

ΓΝΩΜΗ της Ο.Κ.Ε.

“ Η Προστασία του Καταναλωτή ”

Αθήνα, 23 Οκτωβρίου 2003

Διαδικασία

Η Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή της Ελλάδος ανέλαβε την έκδοση Γνώμης με θέμα “**Η Προστασία του Καταναλωτή**”, με βάση το άρθρο 4 του Νόμου 2232/1994, σύμφωνα με το οποίο «η Ο.Κ.Ε. μπορεί με δική της πρωτοβουλία να εκφράζει γνώμη και για άλλα θέματα κοινωνικοοικονομικής πολιτικής».

Η σχετική απόφαση ελήφθη από την Εκτελεστική Επιτροπή της Ο.Κ.Ε. στις 19/05/03 και ορίστηκε Επιτροπή Εργασίας, αποτελούμενη από τους **κ.κ. Αναστάσιο Αποστολόπουλο, Ελευθέριο Αυγητίδη, Χρήστο Γκοτσόπουλο, Χαράλαμπο Κεφάλια, Ιωάννη Κορκόβελο** και **Νικόλαο Τσεμπερλίδη**. Πρόεδρος της Επιτροπής Εργασίας ορίστηκε ο **κ. Χαράλαμπος Κεφάλιας**. Στην Επιτροπή συμμετείχαν επίσης ως

εμπειρογνώμονες οι **κες Βάλια Αρανίτου**, Οικονομολόγος, Επιστημονική Συνεργάτις της Ε.Σ.Ε.Ε. (Α' Ομάδα) και **Αθηνά Μανίκα**, Δικηγόρος (Β' Ομάδα). Τον επιστημονικό συντονισμό του έργου της Επιτροπής είχε η **Δρ. Ματίνα Γιαννακούρου**, Επιστημονική Συνεργάτις της Ο.Κ.Ε.

Η Ομάδα Εργασίας ολοκλήρωσε τις εργασίες της σε έξι (6) συνεδριάσεις. Η Εκτελεστική Επιτροπή διαμόρφωσε την εισήγησή της προς την Ολομέλεια στη συνεδρίαση της 14^{ης} Οκτωβρίου 2003. Η Ολομέλεια της Ο.Κ.Ε., στην οποία εισηγητές ήταν οι **κ.κ. Χ. Κεφάλιας** και **Ν. Τσεμπερλίδης**, αφού ολοκλήρωσε τη συζήτηση για το θέμα στη συνεδρίαση της **23^{ης} Οκτωβρίου 2003**, διατύπωσε την υπ' αριθμ. **97** Γνώμη της.

I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το κίνημα των καταναλωτών στην Ελλάδα ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του 1970. Ήδη, περισσότερο από μια δεκαετία πριν, συναντούμε στη Δυτική Ευρώπη τις πρώτες οργανώσεις καταναλωτών, ενώ και η ίδρυση της Ευρωπαϊκής Οργάνωσης Καταναλωτών (BEUC¹) χρονολογείται από το 1962. Την ίδια περίοδο γίνεται λόγος σε ευρεία κλίμακα και στις Η.Π.Α. για το ρόλο και την οικονομική δύναμη του καταναλωτή. Χαρακτηριστική είναι η ομιλία του προέδρου Κένεντυ, ο οποίος στο μήνυμά του προς το Κογκρέσο (15.3.62), μεταξύ άλλων, ανέφερε: «Καταναλωτές είμαστε όλοι. Πρόκειται για τη μεγαλύτερη οικονομική ομάδα, η οποία επηρεάζει αλλά και επηρεάζεται σχεδόν από κάθε δημόσια ή ιδιωτική οικονομική απόφαση, τη μόνη σημαίνουσα οικονομική ομάδα, η οποία δεν είναι αποτελεσματικά οργανωμένη και της οποίας οι απόψεις δεν ακούγονται...».

Επιθυμία και συμφέρον όλων των καταναλωτών είναι να βρίσκουν την καλύτερη δυνατή ποιότητα προϊόντων και υπηρε-

σιών στην καλύτερη δυνατή τιμή. Όμως, για να επιτευχθεί ο σκοπός αυτός, οι καταναλωτές χρειάζονται καταρχάς πληροφόρηση, ενημέρωση και εκπαίδευση. Χρειάζονται, όμως, και επαρκές νομοθετικό πλαίσιο και κατάλληλα μέτρα πολιτικής, αφού -ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών- τόσο οι νέες συνθήκες στην παγκόσμια οικονομία, όσο και οι εξελίξεις σε επίπεδο τεχνολογίας (βιοτεχνολογία, γενετικά τροποποιημένοι οργανισμοί, ψηφιακή τεχνολογία κ.λπ.) καθιστούν ιδιαίτερα δύσκολη και επίπονη την «αυτο»-προστασία τους.

Η Ο.Κ.Ε. σημειώνει ότι ο έμπρακτος σεβασμός του καταναλωτή και η καλλιέργεια υψηλής καταναλωτικής συνείδησης, που εκφράζεται μέσα από την ορθή καταναλωτική συμπεριφορά, είναι δείγμα κατάρτησης υψηλού πολιτιστικού επιπέδου για μία χώρα, που αντανακλάται τόσο στην ποιότητα ζωής των πολιτών της, όσο και στην εν γένει ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας.

1. Bureau Européen des Unions des Consommateurs, <http://www.beuc.org>

II. Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ Ε.Ε.

1 Η Ευρωπαϊκή Ένωση αριθμεί σήμερα περισσότερους από 370 εκατομμύρια καταναλωτές. Τα κράτη έχουν χαράξει πολιτικές με στόχο την υπεράσπιση των ειδικών συμφερόντων των καταναλωτών, των οποίων ο οικονομικός και πολιτικός ρόλος είναι πρωταρχικός στην κοινωνία. Αναγνωρίζοντάς τους έναν ορισμένο αριθμό θεμελιωδών δικαιωμάτων, τα κράτη εφαρμόζουν πολιτικές με σκοπό τη μείωση των ανισοτήτων, την καταπολέμηση των αθέμιτων πρακτικών, την προαγωγή της υγείας και της ασφάλειας και τη βελτίωση του επιπέδου της ζωής γενικότερα.

Οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται για τη διασφάλιση των δικαιωμάτων αυτών αντανakλούν τις διαφορές στα συστήματα έννομης τάξης, στις κοινωνικοπολιτιστικές παραδόσεις, στα θεσμικά και πολιτικά πλαίσια. Ορισμένα κράτη ευνοούν μια κανονιστική προσέγγιση και βασίζονται σε μια ολοκληρωμένη διοικητική δομή για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που αφορούν τους καταναλωτές. Άλλα κράτη έχουν υιοθετήσει μια περισσότερο ρεαλιστική προσέγγιση, προωθώντας την αυτορρύθμιση, σε κάποιο βαθμό, των αγορών ή των κλάδων. Τέλος, εάν η νομοθεσία για τα τρόφιμα αποτέλεσε την προτεραιότητα για ορισμένες κυβερνήσεις, άλλες προτίμησαν να επικεντρωθούν στις εμπορικές επωνυμίες ή την παροχή αγαθών και υπηρεσιών.

2 Η ύπαρξη αυτής της διαφοροποίησης κανονιστικών πλαισίων και δομών δικαιολογεί τη χάραξη μιας πολιτικής σε κοινοτικό επίπεδο, προκειμένου οι καταναλωτές να έχουν επαρκή εμπιστοσύνη για να διαδραματίσουν ενεργό ρόλο στην ενιαία αγορά, απολαμβάνοντας ταυτόχρονα ένα υψηλό επίπεδο προστασίας. **Η πολιτική για τους καταναλωτές αποτελεί κεντρική συνιστώσα του στόχου στρατηγικής της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής όλων των πολιτών της Ευρωπαϊκής Ένωσης** ².

3 Η σύλληψη μιας κοινοτικής πολιτικής για τα θέματα του καταναλωτή εμφανίζεται στα μέσα της δεκαετίας του '70. Η Συνθήκη της Ρώμης δεν προέβλεπε τη θέσπιση τέτοιας πολιτικής και μόνο στη διάσκεψη κορυφής του Παρισιού το 1972 οι αρχηγοί κρατών και κυβερνήσεων εκδήλωσαν για πρώτη φορά την πολιτική βούληση για το θέμα αυτό. Λίγο μετά, η Επιτροπή υπέβαλε το πρώτο πρόγραμμα δράσης σχετικά με την προστασία των καταναλωτών [Επίσημη Εφημερίδα C 92, 25.04.1975]. Αυτό το προκαταρκτικό πρόγραμμα αναφέρει πέντε κατηγορίες θεμελιωδών δικαιωμάτων που αποτελούν τη βάση της κοινοτικής νομοθεσίας στο θέμα αυτό, δηλαδή:

2. Βλ. http://europa.eu.int/comm./consumers/missions_el.htm

- το δικαίωμα στην προστασία της υγείας και της ασφάλειας,
- το δικαίωμα στην προστασία των οικονομικών συμφερόντων,
- το δικαίωμα στην αποκατάσταση των ζημιών,
- το δικαίωμα στην πληροφόρηση και την εκπαίδευση,
- το δικαίωμα στην εκπροσώπηση.

Στη συνέχεια, καταρτίστηκαν και άλλα προγράμματα δράσης που αναφέρονταν σε έναν ορισμένο αριθμό θεμελιωδών δικαιωμάτων και αρχών. Σε πρώτη φάση, η Κοινότητα νομοθέτησε σε θέματα ασφάλειας των καλλυντικών προϊόντων, επισήμανσης των τροφίμων, παραπλανητικής διαφήμισης ή πωλήσεων εκτός εμπορικού καταστήματος, αλλά έπρεπε να μεσολαβήσει η Ενιαία Πράξη για να σημειωθεί ουσιαστική πρόοδος στην πολιτική για τους καταναλωτές.

4 Η Ενιαία Πράξη (ΕΕΠ), που ετέθη σε ισχύ την 1η Ιουλίου 1987, επέτρεψε την εισαγωγή της έννοιας του καταναλωτή στη Συνθήκη: το άρθρο 100Α (νέο άρθρο 95 παρ. 3 ενοποιημένης ΣυνθΕΟΚ) καθιστά την Επιτροπή αρμόδια για να υποβάλει προτάσεις για μέτρα προστασίας των καταναλωτών λαμβάνοντας ως βάση “ένα υψηλό επίπεδο προστασίας”. Η έννοια αυτή δεν αποτέλεσε το αντικείμενο επακριβούς ορισμού. **Ωστόσο, το άρθρο αυτό έχει το πλεονέκτημα ότι θέτει τις βάσεις της νομικής αναγνώρισης της πολιτικής για τους καταναλωτές.** Επιπλέον, με την Ενιαία Πράξη καταργήθηκε ο κανόνας της ομοφωνίας για την έκδοση οδηγιών σε

πολλούς τομείς που αφορούν λίγο ή πολύ την προστασία των καταναλωτών.

Η πολιτική για τους καταναλωτές εντάχθηκε, συνεπώς, στα πλαίσια μιας γενικότερης πολιτικής για την πραγματοποίηση της εσωτερικής αγοράς, προοπτική που της έδωσε νέα ώθηση. Η κατάργηση των συνόρων και η υλοποίηση της ενιαίας αγοράς την 1η Ιανουαρίου 1993 είχε ως συνέπεια μια αγορά 340 εκατομμυρίων καταναλωτών και πλέον, πράγμα που οδήγησε στην ανάγκη για συνοδευτικούς κανόνες. Επιπλέον, έγινε συνειδητό ότι η εμπιστοσύνη των καταναλωτών είναι απαραίτητη για την καλή λειτουργία της αγοράς.

Στη διάρκεια αυτής της περιόδου ελήφθησαν μέτρα στους ακόλουθους τομείς: ασφάλεια των παιχνιδιών και γενική ασφάλεια των προϊόντων, διασυνοριακές πληρωμές, καταχρηστικές ρήτρες στις συμβάσεις, εξ αποστάσεως πωλήσεις, χρονομεριστική μίσθωση. Δημιουργήθηκε, κατ’ αυτόν τον τρόπο, ένα σημαντικό νομοθετικό υπόβαθρο που συνιστά το κοινοτικό δίκαιο της προστασίας των καταναλωτών.

5 Αυτή η θετική εξέλιξη επιβεβαιώθηκε με τη Συνθήκη του Μάαστριχ, που δίνει στην προστασία των καταναλωτών τη διάσταση αληθινής κοινοτικής πολιτικής. Όχι μόνο δηλώνεται ρητώς στους γενικούς στόχους (άρθρο 2 ΣυνθΕΚ) ότι η Κοινότητα οφείλει να “συμβάλει στην ενίσχυση της προστασίας των καταναλωτών”, αλλά και το άρθρο 129Α (νέο 153) αποτελεί το αναντίρρητο νομικό πλαίσιο που επιτρέπει τη διεξαγωγή της πολιτικής των καταναλωτών.

Προκειμένου να απαντήσει στις νέες προκλήσεις, δηλαδή την παγκοσμιο-

ποίηση, την αναδιάρθρωση των δημόσιων υπηρεσιών, την ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας και τις εξελίξεις στον τομέα της βιοτεχνολογίας, η Επιτροπή συγκεντρώνει τις προτεραιότητές της για την περίοδο 1996 - 1998 γύρω από τρεις άξονες:

- τις οικονομικές υπηρεσίες, τις υπηρεσίες κοινωφελούς χαρακτήρα και τα είδη διατροφής,
- την εκπαίδευση των καταναλωτών, ώστε να ενθαρρυνθούν κατά πρώτο λόγο οι καταναλωτικές συμπεριφορές που αφορούν τη βιώσιμη κατανάλωση και να διευκολυνθεί η πρόσβαση στην κοινωνία της πληροφορίας,
- τη βοήθεια στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης και στις αναπτυσσόμενες χώρες, προκειμένου να μπορέσουν να επεξεργαστούν τη δική τους πολιτική για τους καταναλωτές.

6 Η Συνθήκη του Άμστερνταμ, χωρίς να τροποποιεί αυτές τις κατευθύνσεις, δίνει νέα ώθηση στην πολιτική για τους καταναλωτές. Η προστασία της υγείας, της ασφάλειας και των οικονομικών συμφερόντων των καταναλωτών, καθώς και η προώθηση του δικαιώματός τους σε πληροφόρηση, εκπαίδευση και οργάνωσή τους, με σκοπό την προάσπιση των συμφερόντων τους, είναι, σύμφωνα με το νέο άρθρο 129Α (άρθρο 153 ύστερα από τη νέα αρίθμηση), οι βασικοί στόχοι. Επιπλέον, σύμφωνα με το ίδιο άρθρο, τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τη διαμόρφωση και την εφαρμογή των άλλων πολιτικών και δραστηριοτήτων. Τέλος, και άλλες διατάξεις της συνθήκης, κυρίως αυτές που αφορούν τη δημόσια υγεία,

αποσκοπούν στην ενίσχυση της προστασίας των καταναλωτών.

Στο πλαίσιο αυτό εγκρίθηκε το σχέδιο δράσης για την πολιτική σχετικά με τους καταναλωτές για την περίοδο 1999-2001, στο οποίο ορίζονται τρεις μεγάλοι τομείς δραστηριότητας:

- η εκπροσώπηση και η εκπαίδευση των καταναλωτών με την οργάνωση συστηματικότερων διαβουλεύσεων, καλύτερος διάλογος μεταξύ των ενώσεων αφενός, και μεταξύ των καταναλωτών και των επιχειρήσεων αφετέρου, με την οργάνωση κατάλληλων εκστρατειών πληροφόρησης, την ανάπτυξη των Euroguichets και την ενίσχυση της συνεργασίας με τα κράτη μέλη στον τομέα της εκπαίδευσης για θέματα που αφορούν την κατανάλωση·
- η υγεία και η ασφάλεια των καταναλωτών, βάσει των καλύτερων δυνατών επιστημονικών γνωματεύσεων και ενιαίας ανάλυσης των κινδύνων, με την έκδοση νομοθεσίας που διασφαλίζει υγιεινότερα προϊόντα και ασφαλέστερες υπηρεσίες, και με καλύτερη αντιμετώπιση των καταστάσεων επείγουσας ανάγκης·
- τα οικονομικά συμφέροντα των καταναλωτών, με τον έλεγχο της εφαρμογής της ισχύουσας νομοθεσίας, την προσαρμογή αυτής της νομοθεσίας στην εξέλιξη των προϊόντων και των υπηρεσιών, κυρίως των οικονομικών, και την ενσωμάτωση των οικονομικών συμφερόντων των καταναλωτών στις άλλες κοινοτικές πολιτικές, όπως οι τηλεπικοινωνίες, οι μεταφορές ή η μεταρρύθμιση της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής.

7 Έχοντας ως βασικό άξονα πολιτικής την προστασία του καταναλωτή, η Ε.Ε. προχώρησε το 2001 στη σύνταξη της **Πράσινης Βίβλου για την Προστασία του Καταναλωτή**³. Η Πράσινη Βίβλος είχε ως στόχο να προκαλέσει μία εκτενή δημόσια διαβούλευση, καθώς, επίσης, και να δρομολογήσει μία συζήτηση για τις μελλοντικές επιλογές της ευρωπαϊκής πολιτικής και για τα ρυθμιστικά καθεστώτα στο πεδίο της προστασίας του καταναλωτή. Εστίασε δε στη διαβούλευση πάνω **στην ιδέα μίας πιθανής νέας μορφής ρύθμισης**, που θα επέβαλε σε όλους τους συντελεστές της αγοράς μία γενική υποχρέωση – και τη συνακόλουθη αναγνώριση ενός δικαιώματος – για δίκαιες συναλλαγές («trade fairly»), ή τουλάχιστον την αρνητική όψη του να μη δεσμεύεται κάποιος σε «αθέμιτες συναλλαγές». Το δικαίωμα αυτό θα μπορούσε να αποτελέσει ένα μέσο προσαρμογής στις ταχεία μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς.

Τον Ιούνιο του 2002, η Επιτροπή δημοσίευσε μία Συμπληρωματική Ανακοίνωση⁴ που αποτελεί τη συνέχεια της Πράσινης Βίβλου. Η Επιτροπή, τόσο στην Πράσινη Βίβλο όσο και στη Συμπληρωματική αυτή Ανακοίνωση, δίνει έμφαση στην αρχή της πλήρους ή μέγιστης εναρμόνισης, σύμφωνα με την οποία τα κράτη μέλη δεν δύνανται να διατηρούν ή να συνιστούν κανόνες πιο αυστηρούς από το σχετικό μέτρο της Ε.Ε. Οι

ενώσεις των καταναλωτών θεωρούν την αρχή της ελάχιστης εναρμόνισης, μέσω κοινών οδηγιών, που περιέχεται ήδη στη Συνθήκη (άρθρο 153), ως καταλληλότερο μέσο για την προστασία των καταναλωτών, γιατί επιτρέπει την προσαρμογή κάθε κράτους μέλους με βάση τις ιδιαίτερες συνθήκες που αντιμετωπίζει στον τομέα αυτόν. Υπάρχει, τέλος, και η άποψη όσων υποστηρίζουν την αυτορρύθμιση, με την έννοια της εθελοντικής συμμόρφωσης των επιχειρήσεων μέσω κωδίκων συμπεριφοράς.

Η διαδικασία διαβούλευσης, που δρομολογήθηκε σε συνέχεια της Πράσινης Βίβλου του 2001, οδήγησε στην κοινή πεποίθηση ότι η έκδοση Οδηγίας με στόχο την εναρμόνιση των εθνικών κανόνων των κρατών μελών για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές θα ήταν η ενδεδειγμένη πολιτική παρέμβασης. Έτσι, στις 18 Ιουνίου 2003 η Επιτροπή υιοθέτησε την Πρόταση Οδηγίας για τις Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές⁵, σκοπός της οποίας είναι να καταστήσει σαφέστερα τα δικαιώματα των καταναλωτών και απλούστερες τις διαδικασίες του ενδοκοινοτικού εμπορίου, μέσω ενός ενιαίου πλαισίου κανόνων για όλα τα κράτη μέλη της Ε.Ε.

8 Στις 7 Μαΐου 2002, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενέκρινε **μία νέα στρατηγική πολιτική**⁶ για τους καταναλωτές, προσδιορίζοντας τη γενική πολιτική

3. Πράσινη Βίβλος για την Προστασία των Καταναλωτών στην Ευρωπαϊκή Ένωση, Βρυξέλλες, 2.10.2001, COM(2001), 531 τελικό.

4. Βρυξέλλες 14/06/2002, COM(2002), 289 τελικό.

5. Βλ. Proposal for directive concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the Internal Market and amending directives 84/450/EEC, 97/7/EC and 98/27/EC (the Unfair Commercial Practices Directive), COM (2003), 356 final.

6. COM (2002) 208 τελικό

προσέγγισή της για την πενταετία 2002-2006 και εστιάζοντας σε τρεις μεσοπρόθεσμους στόχους:

- «Ένα υψηλό κοινό επίπεδο προστασίας καταναλωτών»: αυτό σημαίνει εναρμόνιση με τα πλέον κατάλληλα μέσα ρύθμισης (π.χ. οδηγία πλαίσιο, πρότυπα, βέλτιστες πρακτικές κ.λπ.), τόσο των κανόνων για την ασφάλεια των αγαθών και των υπηρεσιών, όσο και εκείνων των οικονομικών και νομικών συμφερόντων, έτσι ώστε να καταστούν ικανοί οι καταναλωτές να αγοράζουν με εμπιστοσύνη παντού στην Ε.Ε. και με οποιοδήποτε μέσο.
- Πραγματική θέση σε ισχύ των κανόνων προστασίας των καταναλωτών: οι δράσεις προτεραιότητας στην κατεύθυνση αυτή αναφέρονται στη θέσπιση ενός δικοινητικού πλαισίου συνεργασίας μεταξύ των κρατών μελών και μηχανισμών αποζημίωσης υπέρ των καταναλωτών.
- Κατάλληλη συμμετοχή των οργανώσεων καταναλωτών στις πολιτικές της Ε.Ε. Οι κύριες δράσεις συνίστανται στην επανεξέταση των μηχανισμών συμμετοχής των εκπροσώπων των καταναλωτών στη λήψη των αποφάσεων.

9 Σχετικά με τις παραπάνω προτάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τη στρατηγική υπέρ των καταναλωτών της Ε.Ε. μέχρι το 2006, η Ευρωπαϊκή Ο.Κ.Ε. (Ε.Ο.Κ.Ε.)⁷ έχει ήδη καταστήσει σαφές ότι:

- υποστηρίζει τη μεγαλύτερη δυνατή εναρμόνιση της νομοθεσίας στον τομέα της προστασίας των καταναλωτών,
- υποστηρίζει την ταχεία εφαρμογή της νομοθεσίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο, προκειμένου οι καταναλωτές που πραγματοποιούν αγορές στο Διαδίκτυο να προστατεύονται καλύτερα,
- υποστηρίζει την αποτελεσματικότερη εφαρμογή της νομοθεσίας και την αύξηση της συνεργασίας μεταξύ των φορέων επιβολής της,
- υποστηρίζει την ενσωμάτωση των πολιτικών υπέρ των καταναλωτών σε όλους τους τομείς πολιτικών της Ε.Ε., συμπεριλαμβανόμενης της εκπαίδευσης.

10 Η ελληνική Ο.Κ.Ε. πιστεύει ότι δεν αρκεί η θέσπιση κοινού νομοθετικού πλαισίου και μηχανισμών ελέγχου της εφαρμογής της νομοθεσίας αυτής. Θεωρεί σκόπιμη την αναθεώρηση της διάταξης του άρθρου 153 της ΣυνθΕΚ, ώστε να αναφέρεται ρητά η ενσωμάτωση της πολιτικής καταναλωτών σε όλες τις άλλες πολιτικές (mainstreaming). Η Ο.Κ.Ε. στηρίζει με αυτόν τον τρόπο **το κεντρικό αίτημα του καταναλωτικού κινήματος, που είναι η ενσωμάτωση της πολιτικής της προστασίας του καταναλωτή σε όλες τις πολιτικές, τις δράσεις, και τα μέτρα που υιοθετούνται (mainstreaming)**. Αφετέρου, η Ο.Κ.Ε. πιστεύει ότι οι καταναλωτές δεν μπορούν να αξιοποιήσουν τα πλεονεκτήματα που τους προσφέρει η εσωτερική αγορά εάν δεν γνωρίζουν τα δικαιώματά τους.

7. Γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής CESE 276/2003, http://europa.eu.int/comm/consumers/overview/cons_policy_ecosoc_276_2003.pdf

ΙΙΙ. ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΚΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΤΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Στην Ελλάδα το νομικό πλαίσιο για την προστασία του καταναλωτή εδράζεται, κυρίως, στο Νόμο 2251/1994 (ΦΕΚ 191Α/16.11.1994), όπως έχει τροποποιηθεί, συμπληρωθεί και ισχύει⁸ και ο οποίος κατοχυρώνει τα βασικά δικαιώματα του καταναλωτή (την υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών, τα οικονομικά τους συμφέροντα, την οργάνωσή τους σε ενώσεις καταναλωτών, το δικαίωμα ακρόασής τους σε θέματα που τους αφορούν, και την πληροφόρηση και επιμόρφωσή τους σε καταναλωτικά θέματα).

Με το νόμο αυτό επήλθε εναρμόνιση του ελληνικού δικαίου προς μία σειρά κοινοτικές οδηγίες,⁹ ενώ η εναρμόνιση προς άλλες οδηγίες που δεν έχουν ενσωματωθεί στο Ν. 2251/94 έλαβε τη μορφή Προεδρικών Διαταγμάτων ή Κοινών Υπουργικών Αποφάσεων.¹⁰ Το νομοθετικό πλαίσιο υποστηρίζεται συμπληρωματικά από ένα πλέγμα κανονιστικών/διοικητικών διατάξεων (Αγορανομικές Διατάξεις, Υπουργικές Αποφάσεις κ.λπ.), η διαμόρφωση των οποίων άρχισε πολύ πριν την ψήφιση του Ν. 2251/94

και οι οποίες αποσκοπούν στον καθορισμό και έλεγχο όρων κυκλοφορίας προϊόντων (ποιότητα και ασφάλεια).

Η κύρια ευθύνη, καθώς και η αρμοδιότητα για την υλοποίηση της πολιτικής του καταναλωτή, όπως προκύπτει και από το Π.Δ. 197/1997 «Σύσταση Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή και καθορισμός των αρμοδιοτήτων της» (ΦΕΚ 156 Α΄, 30.7.1997), ανήκει στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή (ΓΓΚ). Μέχρι σήμερα, όμως, δεν έχει εκπονηθεί κατά συστηματικό τρόπο βραχυπρόθεσμο ή μακροπρόθεσμο πρόγραμμα δράσης παρ' όλο που αυτό προβλέπεται ρητά στο άρθρο 4, παράγραφος 2, εδάφιο α του Π.Δ. 197/1997.

Η υλοποίηση των πολιτικών για τον καταναλωτή συμπληρώνεται άμεσα ή έμμεσα από τη λειτουργία και το νομοθετικό έργο και των άλλων Γενικών Γραμματειών του ΥΠ.ΑΝ. και συν-διαμορφώνεται και από άλλα υπουργεία και οργανισμούς σε επί μέρους τομείς, π.χ. Υπ. Υγείας Πρόνοιας, Υπ. Μεταφορών, Υπ. Παιδείας κ.λπ.

8. Τροποποιήσεις έχουν επέλθει με τους Ν. 2469/1997 (ΦΕΚ 87^Α), 2741/1999 (ΦΕΚ 199^Α), και 3043/2002 (ΦΕΚ 192^Α), το ΠΔ 301/2002 (ΦΕΚ 267^Α) και τις Κοινές Υπουργικές Αποφάσεις (ΚΥΑ) αριθμ. Ζ1-496/7-12-2000 (ΦΕΚ 1545 Β) και Ζ1 – 659/14-10-2002 (ΦΕΚ 267^Α).

9. Οδηγίες: 84/450 σχετικά με τη παραπλανητική διαφήμιση, 85/577 σχετικά με τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος (door to door sales), 93/13 σχετικά με τους καταχρηστικούς όρους, 97/7 σχετικά με τις συμβάσεις από απόσταση, 97/55 σχετικά με τη συγκριτική διαφήμιση, 99/34 σχετικά με την ευθύνη του παραγωγού από ελαττωματικά προϊόντα.

10. Οδηγίες: 87/102 σχετικά με την καταναλωτική πίστη, 90/314 σχετικά με τα οργανωμένα ταξίδια και διακοπές, 94/47 σχετικά με τη χρονομεριστική μίσθωση (time-sharing), 98/6 σχετικά με την τιμή μονάδας μέτρησης, Οδηγία 99/44 σχετικά με τις εγγυήσεις.

Αναμφισβήτητα, υπάρχει **δυσκολία παρακολούθησης της εφαρμογής της νομοθεσίας** από τα κρατικά όργανα τόσο σε κεντρικό όσο και νομαρχιακό επίπεδο, κυρίως λόγω της ποσοτικής ή/και της ποιοτικής ανεπάρκειας του υπάρχοντος προσωπικού. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να επιβάλλονται ποινές με μικρότερη συχνότητα από αυτή που θα έπρεπε, γεγονός που εκλαμβάνεται από μερίδα της αγοράς ως δυνατότητα λειτουργίας ατιμωρητί, ανεξάρτητα από το σύννομο ή μη χαρακτήρα των εμπορικών της πρακτικών. Η Ο.Κ.Ε. πιστεύει ότι η δημιουργία **μίας Ανεξάρτητης Αρχής** επιφορτισμένης με τον έλεγχο των παραπόνων του καταναλωτή – κατά το πρότυπο του Συνηγόρου του Πολίτη ή του Τραπεζικού Μεσολαβητή (που λειτουργεί ήδη από το 1999) – θα συνέβαλε στην επίλυση σειράς προβλημάτων που συνδέονται με την παραβίαση των δικαιωμάτων του καταναλωτή και την ελλιπή εφαρμογή της νομοθεσίας.

Η κατάσταση αυτή επιτείνεται από την άγνοια του κοινού σχετικά με τα δικαιώματά του και τη νομοθεσία που τα κατοχυρώνει. Επίσης, εντοπίζονται προβλήματα που αφορούν στην αδυναμία ικανοποιητικής αντιμετώπισης - με βάση την υπάρχουσα νομοθεσία - ζητημάτων που απασχολούν το καταναλωτικό κοινό, όπως για παράδειγμα το θέμα των παραπλανητικών διαφημίσεων των ισοτιπούτων αδυνατίσματος. **Για το σκοπό αυτό, απαιτείται κωδικοποίηση και απλοποίηση της ισχύουσας νομοθεσίας και εκλαΐκευσή της μέσω των οργανώσεων των καταναλωτών, των Κέντρων Εξυπηρέτησης Πολιτών (ΚΕΠ), αλλά και με κάθε άλλο πρόσφορο μέσο.**

Η Ο.Κ.Ε. θεωρεί ότι τα ζητήματα που άπτονται της εφαρμογής και λειτουρ-

γίας του νομοθετικού πλαισίου πρέπει να αποτελέσουν αντικείμενο συζήτησης στο Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτών, στο πλαίσιο της πρότασης για αναβάθμισή του, στην οποία προβαίνει η παρούσα Γνώμη (βλ. παρακάτω Γ), με στόχο τη μετεξέλιξή του σε όργανο χάραξης εθνικής στρατηγικής για την προστασία του καταναλωτή. Η Ο.Κ.Ε. θεωρεί ότι μία επιτυχημένη πολιτική καταναλωτή θα πρέπει να εδράζεται σε τέσσερις άξονες, οι οποίοι θα συμβάλουν στη διαμόρφωση ενός προγράμματος δράσης. Αυτοί είναι οι ακόλουθοι: α) η παραγωγή επαρκούς και κατάλληλου νομοθετικού πλαισίου, β) η εφαρμογή της νομοθεσίας, γ) η ενημέρωση και εκπαίδευση των καταναλωτών και, τέλος, δ) η συνεργασία με τις καταναλωτικές οργανώσεις για όλα τα παραπάνω θέματα.

Η Ο.Κ.Ε. υποστηρίζει ενεργά:

- Το δικαίωμα στην ασφάλεια και στη βεβαιότητα ότι τα προϊόντα που χρησιμοποιούνται στη διατροφή, στην ένδυση, στην οδήγηση, μέσα και γύρω από το σπίτι, δεν θα προκαλέσουν φυσικές βλάβες / αρρώστιες.
- Την απαγόρευση των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών.
- Το δικαίωμα στην εκλογή, στη δυνατότητα δηλαδή επιλογής από μια ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές τιμές, στην προστασία από μονοπωλιακές πρακτικές και φραγμούς.
- Το δικαίωμα να εκπροσωπούνται και να συμμετέχουν οι οργανώσεις των καταναλωτών στις αποφάσεις που λαμβάνονται σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο.

IV. ΟΙ ΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ Ο.Κ.Ε. ΓΙΑ ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΕΣ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

A. Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥ

A1. Το ζήτημα της ενημέρωσης και εκείνο της εκπαίδευσης του καταναλωτή έχει μείζονα σημασία. **Στην Ελλάδα, η πληροφόρηση των καταναλωτών κρίνεται ως ανεπαρκής και αποτελεί εδώ και χρόνια κυριολεκτικά την αχίλλειο πτέρνα της πολιτικής καταναλωτή.** Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι έλληνες καταναλωτές να είναι οι λιγότερο ενημερωμένοι πολίτες της Ε.Ε. σχετικά με τα δικαιώματά τους. Το έλλειμμα της διάχυσης της ενημέρωσης δεν περιορίζεται μόνο στο ΥΠ.ΑΝ., αλλά αφορά και στις οργανώσεις των καταναλωτών. **Όμως, θα πρέπει να μην παραγνωριστεί και το γεγονός ότι η ελληνική κοινωνία χαρακτηρίζεται από έλλειψη μιας συνολικής καταναλωτικής κουλτούρας.** Βεβαίως, σύμφωνα με το Π.Δ. 195/97, η υποχρέωση της ενημέρωσης των καταναλωτών περιλαμβάνεται στις αρμοδιότητες του ΥΠ.ΑΝ. Η υποχρέωση αυτή δεν περιορίζεται μόνο σε εθνικό επίπεδο. Όπως προβλέπεται από ορισμένες Κοινοτικές Οδηγίες «νέας γενιάς» (π.χ. 99/44/ΕΚ σχετικά με τις εγγυήσεις), τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης πρέπει να ενημερώνουν τους πολίτες τους σχετικά με το περιεχόμενο αυτών των οδηγιών.

Η ενημέρωση μπορεί να οργανώνεται μέσω:

- της λειτουργίας του τηλεφωνικού κέντρου εξυπηρέτησης κοινού (αριθμ. κλήσης 1720),
- της έκδοσης εντύπων (φυλλάδια, αφίσες),
- της διαφήμισης και ενημερωτικών ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών,
- της ενσωμάτωσης σχετικών μηνυμάτων στην πλοκή τηλεοπτικών σειρών ευρείας τηλεθέασης,
- ανακοινώσεων στα ΜΜΕ (δελτία τύπου),
- λειτουργίας ιστοσελίδας στο Διαδίκτυο. Ήδη λειτουργούν οι ιστοσελίδες της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτών του Υπουργείου Ανάπτυξης (www.efpolis.gr), του ΙΝΚΑ (www.inka.gr), του ΚΕΠΚΑ (www.kepka.org), της ΕΚΠΟΙΖΩ (www.ekpizo.org.gr), πιθανώς και άλλων φορέων.

A2. Όσον αφορά την εκπαίδευση των καταναλωτών στο σχολείο (πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση), αυτή αποτελεί αρμοδιότητα κατά κύριο λόγο του Υπ. Παιδείας.

Στην πρωτοβάθμια εκπαίδευση διδάσκονται στοιχεία αγωγής καταναλωτή

στα πλαίσια της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης. Στην αγωγή υγείας, σε όσα σχολεία αυτή διδάσκεται, συμπεριλαμβάνονται και στοιχεία αγωγής καταναλωτή, τα οποία διδάσκονται με τη βοήθεια διδακτικού υλικού (βιβλία, cd, κασέτες), από εκπαιδευτικούς που έχουν επιμορφωθεί σε ειδικά σεμινάρια. Επίσης, οι έλληνες μαθητές παίρνουν μέρος στον Ευρωπαϊκό Διαγωνισμό Νέου Καταναλωτή που διοργανώνεται κατ' έτος από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Η εκπαίδευση των ενηλίκων παίρνει τη μορφή κυρίως σεμιναρίων, ομιλιών κ.λπ. σε κεντρικό και περιφερειακό επίπεδο, σε συνεργασία με καταναλωτικές οργανώσεις, επαγγελματικές ενώσεις, ΚΑΠΗ κ.λπ.

Β. Η ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΩΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΥΓΙΟΥΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Στο νέο οικονομικό περιβάλλον, έτσι όπως αυτό διαμορφώνεται από την απελευθέρωση και το άνοιγμα των αγορών, τη δημιουργία της ενιαίας εσωτερικής αγοράς, αλλά και τη διεύρυνση της Ε.Ε., ο επαναπροσδιορισμός των κανόνων του υγιούς ανταγωνισμού αποτελεί κρίσιμο θέμα όχι μόνο σε οικονομικό, αλλά και σε κοινωνικό επίπεδο.

Η προστασία του καταναλωτή συνδέεται άμεσα και έμμεσα με τη λειτουργία του υγιούς ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων στο πλαίσιο της εσωτερικής αγοράς. Σε μια ανταγωνιστική αγορά, οι επιχειρήσεις κινητοποιούνται περισσότερο, ώστε να προσελκύσουν τους καταναλωτές

και με αυτόν τον τρόπο γίνονται πιο καινοτόμες, τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που προσφέρουν στον καταναλωτή είναι καλύτερης ποιότητας, ενώ οι τιμές τους γίνονται πιο ανταγωνιστικές. *Αθέμιτες επιχειρηματικές πρακτικές, όπως οι πωλήσεις κάτω του κόστους, μπορεί να φαίνεται ότι ωφελούν τον καταναλωτή βραχυπρόθεσμα, δεν ισχύει όμως το ίδιο σε μεσοπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο επίπεδο.* Οι πρακτικές αυτές έχουν συχνά ως αποτέλεσμα την αποχώρηση μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων από την αγορά και τη δημιουργία μονοπωλιακών καταστάσεων, γεγονός ιδιαίτερα επιβαρυντικό για την εθνική οικονομία.

Η Ο.Κ.Ε. υποστηρίζει τη δημιουργία ενός υγιούς ανταγωνιστικού περιβάλλοντος, στο οποίο αποδυναμώνονται μια σειρά από αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, όπως οι πωλήσεις κάτω του κόστους, με αποτέλεσμα, αφενός μεν να προστατεύεται ο καταναλωτής, αφετέρου δε να ωφελείται η Εθνική Οικονομία, χωρίς να χρειάζεται κάθε φορά να κινητοποιείται ο ελεγκτικός και ο κατασταλτικός μηχανισμός.

Η Ο.Κ.Ε. θα αναφερθεί παρακάτω σε ειδικότερα ζητήματα που σχετίζονται με τομείς, όπως η καταναλωτική πίστη, τα φάρμακα, τα χημικά, οι γενετικά τροποποιημένοι οργανισμοί κ.λπ., όπου η μη στήριξη του υγιούς ανταγωνισμού μπορεί να υποθηκεύσει την ασφάλεια και την υγεία των καταναλωτών.

Β1. Ο ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΑΙ Η ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΟΔΗΓΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Εκφράζονται κάποιες επιφυλάξεις αναφορικά με την τρέχουσα πρόταση

Κανονισμού σχετικά με τις πρακτικές προώθησης των πωλήσεων στην εσωτερική αγορά¹¹. Παρότι η Ο.Κ.Ε., όπως και οι καταναλωτικές οργανώσεις, είναι, κατ' αρχάς, υπέρ της απελευθέρωσης των κανόνων προώθησης πωλήσεων όσον αφορά τα αποκαλούμενα δωρεάν δώρα, τα παιχνίδια προώθησης κ.λπ., δεν υποστηρίζει την προτεινόμενη στο σχέδιο κανονισμού προσέγγιση της κοινοτικής εναρμόνισης, χωρίς δυνατότητα των κρατών μελών να υιοθετήσουν αυστηρότερα νομοθετικά μέτρα για να αντιμετωπίσουν νέες μορφές προώθησης των πωλήσεων ή αλλαγές στην αγορά. Αυτή θα καταργούσε απλά τα εθνικά πρότυπα προστασίας καταναλωτών. Υπάρχει ο φόβος ότι ο προτεινόμενος κανονισμός, ενδεχομένως, δε θα καλύψει κράτη μέλη που δεν είναι σε θέση να προστατεύουν τους καταναλωτές τους από πρακτικές που θεωρούνται αθέμιτες από το εθνικό δίκαιο, οι οποίες, ωστόσο, ασκούνται από διασυνοριακούς επιχειρηματίες εντός της εθνικής τους δικαιοδοσίας. Για παράδειγμα, σε πολλές περιπτώσεις η πρόταση απαιτεί, απλώς, να λάβουν οι καταναλωτές πληροφορίες σχετικές με τις προσφορές προώθησης, μόνο εφόσον το ζητήσουν.

Η πρόταση οδηγίας του Ευρωπαϊκού κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων¹² κινείται προς την κατεύθυν-

ση της προστασίας του καταναλωτή από τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και ιδιαίτερα από τις παραπλανητικές και επιθετικές εμπορικές πρακτικές. Καταρτίζει δε μαύρο πίνακα, όπου αναφέρονται συγκεκριμένες τέτοιες πρακτικές.

Η οδηγία περιλαμβάνει μια γενική απαγόρευση που θα αντικαταστήσει τις σημερινές διαφορετικές γενικές ρήτρες και αρχές στα κράτη μέλη. Υπάρχει, όμως, κίνδυνος αποδυνάμωσης του υπάρχοντος εππέδου προστασίας του καταναλωτή, εξαιτίας της πρόθεσης να αντικατασταθούν οι υπάρχουσες εθνικές γενικές διατάξεις από τις γενικές απαγορεύσεις τις οδηγίας.

Θα πρέπει να δοθεί προσοχή στον όρο «**επαγγελματική ευσυνειδησία**», η οποία κρίνει μια εμπορική πρακτική ως αθέμιτη όταν είναι αντίθετη προς τις απαιτήσεις της (ποιος και πώς καθορίζει τι είναι επαγγελματική ευσυνειδησία;), καθώς επίσης και τι θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι στρεβλώνει ουσιαστικά την οικονομική συμπεριφορά του καταναλωτή.

B2. ΤΡΟΦΙΜΑ - ΓΕΝΕΤΙΚΑ ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ

Σύμφωνα με μια έρευνα της Eurostat, το 70% των πολιτών στην Ευρωπαϊκή Ένωση δήλωσε ότι δεν θα καταναλώνε γενετικά τροποποιημένους οργα-

11. Ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με τις πρακτικές προώθησης των πωλήσεων στην εσωτερική αγορά. Πρόταση Κανονισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τις πρακτικές προώθησης των πωλήσεων στην εσωτερική αγορά, Βρυξέλλες 02/10/2001, COM (2001) 546 τελικό. Η συζήτηση βρίσκεται σε εξέλιξη, βλ. Νομοθετικό ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου σχετικά με την πρόταση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σε ό,τι αφορά τις πρακτικές προώθησης των πωλήσεων στην εσωτερική αγορά COM (2001) 546-C5-0475/2001-2001/0227(COD).

12. Proposal for directive concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the Internal Market COM (2003), 356 final.

νισμούς¹³. Η Ο.Κ.Ε. υποστηρίζει τις προτάσεις της Επιτροπής για επέκταση της σήμανσης στις τροφές και στα συστατικά τροφίμων που παράγονται από Γ.Τ.Ο. (Γενετικά Τροποποιημένους Οργανισμούς)¹⁴. Ωστόσο, δεν έχουν λυθεί ακόμη ορισμένα καθοριστικά θέματα, όπως:

- η επιμόλυνση (αφού πρόσφατες μελέτες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής δείχνουν ότι ο κίνδυνος επιμόλυνσης των συμβατικών και των βιολογικών καλλιεργειών από τους Γ.Τ.Ο. είναι μεγάλος),
- η αντικειμενική ευθύνη (δηλαδή το ποιον επιβαρύνει το κόστος της βλάβης στο περιβάλλον ή σε μια καλλιέργεια).

Η Ο.Κ.Ε. υποστηρίζει την προώθηση των προτάσεων της Επιτροπής αναφορικά με την προσθήκη θρεπτικών συστατικών στις τροφές, την εισαγωγή απαιτήσεων σήμανσης, καθώς και έναν αποδεκτά κατάλληλο εμπλουτισμό όλων των θρεπτικών συστατικών, που δύνανται να προστεθούν σε παραδοσιακά είδη διατροφής. Απαιτείται διευκρίνιση και εναρμόνιση των συνθηκών εμπλουτισμού των τροφών, επειδή υπάρχει φόβος μήπως ο εμπλουτισμός ενθαρρύνει ανθυγιεινές διαιτητικές συνήθειες και έρθει σε αντίθεση με εθνικές διατροφικές συνήθειες.

Β3. ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ - ΧΗΜΙΚΑ

Η Ο.Κ.Ε. εκφράζει τον προβληματισμό της σχετικά με το κατά πόσο πρέπει να επιτραπεί στους παρασκευαστές συγκε-

κριμένων συνταγογραφούμενων φαρμάκων (αρχικά στην περίπτωση ασθενών που πάσχουν από AIDS, άσθμα ή διαβήτη) να διαφημίζουν τα προϊόντα τους απευθείας στους ασθενείς. Η σχετική Πρόταση της Επιτροπής για αναθεώρηση των Φαρμακευτικών Οδηγιών προς αυτήν την κατεύθυνση υποστηρίζει ότι απλά θεσπίζονται καθαροί όροι και κριτήρια για παροχή «ελεγχόμενης πληροφόρησης», χωρίς να προωθείται η «απευθείας διαφήμιση στους καταναλωτές». Η Ο.Κ.Ε. πιστεύει ότι τα ευαίσθητα αυτά ζητήματα πρέπει να αντιμετωπιστούν με το κριτήριο της υγείας και όχι με το κριτήριο της εσωτερικής αγοράς.

Σε ό,τι αφορά τη χρήση χημικών, η Ο.Κ.Ε. εκτιμά ότι θα πρέπει να προωθηθούν προτάσεις στην ακόλουθη κατεύθυνση:

- Την ανάγκη οριζόντιας πολιτικής για τη ρύθμιση των θεμάτων των χημικών, αντί μεμονωμένων προϊόντων ή τύπων προϊόντων, ως το μόνο τρόπο διασφάλισης της ασφάλειας των καταναλωτικών προϊόντων καθημερινής χρήσης.
- Την ανάγκη για ορθή και κατανοητή σήμανση των προϊόντων, προκειμένου να είναι σε θέση οι καταναλωτές να επιλέγουν πιο υγιεινά και φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα.
- Την ανάγκη για αποδοτική επιβολή και ελέγχους επί των εισαγόμενων, αλλά και των εγχώριων προϊόντων.

13. Εφημερίδα *ΤΟ ΒΗΜΑ*, 05/06/2003, Α15.

14. Βλ. και Γνώμη Πρωτοβουλίας της Ο.Κ.Ε. «Γενετικά Τροποποιημένα Προϊόντα» (υπ' αριθμ. 37/2000).

- Την απομάκρυνση όλων των επικίνδυνων χημικών από καταναλωτικά προϊόντα καθημερινής χρήσης.

B4. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ – ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΠΙΣΤΗ

Η Ο.Κ.Ε. εκτιμά ότι, αν και έχει σημειωθεί πρόοδος προς την κατεύθυνση της ολοκλήρωσης της ενιαίας αγοράς στον τομέα των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, εντούτοις, θα πρέπει να ληφθούν περαιτέρω μέτρα, προκειμένου να ενισχυθούν οι διασυνοριακές συναλλαγές και η εμπιστοσύνη του καταναλωτή σε αυτές. Οι θεαματικές εξελίξεις που επήλθαν στον τομέα της καταναλωτικής πίστης στο διάστημα που μεσολάβησε από την υιοθέτηση της Οδηγίας 87/102/ΕΟΚ σε συνδυασμό με τις τεχνικές δυσκολίες διείσδυσης στις αγορές άλλων κρατών μελών και την έλλειψη επαρκούς εναρμόνισης των εθνικών νομοθεσιών, υπογορεύουν πράγματι την αναθεώρηση του υφιστάμενου κοινοτικού καθεστώτος, προκειμένου καταναλωτές και προμηθευτές να μπορέσουν να επωφεληθούν κατά το δυνατόν περισσότερο από την εσωτερική αγορά. Κατά συνέπεια, αντιμετωπίζει θετικά σε επίπεδο αρχών την πρόταση Οδηγίας σχετικά με την παροχή πίστης σε καταναλωτές για

την ενίσχυση της διαφάνειας της αγοράς/συγκρισιμότητας των προσφορών και για την εξασφάλιση αποτελεσματικής προστασίας των καταναλωτών υπό το πρίσμα των μεταβαλλόμενων συνθηκών της αγοράς.

Η Ο.Κ.Ε. σημειώνει ότι είναι αναγκαία η περαιτέρω εναρμόνιση των εθνικών νομοθεσιών, προκειμένου να καταστεί ευχερέστερη η συγκρισιμότητα των προσφερόμενων χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών και η πραγματοποίηση διασυνοριακών συναλλαγών. Γενικότερα, είναι αναγκαία η επιβολή προστατευτικού ρυθμιστικού πλαισίου από το Κράτος, ώστε να αποφεύγονται τυχόν αδιαφανείς πρακτικές στον τομέα των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και η παραπλάνηση του καταναλωτή. Ειδικότερα, το πλαίσιο αυτό πρέπει να περιλαμβάνει την **αμοιβαία πληροφόρηση** καταναλωτών και πιστωτών, ώστε τράπεζες και καταναλωτές να μπορούν ευχερέστερα να εκτιμούν τους διάφορους εμπλεκόμενους κινδύνους, το συνολικό υπολογισμό των επιβαρύνσεων της πίστωσης που σχετίζονται με τον πιστωτή και διάφορα άλλα ζητήματα σχετικά με την εξέλιξη της σύμβασης μεταξύ πιστωτή και καταναλωτή.

V. ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΚΠΡΟΣΩΠΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ

A. Η ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ

Η λειτουργία των καταναλωτικών οργανώσεων διέπεται από τις διατάξεις των άρθρων 10 και 11 του Ν. 2251/94. Οι μεγαλύτερες από αυτές είναι, με σειρά αρχαιότητας, το ΙΝΚΑ (1972), το ΚΕΠΚΑ (1982) και η ΕΚΠΟΙΖΩ (1988). Οι οργανώσεις αυτές έχουν τη μορφή σωματείου του αστικού κώδικα.

Τα κύρια χαρακτηριστικά του καταναλωτικού κινήματος στην Ελλάδα θα μπορούσαν να περιγραφούν ως ακολούθως:

- Η ύπαρξη ενός μεγάλου αριθμού ενώσεων καταναλωτών, χωρίς ταυτοχρόνως να υφίσταται θεσμοθετημένο νομοθετικό πλαίσιο, βάσει του οποίου οι οργανώσεις αυτές να εκπροσωπούνται σε δευτεροβάθμιο και τριτοβάθμιο επίπεδο. Ο κατακερματισμός αυτός ευνοείται από το Νόμο, με αποτέλεσμα να υφίστανται σήμερα 59 αναγνωρισμένες ενώσεις σε όλη της Ελλάδα με διαβαθμισμένη οργανωτική επάρκεια. Οι ενώσεις αυτές έχουν δημιουργήσει εν τοις πράγμασι Ομοσπονδίες, οι οποίες όμως δεν αναγνωρίζονται ως δευτεροβάθμιες οργανώσεις, με αποτέλεσμα να στερούνται το δικαίωμα ασκήσεως συλλογικής αγωγής, που είναι ένδικο βοήθημα με το οποίο παρέχεται η προβλεπόμενη από

το Νόμο 2251/1994 συλλογική έννομη προστασία των καταναλωτών.

- Ο κατακερματισμός σε συνδυασμό με την ύπαρξη μιας χαμηλής καταναλωτικής συνείδησης δικαιολογεί επιφυλάξεις για το βαθμό απήχησης του καταναλωτικού κινήματος στους πολίτες. Η περαιτέρω νομιμοποίηση του καταναλωτικού κινήματος πιθανώς να άρει αυτές τις επιφυλάξεις. Θα πρέπει, πάντως, να επισημανθεί ότι οι μεγάλες ενώσεις καταναλωτών δραστηριοποιούνται και λαμβάνουν σημαντικές πρωτοβουλίες τόσο στο εσωτερικό της χώρας όσο και διεθνώς.
- Η απουσία τριτοβάθμιου οργάνου, καθότι κάτι τέτοιο δεν προβλέπεται από το νόμο.
- Η έλλειψη επαρκών και σταθερών οικονομικών πόρων.

B. ΟΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ Ο.Κ.Ε. ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ

1 Τη νομική φύση της ένωσης καταναλωτών τη δίνει έμμεσα ο ίδιος ο Νόμος 2251/94 στο άρθρο 10 και θεωρεί ότι οι ενώσεις αυτές, από την άποψη της νομικής τους υπόστασης, μπορούν να συσταθούν και να λειτουργήσουν νόμιμα στην πρωτοβάθμια (και μοναδική) μορφή

τους, που είναι και η βασική, με τη μορφή του νομικού προσώπου, δηλαδή του σωματείου.

Την έννοια του σωματείου τη δίνει ο Αστικός Κώδικας στο άρθρο 78. Όπως ρητά προβλέπει ο Νόμος 2251/94 στην πρώτη παράγραφο του άρθρου 10, οι ενώσεις καταναλωτών συγκροτούνται ως σωματεία και διέπονται από τις διατάξεις του άρθρου αυτού και του Αστικού Κώδικα. Η σημασία τους εκτείνεται στη δημόσια ζωή, δεδομένου ότι επιτελούν ειδικό σκοπό, όπως αυτός διαγράφεται στην αυτή ως άνω παράγραφο του άρθρου 10 του νόμου, ο οποίος είναι η προστασία των συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού, και επιδιώκεται με ειδικά αναφερόμενα στο νόμο μέσα, ήτοι, με την εκπροσώπηση των καταναλωτών, όπου προβλέπεται, με την ενημέρωση και παροχή συμβουλών στους καταναλωτές και με τη δικαστική και εξώδικη αντιπροσώπευση των καταναλωτών σύμφωνα με τις σχετικές διατάξεις.

Η σωματειακή μορφή των ενώσεων καταναλωτών, που προβλέπεται από τις παραπάνω διατάξεις, επιτρέπει νομικά τη διάρθρωσή τους σε υπερκείμενες της βασικής μορφής τους οργανώσεις, με στόχο την ενοποίησή τους για την ενδυνάμωση και την πιο αποτελεσματική λειτουργία του καταναλωτικού κινήματος μέσα στα πλαίσια, κυρίως, των ευρωπαϊκών αρχών που το διέπουν.

2 Η Ο.Κ.Ε. πιστεύει ότι η ανάγκη αντιμετώπισης των σύγχρονων προκλήσεων που προκύπτουν από τη λειτουργία της ελεύθερης αγοράς, καθώς και τα σοβαρά προβλήματα που δημιουργήθηκαν από την έως τώρα λειτουργία

των ενώσεων καταναλωτών, καθιστούν αναγκαία την τροποποίηση και αναπροσαρμογή του νομικού πλαισίου που διέπει τις ενώσεις των καταναλωτών σε εθνικό επίπεδο. Το νέο νομικό πλαίσιο θα πρέπει να στοχεύει στην ανεξαρτησία του κινήματος από το κράτος, τη διασφάλιση της αξιοπιστίας του ως προς την ικανότητά του να εκπροσωπεί και να προάγει το συμφέρον των καταναλωτών και στην προστασία του από ενώσεις που παραβαίνουν τις ευρωπαϊκές αρχές του καταναλωτικού κινήματος. Ως κυρίαρχες αρχές τίθενται η ελεύθερη ίδρυση και πλουραλιστική οργάνωση των ενώσεων, η ανάδειξη αιρετών διοικήσεων με δημοκρατικές και διαφανείς εκλογικές διαδικασίες, και ο σεβασμός της αυτονομίας λειτουργίας των οργανώσεων αυτών.

Με βάση τα παραπάνω, η Ο.Κ.Ε. πιστεύει ότι πρέπει να επανεξεταστεί το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο, ώστε οι οργανώσεις των καταναλωτών να μπορούν να λειτουργούν σε επίπεδο νομού, με μέλη τους φυσικά πρόσωπα, και σε επίπεδο περιφέρειας, ενώ ταυτόχρονα να δίδεται η δυνατότητα, σε όσες το επιλέγουν, να έχουν μία ενιαία έκφραση σε πανελλαδικό επίπεδο. Όπου προβλέπεται εκπροσώπηση καταναλωτών, αυτή πρέπει να γίνεται σε αντιστοιχία με το επίπεδο όπου ζητείται η εκπροσώπηση.

Το περιεχόμενο της νέας ρύθμισης θα πρέπει να διαμορφωθεί μέσα από ευρεία διαβούλευση του κράτους με τις ενώσεις των καταναλωτών, σε συνεργασία και με τους κοινωνικούς εταίρους και τους λοιπούς εκπροσώπους των παραγωγικών τάξεων.

3 Για την καλύτερη λειτουργία των ενώσεων των καταναλωτών προτείνεται, επίσης, η προώθηση, μέσα από διάλογο με τις οργανώσεις των καταναλωτών και τους κοινωνικούς εταίρους, των ακόλουθων θεμάτων :

- α. Στα αρμόδια δικαστήρια να τηρείται Βιβλίο Ενώσεων Καταναλωτών, στο οποίο να γίνεται η εγγραφή της ένωσης, αντίγραφο της οποίας να αποστέλλεται στη Νομαρχία για την ενημέρωση του Μητρώου Ενώσεων Καταναλωτών.
- β. Οι όροι εισόδου και εξόδου των μελών στις παραπάνω οργανώσεις, καθώς και οι προϋποθέσεις κτήσης της ιδιότητας του μέλους, να προβλέπονται από τα καταστατικά των ενώσεων, τα οποία θα ελέγχονται από τα αρμόδια δικαστήρια. Τα καταστατικά των ενώσεων των καταναλωτών θα πρέπει να προσαρμοστούν σύμφωνα με το νόμο, ο οποίος πρέπει να προβλέπει την τήρηση των ελάχιστων βιβλίων της ένωσης (Βιβλίο μητρώου μελών, το Βιβλίο Πρακτικών Γ.Σ., Βιβλίο Πρακτικών Διοικητικού Συμβουλίου, Βιβλίο Ταμείου και Βιβλίο Περιουσίας), τον τρόπο εκλογής των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου των ενώσεων, καθώς και τη διάρκεια θητείας τους.
- γ. Τα μέλη των ως άνω οργανώσεων προτείνεται να εκλέγονται με το σύστημα της απλής αναλογικής. Σε περίπτωση κατάθεσης ενιαίου ψηφοδέλτιου, η εκλογή προτείνεται να γίνεται με μειωμένη σταυροδοσία. Οι εκλογές προτείνεται να διεξάγονται από την εφορευτική επιτροπή, σύμφωνα με το καταστατικό της ένωσης, με τη συμμετοχή δικα-

στικού αντιπροσώπου, η απουσία του οποίου επιφέρει ακυρότητα της διαδικασίας.

- δ. Με θεσμικούς κανόνες να ρυθμίζονται ζητήματα κινήτρων δράσης ή κάλυψης των λειτουργικών αναγκών των ενώσεων των καταναλωτών.

Γ. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΕΘΝΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

Στο άρθρο 12 του Ν. 2251/1994 προβλέπεται η σύσταση Εθνικού Συμβουλίου Καταναλωτών ως γνωμοδοτικού οργάνου του Υπουργού Εμπορίου (ήδη Υπουργού Ανάπτυξης). Το Συμβούλιο αυτό αποτελείται σήμερα από εννέα (9) εκπροσώπους των ενώσεων καταναλωτών, δύο πρόσωπα με ειδικευμένες γνώσεις σε θέματα προστασίας του καταναλωτή, ανά έναν εκπρόσωπο της ΓΣΕΕ, ΑΔΕΔΥ, ΠΑΣΕΓΕΣ, ΣΕΒ, ΕΣΕΕ, ΚΕΔΚΕ και της Κεντρικής Ένωσης Επιμελητηρίων και από το Δ/ντή της Δ/νσης Πολιτικής Καταναλωτή της Γενικής Γραμματείας του Υπουργείου Ανάπτυξης. Η διάρκεια της θητείας των μελών είναι τριετής.

Το Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτών είναι συμβουλευτικό και γνωμοδοτικό όργανο του Υπουργείου Ανάπτυξης. Εκφράζει τις θέσεις των καταναλωτών και υποβάλλει προτάσεις για την προώθηση των συμφερόντων των καταναλωτών και τη διασφάλιση των δικαιωμάτων τους. Επίσης, εκδίδει γνωμοδοτήσεις σε καταναλωτικά θέματα, και ιδίως για όλα τα νομοσχέδια και τις διατάξεις που αφορούν τους καταναλωτές.

Στην πράξη, η λειτουργία του οργάνου αυτού παραμένει υποτονική και

δεν δικαιώνει την εκπλήρωση του παραπάνω σκοπού. Η Ο.Κ.Ε. προτείνει να προβεί η Πολιτεία σε ουσιαστική αναβάθμισή του, κατά το πρότυπο των Εθνικών Επιτροπών για την Απασχόληση και την Κοινωνική Προστασία (Ν. 3144/2003), καθιστώντας το όργανο διαβούλευσης με τους καταναλωτές και τις λοιπές παραγωγικές τάξεις, με αντικείμενο τη χάραξη εθνικής στρατηγικής για την προστασία του κατα-

ναλωτή. Προτείνει, επίσης, να συμμετέχει σε αυτό και η ΓΣΕΒΕΕ.

Η Ο.Κ.Ε. προτείνει, τέλος, την μετονομασία του σε «**Εθνικό Συμβούλιο Πολιτικής για τον Καταναλωτή**», ονομασία που θα ανταποκρίνεται με μεγαλύτερη ακρίβεια στη σύνθεσή του αφενός και στον αναβαθμισμένο ρόλο του αφετέρου.

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ Ο.Κ.Ε.

Καθηγητής **ΑΝΔΡΕΑΣ ΚΙΝΤΗΣ**

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Α. ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΣΕ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Association of European Consumers (AEC)	www.consumer-aec.org
2.	Bureau Européen des Unions des Consommateurs (BEUC)	www.beuc.org
3.	Confédération des Organisations familiales de la Communauté Européenne (COFACE)	www.coface-eu.org
4.	European Association for the Co-ordination of Consumer Representation in Standardisation (ANEC)	www.anec.org
5.	European Community of Consumer Cooperatives (EURO COOP)	www.eurocoop.org

Β. ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΣΕ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

ΑΥΣΤΡΙΑ

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Austrian Federal Chamber of Labour (Arbeiterkammer Wien)	www.ak-konsumentenschutz.at
2.	Verein für Konsumenteninformation (VKI)	www.konsument.at

ΒΕΛΓΙΟ

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Test-Achats-Association Belge des Consommateurs	www.test-achats.be

ΓΑΛΛΙΑ

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Adéic (Association de defence, d'éducation et d'information du consommateur)	
2.	Association Etudes et Consommation (ASSECO-CFDT)	www.cfdt.fr

3.	Association Force Ouvrière Consommateurs (AFOC)	www.foconsommateurs.net
4.	Association Léo Lagrange pour la Défense des Consommateurs (ALLDC)	www.leolagrange-conso.org
5.	Association pour l'Information et la Défense des Consommateurs Salariés (INDECOSA-CGT)	www.cgt.fr/indecosa
6.	Confédération de la Consommation, du Logement et du Cadre de Vie (CLCV) *	www.clcv.org
7.	Confédération Générale du Logement (CGL) *	
8.	Confédération Nationale des Assoc. Familiales Catholiques (CNAFC) *	www.afc-france.org
9.	Confédération Nationale du Logement (CNL) *	
10.	Confédération Syndicale des Familles (CSF) *	www.csfriquet.org
11.	Conseil National des Associations Familiales Laïques (CNAFAL)	www.cnafal.com
12.	Famillies Rurales (FR)	
13.	Fédération Nationale des Associations d'Usagers des Transports (FNAUT) **	www.fnaut.asso.fr
14.	Organisation Générale des Consommateurs (ORGECO)	www.orgeco.free.fr
15.	Union Fédérale des Consommateurs (UFC-Que Choisir)	www.quechoisir.org
16.	Union Féminine Civique et Sociale (UFCS)	www.ufcs.org
17.	Union Nationale des Associations Familiales (UNAF)	

ΓΕΡΜΑΝΙΑ

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Bund der Versicherten e.V.	www.bundderversicherten.de www.bdv.info

2.	Die Verbraucher Initiative e.V.	www.verbraucher.org
3.	Stiftung Warentest	www.stiftung-warentest.de
4.	Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (VZBV) Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände	www.vzbv.de

ΔΑΝΙΑ

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Danmarks Aktive Forbrugere	www.aktiveforbrugere.dk
2.	Forbrugerrådet (Danish Consumer Council)	www.fbr.dk

ΙΡΛΑΝΔΙΑ

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Consumers' Association of Ireland (CAI)	www.consumerassociation.ie

ΙΣΠΑΝΙΑ

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros (ADICAE)	www.adicae.net
2.	Asociación de Usuarios de la comunicación (AUC)	www.auc.es
3.	Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios (AUSBANC)	www.ausbanc.es
4.	Asociación General de Consumidores (ASGECO)	www.asgeco.org
5.	Confederación de Consumidores y Usiarios (CECU) *	www.cecuc.es
6.	Confederación de Consumidores y Vecinos (CAVE) *	www.eurosur.org/CONSUEC
7.	Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOP) *	

8.	Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa Consumidores y Usuarios (CEACCU) *	www.ceaccu.org
9.	Federación de Usuarios y Consumidores Independientes (FUCI) **	
10.	Federación Unión Civica Nacional de Consumidores y Amas de Casa (UNAE) **	
11.	Organización de Consumidores y Usuarios (OCU)	www.ocu.org
12.	Unión de Consumidores de España (UCE)	www.uce.org

ΙΤΑΛΙΑ

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Adiconsum CISL – Associazione Italiana Difesa Consumatori e Ambiente	www.adiconsum.it
2.	ACU – Associazione Consumatori Utenti	www.acu.it
3.	Altroconsumo	www.altroconsumo.it
4.	Associazione per la Difesa e l' Orientamento Consumatori (ADOC)	www.adoc.org
5.	Centro Tutela Consumatori e Utenti/ Verbraucherzentrale Südtirol (CTCU/VZS)	www.consumer.bz.it
6.	Cittadinanzattiva – Movimento Federativo Democratico (Procuratore Nazionale dei Cittadini) (MFD)	www.cittadinanzattiva.it
7.	Confederazione generale dei consumatori (CONFCONSUMATORI) *	
8.	Coordinamento delle Associazioni per la Difesa ambientale e dei Diritti degli Utenti e Consumatori (CODACONS)	www.codacons.it
9.	Federconsumatori – Federazione Nazionale Consumatori e Utenti **	www.federconsumatori.it
10.	Lega Consumatori ACLI	www.legaconsumatori.it

11.	Movimento Consumatori	
12.	Movimento difesa del Cittadino (MDC)	www.mdc.it
13.	Unione Nazionale Consumatori (UNC)	www.consumatori.it

ΜΕΓΑΛΗ ΒΡΕΤΑΝΙΑ

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Consumers' Association (CA)	www.which.co.uk
2.	National Association of Citizens Advice Bureaux (NACAB)	www.nacab.org.uk
3.	National Consumer Council (NCC)	www.ncc.org.uk
4.	National Consumer Federation **	www.ncf.info

ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Union Luxembourgeoise des Consommateurs (ULC)	www.ulc.lu

ΟΛΛΑΝΔΙΑ

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Consumentenbond	www.consumentenbond.nl
2.	Goede Waar & Co	www.goedewaar.nl

ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Associaç_ο Portuguesa para a Defesa do Consumidor (DECO)	www.deco.proteste.pt
2.	Federacao Nacional das Cooperativas de Consumidores (FCRL) FENACOOOP **	
3.	Uniaõ Geral de Consumidores (UGC)	

ΣΟΥΗΔΙΑ

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Swedish Consumers' Association (Sveriges Konsumentråd)	www.konsument.a.se
2.	Swedish Consumer Coalition (Sveriges Konsumenter I Samverkan)	www.konsumentsamverkan.se

ΦΙΛΑΝΔΙΑ

A/A	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
1.	Kuluttajat – Konsumenterna ry	www.kuluttajat-konsumenterna.fi
2.	Suomen Kuluttajaliitto ry – The Finnish Consumers' Association	www.kuluttajaliitto.fi

* Συνομοσπονδίες

** Ομοσπονδίες

Στην Ολομέλεια της 23ης Οκτωβρίου 2003 παρέστησαν τα κάτωθι Μέλη
της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής:

ΠΡΟΕΔΡΟΣ

Καθηγητής Ανδρέας Κιντής

ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΙ

*Κυριαζής Δημήτριος
πρώην Πρόεδρος Σ.Ε.Β.*

*Πολίτης Δημήτρης
Γ.Σ.Ε.Ε.*

*Λιόλιος Νικόλαος
Μέλος Δ.Σ. ΠΑ.Σ.Ε.ΓΕ.Σ.*

Α' ΟΜΑΔΑ

*Κεφάλας Χαράλαμπος
Εκπρόσωπος Ε.Σ.Ε.Ε.*

*Μαστρογιάννης Αναστάσιος
Εκπρόσωπος Γ.Σ.Ε.Β.Ε.Ε.*

*Μότσος Γεώργιος
Σύμβουλος Δ.Σ. Γ.Σ.Ε.Β.Ε.Ε.*

*Γκοτσόπουλος Χρήστος
Εκπρόσωπος Ε.Σ.Ε.Ε.*

*Αλέπης Μιχάλης
Πρόεδρος Δ.Σ. Σ.Α.Τ.Ε.*

*Σκορίνης Νικόλαος
Μέλος Δ.Σ. Γ.Σ.Ε.Β.Ε.Ε.*

*Ραδαίος Κωνσταντίνος
Ένωση Ελληνικών Τραπεζών
σε αναπλήρωση του
Τσατήρη Γεωργίου
Ένωση Ελληνικών Τραπεζών*

*Χαντζαρίδης Κωνσταντίνος
Εκπρόσωπος Ε.Σ.Ε.Ε.*

Β' ΟΜΑΔΑ

*Αυγητίδης Ελευθέριος
Γ.Σ.Ε.Ε.*

*Βουλγαράκης Δημήτριος
Γ.Σ.Ε.Ε.*

*Σπανού Δέσποινα
Α.Δ.Ε.Δ.Υ.
σε αναπλήρωση του
Βρεττάκου Ηλία
Α.Δ.Ε.Δ.Υ.*

*Γκούβερη Ρέα
Γ.Σ.Ε.Ε.*

*Κόλλιας Κωνσταντίνος
Α.Δ.Ε.Δ.Υ.*

*Κωνσταντινίδης Ιωάννης
Γ.Σ.Ε.Ε.*

*Λαιμός Στέφανος
Γ.Σ.Ε.Ε.*

*Πλευράκης Μιχάλης
Γ.Σ.Ε.Ε.*

*Ξενάκης Βασίλειος
Α.Δ.Ε.Δ.Υ.*

*Παυλιδάκης Γεώργιος
Γ.Σ.Ε.Ε.
σε αναπλήρωση του
Παγκαρλιώτα Κωνσταντίνου
Γ.Σ.Ε.Ε.*

*Παπαντωνίου Κωνσταντίνος
Α.Δ.Ε.Δ.Υ.*

*Αποστολόπουλος Αναστάσιος
Α.Δ.Ε.Δ.Υ.
σε αναπλήρωση του
Παπασπύρου Σπύρου
Προέδρου Α.Δ.Ε.Δ.Υ.*

*Μπάργλος Αλέξανδρος
Γ.Σ.Ε.Ε.
σε αναπλήρωση του
Πολυζωγόπουλου Χρήστου
Προέδρου Γ.Σ.Ε.Ε.*

*Σκαρμούτσος Διονύσιος
Γ.Σ.Ε.Ε.*

Γ' ΟΜΑΔΑ

*Κονιόπουλος Διονύσιος
Εκπρόσωπος Οικονομικού
Επιμελητηρίου Ελλάδος
σε αναπλήρωση του
Αλαμάνου Χαρίλαου
Προέδρου Ο.Ε.Ε.*

*Γιατράκος Νικόλαος
τ. Αναπληρωτής Δήμαρχος Αθηναίων
Εκπρόσωπος Κ.Ε.Δ.Κ.Ε.*

*Γωνιωτάκης Γεώργιος
Πρόεδρος Δ.Σ. ΓΕ.Σ.Α.Σ.Ε.*

*Καραγιάννης Δημήτριος
Εκπρόσωπος ΠΑ.Σ.Ε.ΓΕ.Σ.*

*Σωτηρίου Ιωάννης
Εκπρόσωπος Κ.Ε.Δ.Κ.Ε.
σε αναπλήρωση του
Κοιμήση Απόστολου
Εκπροσώπου Κ.Ε.Δ.Κ.Ε.*

*Κορκόβελος Ιωάννης
Εκπρόσωπος Δικηγορικού
Συλλόγου Αθηνών*

*Λίτσος Φώτης
Μέλος Δ.Σ. ΠΑ.Σ.Ε.ΓΕ.Σ.*

*Τσεμπερλίδης Νικόλαος
Πρόεδρος Δ.Σ. ΚΕ.Π.ΚΑ.*

ΓΕΝΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ

Γρηγόριος Παπανίκος

ΤΜΗΜΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ & ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΤΗΣ Ο.Κ.Ε.

Για κάθε πληροφορία σχετικά με το έργο και τη λειτουργία της Ο.Κ.Ε. είναι στη διάθεσή σας το Τμήμα Δημοσίων & Διεθνών Σχέσεων της Επιτροπής, υπό τη διεύθυνση της Δρος Μάρθας Θεοδώρου.

Τηλ.: (210) 9249510-2, Fax: (210) 9249514, e-mail: iproke@otenet.gr