

Women on the Board

EU:s inre marknad

– en outnyttjad potential

18 november 2009



EU:s inre marknad =



- ”Fri rörlighet av varor, tjänster, personer och kapital”
- 30 länder (27 EU-länder + EES-länderna Norge, Island och Liechtenstein)
- 500 miljoner konsumenter
- 20 miljoner företag

Svensk handel:

- Ca 70 procent av Sveriges export går till den inre marknaden
- Ca 80 procent av Sveriges import kommer från den inre marknaden

Är EU vår hemmamarknad?

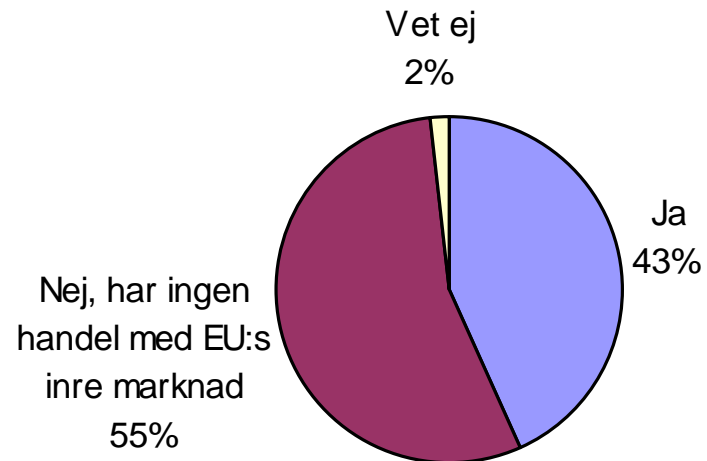
-

en studie av svenska företags kunskaper och attityder till den inre marknadens möjligheter

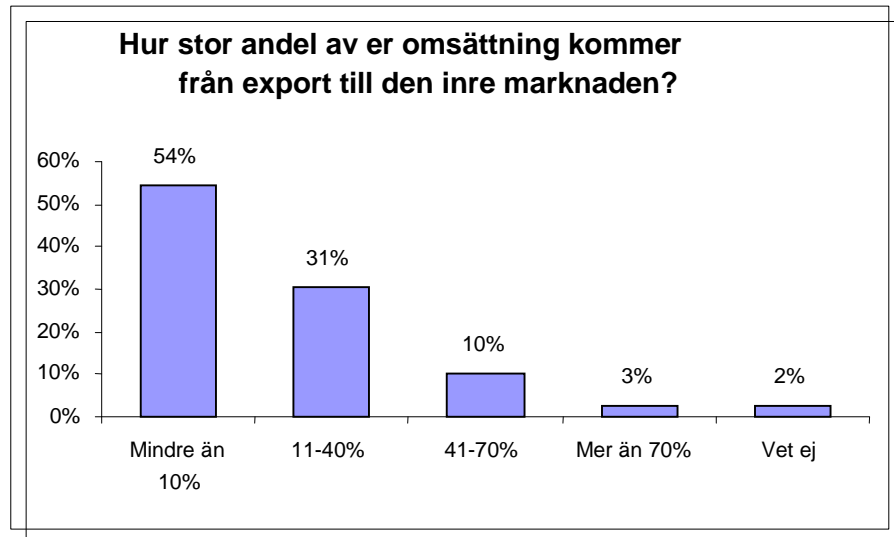
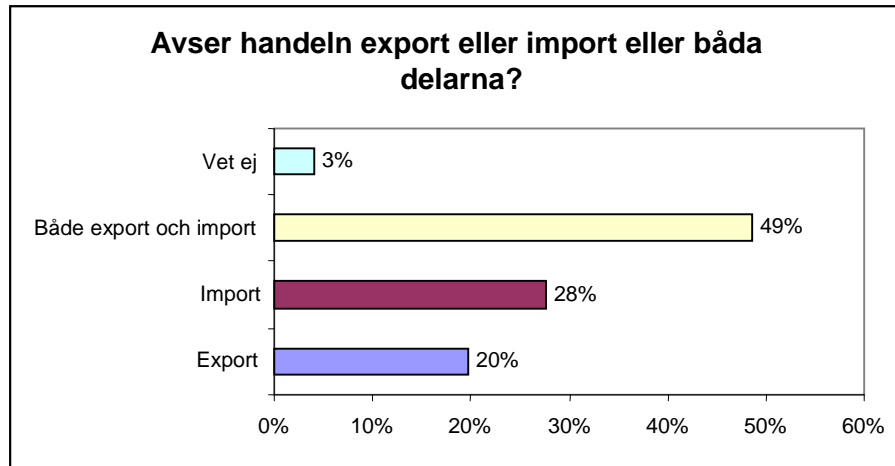


Företagens engagemang på den inre marknaden

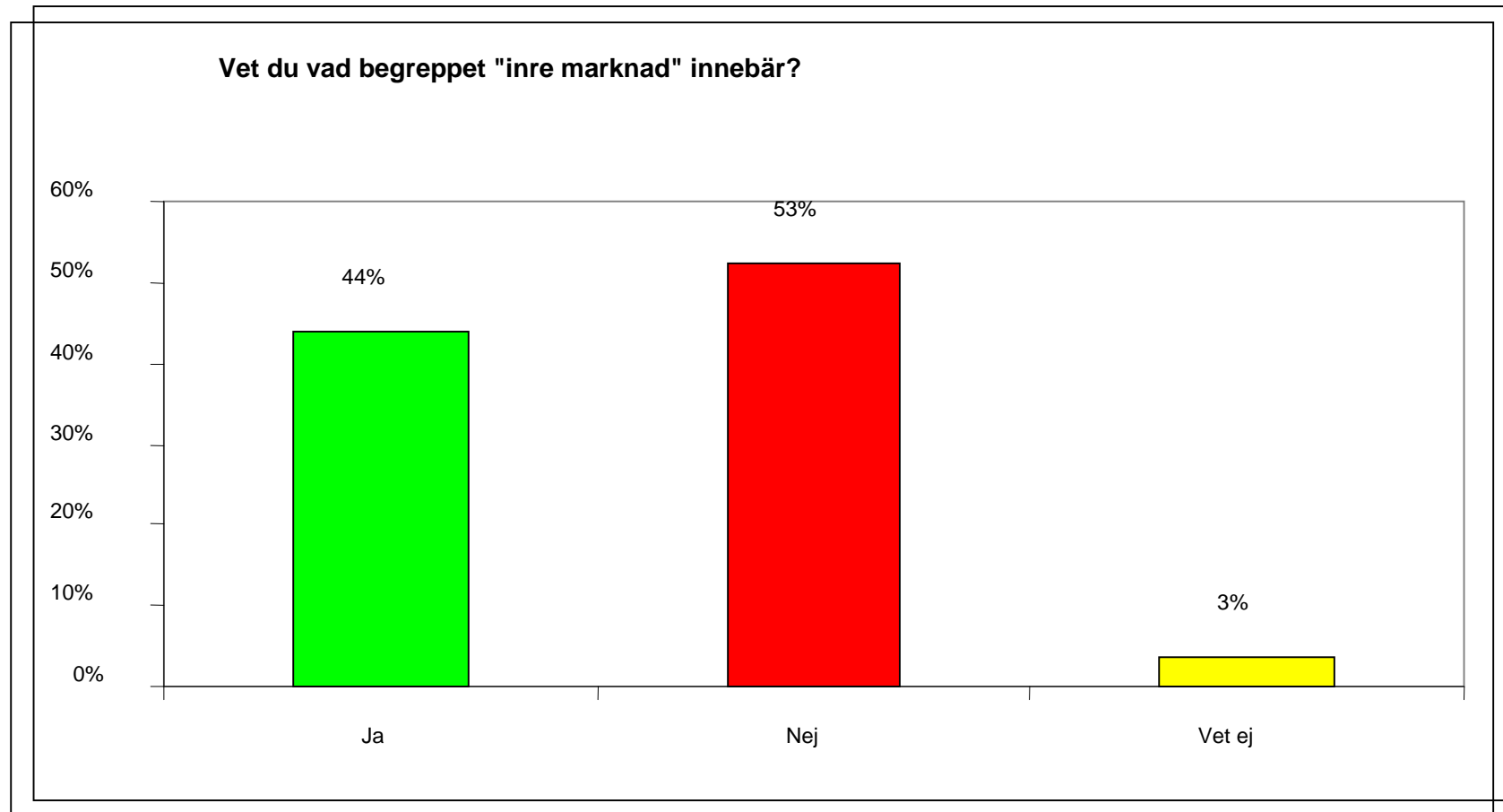
Har ni handel med varor och/eller tjänster med länder som är del av EU:s inre marknad?



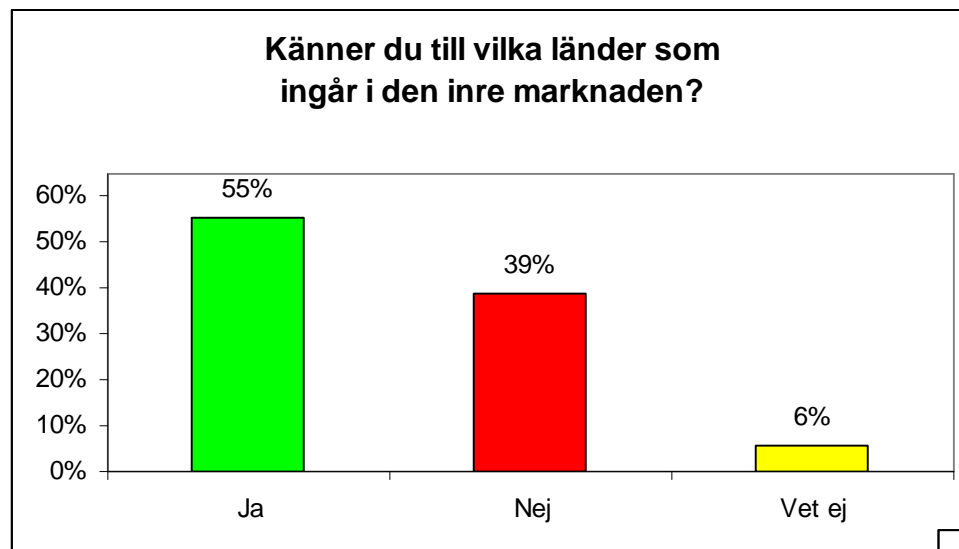
Ja = 43% → följdfrågor:



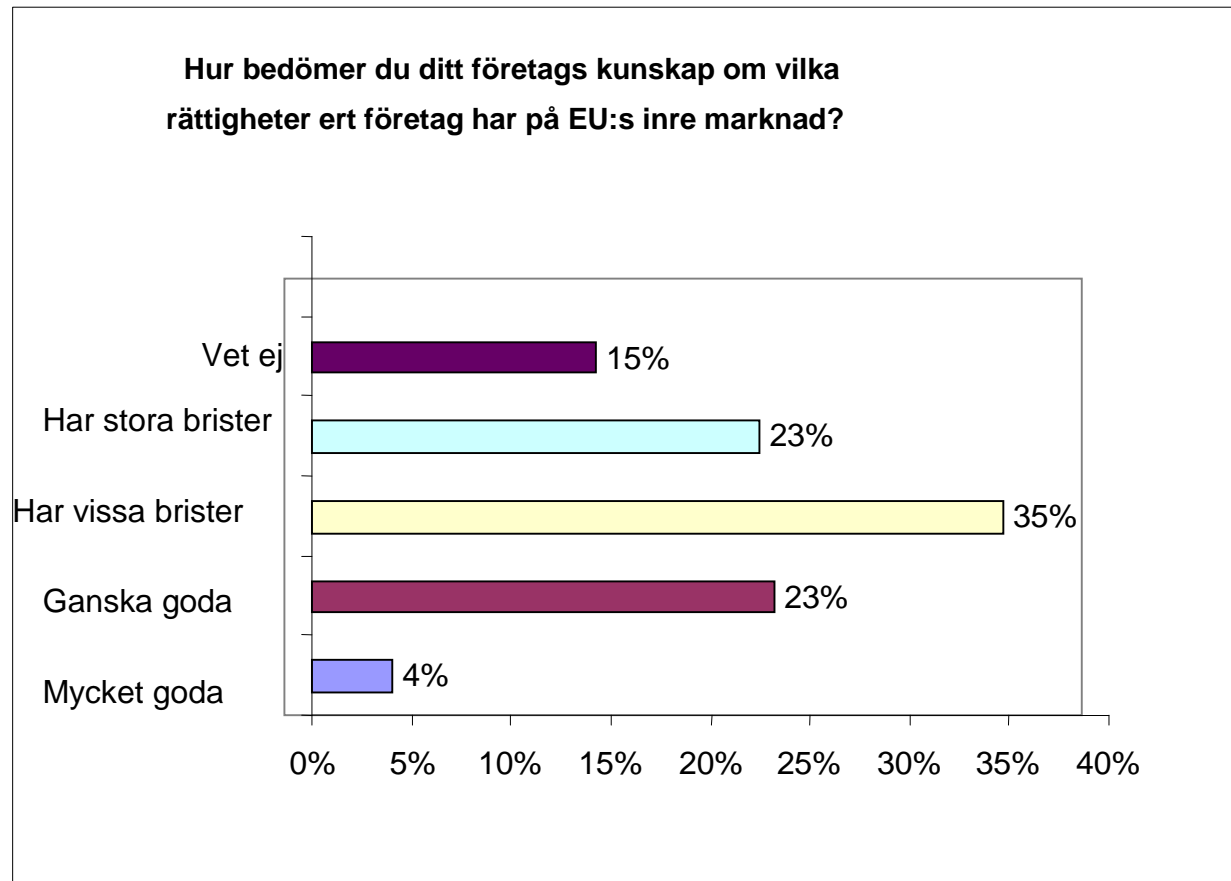
Företagens kunskaper om den inre marknaden



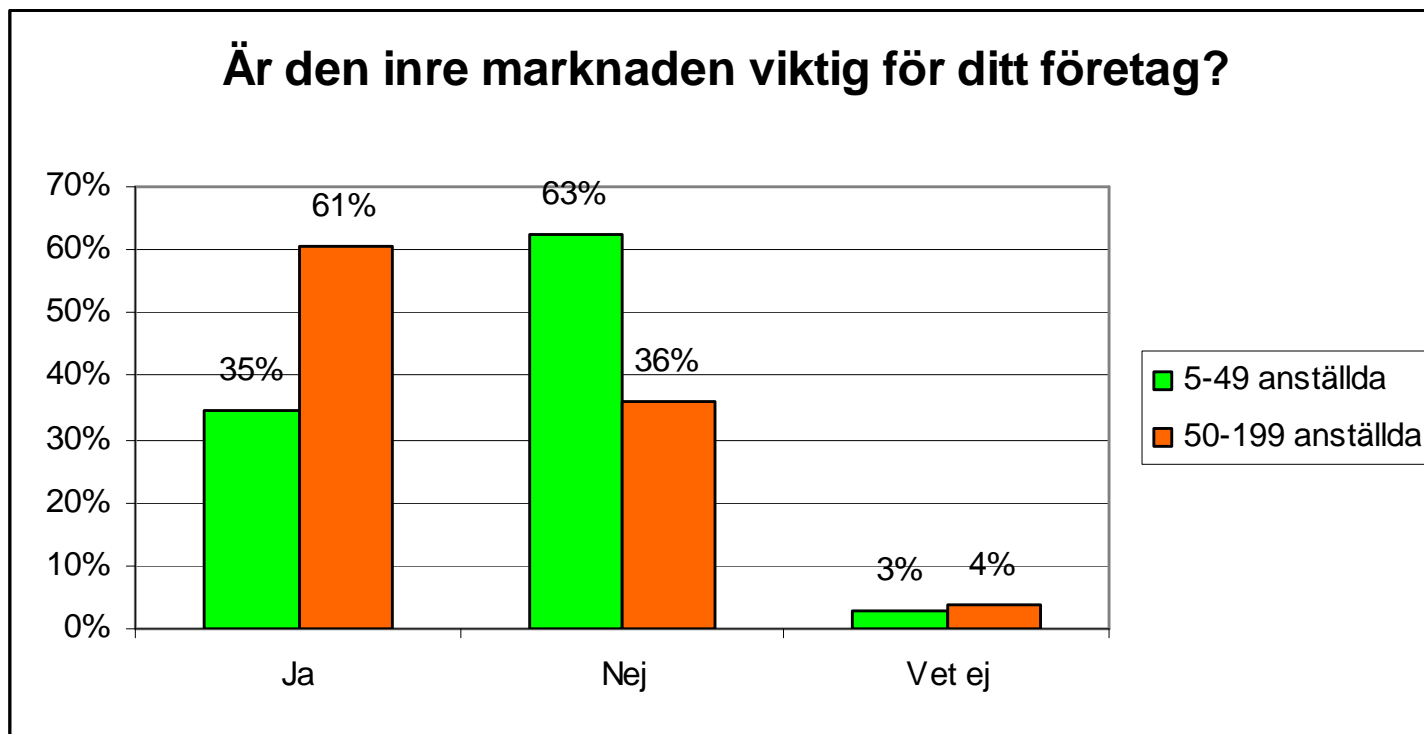
Företagen vet inte vilka länder som den inre marknaden består av



Stora självupplevda brister i kunskapen om företagets rättigheter



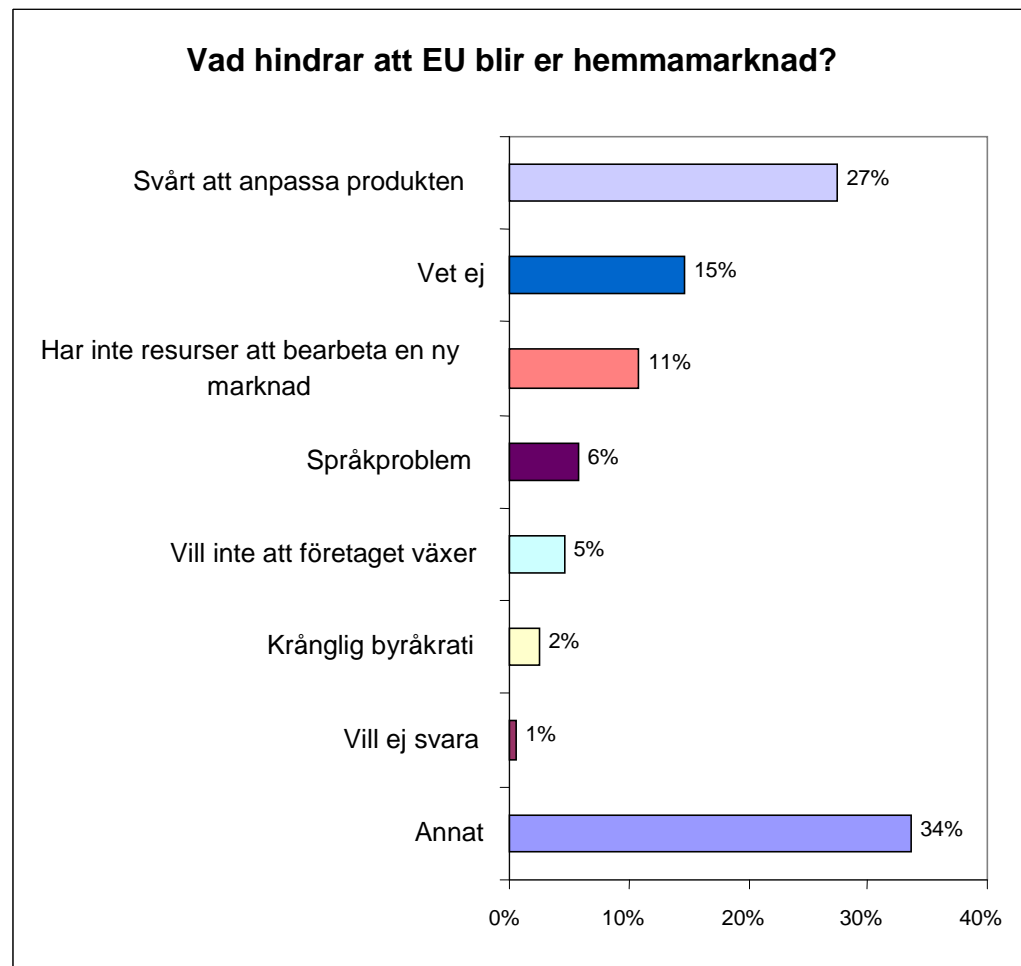
Företagens attityder till den inre marknaden



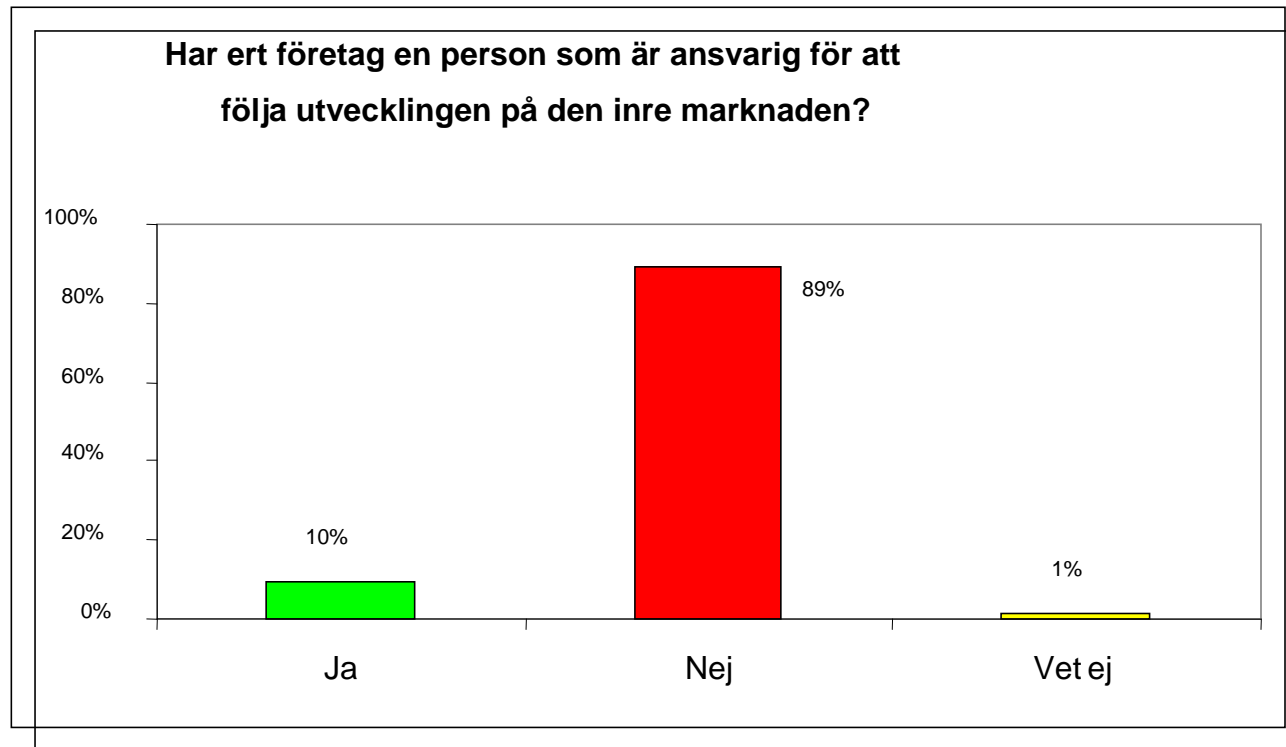
Den inre marknaden ses inte som en hemmamarknad

Vad betraktar ni som er hemmamarknad?	5-49 anställda	50-199 anställda
Världen	4%	14%
EU	4%	11%
Norden	11%	21%
Sverige	33%	36%
Närområdet	38%	18%
Vet ej	9%	0%

Varför är Europa inte vår hemmamarknad?



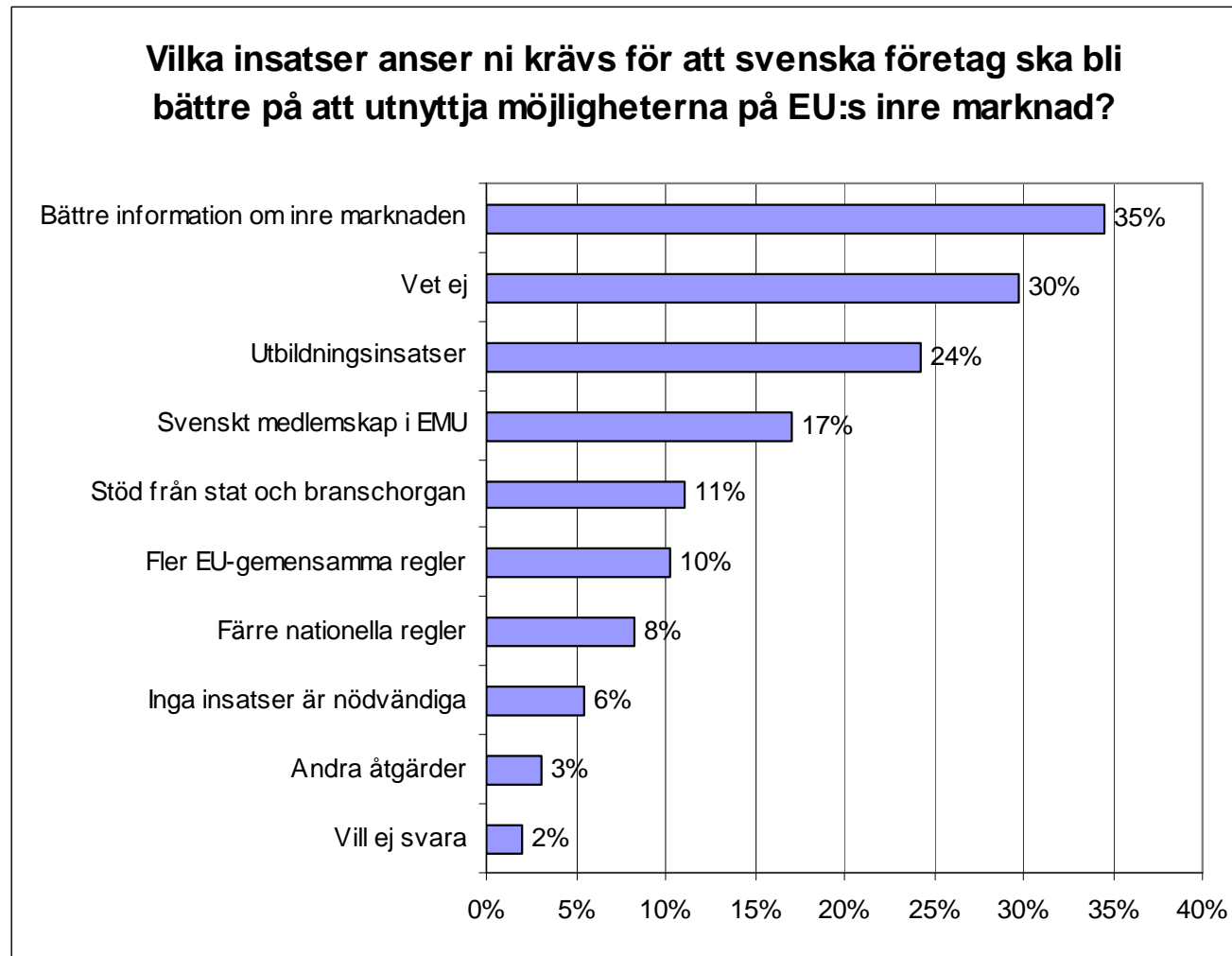
Bara ett av tio företag har en EU-ansvarig



EU:s inre marknad ses som en möjlighet

Ser ni EU:s inre marknad som ett hot eller som en möjlighet?	5-49 anställda	50-199 anställda
Främst som ett hot	2%	4%
Främst som en möjlighet	56%	71%
Varken hot eller möjlighet	35%	18%
Vet ej	6%	7%

Vilka åtgärder anser företagen behövs för att bättre utnyttja den inre marknadens möjligheter?



Resultat, sammanfattning

- Över hälften av de svenska företagen (55 procent) agerar fortfarande inte på den inre marknaden. 43 procent av de tillfrågade företagen har någon form av handel med andra EU-länder. Av de företag som inte är aktiva så planerar två av 100 att bli det.
- En majoritet av Sveriges företag har dåliga kunskaper, och en tredjedel av dessa företagare har bara övergripande kunskap om vad den inre marknaden är.
- 60 procent av Sveriges företag tycker inte att den inre marknaden är viktig för det egna företagets verksamhet. Fem procent av landets företag ser den inre marknaden som sin hemmamarknad.
- Tio procent av de svenska företagen har någon som är ansvarig för att följa och förstå den inre marknads utveckling.

Statens Offentliga Utredningar SOU 2009:71:

EU, Sverige och den inre marknaden

– En översyn av horisontella bestämmelser inom varu- och tjänsteområdet



Frågor?

Mail: ewa.fallenius@se.pwc.com

Tel: 0709-29 35 53

PRICewaterHOUSECOOPERS 