



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ**

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

**ΤΜΗΜΑ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ &
ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ :

**ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΚΑΙ ΔΡΑΣΗ ΤΟΥ
ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ**

ΙΝΚΑ

**σπουδαστές
ΒΑΒΟΛΑΣ ΠΑΥΛΟΣ
ΜΑΥΡΟΜΑΤΗΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ**

**Επιβλέπων
ΧΡ. ΤΣΟΥΡΑΜΑΝΗΣ, ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ**



ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2004

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ:

Πρόλογος	σελ.3-5
1 – Το καταναλωτικό κίνημα στην Ελλάδα	σελ.6-19
2 – Επιδιωκόμενοι Σκοποί	σελ.20-30
3 – Διάρθρωση	σελ.31-32
4 – Σημερινές Δραστηριότητες του INKA	σελ.33-57
Επίλογος	σελ.58-60
Βιβλιογραφία	σελ.61

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η κατανάλωση αγαθών χρονολογείται από την ύπαρξη του ανθρώπου στον πλανήτη. Η κατανάλωση των αγαθών αυτών έναντι αντιτίμου συμπίπτει με την ανακάλυψη της αδυναμίας του ανθρώπου να ζήσει χωρίς αυτά και της αναπόφευκτης εξάρτησής του από τα άτομα που παρήγαγαν το καθένα από αυτά.

Στις σύγχρονες κοινωνίες, όροι όπως «καταναλωτής», «κατανάλωση», «υπερκαταναλωτισμός» και άλλοι συναφείς αποτελούν μέρος του καθημερινού λεξιλογίου των ανθρώπων. Ακόμη και όταν η λέξη αυτή καθεαυτή δε χρησιμοποιείται, η κατανάλωση ως σκέψη και πράξη κυριαρχεί στη ζωή όλων μας.

Όπως, όμως, όλα τα πράγματα, υλικά ή άυλα, η κατανάλωση πρέπει να διέπεται από κάποιους κανόνες, γραπτούς ή άγραφους, προκειμένου να λειτουργεί σωστά προς όφελος όλων. Στις οργανωμένες κοινωνίες, έχουν εφευρεθεί διάφοροι μηχανισμοί ή θεσμοί προκειμένου να παρακολουθείται η εξέλιξη της κατανάλωσης αγαθών και να διασφαλίζεται η κατά το μείζον ορθή λειτουργία της αγοράς και της κοινωνίας εν γένει. Χωρίς την ύπαρξη των μηχανισμών ή των θεσμών αυτών, οι πολίτες των σύγχρονων κοινωνιών δε μπορούν, ή τουλάχιστον δυσκολεύονται, να ενημερωθούν και μάλιστα σωστά και τεκμηριωμένα σχετικά με τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που προκύπτουν από την κατανάλωση των διαφόρων αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρονται. Καθώς ο κόσμος γίνεται ολοένα και μικρότερος με τη βοήθεια της σύγχρονης τεχνολογίας, οι κανόνες που διέπουν την κατανάλωση των αγαθών αυτών καθίστανται ολοένα και πιο περίπλοκοι αφού προέρχονται πολλές φορές από τα τέσσερα σημεία του ορίζοντα και είναι δύσκολο να εναρμονιστούν και να συγκεντρωθούν σε ένα συνεκτικό σύνολο, κατανοητό από όλους ανεξαρτήτως ακαδημαϊκής μόρφωσης και τόπου διαμονής.

Αυτή, λοιπόν, η ανάγκη ύπαρξης ενός μηχανισμού ενημέρωσης του πολίτη, παρακολούθησης της αγοράς και διασφάλισης της αποτροπής των

παρεκκλίσεων από τα ορθά και χρηστά οδήγησε στη δημιουργία του Ινστιτούτου Καταναλωτών στη χώρα μας, γνωστού και ως INKA. Όπως και σε άλλες χώρες όπου υφίστανται παρόμοιοι θεσμοί, το INKA αποσκοπεί στην καλύτερη ενημέρωση του πολίτη σχετικά με τα δικαιώματά του, όπως αυτά προκύπτουν από τις διεθνείς και εθνικές συμβάσεις, και μάχεται αδιάκοπα προκειμένου να απολαμβάνουν οι πολίτες ένα περιβάλλον αγοράς όπου όλοι γνωρίζουν τη θέση τους, τα όρια στα οποία πρέπει να κινούνται και τί πρέπει ή μπορούν να κάνουν σε περίπτωση που τα πράγματα ξεφεύγουν από τα δόκιμα και καθιερωμένα όρια.

Έτσι, ως πολίτης αυτού του σύγχρονου «παγκόσμιου χωριού» και ενεργό μέλος της αγοράς – τόσο ως καταναλωτής όσο και ως μελλοντικός παροχέας υπηρεσιών – θεώρησα χρήσιμη την ενασχόλησή μου με αυτόν το θεσμό, σε μια προσπάθεια παρουσίασής του από τα πρώτα του βήματα ως σήμερα. Η αναδρομή στην ιστορία του θεσμού θα βοηθήσει πολλούς από εμάς να κατανοήσουμε καλύτερα πώς φτάσαμε στη σημερινή κατάσταση, τους αγώνες μέσα από τους οποίους κινήθηκε το καταναλωτικό κίνημα μέχρι να φτάσουμε στην ύπαρξη του INKA, καθώς επίσης και τις προοπτικές ενός θεσμού που προσφέρει πολλά σε όλους εμάς που αποτελούμε τους καταναλωτές των αγαθών και υπηρεσιών της χώρας μας, αλλά και της παγκόσμιας αγοράς και δεν έχουμε άμεση πρόσβαση στα κρατικά και διακρατικά όργανα παρακολούθησης και συντονισμού των μέτρων που διασφαλίζουν την ορθή λειτουργία της αγοράς.

Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας παρουσιάζουμε το ιστορικό του Καταναλωτικού Κινήματος στην Ελλάδα ελπίζοντας να διαφωτίσουμε κάποιες «άγνωστες» πτυχές της πορείας του καταναλωτικού κινήματος και του Ινστιτούτου Καταναλωτών. Στο δεύτερο κεφάλαιο τονίζουμε τους σκοπούς τους οποίους επιδιώκονται από το INKA θέλοντας να προσφέρουμε κάποιες επιπλέον γνώσεις για τη λειτουργία του θεσμού. Στο τρίτο κεφάλαιο αναφέρουμε την Διάρθρωση του INKA, ενώ στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο απαριθμούμε ορισμένες από τις

κυριότερες κατά τη γνώμη μας Σημερινές Δραστηριότητες με τις οποίες ασχολείται το Ινστιτούτο.

1 - ΤΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Το κίνημα καταναλωτών στην Ελλάδα ξεκίνησε από το ΙΝΚΑ. Ο ιδρυτής του, Χαράλαμπος Κουρής, δημιούργησε αρχικά τον ιδρυτικό πυρήνα («Όμιλος Πορεία»), ο οποίος σύντομα εξελίχθηκε στην οργανωτική μορφή του ΙΝΚΑ (1970).

Ας διηγηθούμε όμως τα γεγονότα με χρονολογική σειρά:

Η πρώτη περίοδος στην ιστορία του καταναλωτικού κινήματος είναι γνωστή ως **ΤΑ ΠΕΤΡΙΝΑ ΧΡΟΝΙΑ**. Το 1970 έχουν ήδη δημιουργηθεί από τον ίδιο βασικό πυρήνα διάφορες 'παράνομες' αντιστασιακές μικρές ομάδες (οι οποίες υφίστανται ήδη από το 1967). Κατά την ίδια αυτή περίοδο οι ομάδες αυτές εξελίσσονται οργανωτικά και γίνονται γνωστές με τις επωνυμίες «ΑΝΕΝΔΟΤΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ» και «ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ ΠΑΘΗΤΙΚΗΣ ΑΝΤΙΣΤΑΣΗΣ». Εκείνη την εποχή – και με την επίβλεψη των αντιστασιακών αυτών ομάδων – εκδίδεται το πρώτο τεύχος του πρωτοποριακού για την εποχή του δελτίο 'ΤΟ ΔΗΜΟΣΙΟ ΣΥΜΦΕΡΟΝ'.

Ένα χρόνο μετά, το 1971 ιδρύεται το ΙΝΚΑ, που χρησιμεύει παράλληλα και ως οργάνωση επιφάνειας και κάλυψης των αντιδικτατορικών δραστηριοτήτων. Παράλληλα κλιμακώνεται η 'παράνομη' ανθρωπιστική, πολιτική και δυναμική δράση των δυο παραπάνω οργανώσεων 'ΑΝΕΝΔΟΤΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ και ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ ΠΑΘΗΤΙΚΗΣ ΑΝΤΙΣΤΑΣΗΣ' (Ε.Σ.Π.Α).

Η ίδρυση του ΙΝΚΑ ανακοινώνεται επίσημα στις 3 Σεπτεμβρίου 1971, ενώ την ίδια περίοδο δολοφονούνται το μέλος της οργάνωσης Δ. Κουρής καθώς επίσης και ο αδελφός του Γιώργος, ύστερα από δολιοφθορά του LIAR JET της Ολυμπιακής Αεροπορίας έξω από τη Νίκαια της Γαλλίας. Ο Δ. Κουρής βοήθησε την οργάνωση στις ανθρωπιστικές – κυρίως – δραστηριότητές της (φυγαδεύσεις κ.λ.π.) χάρη στις δυνατότητες που απολάμβανε εξαιτίας της θέσης που κατείχε ως διευθυντής της

ΟΛΥΜΠΙΑΚΗΣ ΑΕΡΟΠΛΟΪΑΣ και βετεράνος χειριστής αεροσκαφών, όπως και ο αδελφός του.

Τον επόμενο χρόνο (1972), εγκαινιάζεται το 1^ο Κέντρο Πληροφοριών INKA, το οποίο έδρευε στη συμβολή των οδών Βουκουρεστίου και Σόλωνος. Εν τω μεταξύ, ενώ εκδίδεται το πρώτο τεύχος του περιοδικού του INKA για την 'ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ', το ινστιτούτο παίρνει μέρος στο 7^ο διεθνές συνέδριο του Διεθνούς Οργανισμού Ενώσεων Καταναλωτών (I.O.C.U.) στη στοκχόλμη και γίνεται μέλος του.

Την ίδια χρονιά και ενώ η δράση του έχει διευρυνθεί, το INKA παρουσιάζει πρωτοποριακές θέσεις μέσα από τη διακήρυξη που φέρει τον τίτλο 'Ο Ιμπεριαλισμός της Οδοντόπαστας', προκαλώντας έτσι ιδιαίτερη εντύπωση, σε βαθμό που το άρθρο αναδημοσιεύεται σε εφημερίδες και περιοδικά σε όλον τον κόσμο. Οι οργανώσεις «ΑΝΕΝΔΟΤΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ» και Ε.Σ.Π.Α. εντάσσονται στο Π.Α.Κ. Το Π.Α.Κ. (Πανελλήνιο Αντιδικτατορικό Κίνημα) ήταν προπομπός του σημερινού ΠΑΣΟΚ με πανευρωπαϊκή οργάνωση. Το INKA εκδίδει το πρώτο περιοδικό του Π.Α.Κ. εντός των ελληνικών συνόρων με τον τίτλο 'ΑΠΕΛΕΥΘΕΡΩΣΗ', το οποίο αποτελεί το δελτίο του Π.Α.Κ. στην ημεδαπή. Στα τέλη του ίδιου έτους έρχεται στην Ελλάδα για επαφές με το INKA ο ιδρυτής του κινήματος καταναλωτών Colston Warne.

Λίγο αργότερα, το 1973, κλιμακώνεται η πολιτική και δυναμική δράση με έντυπα που καλούσαν τους καταναλωτές σε μποϊκοτάζ, σαμποτάζ, και διάφορες άλλες δραστηριότητες, ενώ οργανώνεται η πρώτη έκθεση του INKA, σε συνδυασμό με την ίδρυση του πρότυπου κέντρου πληροφοριών.

Η δικτατορία είχε αρχίσει να φτάνει στο τέλος της και στα γεγονότα του Πολυτεχνείου τραυματίζεται από δύο σφαίρες ο Γενικός Γραμματέας του INKA. Την ίδια στιγμή λαμβάνει χώρα το παράνομο συνέδριο του Π.Α.Κ. στην Ιταλία, υπό τον Ανδρέα Παπανδρέου, στο οποίο συμμετέχει το INKA και αποφασίζεται η κλιμάκωση του αγώνα. Η δομή της οργάνωσης προσαρμόζεται στις νέες συνθήκες και διαφοροποιείται προκειμένου να αποφευχθούν τα τυχαία πλήγματα στο δυναμικό της τμήμα.

Η έκδοση του περιοδικού ΑΠΕΛΕΥΘΕΡΩΣΗ βελτιώνεται ως προς την εκτύπωση, το σύστημα διανομής, κ.λ.π. και οργανώνονται τα δίκτυα κάλυψης, αντιπερισπασμού και διαφυγής.

Στη Μεγαλόνησο ιδρύεται ο πρώτος Κυπριακός Σύνδεσμος Καταναλωτών, και παράλληλα το INKA πραγματοποιεί το πρώτο συγκριτικό test για τα αλλαντικά και τα κρεατοσκευάσματα.

Το 2^ο μόλις μήνα του 1974 (Φεβρουάριο) και μετά τα μεγάλα σαμποτάζ (DOW CHEMICAL, κ.λ.π.) εντοπίζονται ορισμένα μέλη της οργάνωσης και περνούν στην παρανομία ή φυγαδεύονται στο εξωτερικό. Ορισμένα στελέχη του πολιτικού τμήματος του INKA συλλαμβάνονται έπειτα από επιδρομή της ασφάλειας στα γραφεία και τα σπίτια τους. Την ίδια στιγμή, συλλαμβάνονται επίσης μέλη του INKA, τα οποία αφού ανακρίνονται και βασανίζονται, προφυλακίζονται στις φυλακές Κορυδαλλού, παραπεμπόμενα σε δίκη μαζί με εκείνους που κατόρθωσαν να διαφύγουν. Η δίκη είχε οριστεί για το τέλος του 1974. Θα επρόκειτο για μια από τις μεγαλύτερες δίκες της δικτατορικής περιόδου, εξαιτίας του όγκου της σχηματισθείσης δικογραφίας, της βαρύτητας των κατηγοριών, αλλά και του μεγάλου αριθμού των κατηγορουμένων. Η δράση του INKA περνάει συνολικά στην 'παρανομία'. Τότε ξεκινάει μια διεθνής κινητοποίηση με ανακοινώσεις του IOCU και άλλων φορέων, για τη σωτηρία των συλληφθέντων μελών του Διοικητικού Συμβουλίου.

Με την κατάρρευση της δικτατορίας και την πολιτική αμνηστία βγαίνουν από τις φυλακές Κορυδαλλού τα υπόδικα μέλη του INKA και επιστρέφουν από το εξωτερικό όσοι είχαν διαφύγει. Η δίκη τελικά δεν πραγματοποιείται εξαιτίας της πτώσης της δικτατορίας και της συνακόλουθης αμνηστίας.

Το INKA ξαναρχίζει τη δράση του στα πρότερα φυσιολογικά της πλαίσια, ενώ παράλληλα ιδρύει και το ΣΥΝΔΕΣΜΟ ΕΛΛΗΝΙΔΩΝ ΝΟΙΚΟΚΥΡΩΝ. Ο πρόεδρος του, κ. Χ. Κουρής τιμάται με το χρυσό μετάλλιο «κοινωνικής υπευθυνότητας» του ιδρύματος ISRF.

Η πρώτη περίοδος για το καταναλωτικό κίνημα στην Ελλάδα και την ιστορία του ΙΝΚΑ έχει τελειώσει. Από την επόμενη χρονιά ξεκινάει μια νέα περίοδος όπου ονομάστηκε **ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΤΗΣ ΜΑΖΙΚΟΠΟΙΗΣΗΣ** (1975-80).

Το 1975 λοιπόν, ανακηρύσσεται ΕΤΟΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ. Πραγματοποιείται ο πρώτος μαζικός αγώνας κατά του ΟΤΕ με περισσότερους από 2000 παθόντες – μάρτυρες κατηγορίας, γι' αυτό και ονομάστηκε χρονιά μαζικοποίησης του ΙΝΚΑ.

Με την έναρξη των κινητοποιήσεων, οργανώνεται και πραγματοποιείται από το ΙΝΚΑ το 1^ο Πανελλήνιο Μπουκοτάζ Κρέατος για τις τιμές, το οποίο μάλιστα ήταν και ένα από τα πιο πετυχημένα στον κόσμο αφού οι πωλήσεις παρουσίασαν μείωση της τάξης του 85%. Αμέσως μετά, ιδρύονται από το ΙΝΚΑ η ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΝΟΙΚΙΑΣΤΩΝ, ο ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ Ι.Χ. και η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΜΕΛΕΤΗΣ ΤΙΜΑΡΙΘΜΙΚΩΝ ΕΞΕΛΙΞΕΩΝ. Μετά τη συμμετοχή του στο 8^ο διεθνές συνέδριο του IOCU στο Σίδνεϋ, και την καθιέρωση μόνιμων σελίδων του στις εφημερίδες ΒΗΜΑ, ΝΕΑ κ.α., αρχίζει πλέον να είναι πιο οικείο στους πολίτες, οι οποίοι με τη σειρά τους αρχίζουν και αυτοί να το εμπιστεύονται. Οι φορολογικές επιβαρύνσεις στα Ι.Χ. γίνονται δυσβάσταχτες και αποτελεί την αφορμή για την πραγματοποίηση της πρώτης πορείας για αυτά καθώς και για τις ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΕΣ, ενώ δημιουργείται και το Πρόγραμμα Επιβίωσης της Αθήνας, το οποίο αργότερα διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη ζωή των Αθηναίων και ειδικότερα αυτών που έρχονται στην Αθήνα για πρώτη φορά.

Το 1976 κλιμακώνεται, επεκτείνεται και μαζικοποιείται η δράση του ΙΝΚΑ σε όλα τα επίπεδα. Ιδρύονται το ΙΝΚΑ Χανίων, Θεσσαλονίκης, καθώς και το ΚΕΠΕΚ. Δημιουργούνται η Πανελλήνια Ένωση Φορολογουμένων και η Συντονιστική Επιτροπή Προστασίας Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων. Ένα χρόνο αργότερα, το 1977, η συνεργασία που έχει το ΙΝΚΑ με τον IOCU αρχίζει να αποδίδει τους πρώτους καρπούς και έτσι οργανώνεται σε συνεργασία μεταξύ των δύο παραγόντων το 1^ο ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ στην Αθήνα. Ιδρύεται από την Επιτροπή Περιβάλλοντος

του INKA, το Π.Ο.Κ. (Πανελλήνιο Οικολογικό Κίνημα), το ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ και ΓΕΩΡΓΙΑΣ (Ι.ΤΡΟ.ΓΕ.), το ΚΕΝΤΡΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ και ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, τα οποία με τη σειρά τους και σε συνεργασία με το Π.Ο.Κ. ιδρύουν το ΔΕΚΑ/Ένωση Καταναλωτών Δημοσίων Οργανισμών – Χρηστών Υπηρεσιών. Επίσης, αρχίζει η δράση για τα φυτοφάρμακα, τα πυρηνικά εργοστάσια, κ.λ.π. Η επέκταση του INKA συνεχίζεται και με την ίδρυση του INKA Λάρισας τα μέλη του ξεπερνούν τις 5000!

Το 1978 δημιουργείται η ένωση ΡΑΔΙΟΑΚΡΟΑΤΩΝ – ΤΗΛΕΘΕΑΤΩΝ – ΑΝΑΓΝΩΣΤΩΝ (ΙΜΕ/ΕΡΤΑ) η οποία προέκυψε μετά από συνεργασία μεταξύ Π.Ο.Κ και INKA. Τα μέλη του INKA Π. Γιαννόπουλος (πρόεδρος της Πανελληνίας Ένωσης Βιολόγων) και Μ. Μερκούρη (Βουλευτής) όπως και άλλα μέλη στη συνέχεια, πρωτοστατούν στην εκστρατεία 'μη πληρωμής εισφοράς ΕΡΤ μέσα από τους λογαριασμούς Δ.Ε.Η.' Επίσης, δημοσιεύονται οι ιστορικές - ολοσέλιδες σχεδόν - καταχωρήσεις (ανοικτές επιστολές του INKA προς τον τότε Πρωθυπουργό κ. Κ. Καραμανλή), για τα βασικά προβλήματα των καταναλωτών. Καθώς το INKA παίρνει μέρος στο 9^ο διεθνές συνέδριο του IOCU στο Λονδίνο, ο κ. Χαράλαμπος Κουρής (πρόεδρος του Ινστιτούτου) τιμάται από τους Αθηναίους και εκλέγεται πρόεδρος του Δημοτικού Συμβουλίου Αθηναίων, με αριθμό ψήφων ρεκόρ (σχεδόν 35.000 σταυροί)!

Την ίδια στιγμή δημιουργείται στο Υπουργείο Εμπορίου, Υπηρεσία Προστασίας – Ενημέρωσης Καταναλωτών (Υ.Π.Ε.Κ.), ενώ το INKA, το ΠΟΚ και άλλες οργανώσεις ιδρύουν την Ομοσπονδία Καταναλωτών Ελλάδος. Η 'Ένωση Επιβατών' με τη βοήθεια του Ινστιτούτου διοργανώνουν μποϋκοτάζ σε λεωφορεία και τρόλεϊ, με σκοπό την ελαχιστοποίηση της αύξησης της τιμής των εισιτηρίων.

Τα μποϋκοτάζ συνεχίζονται. Το 1979 πραγματοποιείται στις 7 Μαρτίου το πρώτο Πανελλήνιο Γενικό Μποϋκοτάζ κατά της Ακρίβειας. Το μποϋκοτάζ συνίστατο στην αποχή από την αγορά οποιουδήποτε προϊόντος και υπηρεσίας, σε ένδειξη διαμαρτυρίας για την αύξηση του κόστους ζωής. Ήταν ένα μονοήμερο μποϋκοτάζ, συμβολικού περισσότερο χαρακτήρα, η επιτυχία του οποίου ήταν κλιμακούμενη ανά κατηγορία προϊόντων και

υπηρεσιών, αλλά και ανά περιοχή. Έτσι, η επιτυχία αυτή σε ορισμένες περιπτώσεις ξεπέρασε το 70%. Η οργάνωση και η μεθοδολογία του μπουκοτάζ γίνονται αντικείμενο σεμιναρίων σε ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα και οργανώσεις καταναλωτών σε όλον τον κόσμο. Κυκλοφορεί παράλληλα με το περιοδικό ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ και η 15θήμερη εφημερίδα του ΙΝΚΑ 'ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ', όπου την επόμενη χρονιά, το 1980, γίνεται και αυτή περιοδικό. Μέσα στο 1980 ιδρύεται το ΙΝΚΑ Βόλου, οργανώνεται το πρότυπο συνέδριο, με θέμα και τίτλο 'ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ και ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΑΓΑΘΑ' (The CULTURE CONSUMER) και οργανώνεται το δεύτερο μπουκοτάζ κρέατος, για τη χρήση ορμονών στην παραγωγή του. Αυτή τη φορά όχι για τις τιμές αλλά για τη χρήση ορμονών στην παραγωγή του. Επρόκειτο για ένα Πανερωπαϊκό μπουκοτάζ στο οποίο συμμετείχαν όλες οι ευρωπαϊκές οργανώσεις καταναλωτών. Η μείωση των πωλήσεων στη χώρα μας έφτασε και στο 65% σε ορισμένες περιοχές και ήταν τρίτη σε μέγεθος σε Ευρωπαϊκή κλίμακα.

Η δεκαετία του '80 (1981-90) ονομάζεται και **ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**. Το ΙΝΚΑ. φέρνει στο φως της δημοσιότητας (και προχωρά στην υποβολή μηνύσεων και ομαδικών αγώνων) το τεράστιο θέμα των φουσκωμένων λογαριασμών της ΔΕΗ, ενώ κυκλοφορούν οι κοινές εκδόσεις ΙΝΚΑ και ΠΟΚ: 'Η ΠΡΑΣΙΝΗ' - 15νθήμερη οικολογική εφημερίδα - και το ενημερωτικό δελτίο 'ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ και ΚΟΙΝΗ ΓΝΩΜΗ'. Επίσης, το ΙΝΚΑ γίνεται τακτικό μέλος του ΒΕΥC (Ευρωπαϊκό Γραφείο Ενώσεων Καταναλωτών) και ο πρόεδρος του κ. Χ. Κουρήs ορίζεται από τον Επίτροπο Karl - Heinz NARJES, ως ο πρώτος Έλληνας ειδικός σε θέματα καταναλωτών, στη C.C.C./Συμβουλευτική Επιτροπή Καταναλωτών της Ε.Ο.Κ. Ιδρύεται η Ένωση Καταναλωτών Βόλου.

Τις παραμονές των εκλογών το ΙΝΚΑ και το Π.Ο.Κ. δημοσιεύουν καταχωρήσεις με σύνθημα: 'ΜΑΣ ΕΧΟΥΝ ΠΑΡΕΙ ΤΟΝ ΑΕΡΑ' που υπογραμμίζουν την αναγκαιότητα άσκησης πίεσης σε όλα τα κόμματα για υπεύθυνη οικολογική πολιτική. Την ίδια στιγμή οργανώνουν την πρώτη Πανελλήνια απογραφή οικολογικών - περιβαλλοντικών προβλημάτων, και

με βάση αυτήν την απογραφή, το ΙΝΚΑ αποκαλύπτει την υψηλή περιεκτικότητα φυτοφαρμάκων σε φρούτα και λαχανικά, μετά από δοκιμαστικούς ελέγχους. Ασυνείδητοι παραγωγοί απειλούν με μηνύσεις, οι οποίες βεβαίως δεν υποβλήθηκαν ποτέ.

Το 1982 ιδρύονται: το Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Θεσσαλονίκης, το ΙΝΚΑ Δωδεκανήσου και η ΔΕΚΑ (ως συνέχεια της Ένωσης Καταναλωτών Δημοσίων Οργανισμών – Χρηστών Υπηρεσιών), ενώ δημιουργούνται από το ΙΝΚΑ και το ΠΟΚ, οι ΣΥΝ.Ε.Α.Κ. (ΣΥνοικιακές Επιτροπές Αυτοάμυνας Καταναλωτών). Δημοσιεύονται οι πρώτες ιστορικές καταχωρήσεις του ΙΝΚΑ. για τα ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ («Λογική Εναντίον Ξενομανίας - Ως Πότε θα Αναγκάζουμε Έλληνες Κατασκευαστές να Βάζουν Ξένα Ονόματα στα Προϊόντα τους;»). Για το ίδιο θέμα προκηρύσσονται τόσο διαγωνισμός έκθεσης όσο και διαγωνισμός βιτρίνας και συστηματοποιείται η μελέτη του προβλήματος. Επίσης, το ΙΝΚΑ οργάνωσε μποϋκοτάζ για τις τιμές στο ψωμί και στα οπωροκηπευτικά. Αυτό το μποϋκοτάζ είχε μειωμένη συμμετοχή.

Μαζί με το μποϋκοτάζ που γίνεται στο ψωμί και τα οπωροκηπευτικά, ο Σύνδεσμος Ι.Χ. και η Πανελλήνια Ένωση Φορολογουμένων, οργανώνουν τη δεύτερη πορεία διαμαρτυρίας Ι.Χ., για τις υψηλές επιβαρύνσεις στα αυτοκίνητα. Το έτος τελειώνει με μια εκστρατεία του ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΕΠΙΒΙΩΣΗΣ ΑΘΗΝΑΣ για ήσυχες δημοτικές εκλογές με σύνθημα: 'ΑΚΟΥΣΤΕΙΤΕ ΜΕ ΤΗ ΣΙΩΠΗ ΣΑΣ', ενώ το ΙΝΚΑ, αφού έχει κυκλοφορήσει τη 15νθήμερη εφημερίδα 'ΑΝΤΙΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ', οργανώνει το 1^ο διεθνές συνέδριο με θέμα: 'ΕΛΛΗΝΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ και ΕΟΚ'.

Το 1983 ανακοινώνεται στη Θεσσαλονίκη η δημιουργία της Ένωσης Πολιτών και έτσι ιδρύεται η ΕΝΩΣΗ ΠΟΛΙΤΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ. Το ΙΝΚΑ οργανώνει το 2^ο διεθνές συνέδριο ΕΛΛΗΝΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ και ΕΟΚ στη Θεσσαλονίκη, πραγματοποιεί την πρώτη πανελλήνια έρευνα τιμών, και δημιουργεί την ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ. Επίσης, σε συνέχεια της πρώτης καμπάνιας που πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 1982, οργανώνει το πρώτο 20ήμερο ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ. Ιδρύεται η

ΓΕΝΙΚΗ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ, η οποία αποτελεί συνέχεια της πρώτης αντίστοιχης προσπάθειάς του.

Σε μια προσπάθεια να ενημερωθεί καλύτερα ο πολίτης, τίθεται σε λειτουργία το πρώτο ΚΙΝΗΤΟ ΚΕΝΤΡΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ (το οποίο ήταν εγκατεστημένο σε ειδικό αυτοκίνητο) εξοπλισμένο με οπτικοακουστικά μέσα. Η Αχαΐα αποκτά τη δική της Ένωση Καταναλωτών, η οποία εδρεύει στην Πάτρα. Εκδίδονται τα πρώτα εβδομαδιαία δελτία με τίτλο «ΤΙΜΑΡΙΘΜΟΣ», «ΕΝΕΡΓΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ» και η «ΠΡΑΣΙΝΗ» ως μέσο έκφρασης των κοινών θέσεων των καταναλωτικών και οικολογικών οργανώσεων - μελών ΙΝΚΑ - Γ.Ο.Κ.Ε. και ΕΝΩΣΗΣ ΠΟΛΙΤΩΝ. Το Υπουργείο Εμπορίου στα πλαίσια της προσπάθειάς του να στηρίξει τον καταναλωτή δημιουργεί ειδικό συμβουλευτικό όργανο με την επωνυμία ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ. Στο όργανο αυτό συμμετέχουν καταναλωτικές, γυναικείες, συνδικαλιστικές και άλλες οργανώσεις, καθώς και Οργανώσεις Τοπικής Αυτοδιοίκησης (οι γνωστές μας, πλέον, Ο.Τ.Α.).

Η ΕΝΩΣΗ ΠΟΛΙΤΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ εγκαινιάζει το 1^ο ΚΕΝΤΡΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ/ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΠΟΛΙΤΩΝ στις αρχές του 1984. Η καινοτομία στο κέντρο αυτό είναι ότι η λειτουργία και η οργάνωσή του παρέχονται με τη βοήθεια ηλεκτρονικού υπολογιστή. Παράλληλα ιδρύεται η ΕΝΩΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΠΕΙΡΑΙΩΣ και ο ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ (Σ.Ο.Ε.).

Το ΙΝΚΑ και η Ένωση Πολιτών καθιερώνουν τα ετήσια βραβεία «Ενεργών Πολιτών & Φορέων» καθώς και τα ετήσια αρνητικά βραβεία (λεμόνια). Επίσης, πάλι η Ένωση Πολιτών σε συνεργασία με την ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ, αποκαλύπτει τα κακώς κείμενα του Ελληνικού Τουρισμού, ενώ σε συνεργασία με το ΙΝΚΑ και το Π.Ο.Κ. οργανώνουν 7ήμερο μποϋκοτάζ Ανθυγιεινών Προϊόντων. Το μποϋκοτάζ αυτό χαρακτηριζόταν από το γεγονός ότι κάθε ημέρα της εβδομάδας οι καταναλωτές μποϋκόταραν ένα διαφορετικό προϊόν (Δευτέρα: αλκοόλ, Τρίτη: τσιγάρα, Τετάρτη: κρέας, Πέμπτη: ζάχαρη, Παρασκευή: καφές, Σάββατο: αλάτι, Κυριακή: λευκό ψωμί). Τέλος, το ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ του Υπουργείου Εμπορίου μετονομάζεται σε Συμβούλιο Προστασίας Καταναλωτών.

Το 1985 ιδρύονται ο ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΣΠΕΠ) και ο Σύνδεσμος Ενεργών Πολιτών Ηπείρου. Τον ίδιο χρόνο οργανώνεται στο Ζάππειο Μέγαρο το 1^ο συνέδριο με θέμα 'Εθνικό Κοινοτικό Δίκαιο και Καταναλωτές'. Το συνέδριο αποτέλεσε μία ακόμη πρωτοβουλία του ΙΝΚΑ σε συνεργασία με τον σύνδεσμο οικογενειών Ελλάδος.

Το 1986, η Γενική Ομοσπονδία Καταναλωτών εκδίδει από κοινού με την Ένωση Πολιτών το 1ο τεύχος του πρώην εβδομαδιαίου δελτίου «Ο ΕΝΕΡΓΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ», το οποίο κυκλοφορεί πλέον σε μορφή περιοδικού, ενώ το ΙΝΚΑ και η ΕΝΩΣΗ ΠΟΛΙΤΩΝ παίρνουν μέρος στην 51^η Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης και οργανώνουν το 1ο Συνέδριο Καταναλωτών Βορείου Ελλάδος.

Το 1987 οργανώνεται μια πρωτότυπη διαμαρτυρία με σύνθημα 'Σβήστε τα φώτα' σε ένδειξη διαμαρτυρίας για την τιμολογιακή πολιτική της ΔΕΗ. Επίσης ιδρύεται ο Σύνδεσμος καταναλωτών Βοιωτίας 'ΕΣΤΙΑ', καθώς και η Πανελλήνια Ένωση Καταναλωτών και η Ένωση Καταναλωτών για την Ποιότητα Ζωής ένα χρόνο μετά. Την ίδια χρονιά, το 1988 δηλαδή, η Επιτροπή Μελέτης Τιμαριθμικών Εξελίξεων του ΙΝΚΑ μετεξελίσσεται και ονομάζεται Κέντρο Εποπτείας Τιμών.

Το 1989 οργανώνεται τριήμερο μποϋκοτάζ κατά της ακρίβειας στα οπωροκηπευτικά, σε πανελλήνιο επίπεδο, το οποίο όμως προκάλεσε την αντίδραση ορισμένων παραγωγικών τάξεων (αγροτικών συλλόγων, κλπ.). Ταυτόχρονα ιδρύεται η Ένωση Καταναλωτών Δυτικής Αττικής και Πειραιά. Τον επόμενο χρόνο το ΙΝΚΑ επεκτείνεται κι άλλο ιδρύοντας την Ένωση Καταναλωτών Κρήτης, την Ένωση Καταναλωτών Ηρακλείου και την Ένωση Καταναλωτών Λασιθίου.

Η πενταετία (1991-96) έμεινε γνωστή στην ιστορία του καταναλωτικού κινήματος και ως η περίοδος των **ΠΡΩΤΩΝ ΘΕΣΜΙΚΩΝ ΚΑΤΑΚΤΗΣΕΩΝ**.

Το INKA αρχίζει την εκστρατεία Διατροφικής Εκπαίδευσης των Μαθητών, η οποία φέρει τον τίτλο 'Μέτρον Άριστον', και την ίδια χρονιά (1991) ιδρύεται ο Σύλλογος Καταναλωτών Κυκλάδων. Το '92 ο πρόεδρος του INKA κ. Χ. Κουρής, τιμάται για την προσφορά του 'στην προαγωγή της συνεννόησης μεταξύ των κοινωνικών εταίρων', με το πανευρωπαϊκό χρυσό μετάλλιο της E.A.A.A., και ιδρύεται και η Ένωση Καταναλωτών Τρικάλων.

Το 1993, στα πλαίσια του συνεδρίου της Κεντρικής Ένωσης Δήμων και Κοινοτήτων Ελλάδος, στο Μάλεμε Χανίων Κρήτης, το INKA παρουσιάζει στους δημάρχους όλης της χώρας το πρόγραμμα 'ΟΤΑ και καταναλωτές' καθώς επίσης και το Πρότυπο Κέντρο Πληροφόρησης Πολιτών - Καταναλωτών Χανίων, με σκοπό την αναπαραγωγή του μοντέλου αυτού σε κάθε δήμο της χώρας. Την ίδια χρονιά δημιουργείται η Ένωση Ασφαλιζομένων Ελλάδος και στη συνέχεια η Ένωση Καταναλωτών Ελλάδος κηρύσσει μποϋκοτάζ κατά των ολλανδικών προϊόντων, με αφορμή της στάση της χώρας αυτής στο θέμα των Σκοπιών. Στο μποϋκοτάζ αυτό πήραν μέρος και ορισμένες αλυσίδες σουπερ-μάρκετ.

Μερικούς μήνες αργότερα, (μέσα στο 1994) ψηφίζεται ο Νόμος 2252/1994 για την Προστασία Καταναλωτή. Παράλληλα ιδρύεται ο Σύλλογος Χρονομισθωτών (time-sharing), και ο Σύνδεσμος για τα Δικαιώματα του Καταναλωτή και του Πολίτη.

Το περιοδικό 'Ο Ενεργός Πολίτης' αλλάζει και πάλι μορφή, αυτή τη φορά όμως εκδίδεται μόνο από τη Γενική Ομοσπονδία Καταναλωτών, χωρίς τη συνεργασία πλέον της Ένωσης Πολιτών και κυκλοφορεί το πρώτο τεύχος του.

Το 1995 ιδρύονται το Νέο INKA, η Ένωση Καταναλωτών Έβρου, η Πατραϊκή Ένωση Καταναλωτών, η Ένωση Καταναλωτών Καβάλας και το

INKA Κέρκυρας. Λίγο αργότερα, και συγκεκριμένα στις 31 Οκτωβρίου, εκδίδεται η πρώτη συλλογική αγωγή την οποία υπέβαλε το INKA κατά του ΟΤΕ με βάση τον Νόμο 2251/94. Στην αγωγή αυτή οι ενάγοντες έφτασαν τον αριθμό ρεκόρ των 17.302 ατόμων. Τον Ιούλιο του ίδιου έτους, σε ειδική εκδήλωση στο ΕΒΕΑ ανακοινώνεται η ίδρυση της νέας Γενικής Ομοσπονδίας Καταναλωτών Ελλάδας, μετά τις επιπτώσεις που προέκυψαν στο χώρο των καταναλωτικών οργανώσεων της χώρας από την ψήφιση του Ν. 2251/94.

Η επόμενη χρονιά (το 1996) θεωρείται μια από τις πιο δραστήριες στην ιστορία του κινήματος. Αρχικά, πραγματοποιείται μια μεγάλη Έρευνα Στεγαστικής Συμπεριφοράς, η οποία περιέχει στοιχεία από το 1980 ως το 1995. Λίγο μετά ιδρύονται η Ένωση Καταναλωτών Καρδίτσας, η Ένωση Καταναλωτών Αιτωλοακαρνανίας, η Ένωση Καταναλωτών Λέσβου, η Κίνηση Πολιτών Θεσσαλονίκης και κάνει την πρώτη της εμφάνιση η Ένωση Καταναλωτών Φυσικού Αερίου. Στις 27/2 εκδίδεται η 2η Συλλογική Αγωγή των οργανώσεων - μελών INKA/ΓΟΚΕ, την οποία κατέθεσε η Ένωση Πολιτών (ιδρυτικό μέλος της Γενικής Ομοσπονδίας Καταναλωτών), κατά της SLIM. Είναι η πρώτη καταδίκη επιχείρησης με βάση τον Νόμο 2251/1994, με 2.400 παθόντες - μάρτυρες κατηγορίας. Το INKA και η ΓΟΚΕ οργανώνουν το 25^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Καταναλωτών, με τίτλο και θέμα: Δικαίωμα στο Αυτονόητο - Δικαίωμα στο «Περιπτώ» (Μάρτιος). Επίσης, μετά από πρωτοφανή κινητοποίηση των δύο παραπάνω οργανώσεων και των μελών τους, η Κυβέρνηση και η ΔΕΗ αναδιπλώνονται και μειώνουν τους λογαριασμούς ρεύματος.

Το INKA πάλι αρχίζει εκστρατεία 'Καθαρές Τιμές - Καθαρά Προϊόντα'. Μετά από λίγους μήνες σε συνεργασία με τη γενική Ομοσπονδία Καταναλωτών Ελλάδας κηρύσσουν πανελλήνιο μονοήμερο μπούκοτάζ για τις 4 Απριλίου 'Κατά της Ακρίβειας και του Διατροφικού Εφιάλτη'. Το κεντρικό σύνθημα ήταν «επειδή νοιαζόμαστε, ΔΕ ΔΙΝΟΥΜΕ ΜΙΑ - ΟΥΤΕ ΔΡΑΧΜΗ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ». Χάρη στην κινητοποίηση των ενεργών πλέον περιφερειακών οργανώσεων επιτεύχθηκε σημαντική γεωγραφική ομοιομορφία στα ποσοστά επιτυχίας του μπούκοτάζ τα οποία έφτασαν σε υψηλά επίπεδα.

Πρωτοπορώντας για άλλη μια φορά, αρχίζει την εφαρμογή του προγράμματος: 'Σχολικοί Τροχονόμοι'. Κατόπιν, ανακοινώνει σε συνεργασία με το Δήμο Αθηναίων τη δημιουργία Δημοτικών Γραφείων Πληροφόρησης Καταναλωτών – Τουριστών. Τέλος, ο πρόεδρος του ΙΝΚΑ κ. Χ. Κουρής, διεθνοποιεί τη νέα θέση των καταναλωτικών οργανώσεων, 'Δικαίωμα στο Αυτονόητο, Δικαίωμα στο Περιπτώ' στο συνέδριο της SOCAP στο Λονδίνο.

Ο Πρόεδρος του ΙΝΚΑ, κύριος Χαράλαμπος Κουρής, εκλέγεται συντονιστής του Εθνικού Συμβουλίου Καταναλωτών το 1997, ενώ μαζί με τον αντιπρόεδρο του ΙΝΚΑ, Α. Φροντιστή αποτελούν τους αιρετούς εκπροσώπους των καταναλωτών στο Εθνικό Συμβούλιο Αγροτικής Πολιτικής. Το ΙΝΚΑ στα πλαίσια της συνεργασίας του με τον Ιατρικό Σύλλογο για τα Δικαιώματα του Ασθενή, οργανώνει στη Θεσσαλονίκη το 1^ο συνέδριο στη χώρα μας στον τομέα αυτό.

Η επέκταση του ΙΝΚΑ συνεχίζεται με την ίδρυση του ΙΝΚΑ Ρόδου και του ΙΝΚΑ Ιωαννίνων, ενώ πρωτοεμφανίζεται και η Ένωση Καταναλωτών Κεφαλληνίας.

Το 1998, το ΙΝΚΑ και η Γενική Ομοσπονδία Καταναλωτών Ελλάδος αναλαμβάνουν την Πανευρωπαϊκή Εκστρατεία για την Ασφάλεια Τροφίμων στην Ελλάδα. Επίσης, το ΙΝΚΑ συμμετέχει στην Πανευρωπαϊκή Εκστρατεία για την Αειφόρο Κατανάλωση τυπώνοντας αφίσσες και δημιουργώντας τηλεοπτικά – ραδιοφωνικά μηνύματα, παρουσιάζοντας ειδικές εκπομπές, ομιλίες και άλλου τέτοιου είδους δραστηριότητες. Την ίδια εποχή ιδρύονται το ΙΝΚΑ Πιερρίας, το ΙΝΚΑ Ξάνθης, το ΙΝΚΑ Φωκίδας και η Ένωση Καταναλωτών Καλλιθέας. Η πρώτη τετραψήφια τηλεφωνική ανοιχτή γραμμή είναι πλέον γεγονός αφού το ΙΝΚΑ θέτει σε λειτουργία το γνωστό σε όλους μας 1721.

Την επόμενη χρονιά, 1999, ο Πρόεδρος του ΙΝΚΑ κύριος Χαράλαμπος Κουρής επανεκλέγεται στη θέση του συντονιστή του Εθνικού Συμβουλίου Καταναλωτών, ενώ βραβεύεται από την ΠΟΕΣΕ για τη συμβολή του στην

αναβάθμιση της ποιότητας των χώρων μαζικής εστίασης. Παράλληλα, το INKA και η Γενική Ομοσπονδία Καταναλωτών Ελλάδος αναλαμβάνουν την εκπαίδευση στελεχών για την ασφάλεια τροφίμων. Η διατροφική κρίση που έχει ήδη ξεσπάσει σε πολλές χώρες της Ευρώπης βρίσκει το INKA πρώτο και άμεσο ενδιαφερόμενο στην οργάνωση κινητοποιήσεων για την αφύπνιση των πολιτών απέναντι στο τεράστιο αυτό πρόβλημα.

Ο εκπρόσωπος του INKA και της Γενικής Ομοσπονδίας Καταναλωτών Ελλάδος, Μ. Λιάμος, εκλέγεται στη θέση του εκπροσώπου της Ελλάδος στην ANEC. Κατά την ίδια περίοδο, το INKA αναλαμβάνει την πραγματοποίηση της δεύτερης φάσης της Πανευρωπαϊκής Εκστρατείας για την Ασφάλεια Τροφίμων στην Ελλάδα.

Εκτός από την ίδρυση του INKA Άρτας και του Συνδέσμου Καταναλωτών Λακωνίας, ξεκινά η διάθεση των κινητών μονάδων πληροφόρησης και απευθύνεται κάλεσμα σε εθελοντές καθώς επίσης και στο προσωπικό του Υπουργείου Ανάπτυξης προκειμένου να συμμετάσχουν στο πρόγραμμα «Ενημέρωση Σεισμοπλήκτων».

Το 2000, ο πρόεδρος του INKA, Χ. Κουρής, εκλέγεται εκπρόσωπος των καταναλωτών στον Ενιαίο Φορέα Ελέγχου Τροφίμων (ΕΦΕΤ), ενώ ορίζεται και στη θέση του εκπροσώπου των καταναλωτών στην Εθνική Επιτροπή Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

Το νέο πρότυπο κέντρο πληροφόρησης του INKA αρχίζει να λειτουργεί, έχοντας ήδη στεγαστεί στον 8^ο όροφο του Μεγάρου ΕΒΕΑ, το οποίο βρίσκεται στην οδό Ακαδημίας 7 στην Αθήνα.

Το INKA ανακοινώνει τα αποτελέσματα της 5^{ης} έρευνας που πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της διερεύνησης σχετικά με τη Διαιτητική Συμπεριφορά των Μαθητών. Επίσης, επιδεικνύοντας για ακόμη μία φορά το ιδιαίτερο ενδιαφέρον του στον ευαίσθητο πληθυσμό των παιδιών, το INKA αφιερώνει τη 15^η Μαρτίου, η οποία αποτελεί Παγκόσμια Ημέρα Καταναλωτή, στο παιδί – καταναλωτή και ειδικότερα στη διατροφή του,

με σύνθημα: «Αυξημένη Ασφάλεια Τροφίμων για το Παιδί – Τού Τη Χρωστάμε».

Ο υφυπουργός Ανάπτυξης, Γ. Χαραλάμπους, βραβεύει το Γενικό Γραμματέα του ΙΝΚΑ, Κ. Τσέκερη, για την 30χρονη προσφορά του στο καταναλωτικό κίνημα.

Η Κοζάνη, η Αρκαδία, το Ηράκλειο και το Λασιθί συγκαταλέγονται στον κατάλογο των περιοχών εκείνων οι οποίες από το 2000 αποκτούν το δικό του ΙΝΚΑ.

Μετά την επιτυχία που σημείωσαν οι κινητές μονάδες στα πρώτα τους βήματα το 1999, το ΙΝΚΑ προχωρά ένα χρόνο μετά στην καθιέρωση της μόνιμης παρουσίας των κινητών αυτών μονάδων στα δίοδια και στις δημοτικές αγορές κατά τη διάρκεια των εορτών.

2 - ΕΠΙΔΙΩΚΟΜΕΝΟΙ ΣΚΟΠΟΙ

Το INKA είναι ένα δίκτυο Ενώσεων Καταναλωτών, το οποίο λειτουργεί με βάση τις διεθνείς αρχές του καταναλωτικού κινήματος από το 1970. Το Δίκτυο Ενώσεων Καταναλωτών, με την επωνυμία 'Ινστιτούτο Καταναλωτών' ή 'INKA', είναι παρόν σε όλες σχεδόν τις πρωτεύουσες Περιφερειών και ή Νομών, π.χ. INKA Μακεδονίας, INKA Θεσσαλίας, INKA Δωδεκανήσου, INKA Κρήτης, INKA Ηπείρου, INKA Ιονίων Νήσων, INKA Πελοποννήσου, INKA Θράκης, INKA Αιγαίου, κ.λ.π.

Το INKA είναι η μεγαλύτερη ανομοιοεπαγγελματική κοινωνική οργάνωση της χώρας και η μεγαλύτερη ένωση καταναλωτών, στον Ευρωπαϊκό Νότο. Η οργάνωση του INKA έχει αποκλειστικό σκοπό την ενημέρωση, υποστήριξη, εκπροσώπηση και προστασία του καταναλωτή - πέρα από πολιτικές σκοπιμότητες ή επιχειρηματικά συμφέροντα και είναι ανοικτή σε κάθε πολίτη - καταναλωτή, ο οποίος θέλει να γίνει μέλος, συνδρομητής ή υποστηρικτής της.

Παρόλα αυτά, αυτό αποτελεί μια υπεραπλουστευμένη γενίκευση των σκοπών του INKA. Για να κατανοήσουμε καλύτερα το εύρος και το βάθος των επιδιωκόμενων σκοπών μιας τόσο μεγάλης οργάνωσης, θα πρέπει να παρακολουθήσουμε την επίτευξη κάποιων τουλάχιστων εξ αυτών κατά τη διάρκεια της μακράς πορείας και ιστορίας του INKA μέχρι σήμερα, αλλά και να διερευνήσουμε τους σκοπούς εκείνους οι οποίοι αναμένεται να επιτευχθούν στο μέλλον.

Προκειμένου να προστατευτεί ο πολίτης από τα κατά καιρούς οικονομικά εγκλήματα τα οποία διαπράττονται εις βάρος των καταναλωτών με τη μορφή αδικαιολόγητων αυξήσεων των τιμών διαφόρων υπηρεσιών και προϊόντων, με απώτερο σκοπό το εύκολο και παράνομο, συνήθως, κέρδος, αλλά και να διασφαλιστεί απέναντι σε τυχόν οργανωμένες απάτες και κακής ποιότητας αγαθά και υπηρεσίες, το INKA πρωτοστατεί από την αρχή κιόλας της ίδρυσής του, συγκαταλέγοντας στον κατάλογο των

επιδιωκόμενων σκοπών του τη διοργάνωση μαζικών αγώνων κατά των φαινομένων αυτών.

Στα πλαίσια αυτού του στόχου, έχει μέχρι σήμερα οργανώσει 21 ειδικά μποϋκοτάζ για διάφορα προϊόντα και υπηρεσίες και 4 γενικά καθολικά μποϋκοτάζ (για το κόστος ζωής). Το πρώτο μποϋκοτάζ που πραγματοποιήθηκε το 1975 για τις τιμές του κρέατος, πέτυχε μείωση των πωλήσεων κατά 85%. Το μποϋκοτάζ αυτό θεωρείται πρότυπο διεθνώς και λειτούργησε ως παράδειγμα για πολλές άλλες χώρες, οι οποίες διδάχτηκαν από αυτό.

Οι μαζικοί αγώνες μπορεί να αποτελούν στόχο προκειμένου να παταχθούν οι άκρως βλαβερές για τους καταναλωτές παρεκκλίσεις από τα νόμιμα πλαίσια της αγοράς, είναι αδύνατον όμως να διοργανωθούν αν πρώτα δεν γίνουν αντιληπτές οι παρεκκλίσεις αυτές. Για το σκοπό αυτό, λοιπόν, είναι απαραίτητο να υπάρχει ένας φορέας στον οποίο ο καταναλωτής να μπορεί να απευθυνθεί προκειμένου να ζητήσει και να λάβει βοήθεια. Το ΙΝΚΑ, ανταποκρινόμενο σε αυτήν την ανάγκη των πολιτών, έχει καταγράψει - κωδικοποιήσει και διεκπεραιώσει, από το 1970 μέχρι και τις 31-8-2002, 585.925 καταγγελίες και παράπονα. Μόνο το 2001 το σύνολο των παραπόνων και καταγγελιών έφτασε τις 121.510, ενώ το σύνολο των παραπόνων και καταγγελιών το πρώτο 8μηνο του 2002 έφτασε τις 84.885. Παρατηρείται, δηλαδή, σταθερή και γεωμετρική αύξηση του αριθμού των πολιτών που αποφασίζουν να αποτανθούν στο ΙΝΚΑ, φέρνοντας στο φως τις περιπτώσεις εξαπάτησης από τα διάφορα «σκοτεινά» συμφέροντα που λυμαινονται την αγορά.

Οι μαζικοί αγώνες, όμως, δε μπορούν να περιορίζονται μόνο σε μποϋκοτάζ και καταγραφές καταγγελιών. Μερικές φορές, η ανάγκη για δραστικότερες μορφές αντίδρασης οδήγησε το ΙΝΚΑ σε άλλους τύπους διαμαρτυρίας των πολιτών με πλέον άμεσο και δυναμικό τρόπο. Έτσι, έχει μέχρι τώρα οργανώσει 9 πορείες και ανοιχτές συγκεντρώσεις για το κόστος ζωής, τα Ι.Χ., τη Δ.Ε.Η., το περιβάλλον, τα πυρηνικά εργοστάσια, το νέφος και άλλα θέματα που άπτονται της καθημερινής ζωής και της δημόσιας υγείας.

Η κινητοποίηση των καταναλωτών εκφράστηκε και με έναν ακόμη αρκετά δυναμικό και αποτελεσματικό τρόπο μαζικού αγώνα: τις εκστρατείες. Οι μεγαλύτερες εκστρατείες των οργανώσεών μας αφορούσαν τα εξής:

Κόστος ζωής - Ελληνικά προϊόντα - Νέφος Αθήνας - Ραδιενέργεια - Πολιτική τιμών σε σχέση με ποιότητα - Αιμοδοσία - Ασφάλεια Καταναλωτών - Συμμετοχική χρήση Ι.Χ./Πρόγραμμα ΠΑΜΕ - Οδική ασφάλεια - Πρόγραμμα Επιβίωσης Αθήνας - ΟΤΕ - Πολιτισμένες εκλογές - Ορμόνες - ΕΛΤΑ - Ελευθερία ανταγωνισμού - Μισθώσεις ακινήτων - Αξιοποίηση συνταξιούχων - Ι.Χ. - Μεταλλαγμένα τρόφιμα - Νοθεία - Κατανάλωση και Περιβάλλον - Εξοικονόμηση ενέργειας - Παιδική διατροφή - Παιδική ασφάλεια - Υγιεινή διατροφή - Φυτοφάρμακα - Ατυχήματα - ΔΕΗ - Σχολικός τροχονόμος - Ασφάλειες - Επιτροπές αλληλεγγύης γειτονιάς - Άσκηση, καρδιά, υγεία - Καθαρές τιμές, καθαρά προϊόντα.

Πέραν τούτου, η εμφάνιση παραπλανητικών και προσβλητικών διαφημίσεων, καθώς και γενικότερα η προσπάθεια πονηρής και ύπουλης εξαπάτησης του καταναλωτή με διάφορα τεχνάσματα και δυσδιάκριτες μεθόδους, για παράδειγμα μέσω κάποιου τύπου συσκευασιών και προϊόντων, οδήγησε σε δυναμική παρέμβαση του ΙΝΚΑ σε περίπου 900 τέτοιες περιπτώσεις με αποτέλεσμα την επίτευξη του σκοπού που δεν ήταν άλλος από την απόσυρσή τους. Σε άλλες περιπτώσεις, στις οποίες δε μπορεί να παρέμβει καθώς δεν εμπίπτουν στα πλαίσια των αρμοδιοτήτων του, το ΙΝΚΑ προώθησε και προκάλεσε την παρέμβαση του Δημοσίου και των υπηρεσιών του. Οι περιπτώσεις αυτές υπερέβαιναν τις 1.100.

Φυσικά, δεν είναι δυνατόν να προβεί κανείς σε παρεμβάσεις αν πρώτα δεν έχει διαπιστώσει την εγκυρότητα των καταγγελιών και εξακριβώσει την ενδεχόμενη παράβαση. Το ΙΝΚΑ, η Γενική Ομοσπονδία Καταναλωτών Ελλάδας και οι οργανώσεις μέλη τους, στην 32χρονη ιστορία τους έχουν πραγματοποιήσει:

- 3.500 τεστ και ελέγχους προϊόντων και περιβάλλοντος.
- 8.500 χιλιάδες περίπου, γενικές, ειδικές και τοπικές Έρευνες Τιμών.
- 330 μελέτες τιμάριθμου καταναλωτή για τις ανάγκες συνδικαλιστικών οργανώσεων, πρεσβειών, οργανισμών, Μ.Μ.Ε., κ.λ.π.
- 137 ειδικές έρευνες, μελέτες, έρευνες γνώμης, κ.λ.π.

Το βασικότερο πρόβλημα των πολιτών όταν αντιλαμβάνονταν ότι αδικούνταν ή εξαπατούνταν ήταν ότι αγνοούσαν σε τί ενέργειες μπορούσαν να προβούν και σε ποιόν να απευθυνθούν προκειμένου να βρεθεί λύση στο πρόβλημά τους. Για να ικανοποιηθεί και αυτή η ανάγκη των καταναλωτών, το ΙΝΚΑ ανέπτυξε τις εξής μεθόδους πληροφόρησης και ενημέρωσης του κοινού:

- ανάπτυξη 174 μόνιμων, έκτακτων και κινητών Κέντρων Πληροφοριών - Καταγγελιών, για τους πολίτες, σε όλη τη χώρα.
- Παροχή περισσότερων 3.000 διατροφικών και άλλων σχετικών συμβουλών.
- Πραγματοποίηση περισσότερων από 5.000 παρεμβάσεων της Υπηρεσίας Προστασίας Τουριστών για λογαριασμό ξένων και ελλήνων τουριστών.
- Έκδοση 380 ειδικών και γενικών περιοδικών, εφημερίδων, εντύπων και λοιπών ενημερωτικών φυλλαδίων.
- Υλοποίηση 573 σεμιναρίων, ή άλλων ενημερωτικών και εκπαιδευτικών συγκεντρώσεων (τα οποία δεν επιδοτήθηκαν ούτε ενισχύθηκαν καθ' οιονδήποτε τρόπο ούτε από την Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε από άλλο φορέα).

- Πραγματοποίηση περισσότερων από 41.000 δημοσιεύσεων καταγγελιών, πληροφοριών, ερευνών, τεστ και συμβουλών στα Μ.Μ.Ε.
- Συμμετοχή σε περισσότερες από 2.000 ραδιοφωνικές και περισσότερες από 900 τηλεοπτικές παρουσιάσεις.

Επειδή η ενημέρωση και η πληροφόρηση δεν αποτελούν προσωρινή και παροδική ανάγκη, το INKA και η ΓΟΚΕ έθεσαν ως στόχο και πέτυχαν την καθιέρωση των πρώτων μόνιμων σελίδων ενημέρωσης καταναλωτών, σε εφημερίδες και περιοδικά (ΒΗΜΑ, ΝΕΑ, κ.ά.) και αντίστοιχες εκπομπές σε ραδιοτηλεοπτικούς σταθμούς (ΑΝΤΕΝΑ, ΜΕΓΑ, ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ, ΑΛΦΑ, κ.ά.).

Εκτός από την ενημέρωση, ένας άλλος σκοπός τον οποίο ανέκαθεν επιδίωκε το INKA είναι η υποστήριξη άλλων φορέων δράσης για την προάσπιση των καταναλωτών – πολιτών. Έτσι, παρείχε στοιχεία, μελέτες, στατιστικά και βοηθήματα σε λειτουργούς των Μ.Μ.Ε., εκπαιδευτικούς και σπουδαστές, ερευνητικά κέντρα, κ.λ.π. σε περισσότερες από 3.000 αιτήσεις. Σε περιπτώσεις μεμονωμένων αγοραστών, χρειάστηκε να προβεί σε δυναμική μεσολάβηση, ώστε να προασπίσει τα συμφέροντά τους. Οι περιπτώσεις αυτές ανέρχονται σε περισσότερες από 25.000. Επίσης, βοήθησε στη σύσταση 118 περιφερειακών ή ειδικών οργανώσεων - επιτροπών πολιτών, οι οποίες ασχολούνται με θέματα προστασίας του καταναλωτή, του πολίτη, του περιβάλλοντος, κ.λ.π.

Φυσικά, όλοι αυτοί οι αγώνες και οι δράσεις, που αποτέλεσαν και αποτελούν σκοπούς και στόχους του INKA, δε μπορούν να κινούνται έξω από τα πλαίσια των κανόνων δικαίου που διέπουν κάθε οργανωμένη κοινωνία. Στην επιδίωξη του INKA για απονομή δικαιοσύνης, επικαλείται αυτούς ακριβώς τους κανόνες δικαίου προκειμένου να επιτύχει το σκοπό του. Μέχρι τώρα το INKA προώθησε, υποστήριξε και πέτυχε:

- δικαστικούς και άλλους μαζικούς αγώνες κατά των: ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΕΡΤ, Υπουργείο Οικονομικών, επιχειρήσεων πωλήσεων από απόσταση, κ.λ.π.
- την πρώτη και μεγαλύτερη συλλογική αγωγή κατά του ΟΤΕ με 17.302 ενάγοντες.
- τη δικαστική απόφαση για την απαγόρευση της κυκλοφορίας προϊόντων SLIM με συλλογική αγωγή 2.400 καταναλωτών.
- Περισσότερες από 45.000 νομικές και άλλες σχετικές συμβουλές.
- Περισσότερες από 10.000 αναφορές στη διοίκηση, φορείς, κ.λπ.

Στα πλαίσια της ενημέρωσης του καταναλωτή, το INKA έθεσε ως έναν από τους βασικότερους στόχους του να γνωστοποιήσει στους πολίτες τα δικαιώματά τους ως καταναλωτές, όπως αυτά θεσπίστηκαν και προασπίζονται από νόμους και διεθνείς ή εθνικές συμβάσεις. Σκοπός, λοιπόν, ήταν και είναι να μάθουν όλοι ότι έχουν τα εξής δικαιώματα:

- **«Προστασία της υγείας και της ασφάλειας των καταναλωτών»**
Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που διατίθενται στο αγοραστικό κοινό δεν επιτρέπεται να θέτουν σε κίνδυνο την υγεία και την ασφάλεια του καταναλωτή. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να υπάρχουν προδιαγραφές ασφαλείας που καθορίζονται από το κάθε κράτος, για κάθε προϊόν και υπηρεσία. Ο πωλητής έχει καθήκον να ενημερώνει τον καταναλωτή για τους τυχόν κινδύνους που συνεπάγεται η χρήση των προϊόντων. Επίσης, πρέπει να προβλέπεται η προστασία του καταναλωτή από φυσικές βλάβες που μπορεί να προκληθούν από κάποια προϊόντα ή υπηρεσίες.
- **«Προστασία των οικονομικών συμφερόντων των καταναλωτών»**
Ο καταναλωτής πρέπει να προστατεύεται σε περίπτωση κατάχρησης εκ μέρους των προμηθευτών προϊόντων και υπηρεσιών. Τέτοιου είδους καταχρήσεις είναι οι παραπλανητικές διαφημίσεις ή οι αδικαιολόγητες αλλαγές τιμών ή παγίδες σε διακανονισμούς για την αποπληρωμή ενός

προϊόντος, που αποσκοπούν στην παγίδευση και εξαπάτηση του αγοραστή εκμεταλλευόμενες την άγνοιά του.

- **«Πρόσβαση στην πληροφόρηση»**

Μόνο με σωστή και αξιόπιστη πληροφόρηση μπορεί ο καταναλωτής να προβεί στην πλέον κατάλληλη απόφαση για την αγορά του προϊόντος που τον συμφέρει και τον εξυπηρετεί περισσότερο. Για παράδειγμα, ένας παράγοντας που παίζει κεντρικό ρόλο είναι οι ίδιοι οι πωλητές, οι οποίοι πρέπει να πληροφορούν σωστά τον αγοραστή για τα χαρακτηριστικά, τις τιμές και την ποιότητα των προϊόντων και των παρεχόμενων υπηρεσιών. Φροντίζοντας για την κάλυψη αυτής της ανάγκης και την παροχή αυτού του δικαιώματος το INKA έχει:

- ▶ δημιουργήσει 181 μόνιμα, έκτακτα και κινητά Κέντρα Πληροφοριών – Καταγγελιών για τους πολίτες σε όλη τη χώρα.
- ▶ Παράσχει περισσότερες από 21.897 διατροφικές και άλλες σχετικές συμβουλές.
- ▶ Παρέμβει σε περισσότερες από 10.039 υποθέσεις για λογαριασμό ξένων και Ελλήνων τουριστών, από κοινού με την Υπηρεσία Προστασίας Τουριστών.
- ▶ Προβεί σε 391 ειδικές και γενικές εκδόσεις (περιοδικά, εφημερίδες, έντυπα, κλπ.).
- ▶ Διοργανώσει 668 σεμινάρια ή άλλες ενημερωτικές και εκπαιδευτικές συγκεντρώσεις.
- ▶ Δημοσιεύσει περισσότερες από 41.000 καταγγελίες, πληροφορίες, έρευνες, τεστ και συμβουλές στα ΜΜΕ.
- ▶ Πραγματοποιήσει περισσότερες από 2.500 ραδιοφωνικές παρουσιάσεις και περισσότερες από 1.300 τηλεοπτικές παρουσιάσεις.
- ▶ Προωθήσει τη μετάδοση περισσότερων από 1.500 τηλεοπτικών σποτ και 1.800 ραδιοφωνικών σποτ.

- **«Το δικαίωμα της εκπαίδευσης»**

Τις περισσότερες φορές δεν αρκεί να γνωρίζει απλώς ο καταναλωτής τα διαθέσιμα προϊόντα και υπηρεσίες, αλλά θα πρέπει και η πληροφόρηση

για αυτά να παρέχεται με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι προσιτή και εύκολα αντιληπτή από κάθε άνθρωπο, ανεξαρτήτως ηλικίας και μορφωτικού επιπέδου, για να μπορεί να αναζητεί το κατάλληλο προϊόν και για να είναι σε θέση να κρίνει και να επιλέγει αυτό που τον συμφέρει. Έτσι, λοιπόν, πρέπει να μπορεί να κατανοεί και να αφομοιώνει τις διαθέσιμες πληροφορίες, πριν αποφασίσει για τις αγορές του. Αυτό επιτυγχάνεται με την κατάλληλη εκπαίδευση και αγωγή που πρέπει να του παρέχεται από τη νεαρή του κιόλας ηλικία, με μέριμνα του κράτους.

- **«Το δικαίωμα της εκπροσώπησης»**

Ο καταναλωτής πρέπει να έχει το δικαίωμα της εκπροσώπησης του σε υποθέσεις που τον αφορούν. Καθώς η φωνή των καταναλωτών δεν είναι πάντοτε δυνατόν να ακουστεί άμεσα, έχουν το δικαίωμα να επιλέξουν τους εκπροσώπους εκείνους οι οποίοι θα έχουν τη δυνατότητα συμμετοχής σε διαδικασίες για τη λήψη αποφάσεων που τον αφορούν, άμεσα ή έμμεσα, τόσο σε τοπικό όσο και σε περιφερειακό εθνικό ή κοινοτικό επίπεδο. Μέσω του ΙΝΚΑ, οι Έλληνες καταναλωτές εκπροσωπούνται στους παρακάτω φορείς:

- Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτών
- Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων
- Εθνική Επιτροπή Ηλεκτρονικού Εμπορίου
- Εθνικό Συμβούλιο Αγροτικής Πολιτικής
- Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης
- Επιτροπή Επίλυσης Διαφορών Δημοσίων Επιχειρήσεων
- Επιτροπή Ελέγχου Διαφημίσεων
- Ανώτατο Συμβούλιο Απονομής Οικολογικού Σήματος
- καθώς επίσης και σε άλλους εθνικούς και διεθνείς οργανισμούς¹

- **«Η πρόσβαση στη Δικαιοσύνη»**

Ο καταναλωτής πρέπει να μπορεί να απευθύνεται σε αρμόδιες υπηρεσίες, όπου θα μπορεί να λάβει συμβουλές και βοήθεια ή να υποβάλει τα παράπονά του, όταν έχει υποστεί βλάβη ή ζημία από προϊόντα και

¹ Για περισσότερες πληροφορίες, μπορείτε να ανατρέξετε στις ιστοσελίδες των φορέων που παρουσιάζονται στο τέλος της εργασίας, στον κατάλογο των «Επιτροπών, Συμβουλίων και Ομάδων Εργασίας», στην ενότητα Εθνικά Όργανα

υπηρεσίες. Η προσφυγή, λοιπόν, στη δικαιοσύνη θα πρέπει να προκύπτει από τη δυνατότητα εφαρμογής απλών, μη δαπανηρών και σύντομων διαδικασιών που θα έχουν στόχο να τον βοηθήσουν να αποκαταστήσει τη ζημιά ή τη βλάβη που έπαθε.

- **«Δικαίωμα στην αειφόρο κατανάλωση»**

Ο καταναλωτής πρέπει να μπορεί να καλύπτει τις βασικές του ανάγκες, χωρίς όμως να εξαντλεί τους βασικούς πόρους του πλανήτη, έτσι ώστε να μην υπονομεύει την κάλυψη βασικών αναγκών άλλων καταναλωτών και κυρίως των αναγκών που θα προκύψουν για τις μελλοντικές γενιές.

Ο σκοπός της ενημέρωσης των καταναλωτών σχετικά με τα δικαιώματά τους, όχι απλώς επιτεύχθηκε αλλά έτυχε και παγκόσμιας αναγνώρισης. Ο Τζων Φιτζτζέραλντ Κένεντι ήταν ο πρώτος που δημόσια αναφέρθηκε για πρώτη φορά στα δικαιώματα των καταναλωτών, με μήνυμά του στο αμερικανικό κογκρέσο στις 15 Μαρτίου 1962.

“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...” Τζών Φ. Κένεντι

Εικοσιτρία χρόνια μετά, το 1985, η Γενική Συνέλευση του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ), αναγνώρισε επίσημα τις **‘θεμελιώδεις αρχές του καταναλωτή’** και καθιέρωσε τη **15^η Μαρτίου** ως **‘Παγκόσμια Ημέρα του Καταναλωτή’**.

Τα θεμελιώδη δικαιώματα των καταναλωτών, όπως διατυπώθηκαν από τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ), είναι οκτώ:

“Το δικαίωμα στην ικανοποίηση των βασικών αναγκών αναφέρεται στο δικαίωμα του καταναλωτή να αποκτή τα βασικά προϊόντα και υπηρεσίες που εγγυώνται την επιβίωσή του, δηλαδή επαρκή

τροφή, ρούχα, κατοικία, ιατρική περίθαλψη, μόρφωση και υγιεινές συνθήκες διαβίωσης."

"Το δικαίωμα στην ασφάλεια αναφέρεται στο δικαίωμα του καταναλωτή να προστατεύεται από την κυκλοφορία επικίνδυνων για την υγεία και τη ζωή του προϊόντων και υπηρεσιών."

"Το δικαίωμα στην πληροφόρηση αναφέρεται στο δικαίωμα του καταναλωτή να έχει πρόσβαση σε επαρκείς και σωστε πληροφορίες που θα του επιτρέψουν να κάνει σωστές επιλογές στις συναλλαγές του."

"Το δικαίωμα στην επιλογή αναφέρεται στο δικαίωμα του καταναλωτή να μπορεί να διαλέγει προϊόντα και υπηρεσίες σε ανταγωνιστικές τιμές και σε ικανοποιητική ποιότητα"

"Το δικαίωμα στην εκπροσώπηση αναφέρεται στο δικαίωμα του καταναλωτή να εκπροσωπείται και να εκφράζει τα συμφέροντά του στα όργανα όπου λαμβάνονται και εφαρμόζονται πολιτικές αποφάσεις που τον αφορούν ως καταναλωτή"

"Το δικαίωμα στην αποζημίωση αναφέρεται στο δικαίωμα του καταναλωτή να απαιτεί και να λαμβάνει αποζημίωση όταν τον προμηθεύσουν ελαττωματικά προϊόντα ή ανεπαρκείς ή κακής ποιότητας υπηρεσίες."

"Το δικαίωμα στην εκπαίδευση αναφέρεται στο δικαίωμα του καταναλωτή να αποκτά τις αναγκαίες γνώσεις και δεξιότητες που είναι απαραίτητες ώστε να είναι μπορεί να υλοποιεί τις συναλλαγές του αποτελεσματικά και εξασφαλίζοντας τα συμφέροντά του."

"Το δικαίωμα σε ένα υγιεινό περιβάλλον αναφέρεται στο δικαίωμα του καταναλωτή να διαβιώνει σε περιβάλλον που εξασφαλίζει μια αξιοπρεπή ζωή και που δεν είναι απειλητικό ή επικίνδυνο για την υγεία του και τη ζωή του."

Στην Ελλάδα η πρώτη επίσημη αναγνώριση έγινε το 1991 με τον Νόμο 1961/1991. Το σημερινό νομικό καθεστώς, με το οποίο έγιναν τα πιο ουσιαστικά βήματα για την αναγνώριση των δικαιωμάτων των καταναλωτών, ισχύει από το 1994 (Ν. 2251/94)².

3 - ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ

Το ΙΝΚΑ δεν αποτελεί ένα μονολιθικό οργανισμό. Βλέποντας κανείς τη διάρθρωσή του θα μπορούσε να την παρομοιάσει με τη διάρθρωση μιας σύγχρονης εταιρείας, καθώς διαθέτει μεταξύ άλλων διοικητικό συμβούλιο, γενική διεύθυνση και διάφορα τμήματα.

Πιο αναλυτικά, το ΙΝΚΑ αποτελείται από τα κατά τόπους παραρτήματα, τα οποία ονομάζονται ΤΟΠΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ, καθώς επίσης και από τις ΕΙΔΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ, που βρίσκονται μαζί στην κορυφή της διαρθρωτικής πυραμίδας.

Στο δεύτερο «σκαλοπάτι» βρίσκεται η Γενική Ομοσπονδία Καταναλωτών Ελλάδος, ακολουθούμενη από τη Γενική Συνέλευση. Λίγο πιο κάτω έχει θέση το Διοικητικό Συμβούλιο, το οποίο πέραν από τις συνήθεις αρμοδιότητες ενός Δ.Σ. είναι το καθ' ύλην αρμόδιο όργανο του ΙΝΚΑ για τις διεθνείς σχέσεις.

Ακολουθεί η Γενική Διεύθυνση, η οποία συνεργάζεται στενά με τη Νομική Υπηρεσία. Κατόπιν, ακολουθούν τα τέσσερα ειδικά τμήματα:

- (I) το Τμήμα Διοίκησης, το οποίο ασχολείται με θέματα ανάπτυξης, τα οικονομικά, τις συνδρομές, γραμματειακές υποθέσεις, καθώς επίσης και θέματα προγραμματισμού·
- (II) το Τμήμα Μελετών και Ερευνών, το οποίο υπάγονται οι εθελοντές, τα εργαστήρια, οι διάφορες επιτροπές και διεξάγονται μελέτες, έρευνες γνώμης, συγκριτικοί έλεγχοι και τεστ προϊόντων·
- (III) το Τμήμα Επικοινωνίας, το οποίο είναι υπεύθυνο για τις εκδόσεις, τις δημόσιες σχέσεις, τη διαφήμιση και στο οποίο υπάγεται το Γραφείο Τύπου· και

(IV) το Τμήμα Ενημέρωσης, το οποίο είναι και το μεγαλύτερο καθώς περιλαμβάνει τα Κέντρα Πληροφοριών, τα Κέντρα Διατροφικών Συμβουλών, την Υπηρεσία Προστασίας Τουριστών, το Κέντρο Ηλεκτρονικού Εμπορίου, το Κέντρο Ενημέρωσης Ασφαλιζομένων, το Κέντρο Ενημέρωσης Ευρώ και διάφορα τμήματα Σεμιναρίων και Εκπαίδευσης.

4 – ΣΗΜΕΡΙΝΕΣ (2004) ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ INKA

Η σημαντικότερη ίσως δραστηριότητα του INKA σήμερα εστιάζεται στην υλοποίηση του Ευρωπαϊκού Κέντρου Καταναλωτή στην Αθήνα, τη δημιουργία του οποίου του ανέθεσε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Η δημιουργία και λειτουργία του ΕΚΚ προσδίδει στο INKA ιδιαίτερο κύρος τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό καθώς από την Αθήνα θα συντονίζονται πλέον 15 αντίστοιχα κέντρα από 13 ευρωπαϊκές χώρες, καθιστώντας έτσι την Αθήνα το επίκεντρο ουσιαστικά της ενημέρωσης όλων των ευρωπαίων καταναλωτών.



Κέντρο Πληροφοριών: Ακαδημίας 7 - Αθήνα 10671 - τηλ: 210 36.32.443 - fax 210 36.33.976
Ανοιχτή Γραμμή: 1721 email: inka@inka.gr - <http://www.inka.gr>



Εγκαίνια Ευρωπαϊκού Κέντρου Καταναλωτή Αθήνας

Το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή της Αθήνας άνοιξε επίσημα τις πόρτες του στους Έλληνες και τους Ευρωπαίους καταναλωτές, την Τετάρτη 7 Μαΐου 2003, στις 6 απόγευμα, στο κτίριο του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθήνας (Ακαδημίας 7).

Τα εγκαίνια του ΕΚΚ Αθήνας πραγματοποίησε ο Επίτροπος της Ευρωπαϊκής Ένωσης για θέματα Υγείας και Προστασίας του Καταναλωτή κ. David Byrne και ο Υπουργός Ανάπτυξης κ. Άκης Τσοχατζόπουλος.

Το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή της Αθήνας είναι ο Ελληνικός εθνικός κόμβος του Δικτύου των 15 ανάλογων Κέντρων που λειτουργούν σε 13 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης με σκοπό την ενημέρωση των ευρωπαίων καταναλωτών σχετικά με τα δικαιώματά τους στην ΕΕ καθώς και τη δυνατότητα επίλυσης τυχόν προβλημάτων που αντιμετωπίζουν κατά τις συναλλαγές τους στην Ενιαία Ευρωπαϊκή Αγορά.

Ένας νέος θεσμός

Το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή της Αθήνας αποτελεί μια νέα υπηρεσία, την ευθύνη υλοποίησης της οποίας έχει αναλάβει το ΙΝΚΑ.

Η δραστηριότητα αυτή υποστηρίζεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και την Ελληνική Πολιτεία. Οι εθνικοί φορείς που υποστηρίζουν τη λειτουργία του Ευρωπαϊκού Κέντρου Καταναλωτή της Αθήνας είναι το Υπουργείο Ανάπτυξης, το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών και η Τράπεζα της Ελλάδος.



Στο χάρτη παρουσιάζονται οι 15 αντίστοιχοι του ΙΝΚΑ ευρωπαϊκοί θεσμοί που λειτουργούν σε 13 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και συμμετέχουν στο Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή της Αθήνας.



Τί Είναι το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή Αθήνας

Το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή της Αθήνας είναι ο Ελληνικός εθνικός κόμβος ενός Δικτύου αντιστοιχων κέντρων που λειτουργεί στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Ιδρύθηκε το 2003, με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της Ελληνικής Πολιτείας και λειτουργεί ως φορέας που έχει στοχο την υποστήριξη των Ευρωπαίων καταναλωτών που πραγματοποιούν αγορές στην Ενιαία Ευρωπαϊκή Αγορά.

Το Δίκτυο των ΕΚΚ και ο ρόλος του

Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι – μεταξύ των άλλων – μια μεγάλη Ενιαία Αγορά στην οποία τα προϊόντα, οι υπηρεσίες, τα κεφάλαια και οι άνθρωποι μπορούν κατά κανόνα να διακινούνται ελεύθερα.

Οι επιχειρήσεις που λειτουργούν στην Ενιαία Αγορά ανταγωνίζονται η μια την άλλη, ως προς τις τιμές και την ποιότητα των προϊόντων τους. Οι καταναλωτές μπορούν να επωφεληθούν από αυτόν τον ανταγωνισμό αγοράζοντας προϊόντα και υπηρεσίες από οποιαδήποτε χώρα-μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η αύξηση των μετακινήσεων από χώρα σε χώρα στην ΕΕ, το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce), οι ταχυδρομικές παραγγελίες και άλλα μέσα, δίνουν στους καταναλωτές τη δυνατότητα να επωφεληθούν από τις ευκαιρίες που παρέχει η Ενιαία Αγορά. Επιπλέον, η εισαγωγή του Ευρώ έχει καταστήσει ευκολότερη τη σύγκριση των τιμών.

Η αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων που παρέχει η Ενιαία Αγορά, δηλαδή η πραγματοποίηση αγορών από μια άλλη χώρα της ΕΕ, προϋποθέτει συχνά αρκετή τόλμη από μέρους του καταναλωτή, δυνατότητα επικοινωνίας στη γλώσσα του προμηθευτή αλλά και περισσότερη πληροφόρηση και μελέτη της αγοράς από όση χρειάζεται όταν

πραγματοποιεί τις αγορές του στη χώρα του. Αρκετές φορές υπάρχει αβεβαιότητα για τα νομικά θέματα, για τα προβλήματα που πιθανά θα προκύψουν και για τον τρόπο αντιμετώπισής τους.

Το Δίκτυο των Ευρωπαϊκών Κέντρων Καταναλωτή ιδρύθηκε για να παρέχει συμβουλές και υποστήριξη στους καταναλωτές στα θέματα αυτά.

Τα Ευρωπαϊκά Κέντρα Καταναλωτή ενημερώνουν και συμβουλεύουν τους καταναλωτές που έχουν την πρόθεση να πραγματοποιήσουν αγορές σε κάποια άλλη χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Επίσης, βοηθούν τους καταναλωτές να λύσουν τα προβλήματα που πιθανώς προκύψουν μετά τις αγορές τους. Το Δίκτυο ουσιαστικά συμβάλλει ώστε οι Ευρωπαίοι καταναλωτές να επωφελούνται από τα πλεονεκτήματα της Ενιαίας Αγοράς περιορίζοντας στο ελάχιστο τους κινδύνους.

Πληροφόρηση – Συμβουλές – Υποστήριξη – Εκπαίδευση

Το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή της Αθήνας ειδικεύεται στην παροχή πληροφόρησης και συμβουλών προς τους καταναλωτές σχετικά με τις αγορές τους στην Ευρωπαϊκή Ένωση, καθώς και θέματα σχετικά με την ευρωπαϊκή νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή. Σε περίπτωση ανάγκης θα υποστηρίξει τους καταναλωτές στην επίλυση των διασυνοριακών καταναλωτικών διαφορών που τυχόν αντιμετωπίσουν.

Οι υπηρεσίες μας παρέχονται σε όλους τους Έλληνες καταναλωτές, αλλά και σε στελέχη του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα που έχουν σαν αντικείμενο εργασίας τους την υποστήριξη των καταναλωτών σε όλη τη χώρα. Οι υπηρεσίες μας παρέχονται επίσης στους πολίτες άλλων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σε θέματα που αφορούν τη νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή στην Ελλάδα.

Το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή της Αθήνας αποτελεί τμήμα ενός Δικτύου στο οποίο συμμετέχουν 15 Κέντρα σε 13 χώρες της ΕΕ. Συνεργαζόμαστε στενά με τα άλλα Κέντρα του Δικτύου στις άλλες χώρες, ιδιαίτερα στις περιπτώσεις που απαιτείται η επίλυση μιας καταναλωτικής διαφοράς. Οι Έλληνες καταναλωτές μπορούν να έχουν πρόσβαση στις

υπηρεσίες πληροφόρησης, παροχής συμβουλών και υποστήριξης όλου του Δικτύου, απευθυνόμενοι σε μας.

Επίσης, οργανώνουμε ή συμμετέχουμε σε ενημερωτικές και εκπαιδευτικές εκδηλώσεις σε όλη τη χώρα, με σκοπό να συμβάλουμε ώστε οι καταναλωτές να γνωρίσουν καλύτερα τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις τους.

Το Δίκτυο των Ευρωπαϊκών Κέντρων Καταναλωτή

Αθήνα (Ελλάδα) www.ecca.gr	Γκρονάου (Γερμανία) www.verbaucher.euregio.de	Λιλ (Γαλία) www.euro-conso.org
Βαρκελώνη (Ισπανία) www.icconsum.org	Γουλβερχάμπτον (Βρετανία) www.citizensadvice.org.uk	Λισσαβώνα (Πορτογαλία) www.cosnumidor.pt/cec
Βιέννη (Αυστρία) www.europakonsument.at	Δουβλίνο (Ιρλανδία) www.eccdublin.ie	Ρώμη (Ιταλία) www.centroeuropeoconsumatori.it
Βιτόρια (Ισπανία) www.euskadi.net/consumoinfo	Ελσίνκι (Φινλανδία) www.hel.fi/eu-kulttajaneuvonta	Στοκχόλμη (Σουηδία) www.konsumenteuropa.se
Βρυξέλλες (Βέλγιο) www.evz.be	Κίελο (Γερμανία) www.evz.de	Χόβαλτ (Λουξεμβούργο) www.euroquichet.lu

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΠΡΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΩΝ ΣΗΜΕΡΙΝΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΤΟΥ ΙΝΚΑ

Ένας θεσμός, ο οποίος εστιάζει στον καταναλωτή και στις ανάγκες του, δε θα μπορούσε παρά να παρέχει και τις ανάλογες συμβουλές προς τους καταναλωτές αυτούς, προκειμένου να μπορούν να προασπίζονται μόνοι τους τα δικαιώματα που προαναφέραμε σε προηγούμενο κεφάλαιο. Καθώς οι συμβουλές που μπορεί να παράσχει κανείς προς τον καταναλωτή είναι τόσες όσα και τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που διατίθενται στην αγορά, θεωρήσαμε ότι θα ήταν υπερβολικό να τις παρουσιάσουμε όλες στην εργασία αυτή. Έτσι, λοιπόν, κατόπιν έρευνας και διεξοδικής μελέτης, θα παρουσιάσουμε μια επιτομή των συμβουλών

που παρέχει το INKA από όλες εκείνες τις οποίες συναρμόσαμε προσεκτικά και διατίθενται προς όλους τους ενδιαφερόμενους καταναλωτές απευθείας από το INKA, μέσα στα πλαίσια των σημερινών δραστηριοτήτων.

ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΥΧΟΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ ΣΤΙΣ ΑΓΟΡΕΣ

Παρά τις αντίθετες απόψεις και εμπειρίες, το INKA διαβεβαιώνει ότι είναι δυνατόν να ψωνίσει κανείς χωρίς περιττά έξοδα, αρκεί να επικρατεί σύνεση και υπευθυνότητα. Όταν πηγαίνετε στο σούπερ μάρκετ, για παράδειγμα, φροντίστε να έχετε ετοιμάσει από πριν έναν κατάλογο με τα είδη που χρειάζεστε, αποφεύγοντας έτσι αυτά που δε σας είναι απαραίτητα, ακόμη και αν υπάρχει κάποια προσφορά που φαίνεται δελεαστική. Οι προσφορές αποτελούν ευκαιρία μόνον όταν αφορούν σε κάποιο προϊόν το οποίο μας είναι απαραίτητο. Καθορίστε ένα συγκεκριμένο ποσό στις αγορές σας, για να μην σας "παρασύρουν" οι επιθυμίες της στιγμής, αλλά ούτε και τα ευάλωτα στις διαφημίσεις παιδιά σας. Τέλος, δεν είναι ντροπή να αγοράσει κανείς μόνο αυτά που θέλει, όσο λίγα κι αν είναι, ή να μην αγοράσει τίποτα αν δε βρει αυτό που θέλει και στις τιμές που θέλει.

Καλό θα ήταν να γνωρίσετε την πολιτική επιστροφών των καταστημάτων. Συνήθως, όλα τα καταστήματα δέχονται την αλλαγή αγορασθέντων ειδών ακόμα και την επιστροφή των χρημάτων, εάν προσκομίσετε την απόδειξη αγοράς. Το χρονικό περιθώριο επιστροφής των αγαθών είναι κάτι που καθορίζεται από τις επιχειρήσεις, δε μπορεί όμως να είναι μικρότερο των 7 ημερών από την ημερομηνία αγοράς. Προτιμήστε τις τραπεζικές πιστωτικές κάρτες και όχι εκείνες που εκδίδουν κάποια καταστήματα, γιατί συνήθως έχουν υψηλότερο επιτόκιο. Προτιμήστε επίσης την ανταλλαγή του προς επιστροφή προϊόντος με κάποιο άλλο. Καλό θα ήταν, σε περίπτωση που υπάρχουν, να αγοράζατε ρούχα ή άλλα ακριβά αντικείμενα από τα πρατήρια των εταιρειών (τα γνωστά και με τον αγγλικό όρο "outlets").

Για αγορές μέσω ταχυδρομείου ή του διαδικτύου (Internet), καλό θα ήταν να κάνετε μια δοκιμαστική αγορά, προς έλεγχο ποιότητας.

ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΕΧΕΤΕ ΚΑΙ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ!

Όταν αγοράζετε κάτι από ένα κατάστημα, κάνετε αυτόματα ένα "συμβόλαιο" αγοραπωλησίας. Αυτό το "συμβόλαιο" επικυρώνεται όταν τα πράγματα φτάνουν στο ταμείο και ο αρμόδιος σας κάνει το λογαριασμό. Αυτό το "συμβόλαιο" αγοραπωλησίας σημαίνει ότι τα πράγματα που πληρώσατε, πρέπει:

- να συμφωνούν με την περιγραφή
- να είναι εμπορεύσιμης ποιότητας
- να ανταποκρίνεται στη χρήση για την οποία προορίζεται

ΠΡΟΪΟΝΤΑ 'ΜΑΪΜΟΥΔΕΣ'

Ένα συχνό φαινόμενο στο οποίο αναφέρονται πολλές καταγγελίες που φτάνουν στο INKA είναι τα προϊόντα-απομιμήσεις, τα επιλεγόμενα «μαϊμούδες». Οι καταναλωτές θα πρέπει να επιλέγουν με προσοχή τα καταστήματα και να προτιμούν εξουσιοδοτημένα καταστήματα για τις αγορές επωνύμων ειδών. Ως καταναλωτές δε θα πρέπει να αγοράζετε ποτέ από πλανόδιους, δόλο ναυτικούς ή πιλότους, καθώς είναι σχεδόν βέβαιο ότι το προϊόν θα είναι απομίμηση. Προσέξτε τη χώρα προέλευσης του προϊόντος και έχετε πάντα στο μυαλό σας ότι η χαμηλή τιμή μπορεί να μην είναι ευκαιρία. Παρατηρήστε προσεκτικά την ποιότητα του σήματος της φίρμας που αγοράζετε. Αναζητήστε τα καλά υλικά συσκευασίας (σακούλα, ετικέτες, καρφίτσες). Συχνά η φίρμα των προϊόντων στις απομιμήσεις έχει διαφορές, που μπορεί κάποιος να διαπιστώσει, εάν τα παρατηρήσει προσεκτικά. Στα αθλητικά είδη, αναζητείστε εξουσιοδοτημένα καταστήματα και το σήμα ® που σημαίνει original, δηλαδή γνήσιο.

Δεν καταναλώνουμε μόνο για προσωπική χρήση. Ως κοινωνικά όντα, πολλές από τις αγορές μας προορίζονται για χρήση από κάποιους άλλους, καθώς τα δώρα αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της ζωής μας. Παρόλα

αυτά, θα πρέπει να έχετε υπόψη ότι τα συμβατικά δικαιώματα που ισχύουν για την περίπτωση μιας αγοραπωλησίας, ισχύουν μόνο όταν έχετε κάνει την αγορά εσείς προσωπικά. Γι' αυτό, αν αγοράζετε κάτι για τον εαυτό σας, δεν προκύπτουν προβλήματα, ενώ αν αγοράζετε κάτι για να το χαρίσετε αλλού, ακόμα και σ' ένα μέλος της οικογένειάς σας, το άτομο αυτό δεν έχει καμία νομική προστασία σε περίπτωση που προκύψει κάποια αναπάντεχη εξέλιξη, αλλά ούτε εσείς μπορείτε να διεκδικήσετε κάτι, εφόσον δωρίσατε το αγαθό σε άλλον.

Αυτό είναι βέβαια λάθος: οι νόμοι όπως είναι σήμερα διατυπωμένοι είναι παράλογοι και το INKA καταβάλλει προσπάθειες προκειμένου να υπάρξει κάποια αλλαγή, ώστε τα δικαιώματα ενός αγοραστή να μεταβιβάζονται αυτόματα σε μέλη της οικογένειας και σε αποδέκτες δώρων. Υπάρχει προς το παρόν μια πιθανή οδός αποφυγής του παραπάνω παραλογισμού. Κατά πόσο όμως στέκεται νομικά ή όχι, παραμένει ανοιχτό για συζήτηση. Θα πρέπει λοιπόν στην κάρτα που θα συνοδεύει το δώρο να αναγράφεται κάτι παρόμοιο με την παρακάτω δήλωση: *"Στον ή στην... με όλη μου την αγάπη και όλα τα δικαιώματά μου!"* Με αυτόν τον τρόπο μεταβιβάζετε γραπτώς στον αποδέκτη όλα τα δικαιώματά σας που απορρέουν από το συμβόλαιο αγοραπωλησίας, άρα και το δικαίωμα σε αυτόν να διεκδικήσει αποζημίωση αν το προϊόν που αγοράστηκε αποδειχτεί ελαττωματικό. Αυτός όμως είναι έμμεσος τρόπος ρύθμισης μιας κατάστασης, που θα έπρεπε να γίνεται αυτόματα. Από την πλευρά μας, ως νόμιμος εκπρόσωπος των καταναλωτών, ζητάμε την τροποποίηση των νομικών προϋποθέσεων για την εξασφάλιση των αποδεκτών δώρων.

ΕΓΓΥΗΣΕΙΣ ΔΙΑΡΚΩΝ ΑΓΑΘΩΝ

Διαρκή αγαθά ονομάζονται τα προϊόντα τα οποία δεν είναι αναλώσιμα αλλά προορίζονται για μακροχρόνια χρήση π.χ. οχήματα, μηχανήματα, μηχανές, συσκευές οικιακές και άλλες. Ο καταναλωτής θα πρέπει να γνωρίζει ότι σε κάθε πώληση διαρκούς αγαθού βάση νόμου θα πρέπει να χορηγείται υποχρεωτικά εγγύηση όπου να αναγράφονται τα στοιχεία του προμηθευτή, του δικαιούχου, οι όροι, η ημερομηνία έναρξης ισχύος και η διάρκεια της και να μην αναιρείται από ρήτρες εξαιρέσεων. Για την επισκευή μιας συσκευής εκτός εγγύησης, ο νόμος ορίζει ότι είναι

υποχρέωση του προμηθευτή να εξασφαλίσει στους καταναλωτές τη συνεχή παροχή τεχνικών υπηρεσιών για τη συντήρηση και επισκευή των καινούργιων διαρκών καταναλωτικών αγαθών, για χρονικό διάστημα ίσο με την πιθανή διάρκεια της ζωής τους. Επίσης οφείλει να εξασφαλίσει στους καταναλωτές την ευχέρεια προμήθειας των ανταλλακτικών και άλλων τυχόν προϊόντων που απαιτούνται για τη χρήση για την οποία προορίζονται για όλη την πιθανή διάρκεια της ζωής τους.

Αν τα προϊόντα που αγοράσατε, ανεξαρτήτως αν είναι κοινά ή διαρκή, είναι ελαττωματικά μπορείτε να τα απορρίψετε, επιστρέφοντας τα στο κατάστημα και ζητώντας την επιστροφή των χρημάτων σας. Αν για οποιαδήποτε αιτία δε μπορείτε να επιστρέψετε αμέσως τα αγαθά στο κατάστημα, τηλεφωνήστε και ειδοποιείτε ότι απορρίπτετε το αγορασθέν εμπόρευμα. Εφόσον όμως έχετε αποδεχθεί τα αγαθά, δηλαδή τα κρατήσατε για ορισμένο χρόνο ή προσπαθήσατε να τα επισκευάσετε μόνοι σας, έχετε χάσει κάθε δικαίωμα απόρριψης. Μπορείτε όμως να διεκδικήσετε έξοδα για οποιαδήποτε επισκευή κριθεί απαραίτητη, ή αν δεν είναι επισκευάσιμα, μπορείτε να διεκδικήσετε τη διαφορά της αξίας των αγαθών μεταξύ της κατάστασης που θα έπρεπε να είναι και της κατάστασης στην οποία βρίσκονται.

ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΑΠΟΣΤΑΣΗ

Όταν αγοράζετε εξ αποστάσεως διατρέχετε πολλούς κινδύνους. Στις πωλήσεις από απόσταση, οι καταναλωτές θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί, διότι το προϊόν που θα αγοράσουν ενδέχεται να αποδειχθεί ακατάλληλο για τη χρήση που το θέλουν ή ο προμηθευτής να μην ανταποκριθεί επαρκώς στις υποχρεώσεις του. Σε αυτήν την κατηγορία πωλήσεων συμπεριλαμβάνονται, εκτός από προσφορές προϊόντων και υπηρεσιών μέσω τηλεόρασης, ραδιοφώνου, τηλεφώνου, εντύπων που αποστέλλονται στους καταναλωτές κ.λ.π. και όλες οι πωλήσεις και προσφορές μέσω διαδικτύου. Το διαδίκτυο (Internet) αποτελεί τη νέα μορφή αγοράς, με αναπτυσσόμενα ποσοστά αγοραπωλησιών τα τελευταία χρόνια. Οι διαρκώς αυξανόμενες πωλήσεις έχουν αναδείξει τις εμπορικές συναλλαγές μέσω διαδικτύου σε έναν από τους πλέον αναπτυσσόμενους

εμπορικούς κλάδους, σε τέτοιο βαθμό ώστε από την απλή αποστολή καταλόγων μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) να έχουμε φτάσει σήμερα στην πλήρη ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce). Η εμπιστοσύνη των καταναλωτών προς αυτή τη μορφή αγοραπωλησιών έχει ανέρθει σε τέτοια επίπεδα ώστε ακόμη και εμπορικές συναλλαγές μεταξύ κρατών πραγματοποιούνται πλέον μέσω διαδικτύου, ενώ σε ορισμένα κράτη καταρτίζεται ήδη και η σχετική νομοθεσία. Καλό είναι στις συναλλαγές εξ αποστάσεως γενικότερα, οι καταναλωτές:

- Να μην συναλλάσσονται με προμηθευτές που δε δηλώνουν τα στοιχεία της ταυτότητας τους, καθώς και τον Αριθμό Μητρώου Προμηθευτή, ο οποίος αναφέρεται υποχρεωτικά από τους Προμηθευτές στις προς τους καταναλωτές προτάσεις πώλησης, ως απόδειξη ότι αυτοί είναι εγγεγραμμένοι στο σχετικό Μητρώο Προμηθευτών που τηρείται στο Υπουργείο Ανάπτυξης.
- Να μην πληρώνουν ποτέ προκαταβολές, πριν τουλάχιστον από την παραλαβή των ειδών που παρήγγειλαν.
- Να γνωρίζουν ότι έχουν δικαίωμα, μέσα σε δέκα (10) τουλάχιστον εργάσιμες ημέρες από την παραλαβή των ειδών, να υπαναχωρήσουν από τη σύμβαση που έχουν κάνει, με συστημένη επιστολή τους προς τον προμηθευτή, να επιστρέψουν τα είδη και να τους επιστραφούν τα χρήματα που ενδεχομένως έχουν πληρώσει.
- Στην περίπτωση υπαναχώρησής τους να κρατούν μια φωτοτυπία της επιστολής υπαναχώρησης, καθώς και την απόδειξη του ταχυδρομείου.
- Να είναι επιφυλακτικοί έναντι εντόνως δελεαστικών "προσφορών - δώρων", διότι είναι αρκετά πιθανό να πέσουν θύματα παραπλάνησης.
- Να επιδιώκουν να εξοφλούν την αξία των ειδών που παρήγγειλαν από απόσταση, μετά την πάροδο της προθεσμίας υπαναχώρησης τους, ούτως ώστε αν μετανιώσουν για τη σύμβαση που έκαναν, να μην κινδυνεύσουν να χάσουν τα χρήματα τους από κάποιον κακόπιστο προμηθευτή.

ΧΡΟΝΟΣ

Σε κανονικές συνθήκες, όταν δε συμφωνηθεί ακριβής χρόνος παράδοσης, ένα κατάστημα που αποδέχτηκε μια παραγγελία έχει υποχρέωση να την εκτελέσει μέσα σε "εύλογο" χρονικό διάστημα. Αν δεν το κάνει, μπορείτε να ζητήσετε αποζημίωση ή να ακυρώσετε την παραγγελία αφού πρώτα ενημερώσετε μέσω επιστολής.

ΚΟΣΤΟΣ

Ελέγξτε με κάθε λεπτομέρεια το έντυπο της παραγγελίας, ώστε να είσαστε βέβαιοι ότι δεν υπάρχει κανένας λόγος επιβάρυνσης του εμπορεύματος και προσαύξησης της τιμής του. Εφόσον στο έντυπο δεν αναφέρεται με σαφήνεια κανένας λόγος ενδεχόμενης επιβάρυνσης της τιμής, τότε η τιμή θεωρείται σταθερή και δεν έχετε υποχρέωση να δεχθείτε καμιά αύξηση της.

ΑΛΛΑΓΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ

Κανονικά δεν έχετε κανένα δικαίωμα να υπαναχωρήσετε από οποιαδήποτε παραγγελία, εφόσον το συμβόλαιο αγοραπωλησίας έχει γίνει. Μόνο αν μετανιώσετε προτού το κατάστημα αναγνωρίσει την παραγγελία σας, τότε είναι δυνατόν να ακυρώσετε την παραγγελία.

ΠΡΟΚΑΤΑΒΟΛΕΣ

Σε περίπτωση κατάθεσης προκαταβολής, μπορείτε βάσει νόμου να απαιτήσετε την επιστροφή της προκαταβολής αν το κατάστημα δεν ήταν σε θέση να παραδώσει το εμπόρευμα μέσα στο συμφωνηθέντα χρόνο παράδοσης ή αν το εμπόρευμα ήταν ελαττωματικό.

ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ ΠΟΥ ΧΑΘΗΚΑΝ Η ΥΠΕΣΤΗΣΑΝ ΖΗΜΙΕΣ

Αν οποιαδήποτε παραγγελία φτάσει στον καταναλωτή με ζημιές ή χαθεί στο ταχυδρομείο, συνήθως η εταιρεία που δέχθηκε την παραγγελία θα σας το αλλάξει δωρεάν. Είναι δική της ευθύνη να διευθετήσει το ζήτημα αποζημίωσης από τα ταχυδρομεία. Ο αποστολέας συνήθως έχει στα χέρια του την απόδειξη παράδοσης δέματος ή τη φορτωτική εμπορεύματος. Αν

τα εμπορεύματα που στέλνει είναι μεγάλης αξίας, πρέπει να τα στείλει συστημένα ή μπορεί επίσης να τα ασφαλίσει για τη μεταφορά τους.

(Όλα τα παραπάνω καλύπτονται από το εμπορικό δίκαιο. Για περισσότερες λεπτομέρειες μπορείτε να ανατρέξετε στο στην ιστοσελίδα του ΙΝΚΑ, όπου παρέχεται αναλυτικά η σχετική νομοθεσία).

ΑΓΟΡΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΝΕΑΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

Ένα ποσοστό των καταγγελιών που έφτασαν στις ενώσεις καταναλωτών κατά το 2001, αφορούσε σε ελαττωματικά προϊόντα. Από αυτές, το μεγαλύτερο ποσοστό αφορούσε σε προϊόντα νέας τεχνολογίας, όπως Η/Υ, κινητά τηλέφωνα, οθόνες κ.λ.π.

Το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίσουν οι καταναλωτές είναι ότι: αγοράζουν μία συσκευή, πηγαίνουν στο σπίτι ή στο γραφείο και προσπαθώντας να τη θέσουν σε λειτουργία ή σε μικρό διάστημα μετά τη χρήση τους (εντός της εγγύησης), διαπιστώνουν ότι έχει πρόβλημα. Απευθύνονται στο κατάστημα όπου την αγόρασαν, ζητούν αντικατάσταση, αλλά το αίτημα τους δε γίνεται δεκτό!!!

Τους παραπέμπουν στο σέρβις της εταιρείας. Το σέρβις ποτέ δεν προβαίνει σε άμεσο έλεγχο. Κρατάει τη συσκευή προς έλεγχο και έπειτα από διάστημα δύο εβδομάδων έως δύο μηνών (και έπειτα από επανειλημμένα τηλεφωνήματα του άτυχου καταναλωτή) τους επιστρέφει τη συσκευή, θεωρητικά επισκευασμένη! Συνήθως όμως το πρόβλημα ξαναπαρουσιάζεται και αρχίζει νέος κύκλος ταλαιπωρίας!

Οι καταναλωτές, προκειμένου να μειωθούν οι πιθανότητες τέτοιου είδους ταλαιπωρίας (γεγονός το οποίο δυστυχώς είναι πολύ συνηθισμένο), πρέπει:

- Να επιλέγουν καταστήματα κατά το δυνατόν αξιόπιστα.
- Να ζητούν διευκρινίσεις για οποιαδήποτε απορία έχουν.

- Να ζητούν το έντυπο με τις οδηγίες χρήσης.
- Να το διαβάζουν προσεκτικά πριν προβούν σε οποιαδήποτε ενέργεια.
- Όταν το προϊόν είναι ελαττωματικό, το κατάστημα είναι υποχρεωμένο να μεριμνήσει για την επιδιόρθωση του ελαττώματος ή την αντικατάσταση του προϊόντος.
- Να γνωρίζουν ότι την ευθύνη απέναντί τους για οτιδήποτε συμβεί την έχει το κατάστημα απ' όπου αγόρασαν τη συσκευή και όχι το σέρβις ή η αντιπροσωπεία

ΚΙΝΗΤΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑ

Αποφασίσατε λοιπόν να αποκτήσετε κινητό τηλέφωνο και γι' αυτό επισκεφθήκατε ένα από τα μεγάλα ή μικρότερα καταστήματα που παρέχουν αυτά τα προϊόντα. Διαλέξατε πακέτο σύνδεσης και συσκευή, παραχωρήσατε όλα τα προσωπικά στοιχεία που σας ζήτησαν και την επόμενη μέρα, μαζί με την έγκριση από τον παροχέα τηλεπικοινωνιών, υπογράψατε το συμβόλαιο και ... νομίζετε ότι τελειώσατε.

Στο παρελθόν, διάφοροι συνάνθρωποί μας αντιμετώπισαν προβλήματα κατά τη διάρκεια αυτής της μάλλον απλής διαδικασίας, αλλά και μετά την ολοκλήρωση της, τότε με τις υπηρεσίες και τότε με το σέρβις. Για να χαρείτε λοιπόν το ολοκαίνουργιο "παιχνιδάκι-εργαλείο" σας χωρίς προβλήματα, δώστε σημασία σε μερικές από τις παρακάτω λεπτομέρειες.

Κατά την αγορά

- Μην υπογράψετε συμβόλαιο αν δεν έχετε καταλάβει ποια είναι τα κριτήρια για τις αυξήσεις των τιμολογίων στο μέλλον και αν δεν έχετε κατανοήσει ποιο πακέτο υπηρεσιών αγοράζετε ακριβώς.
- Μην υπογράψετε συμβόλαιο με χρονικούς περιορισμούς. **Με απόφαση του Αρχείου Πάγου**, θεωρήθηκε καταχρηστική η ορισμένη διάρκεια συμβολαίων (π.χ. για ένα ή δύο έτη). Έχετε δικαίωμα να διακόψετε τη σύνδεση σας οποτεδήποτε θελήσετε, αρκεί να στείλετε

επιστολή (με ταχυδρομείο ή fax) στον παροχέα τηλεπικοινωνιών. Έκτοτε, οποιαδήποτε χρέωση παγίων τελών είναι παράνομη.

- Επιλέξτε το σωστό πακέτο υπηρεσιών. Οι εταιρείες κινητής τηλεφωνίας συνηθίζουν να καθορίσουν ένα ελάχιστο χρονικό διάστημα χρήσης του πακέτου που θα επιλέξετε, πριν δεχθούν να σας δώσουν ένα οικονομικότερο πακέτο. Επειδή δεν είναι ξεκάθαρο ακόμα αν αυτό είναι νόμιμο ή όχι, ενημερωθείτε από την αρχή σωστά, ώστε να μην αλλάξετε στη συνέχεια γνώμη γι' αυτό που αγοράζετε.

Μετά την αγορά

Κάποια από τα μοντέλα που κυκλοφορούν στην αγορά είναι προβληματικά. Αν έχετε την ατυχία να αγοράσετε κάποιο από αυτά τα ελαττωματικά προϊόντα, έχετε δύο επιλογές.

- Να επιστρέψετε τη συσκευή απαιτώντας την αντικατάσταση της.
- Να ζητήσετε την επισκευή της.

Οι εταιρείες συνήθως είναι αρνητικές στην αντικατάσταση συσκευών ή στην επιστροφή χρημάτων. Αν σας προταθεί η επισκευή της συσκευής, τότε προσέξτε τα εξής:

Παραδώστε τη συσκευή στον υπάλληλο από τον οποίο την παραλάβατε. Ζητήσετε την παραλαβή της επισκευασμένης πλέον συσκευής σε εύλογο χρονικό διάστημα, αφού εσείς θα χρεώνεστε τα πάγια τέλη, ενώ παράλληλα δε θα μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τις υπηρεσίες που αγοράσατε.

Γενικός κανόνας είναι ότι, αν δε βρείτε το δίκιο σας προφορικά, τότε θα πρέπει μέσα σε εύλογο χρονικό διάστημα να απευθυνθείτε στις εταιρείες γραπτώς με συστημένη επιστολή. Αν δε λάβετε απάντηση μέσα σε εύλογο χρονικό διάστημα, τότε απευθυνθείτε στις ενώσεις καταναλωτών ή σε δικηγόρο.

Καθώς η κινητή τηλεφωνία αποτελεί έναν από τους πλέον ραγδαία αναπτυσσόμενους κλάδους των νέων τεχνολογιών, το INKA της προσδίδει ιδιαίτερη σημασία στα πλαίσια των σημερινών δραστηριοτήτων

του, παρέχοντας προς άπαντες ενδιαφερόμενους καταναλωτές πληροφορίες που προέκυψαν για τον τομέα αυτό μέσα από τη δημοσιοποίηση μιας έρευνας ευρωπαϊκής εμβέλειας.

ΠΑΝΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΈΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΙΝΗΤΗ ΤΗΛΕΦΩΝΙΑ

Πηγή: Ευρωπαϊκή Οργάνωση Καταναλωτών - BEUC

Εισαγωγή

Από τον Οκτώβριο μέχρι το Δεκέμβριο του 2002 η Ευρωπαϊκή Οργάνωση Καταναλωτών - BEUC πραγματοποίησε μια έρευνα μεταξύ 36 μελών της για να εξακριβώσει τους τομείς στους οποίους οι Ευρωπαίοι καταναλωτές εκφράζουν τη δυσαρέσκεια τους ή/και προβλήματα με τα κινητά τους τηλέφωνα. Η έρευνα βασίστηκε σε ένα ερωτηματολόγιο που αποτελείται από 28 σημεία. Παρακάτω συνοψίζουμε τα συμπεράσματα της έρευνας.

1. Τιμές

Δεν υπάρχει καμία σαφής κατεύθυνση σχετικά με την εξέλιξη του γενικού επιπέδου τιμών των κλήσεων. Στη Βρετανία οι τιμές αυξήθηκαν από τον Αύγουστο του 2001 μέχρι το τέλος Φεβρουαρίου 2002 όταν, την ίδια περίοδο, οι τιμές στη Γαλλία, τη Γερμανία και τη Σουηδία κυμαίνονταν κατά μέσον όρο 7-11% χαμηλότερες. Η εισαγωγή του ευρώ δε φαίνεται να έχει επηρεάσει σημαντικά το κόστος των υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας.

Κατά τη διερεύνηση του συστήματος ελάχιστης χρέωσης που εφαρμόζουν οι ευρωπαϊκές εταιρείες κινητής τηλεφωνίας, δεν προέκυψε κάποια ενιαία πολιτική. Ενώ στη Δανία, την Ιρλανδία, την Ιταλία, την Ολλανδία και τη Βρετανία οι εταιρείες τείνουν να εφαρμόσουν χρεώσεις ανά δευτερόλεπτο από το πρώτο δευτερόλεπτο, στο Βέλγιο και την Ισπανία οι περισσότερες εταιρείες εξακολουθούν να χρεώνουν το πρώτο λεπτό της συνδιάλεξης ως ελάχιστη χρέωση. Στη Γαλλία, όπου λόγω των πιέσεων από τις οργανώσεις καταναλωτών, οι συνδέσεις με συμβόλαιο επανήλθαν στην ανά δευτερόλεπτο χρέωση το Σεπτέμβριο του 2002, στην καρτοκινητή τηλεφωνία εξακολουθούν να υφίστανται ελάχιστες χρεώσεις για το σύνολο του πρώτου λεπτού της συνδιάλεξης, με εξαίρεση μιας μόνο εταιρείας, της Bouygue.

Στις περιπτώσεις τιμολογίων με ελάχιστη χρέωση, η διαφορά μεταξύ του πραγματικού κόστους κατανάλωσης και του τελικού κόστους τιμολόγησης που χρεώνονται στους συνδρομητές μπορεί να είναι αρκετά υψηλή,

επειδή οι καταναλωτές πληρώνουν για χρήση υπηρεσιών που δεν καταναλώνουν. Η UFC, μια από τις γαλλικές καταναλωτικές οργανώσεις, μέλος της BEUC, υπολογίζει ότι περίπου το 40% του χρόνου που χρεώνεται στους καταναλωτές, αφορά στην πραγματικότητα σε υπηρεσίες που δεν παρέχονται.

Η σύγκριση τιμών μέσα στο ίδιο δίκτυο είναι δύσκολη. Γενικά, υπάρχουν σαφείς διακυμάνσεις μεταξύ των τιμών που χρεώνονται ανάλογα με την ημέρα (εργάσιμες μέρες ή Σαββατοκύριακα), το χρόνο της ημέρας (εντός και εκτός των ωρών αιχμής), τον τύπο δικτύου προορισμού της κλήσης (σταθερή γραμμή, ίδιο δίκτυο, διαφορετικό δίκτυο), την εμβέλεια της κλήσης (τοπική, εθνική, διεθνής), τον τύπος υπηρεσίας (SMS, WAP, GPRS, MMS, κλπ.) και τη συνδρομή.

Η κατάσταση γίνεται ακόμη πιο περίπλοκη κατά τη σύγκριση των διάφορων όρων και διατάξεων που επιβάλλονται από τις διάφορες εταιρείες, καθώς κάθε δίκτυο έχει τις δικές του συνδρομές, πακέτα, τιμολόγια και τιμολογιακές πολιτικές. Μόνο στη Γερμανία υπάρχουν 137 διαφορετικοί τύποι συμβάσεων μεταξύ του φορέα παροχής υπηρεσιών και του καταναλωτή με πάνω από 2.700 διαφορετικά τιμολόγια!

Ο μεγάλος αριθμός των 'προσφορών' που διατίθενται είναι ένα πρόσθετο εμπόδιο που καθιστά δύσκολη τη σύγκριση των τιμών.

Το 2002, η Ολλανδική οργάνωση καταναλωτών, Consumentenbond, δημοσίευσε μια μελέτη επισημαίνοντας ότι οι καταναλωτές θα μπορούσαν να εξοικονομήσουν αρκετά χρήματα με τη μεταπήδηση σε κάποιο διαφορετικό προμηθευτή, αλλά είναι ουσιαστικά αδύνατο για τους καταναλωτές να προβούν σε επιλογή κατόπιν σωστής και σφαιρικής πληροφόρησης. Το 'SIM locking' (δηλαδή όταν ένα κινητό τηλέφωνο δεσμεύεται να λειτουργεί μόνο με τις κάρτες μιας εταιρείας) χρησιμοποιείται επίσης για να περιορίσει τη δυνατότητα των καταναλωτών να αλλάξουν δίκτυο.

Οι πληροφορίες που παρέχονται στους καταναλωτές για την τιμή των μεμονωμένων κλήσεων είναι ιδιαίτερα δυσνόητες. Η λήψη πληροφοριών κόστους πριν από την πραγματοποίηση μιας κλήσης θα ήταν ένας αποτελεσματικός τρόπος βελτίωσης της διαφάνειας, αλλά συνήθως οι πληροφορίες είναι διαθέσιμες μόνο αφού έχει γίνει η κλήση.

Κατά κανόνα οι δαπάνες περιήγησης (roaming) είναι πολύ ακριβές και μερικές φορές όμοιες μεταξύ των διαφορετικών εταιρειών κινητής τηλεφωνίας στο ίδιο κράτος μέλος. Οι τιμολογιακές πολιτικές για την περιήγηση είναι συχνά πάρα πολύ σύνθετες και δυσνόητες. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ερευνά την περίοδο αυτή το ζήτημα τιμολόγησης της περιήγησης, δεδομένου ότι υπάρχουν υποψίες σχετικά με τις συμφωνίες των σχετικών τιμολογήσεων μεταξύ μερικών εταιρειών.

Ένα θέμα που κοστίζει ιδιαίτερα στους καταναλωτές, είναι το φαινόμενο της μη οικειοθελούς περιήγησης όταν κάποιος ταξιδεύει κοντά στα σύνορα. Το GSM μπορεί να συνδεθεί με το ξένο δίκτυο και ο καταναλωτής να χρεωθεί κλήσεις περιήγησης!

Ευτυχώς οι περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες έχουν εισαγάγει τώρα υπηρεσίες που προορίζονται να προωθήσουν περισσότερο τον ανταγωνισμό. Η χρήση του ίδιου αριθμού είναι ήδη διαθέσιμη στο Βέλγιο, τη Δανία, την Ιταλία, την Πορτογαλία, την Ολανδία, τη Σουηδία, την Ισπανία, και τη Βρετανία, ενώ η Ιρλανδία και η Αυστρία θα ακολουθήσουν σύντομα. Εντούτοις, παραμένουν ακόμη αρκετές δυσκολίες: υψηλό κόστος ενεργοποίησης της υπηρεσίας, απώλεια αξιοποιήσιμης πίστωσης την οποία οι καταναλωτές είχαν στο φορέα παροχής υπηρεσιών από τον οποίο αποχώρησαν και ακόμη η μη αποκατάσταση του 'κλειδώματος' της κάρτας SIM μέσα στο συμφωνηθέντα χρόνο.

2. Ποιότητα

Πολύ λίγες χώρες έχουν καθιερώσει πρότυπα ποιότητας με συγκεκριμένες νομοθετικές διατάξεις. Τα πρότυπα που αφορούν στη γεωγραφική κάλυψη, στην ποιότητα λήψης και στα ποσοστά ολοκλήρωσης κλήσης πρέπει να είναι δημόσια διαθέσιμα. Οι χρήστες κινητής τηλεφωνίας που διαπιστώνουν την περιστασιακή απώλεια λήψης (σε περιοχές που προσδιορίζονται στους χάρτες των εταιρειών ότι καλύπτονται πλήρως) είναι μια συνήθης κατάσταση και στη Βρετανία και στην Ισπανία. Στο Βέλγιο, αν και η γεωγραφική κάλυψη είναι αρκετά ικανοποιητική, η καταναλωτική οργάνωση Test achats έχει διαπιστώσει ότι σε ορισμένες περιοχές, η ποιότητα της επικοινωνίας ήταν προβληματική στο ένα τρίτο των κλήσεων. Προς το παρόν, πολύ περιορισμένα μέτρα έχουν ληφθεί

στις ευρωπαϊκές χώρες εναντίον των εταιρειών που δεν καλύπτουν τα υποχρεωτικά κριτήρια ποιότητας.

3. Καταχρηστικοί όροι συμβάσεων

Στη Δανία, τη Γαλλία και τη Σουηδία εταιρείες κινητής τηλεφωνίας εμπλέκονται ακόμη σε δικαστικές διαμάχες για τους καταχρηστικούς όρους των συμβάσεων. Στο Βέλγιο και τη Φινλανδία οι οργανώσεις καταναλωτών έχουν ήδη κινητοποιηθεί εναντίον εταιρειών που αλλάζουν παράνομα τους συμβατικούς όρους και τις διατάξεις των συμβολαίων. Στις περισσότερες χώρες, οι εθνικές ρυθμιστικές αρχές δεν έχουν την αρμοδιότητα να επιβάλουν πρόστιμα ή ποινικές ρήτρες στις εταιρείες που χρησιμοποιούν τους καταχρηστικούς όρους συμβάσεων. Η σύγκριση των όρων και των διατάξεων που απαντώνται στους διαφορετικούς τύπους συμβάσεων αποδεικνύεται μια 'ρομαντική' προσπάθεια, ειδικά όταν διαπιστώνεται ότι ούτε οι λιανοπωλητές ή τα ίδια τα καταστήματα που πωλούν αυτές τις υπηρεσίες φαίνεται να τους αντιλαμβάνονται! Συχνά παρέχονται εσφαλμένες συμβουλές σχετικά με τους όρους των συμβάσεων και, κατά κανόνα, οι καταναλωτές δεν πρέπει να περιμένουν ότι θα τους προταθεί μια προσφορά κατάλληλη για τις ιδιαίτερες συνήθειες ή ανάγκες τους.

4. Αθέμιτες ή παραπλανητικές πρακτικές πώλησης

Πολύ συχνά οι εταιρείες προωθούν εκστρατείες παραπλανητικής διαφήμισης. Συνήθως ένα εξάρτημα hands-free πωλείται έναντι συμβολικής τιμής, σε αντάλλαγμα ενός ακριβού συμβολαίου. Τέτοιες πρακτικές είναι κοινές στην Αυστρία, την Τσεχία, την Ολλανδία, την Ισπανία, την Ελβετία και τη Βρετανία.

5. Αντιμετώπιση καταγγελιών και αποζημιώσεις

Η κατάσταση σχετικά με την αποτελεσματικότητα και την αποδοτικότητα των διαδικασιών επίλυσης των καταναλωτικών διαφορών είναι περίπλοκη. Ο τρόπος με τον οποίο οι εταιρείες αντιμετωπίζουν τα παράπονα των καταναλωτών φαίνεται να είναι αρκετά ικανοποιητικός στην Ισπανία και την Πορτογαλία, αλλά όχι στη Γερμανία και την Ολλανδία, όπου οι σχετικές διαδικασίες δέχονται έντονες επικρίσεις. Στη

Δανία η αντιμετώπιση των παραπόνων ποικίλει από εταιρεία σε εταιρεία. Ωστόσο, στο σύνολο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, φαίνεται ότι οι διαδικασίες αποζημίωσης είναι ιδιαίτερα χρονοβόρες.

6. Υγεία και ασφάλεια

Οι ανησυχίες για τις πιθανές επιπτώσεις της ηλεκτρομαγνητικής ακτινοβολίας στην ανθρώπινη υγεία έχουν αυξηθεί. Οι ευρωπαϊκές εταιρείες κινητής τηλεφωνίας σπανίως ενημερώνουν τους καταναλωτές για τους πιθανούς κινδύνους στην υγεία τους από την ηλεκτρομαγνητική ακτινοβολία. Στην Ελβετία, οι τιμές του συγκεκριμένου ποσοστού απορρόφησης (SAR) πρέπει ήδη να αναγράφονται στα νέα τηλέφωνα GSM, αλλά στις περισσότερες περιπτώσεις αυτό δεν αναφέρεται στη συσκευασία και η πρόσβαση σε τέτοιες πληροφορίες στις ιστοσελίδες των κατασκευαστών είναι συχνά πολύ δύσκολη.

Η ασφάλεια των ιστών (κεραιών) κινητής τηλεφωνίας είναι επίσης μία από τις αιτίες ανησυχίας. Στην πραγματικότητα, αυτοί οι ιστοί έχουν πολλαπλασιαστεί ταχύτατα και, προκειμένου να εξασφαλίσει την ίδια κάλυψη με τα GSM, η τρίτη γενιά κινητών τηλεφώνων θα χρειαστεί τέσσερις έως δεκαέξι φορές περισσότερες κεραιές. Πέραν της περιβαλλοντικής ζημίας, οι επιπτώσεις στην υγεία δεν έχουν ακόμα αξιολογηθεί. Ένα Βελγικό δικαστήριο ακύρωσε πρόσφατα την ενέργεια εταιρείας κινητής τηλεφωνίας να εγκαταστήσει κεραιά στη στέγη μιας πολυκατοικίας, αναφέροντας επίσης ότι: *‘η απόφαση αυτή θα αναθεωρηθεί μόνον όταν κάποιο μέλος του διοικητικού συμβουλίου μιας επιχείρησης κινητής τηλεφωνίας αποδεχτεί την πρόσκληση να ζήσει μαζί με τα παιδιά του σε παρόμοιες συνθήκες. Δηλαδή, να ζήσει μόνιμα σε απόσταση μικρότερη από 10 μέτρα από μία κεραιά.’*

Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Η παραπλανητική διαφήμιση

Το INKA έχει διαμαρτυρηθεί προς κάθε αρμόδια αρχή για το όργιο παραπλανητικών και ασαφών διαφημίσεων κατά την περίοδο "εκπτώσεων".

- Δε μπορεί ένα κατάστημα να γράφει π.χ. σε μια πινακίδα μια τιμή €50, να την έχει διαγράψει και από κάτω να παρουσιάζει "νέα τιμή" €30. Πρέπει στην πραγματικότητα αυτό το είδος να ήταν για τουλάχιστον ένα μήνα στη βιτρίνα με ενδεικτική τιμή €50 ή να έχει γίνει τουλάχιστον έστω και μια πώληση από αυτό το είδος στη τιμή των €50 - και η πώληση αυτή να αποδεικνύεται από τις επίσημες εγγραφές πωλήσεων του καταστήματος.
- Θεωρούμε παράνομη τη διατήρηση σε παραβολή με τη δήθεν "αξία" των εμπορευμάτων. Όταν, για παράδειγμα, η διαφημιστική πινακίδα λέει "αξίας €40 και πωλήσεως €50" είναι φανερό ότι κάτι δεν πάει καλά.
- Θεωρούμε παράνομο τον ασαφή υπαινιγμό παραβολής των τιμών με άλλες πηγές πώλησης. Για παράδειγμα δε μπορεί μια πινακίδα να λέει "σε άλλα καταστήματα €30 εδώ μόνο €25". Νόμιμο θα ήταν να αναφέρονται λεπτομερώς οι άλλες πηγές πώλησης καθώς και ο λόγος για τον οποίο στο συγκεκριμένο κατάστημα πωλείται μόνο προς €25.

ΑΓΟΡΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Τραπεζικές υπηρεσίες

Πριν επιλέξετε οποιοδήποτε τραπεζικό προϊόν ή υπηρεσία, αναζητήστε ενημερωτικά φυλλάδια από διάφορες τράπεζες.

Οι τράπεζες είναι υποχρεωμένες να διαθέτουν στους χώρους συναλλαγών ενημερωτικά φυλλάδια.

Τραπεζικά προϊόντα

Πριν συνάψετε οποιαδήποτε σύμβαση (δανείου, πιστωτικής κάρτας ή λοιπόν συναλλαγών) ζητήστε να μάθετε το ύψος της Συνολικής Ετήσιας Πραγματικής Επιβάρυνσης (Σ.Ε.Π.Ε.), η οποία περιλαμβάνει όχι μόνο το ονομαστικό επιτόκιο, αλλά και τις υπόλοιπες επιβαρύνσεις. Ζητήστε το κείμενο σύμβασης, ώστε να το μελετήσετε πριν το υπογράψετε. Επίσης ζητήστε αντίγραφο της σύμβασης μετά την υπογραφή της. Προσοχή στα ψιλά γράμματα! Εάν θέλετε να διατυπώσετε παράπονο ή να προβείτε σε καταγγελία, απευθυνθείτε στην ειδική υπηρεσία της τράπεζας ή

συμπληρώστε το ειδικό έντυπο παραπόνων ή καλέστε το τετραψήφιο 1721 και τον Τραπεζικό Μεσολαβητή.

Τι πρέπει να προσέξετε με τα Τραπεζικά Προϊόντα Λιανικής

Τα τραπεζικά προϊόντα λιανικής, δηλαδή οι πιστωτικές κάρτες, τα δάνεια, τα εορτοδάνεια, τα σπουδαστικά κ.ά., είναι μόδα της τελευταίας δεκαετίας. Η δυνατότητα να δανείζομαστε μικρά ποσά για να καλύπτουμε έκτακτα έξοδα ή για να αποφεύγουμε τα μετρητά δεν είναι καθόλου κακή. Αρκεί να μη μας κοστίσει υπερβολικά. Υπάρχουν περιπτώσεις ατόμων που έχασαν τις περιουσίες τους από τα «πανωτόκια».

Χρειάζεται λοιπόν μεγάλη προσοχή όταν καταφεύγουμε σε τραπεζικό δανεισμό. Οι τράπεζες είναι εξίσου άξιες εμπιστοσύνης όπως οποιαδήποτε άλλη επιχείρηση παροχής υπηρεσιών. Στόχος τους είναι το κέρδος και, όπως αποδείχθηκε σε κάποιες περιπτώσεις, όχι πάντα με τον καλύτερο τρόπο!

- Πριν επιλέξετε οποιοδήποτε τραπεζικό προϊόν, βεβαιωθείτε ότι έχετε ελέγξει όλα τα συναφή προϊόντα. Δεν είναι όλα ίδια.
- Μην ξεχνάτε να ενημερώνεστε για την Ετήσια Συνολική Πραγματική Επιβάρυνση.
- Ενημερωθείτε για το επιτόκιο υπερημερίας που επιβαρύνετε σε ημερήσια βάση από τη στιγμή που δεν εξοφληθεί μια δόση

Τραπεζικά δάνεια

- Πάρτε αντίγραφο της σύμβασης πριν υπογράψετε. Μελετήστε τους όρους και ζητήστε διευκρινίσεις. Οι συμβάσεις ενδέχεται να εμπεριέχουν όρους καταχρηστικούς και υπέρμετρα δεσμευτικούς για τους καταναλωτές.
- Ζητήστε σαφή προσδιορισμό του τόκου, της πραγματικής επιβάρυνσης, του τόκου υπερημερίας και μάθετε τις συνέπειες που προβλέπονται σε περίπτωση μη εμπρόθεσμης καταβολής της δόσης ή των δόσεων του δανείου.

- Ζητήστε αναλυτική κατάσταση για τις χρεώσεις που προβλέπονται (έξοδα φακέλου, λειτουργικό, εισφορές για τρίτους, δικαστικά κ.λ.π.)
- Ζητήστε την έγγραφη δέσμευση της τράπεζας σε περίπτωση προεξόφλησης του δανείου για τις προβλεπόμενες δεσμεύσεις.
- Σε περίπτωση που αδυνατείτε να εξοφλήσετε μία ή περισσότερες δόσεις, απευθυνθείτε εγγράφως στην τράπεζα και ζητήστε αναστολή της οφειλής χωρίς επιπρόσθετες επιβαρύνσεις.

Πιστωτικές κάρτες

Είναι γεγονός ότι το πλαστικό χρήμα είναι μία από τις μεγαλύτερες ευκολίες στην υπηρεσία του σύγχρονου καταναλωτή, το οποίο όμως μπορεί πολύ εύκολα να οδηγήσει σε προβλήματα.

Τί αλλάζει με την απόφαση του Αρείου Πάγου

Μια απόφαση τον Αρείου Πάγου απαλλάσσει τους καταναλωτές από ένα μέρος των προβλημάτων που δημιουργεί η κάρτα. Η συγκεκριμένη απόφαση κρίνει καταχρηστικούς μία σειρά από γενικούς όρους συναλλαγών (τα λεγόμενα "ψιλά γράμματα") που χρησιμοποιούν οι τράπεζες στις συμβάσεις των πιστωτικών καρτών.

Σύμφωνα με την απόφαση 1219/2001 του Αρείου Πάγου, η κατάσταση στον τομέα των πιστωτικών καρτών διαμορφώνεται ως εξής:

- **Το εξωτραπεζικό επιτόκιο**, το ανώτατο δηλαδή επιτόκιο με το οποίο μπορεί κάποιος να δανείσει χρήματα, δεσμεύει πλέον και τις τράπεζες. Το όριο αυτό σήμερα είναι 10,5 %. Τα επιτόκια των πιστωτικών καρτών δεν πρέπει να ξεπερνούν αυτό το ποσοστό.
- **Η τράπεζα δε δικαιούται πλέον προμήθεια** για την ανάληψη δανείου μέσω της πιστωτικής κάρτας.
- **Η τράπεζα δε μπορεί να τροποποιεί μονομερώς τους όρους** της σύμβασης ούτε να αυξάνει μονομερώς το επιτόκιο. Στο συμβόλαιο που θα υπογράψετε πρέπει να αναφέρονται συγκεκριμένα και εύλογα κριτήρια με βάση τα οποία θα γίνει η αύξηση.

- **Η τράπεζα δεν έχει το δικαίωμα να καταγγείλει τη σύμβαση** ή να διακόψει τη χρήση της κάρτας χωρίς σπουδαίο λόγο ή προτού μεσολαβήσει μια ορισμένη προθεσμία.
- **Σε περίπτωση που η κάρτα σας χαθεί ή κλαπεί** και γίνουν συναλλαγές με αυτήν, η δική σας "ευθύνη" περιορίζεται πλέον στο ποσόν των 150 Ευρώ.

Η απόφαση του Αρείου Πάγου σας ανοίγει το δρόμο για να διεκδικήσετε τα χρήματα σας εάν η περίπτωση σας εμπίπτει στις προαναφερθείσες κατηγορίες.

Πότε δικαιούστε επιστροφή των χρημάτων σας

Μπορείτε να διεκδικήσετε επιστροφή των χρημάτων σας όταν:

- Κατά το παρελθόν πληρώνετε επιτόκια υψηλότερα του επιτρεπόμενου.
- Κάνετε αναλήψεις μετρητών μέσω πιστωτικής κάρτας και πληρώνετε στην τράπεζα προμήθεια.

Πώς θα διεκδικήσετε επιστροφή χρημάτων

Μπορείτε να διεκδικήσετε επιστροφή των χρημάτων σας τόσο ατομικά όσο και συλλογικά. Ωστόσο, ο πιο αποτελεσματικός τρόπος είναι οι ομαδικές αγωγές, πολλών καταναλωτών κατά της τράπεζας.

- Συγκεντρώστε όλους τους μηνιαίους αναλυτικούς λογαριασμούς. Εάν δεν τους έχετε, ζητήστε τους με γραπτή αίτηση από την τράπεζά σας.
- Απευθυνθείτε στο δικηγόρο σας ή σε οργάνωση καταναλωτών.

Το INKA αποτελεί ένα από τα 19 μέλη του Εθνικού Συμβουλίου Καταναλωτών, ενώ στα πλαίσια των δραστηριοτήτων του εντάσσονται και συνεργασίες με άλλους φορείς προκειμένου να προασπίζουν καλύτερα και σφαιρικότερα τα συμφέροντα του καταναλωτή. Επιγραμματικά, οι φορείς αυτοί παρατίθενται παρακάτω, ενώ για περισσότερες λεπτομέρειες για τις δραστηριότητες και αρμοδιότητες καθενός εξ αυτών, μπορείτε να ανατρέξετε στην ιστοσελίδα του INKA.

Συνεργαζόμενοι Φορείς:

- Γενική Γραμματεία Καταναλωτή
- Επιτροπή Φιλικού Διακανονισμού
- Τραπεζικός Μεσολαβητής
- Συνήγορος του Πολίτη
- Διεύθυνση Εμπορίου
- Γενικό Χημείο του Κράτους
- Αγορανομία
- Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων (ΕΦΕΤ)
- Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή της Ελλάδος (ΟΚΕ)

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Σε μια εποχή που όλα περιστρέφονται γύρω από την αγορά, είναι απολύτως φυσικό να θεωρείται σχεδόν επιβεβλημένη η δημιουργία κάποιου είδους φορέα προκειμένου να παρακολουθείται η εύρυθμη λειτουργία της αγοράς προς όφελος όλων.

Το INKA, παρότι δεν αποτελεί κανονιστική αρχή ούτε διαθέτει κάποιου τύπου νομοθετική εξουσία, έχει αποκτήσει τέτοιο κύρος μέσα από τους επιτυχημένους αγώνες του, ώστε αποτελεί το καλύτερο εκτός δικαστηρίων όπλο που διαθέτουν οι Έλληνες πολίτες – καταναλωτές προκειμένου να αποτρέψουν τους κερδοσκόπους από την αλόγιστη και ανεξέλεγκτη δράση τους. Έτσι, έχει αναδειχθεί ως φορέας στον οποίο απευθύνονται οι καταναλωτές όποτε νιώθουν ότι καταστρατηγούνται τα δικαιώματά τους, γνωρίζοντας ότι στο INKA θα βρουν έναν ισχυρό σύμμαχο και υπερασπιστή των συμφερόντων τους.

Μέσα από τις συνεργασίες που έχει συνάψει, το INKA είναι σε θέση να ενημερώνεται και να ενημερώνει για τα τεκταινόμενα σε όλους τους τομείς εμπορικής δραστηριότητας, είτε αφορούν απτά αγαθά, είτε άυλα – όπως για παράδειγμα υπηρεσίες, κλπ. – και να παρακολουθεί έτσι καλύτερα τις εξελίξεις. Αυτό, του παρέχει τη δυνατότητα να επεμβαίνει δυναμικά, ασκώντας πίεση στους πολιτικούς ιθύνοντες προκειμένου να προβούν στις απαραίτητες νομικές ενέργειες για να υπερασπίσουν το δίκαιο του καταναλωτή.

Ο κόσμος είναι αδύνατον να λειτουργήσει χωρίς την κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών. Όταν, λοιπόν, οι καταναλωτές είναι δυσαρεστημένοι από την πορεία της αγοράς όλοι βιώνουν τις επιπτώσεις της δίκαιης δυσαρέσκειάς τους. Δεν είναι λίγες οι φορές που, με αφορμή κάποιο συγκεκριμένο ζήτημα, παραλύει το κέντρο μιας πόλης από πορεία διαμαρτυρίας που διοργανώθηκε από το INKA ή κάποιον από τους φορείς στους οποίους συμμετέχει ή με τους οποίους συνεργάζεται. Η κινητοποίηση του κόσμου είναι αποτέλεσμα της αποτελεσματικής δουλειάς που πραγματοποιεί το Ινστιτούτο Καταναλωτών στον τομέα της

ενημέρωσης και πετυχαίνει πολύ πιο καίρια το στόχο της από ότι οποιαδήποτε νομοθετική αρχή, η οποία ως γνωστόν είναι συνήθως πιο δυσκίνητη και περιορισμένη εξαιτίας των χρονοβόρων γραφειοκρατικών διαδικασιών που απαιτούνται προκειμένου να τροποποιηθούν οι νόμοι σε περίπτωση διακύβευσης των δικαιωμάτων των πολιτών.

Ενδεχομένως, το μόνο μειονέκτημα του INKA είναι ότι δε διαθέτει ακόμη τόση εξουσία όσο αντίστοιχοι φορείς σε άλλες χώρες και αυτό θα μπορούσε να αποτελέσει σημαντικό στόχο για το μέλλον. Η επίτευξη της διεύρυνσης των εξουσιών του θα μπορούσε να επιλύσει πιο εύκολα κάποια ζητήματα τα οποία είναι αρκετά απλά και όχι τόσο πιεστικά ώστε να απασχολήσουν επί μακρόν τις δικαστικές και νομοθετικές αρχές, ή τουλάχιστον όχι τόσο γρήγορα όσο θα επιθυμούσαν οι καταναλωτές. Ίσως, η δημιουργία ενός ευρύτερου φόρουμ ανταλλαγής εμπειριών και απόψεων με αντίστοιχους φορείς του εξωτερικού θα μπορούσε να οδηγήσει σε επιτυχή έκβαση περισσότερους στόχους και αγώνες προς όφελος όλων.

Παρόλα αυτά, το INKA – όπως και κανένας άλλωστε αντίστοιχος φορέας – δε θα πρέπει να ξεχνά ότι ακόμη και οι κερδοσκοποί δεν παύουν να είναι καταναλωτές. Απλώς καταναλώνουν άλλα αγαθά από εκείνα που εμπορεύονται και ενδεχομένως σε άλλα μεγέθη. Αυτό τους καθιστά αυτομάτως καταναλωτές και ως εκ τούτου δικαιούχους της προστασίας του INKA και για το λόγο αυτό δε θα πρέπει να διστάζουν να αποτανθούν σε αυτό, θεωρώντας τον εαυτό τους «κόκκινο πανί» για το Ινστιτούτο. Έτσι, η πολιτική του INKA, χωρίς να χαλαρώνει τις πιέσεις προς αυτούς που συστηματικά αισχροκερδούν, δε θα πρέπει να βάλει διαρκώς κατά συγκεκριμένων επαγγελματικών ομάδων, μόνο και μόνο για λόγους εντυπωσιασμού ή προς πιστοποίηση των αγώνων του. Με αυτό, δεν υποννοούμε ότι κάτι τέτοιο έχει συμβεί. Απλώς, οι ισορροπίες είναι λεπτές και θα πρέπει να καταβάλεται ιδιαίτερη προσοχή προκειμένου να μη διαταραχθούν και να μη μετατραπούν σε άδικες «σταυροφορίες».

Ελπίζουμε στο μέλλον το INKA να επεκτείνει τις συνεργασίες του και με άλλους διεθνείς φορείς, και ιδιαίτερα από τις μεγάλες αγορές εκτός Ευρώπης, προσφέροντας στους Έλληνες καταναλωτές τα ευεργετικά

οφέλη της δράσης αντίστοιχων θεσμών του εξωτερικού – προσαρμοσμένων πάντοτε στα ελληνικά δεδομένα – αλλά και να ενισχύσει τη δράση του στο εσωτερικό. Η στενότερη συνεργασία με τους εμπορικούς και βιομηχανικούς συλλόγους της χώρας ίσως να αποτελεί μια καλή μελλοντική προοπτική, καθώς και αυτοί ενδιαφέρονται για την προάσπιση των επαγγελματιών που εκπροσωπούν και δε θέλουν να κακοχαρακτηρίζεται ένας ολόκληρος επαγγελματικός τομέας εξαιτίας κάποιων λίγων που δε διστάζουν να θυσιάσουν κάθε κεκτημένο των καταναλωτών στο βωμό του ευφήμερου προσωπικού τους κέρδους.

ΠΗΓΕΣ:

1. Βιβλία – Περιοδικά – Εφημερίδες

- i. Εν τούτο ΙΝΚΑ (περιοδικό ιστορίας του θεσμού)
- ii. ΙΝΚΑ καταναλωτής (15νθήμερο ενημερωτικό δελτίο από 15/5 έως 15/11/2003)
- iii. Εφημερίδα του ΙΝΚΑ (τεύχη από 15/5 έως 15/11/2003)

2. Ιστοσελίδες (websites)

- i. www.inka.gr
- ii. www.kepka.gr
- iii. www.europa.eu.int/
- iv. www.europa.eu.int/comm/eurostat/Public/datas_hop/print-catalogue/EN?catalogue=Eurostat&collection=09-Database%20Information&product=INFOSOC-EN
- v. www.hq.org/commerc.html
- vi. www.europages.com
- vii. www.parliament.gr