



Svensk Handels
EU-agenda



Svensk Handels EU-agenda för stärkt konkurrenskraft och tillväxt

Globalisering, digital transformation och den gröna omställningen förändrar handelns förutsättningar i grunden. Samtidigt utmanas handeln av en ny och allt hårdare konkurrenssituation, där prissättning i allt högre utsträckning sker internationellt. De regler som bestämmer villkoren för dessa nya förutsättningar beslutas i stor utsträckning inom EU-samarbetet.

EU:s inre marknad handlar inte bara om lagar och regler, den är också i ekonomiskt avseende den viktigaste handelsplatsen för svenska företag. Tre fjärdedelar av svenska företags handel sker med EU:s övriga 26 medlemsländer på en marknad som omfattar över 23 miljoner företag och som sysselsätter nästan 128 miljoner människor. Tillgången till en konsumentbas på nästan 500 miljoner människor ger svenska företag en möjlighet att skala upp sin verksamhet och dra nytta av stordriftsfördelar. Denna möjlighet är särskilt viktig för små och medelstora företag, som genom harmoniserade regler och förenklade processer kan erbjuda sina varor och tjänster över hela EU.

EU-kommissionens ordförande Ursula von der Leyen har pekat ut EU:s konkurrenskraft som en av sina viktigaste prioriteringar under denna mandatperiod. Mario Draghi beskriver dock i sin rapport "The future of European Competitiveness" hur EU:s konkurrenskraft under de senaste decennierna tyvärr stadigt försämrats jämfört med andra globala aktörer som USA och Kina. Sedan 1990 har EU:s andel av global BNP sjunkit från 27 % till 17 %, vilket visar att den globala tillväxten i huvudsak har skett utanför unionens gränser. Under samma period har BNP per capita i USA ökat nästan dubbelt så mycket som i EU. Denna utveckling påverkar naturligtvis våra svenska handelsföretags möjligheter att verka, givet den tuffare globala konkurrensen. Det senaste året har även omgärdats

av stora och turbulenta handelspolitiska åtgärder när t.ex. som tullar och tariffier införts. Nya geopolitiska utmaningar har också uppkommit. Som svar på detta har EU-kommissionen lagt fram en ny konkurrenskraftskompass som befäster den strategiska inriktningen för dess mandat genom att fokusera på att minska byråkratin, undanröja hinder för att fördjupa den inre marknaden, främja kompetens och kvalitetsjobb samt stimulera innovation.

Svensk Handels målsättning är att driva frågor som ökar svenska handelsföretags konkurrenskraft, ger rättvisa spelregler, leder till regelförenkling och bättre tillsyn samt främjar digitaliseringen och grön omställning, säkerställa handelssäkerhet, och garantera en dynamisk arbetsmarknad. För att Svensk Handel ska kunna vara ännu mer pådrivande och bevaka våra medlemmars intressen har vi tagit fram en EU-agenda, som omfattar några av de frågor som vi aktivt bevakar och påverkar. Agendan har uppdaterats för 2026 och tar ställning till den senaste utvecklingen på EU- och global nivå.

EU-agendan är i högsta grad ett levande dokument och uppdateras regelbundet. Vi är angelägna om att driva de frågor inom EU-samarbetet som är viktigast för våra medlemmar. Tveka därför inte att höra av dig om du har tankar eller medskick om hur vi bättre kan bevaka dina frågor.



Sofia Larsen
Vd, Svensk Handel



1. Regelförenkling, konkurrenskraft och den inre marknaden

När Europa söker efter sätt att öka den ekonomiska tillväxten och stärka sin konkurrenskraft måste EU se till att de regelverk som tas fram uppmuntrar till bättre produktivitet och mer innovation. Idag ser dock över 60 procent av företag inom EU betungande regleringar som ett hinder för investeringar och utveckling. Vidare är bristen på harmonisering av lagstiftning på EU-nivå ett betydande hinder för företag som verkar på EU:s inre marknad. Svensk Handel arbetar därför medvetet med att stötta kommissionens inre markandsstrategi. Det uttalade fokuset på förenkling av regelverket (genom bland annat s.k. Omnibusförslag) är därför en välkommen utveckling. Det är dock viktigt att EU:s förenklingsarbete sker på ett transparent sätt som inte äventyrar företagens långsiktiga förutsägbarhet eller EU:s miljöambitioner. Dessutom är dess betoning på konkurrenskraft, förbättrad tillgång till finansiering och ökad rättslig flexibilitet – som beskrivs i förslaget till flerårig budgetram för 2028–2034 – ett tecken på en bredare satsning på att skapa en politisk miljö som stöder innovation och tillväxt i EU.

Europeisk konkurrenskraft kräver dock också att den inre marknaden fullbordas på många sätt: den nya strategin för den inre marknaden är därför ett viktigt initiativ och kompletteras av Kommissionens nyligen framtagna Konsumentagenda 2030. Inre marknadens framgång kommer att vila på att alla hinder undanröjs för såväl företag som konsumenter, inklusive hinder inom tjänstesektorn och de som orsakas av territoriella leveransbegränsningar.

Dessutom syftar en ny EU-strategi för start-ups and scale-ups till att förbättra handelsföretagens attraktionskraft och konkurrenskraft genom att ta itu med fragmenteringen av regelverket, förbättra tillgången till finansiering och underlätta åtkomst till infrastruktur och nätverk. E-handeln behöver även moderna och långsiktiga förutsättningar vad gäller till exempel trygga och säkra leveranser. På samma sätt kommer det att vara avgörande för att uppnå en inre marknad att produktreglerna och marknadskontroll moderniseras för att säkerställa att alla aktörer som säljer på den inre marknaden oavsett etableringsort måste efterleva samma krav innan produkten kan säljas.

Ett återkommande problem för handelsföretag är också att medlemsstater inför egna nationella krav som överstiger vad EU-direktiven föreskriver, så kallad "gold plating". Detta skapar ojämlika konkurrensvillkor inom unionen, där företag som verkar över nationsgränser tvingas navigera genom olika och ibland motstridiga regelverk beroende på medlemsland. Resultatet blir ökad administrativ börda och högre kostnader, vilket hämmar företagens möjlighet att konkurrera på lika villkor. Ökad harmonisering tillsammans med minskad regelbörda är därför viktiga åtgärder för att stärka funktionen av den inre marknaden.

Svensk Handel anser att:

- Det är positivt att kommissionen fortsätter att infria sitt löfte om förenkling av regelverket genom bland annat de så kallade Omnibuspaketen. Föreslagna förenklingsåtgärder bör dock inte leda till eller likställas med sänkta ambitioner, eftersom många svenska företag har varit föregångare när det gäller att följa nya EU-regler. Det gäller att hitta en balans mellan att öka EU:s konkurrenskraft och regulatoriska ambitionsnivå.
- Kommissionen behöver verka för att förbättra kvalitén på ny lagstiftning genom att föra en kontinuerlig dialog med de sektorer som berörs av kommande förslag samt genomföra fördjupade konsekvensanalyser innan förhandlingsprocessen inleds.
- Kommissionen bör vidare ges ansvar att kontinuerligt under förhandlingsprocessen av kommande lagstiftningar bedöma att effekterna för näringslivet står i paritet med de bedömningar som gjorts i den initialt framtagna konsekvensanalysen. För att företagen ska ha möjlighet att uppfylla de regler som ska implementeras och samtidigt bibehålla sin konkurrenskraft är det avgörande att harmonisering prioriteras inom EU. Detta gäller såväl mellan länder som mellan lagstiftningar.
- Kommissionen behöver aktivt arbeta för att säkerställa att implementering sker på rätt sätt i medlemsstaterna under genomförandefasen. Arbetet bör ske i dialog med såväl medlemsstater som berörda representanter i näringslivet.
- På områden där ingen harmoniserande lagstiftning finns, är det viktigt att kommissionen verkar för att principen om ömsesidigt erkännande får full effekt på den inre marknaden. Handelsföretag upplever än idag att det finns en problematik kring principens praktiska effekt, ofta med stora administrativa och kostnadskrävande anpassningar som följd.
- Tidslinjer för ikraftträdande av ny lagstiftning behöver vara realistiska för marknadsaktörer att genomföra och gå i takt med såväl nya innovationer som tillgängliga alternativ.
- Det är centralt att kommissionen kontinuerligt och på lämpligt sätt följer upp medlemsstaternas tillämpning av nya rättsakter eftersom regler inte sällan tillämpas mer långtgående än de implementerats. Detta sker bäst genom dialog med berörda sektorer i näringslivet.
- Territoriella leveransbegränsningar är ett allvarligt hinder för en enhetlig inre marknad. Kommissionen bör förbjuda sådana omotiverade diskriminerande metoder som också leder till högre konsumentpriser.
- Strategin för nystartade och växande företag är ett välkommet tillvägagångssätt för innovation, skapande av arbetstillfällen och stärkande av EU:s konkurrenskraft. Åtgärder som förenklar gränsöverskridande verksamhet, förbättrar tillgången till kapital och minskar administrativa hinder för små och medelstora företag är särskilt viktiga.

2. Konkurrens på lika villkor och effektiv tillsyn

Under 2024 handlade cirka 71 procent av konsumenterna genom e-handel och andelen fortsätter att öka. En allt större andel europeiska konsumenter handlar även av onlinemarknadsplatser utanför den Europeiska unionen. Svensk Handel välkomnar den fria konkurrensen, men ser en stor utmaning i att konkurrensen från vissa globala företag i större utsträckning är otillbörlig.

Dessa företag erbjuder allt oftare produkter på den europeiska marknaden utan att följa EU:s strikta krav på konsumentskydd, hållbarhet,

säkerhet och arbetsvillkor. Det är tydligt att regelverken inom EU inte anpassats till den utveckling av affärsmodeller vi ser inom e-handeln.

Därutöver finns det begränsningar i vilka möjliga tillsynsåtgärder som kan vidtas gentemot aktörer utanför EU. Detta leder till en snedvridning av marknaden som hotar inte bara svenska företags konkurrenskraft, utan också arbetstillfällena och konsumentens säkerheten i Europa.



Svensk Handel anser att:

- Kommissionen måste i arbetet med att modernisera EU:s produktregler säkerställa att alla företag, oavsett ursprungsland eller försäljningskanal och etableringsställe, omfattas av och följer unionens regelverk kopplat till hållbarhets- och produktsäkerhetskrav. Det är exempelvis avgörande att onlinemarknadsplatser som förmedlar produkter omfattas av definitionen "ekonomisk operatör" och åläggs samma skyldigheter och due diligence-krav som innebär ett reellt ansvar för de farliga och olagliga produkter som erbjuds till konsumenter.
- Kommissionen bör nyttja de verktyg som finns tillgängliga inom ramen för förordningen om marknadskontroll. Utöver detta krävs stärkt samarbete och utbyte mellan medlemsstaternas marknadskontrollerande myndigheter och näringslivet. Detta så att nya komplexa regelverk implementeras och kontrolleras på samma sätt inom alla EU:s medlemsländer.
- För att marknadskontrollerande tillsyn ska bli avskräckande och effektiv som möjligt är det viktigt att det inrättas en central marknadskontrollmyndighet på EU-nivå. Kommissionen bör ges ytterligare befogenheter och resurser när det kommer till systematiska problem med enskilda problem eller aktörer, om problemen är så omfattande att det är orimligt att en enskild medlemsstat ska kunna lösa problemen. Samtidigt måste reformen av tullunionen slutföras snabbt för att stärka kontrollen av varor som når EU:s marknad, säkerställa produkters överensstämmelse med EU-regler, bekämpa varumärkesförfalskning och säkerställa lika villkor.
- Tillsynen mot aktörer etablerade i tredjeland som agerar i strid med konsumentskyddande regler behöver stärkas och effektiviseras. Kommissionen bör ges självständiga tillsynsbefogenheter i särskilt omfattande situationer då flera konsumentmarknader inom EU drabbas. Överväganden om ändringar eller kompletteringar bör lämpligen göras med hänsyn till befintliga regelverk, så som förordningen om konsumentskyddande samarbete (den s.k. CPC-förordningen).
- För att så långt som möjligt säkerställa ett gemensamt förhållingsätt mot enskilda aktörers överträdelser på flera områden och marknader, till exempel vad gäller produktsäkerhet och marknadsföringsbestämmelser, behöver det säkerställas att respektive regelverk ges utrymme för ett nära och överskridande samarbete mellan olika nätverk som arbetar med tillsyn i olika delar.
- EU har tidigare enats om en förordning för gränsöverskridande tillsyn av otillbörliga handelsmetoder. Inför att ett nytt förslag väntas 2026 anser Svensk Handel att det är viktigt att översynen ska stödja att tillsynsprocesserna blir tydliga, harmoniserade och prioriterade inom unionen. Samtidigt bör förslagen säkerställa att det inte finns utrymme för extraterritoriell tillämpning av nationella regler som riskerar att snedvrider konkurrensen och undergräver rättssäkerheten. Den inre marknaden måste värnas, särskilt i tider av ekonomisk osäkerhet och hög inflation.

3. Säkerställ en faktisk digital omställning

Digitaliseringen har fundamentalt förändrat hur produkter tillverkas, tjänster erbjuds och hur företag och konsumenter interagerar. Redan år 2030 förväntas 90 procent av tillväxten inom detaljhandeln och grossistledet komma från onlineförsäljning, vilket understryker den växande betydelsen av digitala kanaler för framtidens handel. EU har ambitiösa digitaliseringsmål, men utmaningen har i allt högre grad förskjutits från reglering till genomförande och införande.

EU har halkat efter andra delar av världen, till följd av bland annat kompetensbrist, ett splittrat forskningssystem, begränsad tillgång till kapital och regulatoriska hinder. Regler kring datalagring och höga efterlevnadskostnader försvårar även skapandet av stora datamängder. För handeln är tydliga och harmoniserade regler vad gäller tillgången till data särskilt viktig för att kunna utveckla sortiment, optimera verksamheten och öka försäljningen – vilket är centralt för att förbli relevant för både nuvarande

och framtida kunder. Svensk Handel välkomnar kommissionens initiativ till en digital Omnibus som syftar till att förenkla och förtydliga det digitala regelverket. Ett samlat grepp kan ge effektivare lösningar, men regelförenkling får inte leda till att dataskydd försvagas eller att komplexa och relevanta frågor förenklas bort – eller att komplexiteten bara flyttas. För att uppnå verklig förenkling måste reglerna vara harmoniserade, transparenta och tydliga för företagen. Annars riskerar förslaget att skapa legislativt brus och nya kostnader, vilket är motsatsen till syftet med reformen.

Kommissionen har även lovat att lägga fram en ny strategi för en europeisk dataunion som kommer att komplettera de nyligen antagna datareglerna. Målet är att öka tillgången på data för AI-utveckling, förenkla befintliga regler och stärka EU:s globala ställning när det gäller internationella dataflöden. Avgörande för strategin är utvecklingen av europeiska datacenter och regler för att säkerställa EU:s tekniska suveränitet.



Svensk Handel anser att:

- Kommissionens arbete med en europeisk dataunion är viktig för att skapa tydliga och harmoniserade regler för datadelning. Detta bör medföra att det blir enklare för konsumenter att jämföra priser, förstå erbjudanden och fatta välgrundade köpbeslut i digitala miljöer. En rättvis och transparent datahantering stärker förtroendet och gör den digitala handeln mer tillgänglig och användarvänlig.
- Det är avgörande för företag att få möjlighet att utveckla innovativa tjänster och produkter utan att hämmas av dataskyddsregler. Kommissionen bör därför främja ett fortsatt starkt samarbete kring tillämpningen av GDPR. Detta för att underlätta för företag att bedriva gränsöverskridande verksamhet och säkerställa att dataskyddsreglerna är träffsäkra, ändamålsenliga och effektiva.
- Det är viktigt att säkerställa att skyddet för konsumenter i digitala försäljningsmiljöer fortsätter vara starkt utan att skapa onödiga eller otydliga regler för handelns företag. Inför den aviserade Digital Fairness Act anser Svensk Handel att det i utgångspunkt finns principbaserade regelverk som redan omfattar en stor del av de åtgärder som man vill stävja. Det är därför centralt för kommissionen att med hänsyn till pågående regelförenklings- och regelförbättringsarbete inte förhastat tar fram nya regler utan att säkerställa behovet av en ny lagstiftning. Vi föreslår att i första hand fokusera på att förbättra vägledning och tillsynsinsatser.
- För att stärka konsumenters roll på EU:s inre marknad och att bidra till europeiska handelsföretags konkurrenskraft är det viktigt att aktivt verka för att åtgärderna i kommissionens konsumentagenda 2030 genomförs på ett balanserat sätt. Detta gäller särskilt inom områdena digital rättvisa, hållbar konsumtion och tillsyn.
- Utvecklingen av och anpassningen till AI-verktyg är viktiga för att göra handelsföretagen konkurrenskraftiga på en global marknad där AI väntas få allt större genomslag. När delar av EU:s AI-förordning nu stegvis träder i kraft står företagen dock inför rättslig osäkerhet. Det behövs en förutsägbar, stegvis implementering av reglerna utan att för den delen urvattna åtagandena. Europeiska kommissionen bör också lägga större vikt vid att hjälpa företagen att införa AI, med utgångspunkt i initiativ som strategin "Apply AI".
- Digital infrastruktur och uppkoppling är avgörande för att uppnå konkurrenskraft, inte minst för att e-handelsföretag fortsatt ska kunna utveckla verksamheter. Svensk Handel välkomnar därför översynen av regelverk som syftar till att understödja och förbättra förutsättningar för den såväl gränsöverskridande som nationella e-handeln, t.ex. i kommande översyn av Geoblockingförordningen.
- För att e-handeln ska fortsätta utvecklas måste reformen av EU Delivery Act säkerställa prismässigt godtagbar och regelbunden tillgång till leveranstjänster i hela EU. Leveransmodeller och kostnader får inte bli ett hinder – de ska understödja tillväxt, innovation och konkurrenskraft. Det bör säkerställas att innovation och utveckling av AI-integrerade lösningar möjliggörs för handelsföretagen, exempelvis genom att det inrättas forum för erfarenhetsutbyten och införande av finansiellt utvecklingsstöd.

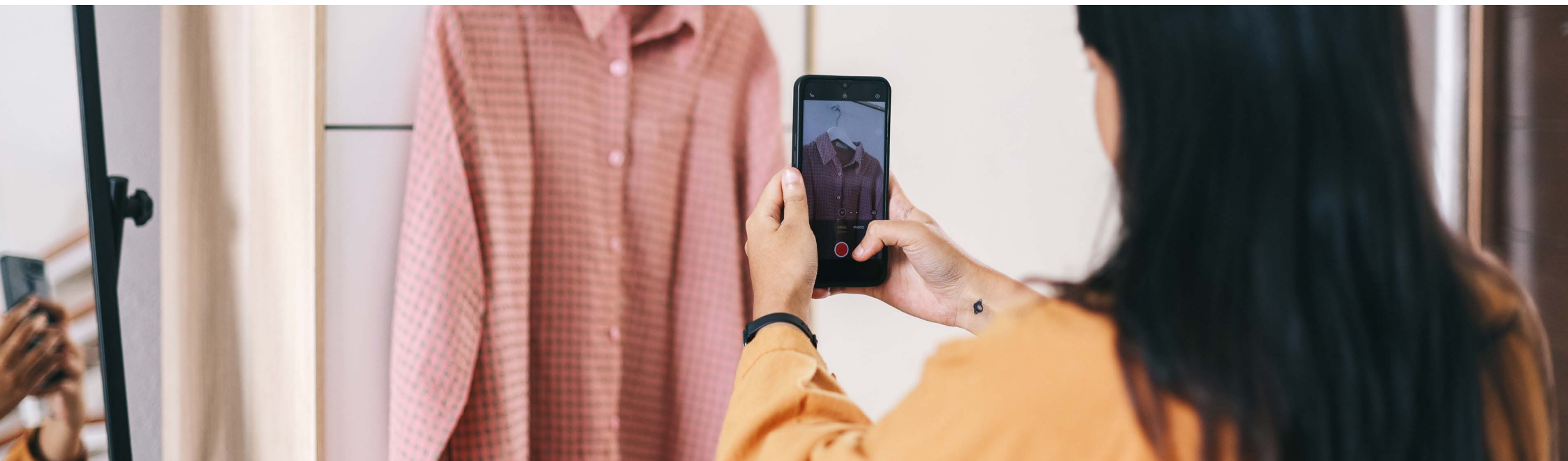
4. Bättre förutsättningar för en cirkulär, grön, och hållbar ekonomi

Den gröna omställningen medför omfattande möjligheter för europeiska företag, där detaljhandeln utgör en central länk mellan produktion och konsumtion. Handeln är en stark och central drivkraft i att föra omställningen till en cirkulär ekonomi framåt. Genom sin unika position kan handeln påverka leverantörer och vägleda konsumenter mot hållbara val. Denna roll har blivit allt viktigare i takt med att EU åtar sig nya hållbarhetsmål, såsom klimatmålet för 2040, en lag om cirkulär ekonomi och reviderar kemikalielagstiftningen (REACH).

Dessutom har kommissionen inlett olika åtgärder för att främja både konkurrenskraft och hållbarhet inom transportsektorn. Till exempel har ett förslag om rena företagsfordonsflottor aktualiserats, utsläppsnormerna för bilar och skåpbilar revideras, förslag om europeiska järnvägsnät

presenterats, liksom en investeringsplan för hållbar transport med fokus på luftfart och sjötransport och dess bränslen.

För detaljhandeln är det avgörande att integrera cirkularitet och klimatanpassade lösningar. Åtgärder som återanvändning av material och produkter bidrar till att förlänga produkters livslängd. När produkter och material inte längre kan återanvändas behöver de kunna återvinnas, vilket minskar avfall, ökar tillgången till sekundära råmaterial och reducerar behovet av nya råvaror. Detta stärker kostnadseffektiviteten och företagens långsiktiga konkurrenskraft, samtidigt som det gör det möjligt att möta konsumenternas ökande efterfrågan på hållbara produkter och bidra till EU:s klimatmål.



Svensk Handel anser att:

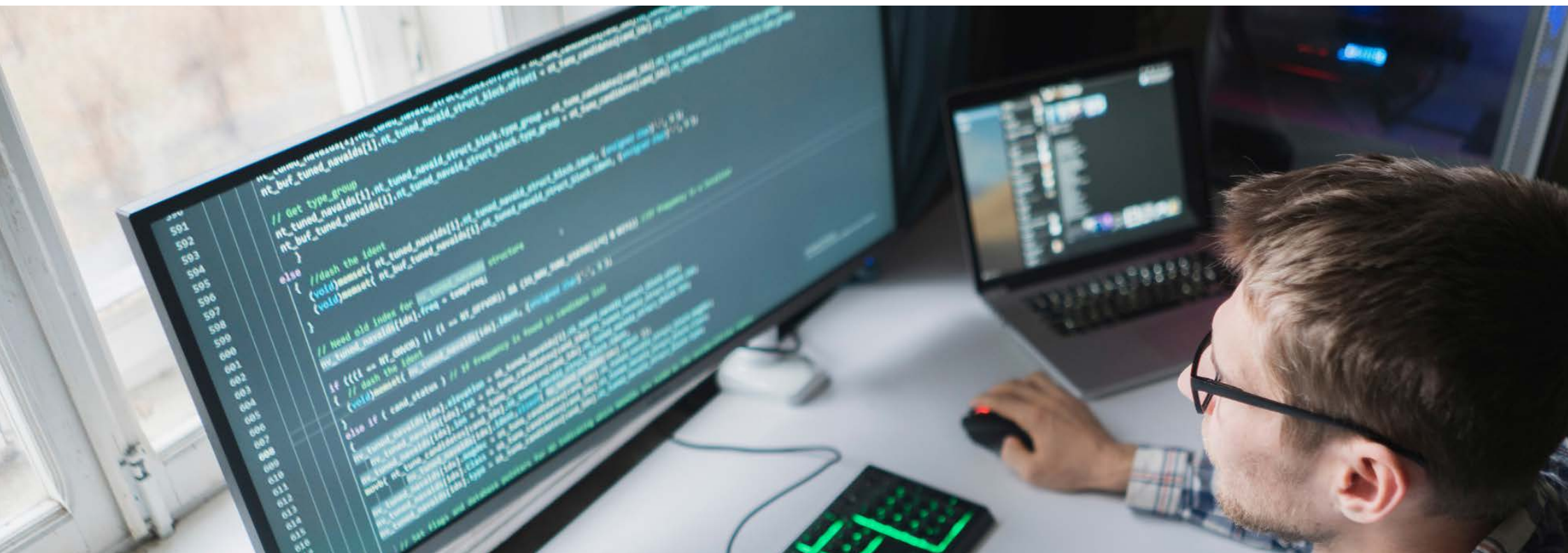
- Det är centralt att kommissionen fokuserar på åtgärder som förlänger produkters livslängd. Ett led i detta arbete är inom ramen för en Circular Economy Act som fokuserar på att skapa en inre marknad för sekundära råvaror utan att införa nya betungande krav. Kommissionen bör även använda Cirkular Ecnomy Act för att harmonisera utökade producentansvarssystemen inom EU och säkerställa dess effektivitet. Ytterligare initiativ krävs för att inte motverka EU:s mål om att uppnå en cirkulär, grön och hållbar ekonomi.
- Där det är möjligt, utan radera harmoniserade regler, behöver existerande EU-lagstiftningar revideras i syfte att bättre främja omställningen till en cirkulär ekonomi. Exempelvis hämmar EU:s mervärdesskattedirektiv möjligheterna att främja en sänkt moms på begagnatförsäljning, samt att underlätta för donationer till bland annat idéburna organisationer.
- Långsiktiga klimatmål, såsom målet om utsläppsminskningar till 2040, bör ge förutsägbarhet för investeringar. EU måste säkerställa en tydlig lagstiftningsväg för att uppnå dessa mål, utan orimliga kostnader för företag eller konsumenter och med en realistisk implementeringsperiod. Att öka den effektiva och cirkulära användningen av biologiska resurser, säkra tillgången till biomassa och underlätta marknadens användning av bioinnovationer är andra viktiga drivkrafter för hållbarhet.
- REACH-förordningen bör revideras på ett sätt som gör lagstiftningen enklare, mer förutsägbar, och mindre administrativt betungande, samtidigt som skydd för hälsa och miljö bibehålls. Vi vill se tydligare regler, snabbare processer och ett förbättrat stöd för små och medelstora företag. För att uppnå detta krävs förbättrad transparens och digital tillgänglighet av ämnesdata i leverantörskedjan.

5. Samverka för ökad säkerhet i handeln och motståndskraftiga leveranskedjor

En av handelsföretagens största och mest aktuella utmaningar är brott som sker i såväl den fysiska som digitala miljön. I takt med att både samhället och handeln digitaliseras blir detaljhandelsföretag allt oftare utsatta för cyberhot. I Sverige uppgår stölder i butiksmiljöer till 10,5 miljarder varje år. Sammantaget påverkar detta europeiska företags konkurrensmöjligheter negativt då resurser i stället går till att investera i säkerhetsrelaterade frågor.

Idag är säkerhet dock inte enbart en intern fråga som rör brottslighet. Den föränderliga geopolitiska situationen innebär att säkerhet i allt högre

grad handlar om EU:s ekonomiska säkerhet och försörjningskedjors motståndskraft. Den europeiska och svenska handeln måste verka i en ny världsordning och handelsspänningar - det kräver stabilitet och riskbaserade strategier. Denna nya verklighet kräver att EU minskar sitt beroende gentemot tidigare handelspartners och säkrar försörjningen genom s.k. Clean Trade and Investment Partnerships med pålitliga länder och regioner samt hanterar kritiska resurser på ett mer strategiskt vis.



Svensk Handel anser att:

- Det är viktigt att stödja innovation, till exempel under de nya Budgetförhandlingarna, inom cybersäkerhetsteknologier och möjliggöra partnerskap mellan offentliga och privata aktörer för att kontinuerligt förbättra och anpassa skyddet mot nya och förändrade hot.
- Kommissionen bör verka för att skapa ett unionsgemensamt forum för utbyte och åtgärder kan diskuteras mellan organisationer inom detaljhandelsområdet.
- Handeln drabbas även av den växande organiserade brottsligheten som har internationella förgreningar med beställare och anstiftare som agerar över landsgränser. Därför bör arbetet fokusera på att stärka det EU-gemensamma arbetet mot organiserad och gränsöverskridande brottslighet.
- Stabila, öppna och motståndskraftiga handelsförbindelser med Sveriges och EU:s handelspartners inklusive USA är avgörande. Tullar fortsätter att utgöra ett betydande hinder för transatlantisk handel, och att uppnå ett tullfritt klimat bör förbli det yttersta målet i enlighet med WTO:s regelverk.
- Politiska åtgärder mot handelsspänningarna med Kina måste ta hänsyn till att de flesta leveranskedjor är globala och undvika protektionistiska tendenser, utan att för den skull vara naiva. Fokus bör ligga på att minska spänningarna och säkerställa att alla varor som säljs till EU-konsumenter, särskilt på onlinemarknadsplatser, uppfyller europeiska standarder.
- Beredskapen och motståndskraften i EU bör stärkas för att säkerställa förutsägbarhet för företagen.

6. Kompetens, rörlighet och en dynamisk arbetsmarknad

För att EU ska kunna genomföra den gröna och digitala omställningen, stärka konkurrenskraften och främja innovation måste man ta itu med ett av de största hindren idag: den växande bristen på kvalificerad arbetskraft. Konkurrenskraften beror inte bara på reformer av regelverket och underlättad tillgång till kapital, utan också på människor. Om hindren för arbetskraftens rörlighet och kompetensutveckling kvarstår förblir den inre marknaden ofullständig.

Denna utmaning, som förväntas intensifieras, påverkar alla sektorer av ekonomin. I Sverige märks redan kompetensbristen inom en rad olika branscher. Eftersom företagen har allt svårare att fylla lediga tjänster måste EU prioritera humankapital, främja livslångt lärande och skapa en motståndskraftig och dynamisk arbetsmarknad.



Svensk Handel anser att:

- Kommissionens initiativ "Union of Skills" är en viktig del i arbetet med att skapa en pool av kvalificerade yrkesverksamma i EU. För att vara effektivt måste initiativet säkerställa att livslångt lärande är praktiskt och motsvarar verkliga behov i näringslivet.
- Samtidigt bör EU respektera nationella arbetsmarknadsmodeller. EU-regler bör inte ersätta fungerande nationella system, såsom den svenska modellen för kollektivavtal.
- För att åtgärda bristen på arbetskraft måste man locka till sig talanger från länder utanför EU. Detta kräver ett nära samarbete med aktörer inom näringslivet för att säkerställa att rekrytering av kompetens är effektiv och att arbetssökande matchar med de färdigheter som arbetsgivarna behöver.
- Insatserna för att locka till sig kompetent arbetskraft måste kompletteras med åtgärder för att behålla den – det är viktigt att främja förhållanden som uppmuntrar till långsiktig karriärutveckling och stabilitet inom EU.



svenskhandel.se