo a que todos os aspetos que afetam a produção, a transformação, a distribuição e o consumo de produtos alimentares sejam tidos em conta.
- No que diz respeito às normas ambientais e de neutralidade climática para 2050, há que ter em conta que muitas delas têm um impacto direto no funcionamento das nossas empresas e nos seus custos operacionais. O regulamento relativo aos **gases fluorados ou à eficiência energética nos edifícios** deve ser apoiado por análises mais abrangentes que tenham em conta as diferentes condições climáticas dos Estados-Membros e as possíveis soluções específicas para as condições dos estabelecimentos comerciais.
- No domínio dos **transportes**, é necessário abordar com todos os sectores a transição da medição do impacto associado aos transportes nas emissões - atualmente como um sector difuso - para uma medição a partir da abordagem ETS - sistema de comércio de emissões -, uma vez que os transportes são muito importantes para o comércio em Espanha e Portugal devido à sua localização geográfica. Isto porque atualmente não é paga uma taxa como noutros sectores industriais e vai passar ser aplicada.
- Há que ter em conta que o sector do comércio é indiretamente responsável por uma quantidade significativa de emissões fora das suas próprias organizações (95%), o que exige uma abordagem da cadeia de valor (âmbito 3) com todos os desafios inerentes e progressos necessários para a descarbonização do sector.