

ΚΕ.Π.ΚΑ. Απολογισμός δράσης έτους 2021

Η δράση μας σε αριθμούς:

- Δεχτήκαμε **4.296** επιστολές, τις οποίες επεξεργαστήκαμε, αξιοποιήσαμε, ή σχολιάσαμε και απαντήσαμε.
- Αποστείλαμε **3.985** επιστολές, με παρεμβάσεις, καταγγελίες, προτάσεις, για επίλυση προβλημάτων της αγοράς, σε διάφορους φορείς, όπως: Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Ελληνική Κυβέρνηση, Τοπική Αυτοδιοίκηση, Ευρωβουλευτές, Βουλευτές, Επιτροπές, Οργανισμούς, κ.λπ.
- Ασχοληθήκαμε, με **137** θέματα.
- Εκπροσωπήσαμε τους καταναλωτές, σε **276** συνεδριάσεις, ημερίδες, εκδηλώσεις φορέων, στην Ελλάδα και στην Ευρώπη.
- Ήμασταν ομιλητές, σε **15** εκδηλώσεις
- Συναντηθήκαμε με **23** φορείς.
- Εκδώσαμε **74** δελτία τύπου.
- Εκπαιδεύσαμε περισσότερους από **740** μικρούς και ενήλικες καταναλωτές.
- Αναλάβαμε πρωτοβουλίες και δράση, για **42** ειδικά θέματα. Πρέπει να τονίσουμε ότι κάθε ειδικό θέμα απαιτήσε μια σειρά παρεμβάσεων και επιστολών.
- Λάβαμε μέρος, σε **17** έρευνες.
- Διαχειριστήκαμε **2.582** ερωτήματα - παράπονα – καταγγελίες καταναλωτών.
- Με την παρέμβασή μας, τα μέλη του ΚΕ.Π.ΚΑ. ωφελήθηκαν **169.850,86** ευρώ.
- Δόθηκαν **427** συνεντεύξεις και καταχωρήσεις, σε τηλεοπτικούς σταθμούς, σε ραδιόφωνα, σε εφημερίδες και περιοδικά (**33** τηλεοπτικές, **40** ραδιοφωνικές εκπομπές, **7** συνεντεύξεις σε πρακτορεία τύπου και **347** καταχωρήσεις δελτίων τύπου μας).

Παρεμβάσεις

Κατά τη διάρκεια του 2021, πραγματοποιήσαμε παρεμβάσεις, για τη δημιουργία, αναμόρφωση και συμπλήρωση του θεσμικού πλαισίου, που διέπει την προστασία των καταναλωτών, σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο.

Ασχοληθήκαμε, με **137** θέματα:

- Αγορά φαρμάκων, σε περιπτώσεις κρίσεων,
- Αεροπορικές εταιρείες και κορωνοϊός,
- Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και δικαιώματα καταναλωτών,
- Αιτήματα καταναλωτών από τους ηγέτες που συμμετείχαν στην Παγκόσμια Συνδιάσκεψη για το κλίμα του Ο.Η.Ε.,
- Αλλαγή πολιτικής απορρήτου του Whatsapp,
- Άμεσες πληρωμές,
- Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας,
- Ανεφοδιασμός διατροφικής αλυσίδας,
- Ανοιχτό διαδίκτυο,
- Αντηλιακά με ψευδείς δείκτες προστασίας,
- Απαγόρευση διαφήμισης ανθυγιεινών τροφίμων στα παιδιά,
- Αρχές της Ε.Ε. για την ψηφιακή αγορά,
- Αρχή ετοιμότητας και αντιμετώπισης έκτακτων καταστάσεων στην υγεία,
- Ασφάλεια παιχνιδιών,
- Ασφάλεια προϊόντων,
- Ασφάλεια συστημάτων δικτύου και πληροφοριών,
- Ασφαλιστικά προϊόντα εγγυημένης απόδοσης,
- Ασφαλιστικές συμβάσεις για χρηματοοικονομικά προϊόντα,
- Αύξηση της τιμής του ηλεκτρικού ρεύματος,
- Αυτοματοποιημένα συστήματα κρατήσεων,
- Βιώσιμα προϊόντα,
- Βιώσιμα υφάσματα,
- Βιώσιμες κατοικίες,

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών

Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

- Βιώσιμες χρηματοοικονομικές υπηρεσίες,
- Βιώσιμη κατανάλωση κρέατος,
- Βιώσιμη σήμανση τροφίμων,
- Δεδομένα υγείας στον ασφαλιστικό τομέα,
- Δηλητηριάσεις από χημικές ουσίες,
- Διαδικτυακή σήμανση προϊόντων,
- Διαδίκτυο των πραγμάτων,
- Διανοητική ιδιοκτησία,
- Διάρκεια ζωής και επισκευασιμότητα προϊόντων,
- Διατροφικά περιβάλλοντα,
- Διατροφικά προφίλ,
- Διατροφική σήμανση,
- Διαφάνεια στις τιμές των φαρμάκων,
- Διαφήμιση προϊόντων αλιείας,
- Διαχείριση κρίσεων υγείας από τον Ευρωπαϊκό Οργανισμό Φαρμάκων,
- Διαχείριση κρίσης στο τραπεζικό σύστημα,
- Δικαιώματα επιβατών στα οργανωμένα ταξίδια,
- Δικαιώματα επιβατών την εποχή του κορωνοϊού,
- Δικαιώματα επιβατών υδάτινων μεταφορών,
- Δικαιώματα επιβατών υπεραστικών λεωφορείων,
- Δικαιώματα καταναλωτών ηλεκτρικής ενέργειας,
- Δικαιώματα καταναλωτών στη θέρμανση, την ψύξη και την παροχή ζεστού νερού,
- Δίκτυο για τη συνεργασία των αρχών προστασίας καταναλωτών,
- Διοικητικό συμβούλιο Ευρωπαϊκής Αρχής Ασφάλειας Τροφίμων – EFSA,
- Διοξείδιο τιτανίου,
- Δράσεις για τη διατροφή,
- Εγγυήσεις καταναλωτικών προϊόντων,
- Εκπομπές CO₂ αυτοκινήτων,
- Εκσυγχρονισμός του δίκαιου ανταγωνισμού για την ψηφιακή εποχή,
- Εναλλακτική επίλυση διαφορών,
- Ενδυνάμωση καταναλωτών για την πράσινη μετάβαση,
- Ενδυνάμωση της Ευρωπαϊκής Αρχής για τα Φάρμακα – EMA,
- Ενεργειακή απόδοση κτιρίων,
- Ενεργειακή επάρκεια συσκευών,
- Ενεργειακή ετικέτα για ηλεκτρικές συσκευές θέρμανσης, ψύξης χώρου καθώς και παροχής ζεστού νερού,
- Ενεργειακό πιστοποιητικό,
- Εξ' αποστάσεως προώθηση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών,
- Έξυπνη κινητικότητα,
- Επαναλαμβανόμενες διακοπές νερού στο Δήμο Κασσάνδρας Χαλκιδικής,
- Επενδυτικά προϊόντα,
- Επιδιόρθωση συσκευών,
- Εποπτεία της αγοράς,
- Εργαλεία σύγκρισης βιώσιμων χρηματοοικονομικών προϊόντων,
- Εργαλεία σύγκρισης για ηλεκτρική ενέργεια και φυσικό αέριο,
- Εταιρική ευθύνη και βιωσιμότητα,
- Εύρυθμη λειτουργία της αγοράς ενέργειας,
- Ευρωπαϊκή στρατηγική για τα δεδομένα,
- Ευρωπαϊκός Κώδικας Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών,
- Ευρωπαϊκός Οργανισμός Φαρμάκων,
- Ευρωπαϊκός χώρος δεδομένων για την υγεία,
- Θεσμοθέτηση ενδιάμεσου στόχου μείωσης των εκπομπών CO₂ για το 2027,
- Καλύτερη εφαρμογή και εκσυγχρονισμός των κανόνων της Ένωσης για την προστασία των καταναλωτών,
- Καλύτερη νομοθέτηση,
- Καταναλωτική πίστη,

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών **Απολογισμός Δράσης Έτους 2021**

- Κατάταξη αποτελεσμάτων αναζήτησης από την Google,
- Καταχρηστικοί όροι εγγύησης προϊόντων,
- Κλιματική αλλαγή,
- Κοινή Αγροτική Πολιτική,
- Κρίση τραπεζικού συστήματος και ασφάλεια λογαριασμών,
- Κυκλική οικονομία,
- Κώδικας δεοντολογίας για την παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών στους καταναλωτές,
- Λαϊκές αγορές,
- Μείωση εκπομπών CO2 στη θέρμανση,
- Μείωση της σπατάλης τροφίμων,
- Μνημόνια συνεργασίας με δημόσιες αρχές,
- Νομοθεσία για τα καλλυντικά,
- Οργανωμένα ταξίδια,
- Οργάνωση αγοράς γεωργικών προϊόντων,
- Παραβίαση νομοθεσίας από πλατφόρμα TikTok,
- Παραβίαση προσωπικών δεδομένων από ιστότοπο γνωριμιών,
- Παραπλάνηση των καταναλωτών για την τιμή του ηλεκτρικού ρεύματος,
- Παραπλανητικές "πράσινες" διαφημίσεις,
- Παραπλανητικές διαφημίσεις οργανωμένων ταξιδιών,
- Περιαγωγή,
- Περιβαλλοντική σήμανση φαρμάκων, τροφίμων και καλλυντικών,
- Πιστοποίηση ηλεκτρονικών καταστημάτων,
- Πιστοποίηση Ενώσεων Καταναλωτών,
- Πιστοποιητικό εμβολιασμού κορωνοϊού,
- Πράξη για τα ψηφιακά δεδομένα,
- Πράξη για τις ψηφιακές αγορές,
- Πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες,
- Πράσινα δάνεια,
- Προβλήματα καταναλωτών με τουριστικές υπηρεσίες,
- Προϊόντα από μπαμπού,
- Προσαρμογή του δικαίου των καταναλωτών στην ψηφιακή εποχή,
- Πρότυπα εκπομπών ρύπων αυτοκινήτων EURO7,
- Πρόωρη απαξίωση προϊόντων από τη Nintendo,
- Σήμανση nutri-score,
- Σήμανση αλκοόλ,
- Σήμανση απορρυπαντικών,
- Σήμανση για τη δυνατότητα επιδιόρθωσης συσκευών,
- Σήμανση ημερομηνίας λήξης στα τρόφιμα,
- Σήμανση τροφίμων,
- Σήμανση χημικών ουσιών,
- Σημείου Τερματισμού Δικτύου (ΣΤΔ),
- Σκάνδαλο Volkswagen,
- Σκοτεινά πρότυπα ιστοσελίδων (dark patterns),
- Στοχευμένη διαφήμιση,
- Στρατηγική "Από το χωράφι στο πιάτο",
- Στρατηγική της Ε.Ε. για τις επενδύσεις καταναλωτών,
- Συλλογικές προσφυγές,
- Συλλογική αποζημίωση καταναλωτών,
- Συμπληρώματα διατροφής που περιέχουν γιοχιμβίνη και συνεφρίνη,
- Σύστημα ανταλλαγής ρύπων σε οδικές μεταφορές και κτίρια,
- Τεχνητή νοημοσύνη,
- Υλικά συσκευασίας τροφίμων,
- Φάρμακα,
- Φυσικό αέριο,
- Φυτοφάρμακα,

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

- Χρεώσεις οριακής τιμής συστήματος στους λογαριασμούς ηλεκτρικού ρεύματος,
- Χρηματοδότηση Ενώσεων Καταναλωτών,
- Χρηματοδότηση συλλογικών προσφυγών,
- Χρήση σκοτεινών προτύπων από την Amazon,
- Ψηφιακές αγορές.

Με τα παραπάνω θέματα, ασχοληθήκαμε, είτε σε άμεση διαβούλευση, είτε με γραπτές παρεμβάσεις μας και πρωτοβουλίες, σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό, ευρωπαϊκό, ή διεθνές επίπεδο, με τον Πρωθυπουργό της Ελλάδας, την Ελληνική Κυβέρνηση, το Ελληνικό Κοινοβούλιο, την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, τους Έλληνες Ευρωβουλευτές, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή – Ε.Ο.Κ.Ε., την Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή – Ο.Κ.Ε., το Συνήγορο του Καταναλωτή, τη Ρυθμιστική Αρχή Ενέργειας - Ρ.Α.Ε., την Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων - Ε.Ε.Τ.Τ., την Αρχή Προστασίας Δεδομένων – Α.Π.Δ., την Επιτροπή Ανταγωνισμού, τον Εθνικό Οργανισμό Φαρμάκων – Ε.Ο.Φ., το Δίκτυο Συνεργασίας μεταξύ των Εθνικών Αρχών για την επιβολή της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών - CPC, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Ρυθμιστικών Αρχών Ενέργειας – CEER, την Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών – BEUC, τη Διεθνή των Καταναλωτών – CI, το Διατλαντικό Διάλογο Καταναλωτών – TACD, τη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, Δήμους και Περιφέρειες της Ελλάδας κ.λπ.

Ειδικές Δράσεις

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών επικέντρωσε τη δράση του, το 2021, στα παρακάτω σοβαρά προβλήματα:

Ευρωπαϊκή Πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες Ευρωπαϊκή Πράξη για τις ψηφιακές αγορές

Στον απολογισμό του ΚΕ.Π.ΚΑ. για το 2020, αναλύσαμε τις δύο [Ευρωπαϊκές Πράξεις για τις ψηφιακές υπηρεσίες και τις ψηφιακές αγορές](#), που ανακοίνωσε η Ε.Ε., το Δεκέμβριο του 2020.

Τον Απρίλιο του 2021, η BEUC (Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών) ανακοίνωσε τα αιτήματα των καταναλωτών, για τις δύο αυτές πράξεις. Στη διαμόρφωση αυτών των αιτημάτων, συμμετείχε το ΚΕ.Π.ΚΑ.

Όσον αφορά την Πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες, πρέπει να:

- Θεσμοθετηθεί η ευθύνη των διαδικτυακών αγορών, με δεδομένο το μεγάλο μερίδιο των παράνομων δραστηριοτήτων τους, όπως η πώληση μη ασφαλών προϊόντων, από αυτές τις πλατφόρμες.
- Θεσμοθετηθεί η υποχρέωση των ηλεκτρονικών αγορών να επαληθεύουν τους εμπόρους και να κάνουν δειγματοληπτικούς ελέγχους των υπηρεσιών και των προϊόντων, που προσφέρουν.
- Θεσμοθετηθούν αυστηρότεροι κανόνες, για την προώθηση των αγαθών και τα συστήματα, που προωθούν συγκεκριμένα αγαθά.
- Θεσμοθετηθεί μια πιο γρήγορη και αποτελεσματική διαδικασία αποζημίωσης και επιβολής νομοθεσίας, εάν δεν τηρούνται οι διατάξεις της Πράξης, για τις ψηφιακές υπηρεσίες.

Όσον αφορά την Πράξη για τις ψηφιακές αγορές, πρέπει να:

- Διασφαλιστεί μια ισορροπία, ανάμεσα στα συμφέροντα των καταναλωτών και στα συμφέροντα των επιχειρήσεων. Για παράδειγμα, η επιλογή ενός κοινωνικού δικτύου, από ένα καταναλωτή, δεν πρέπει να του αποκλείει την πρόσβαση, σε υπηρεσίες ανταγωνιστών.
- Θεσμοθετηθούν αυστηρότεροι κανόνες, που να απαγορεύουν, στις μεγάλες διαδικτυακές πλατφόρμες, που λειτουργούν, ως ρυθμιστές πρόσβασης στις ψηφιακές αγορές, να παρακάμψουν τις υποχρεώσεις τους, μέσω των «dark patterns», δηλαδή μέσω του σχεδιασμού μιας ιστοσελίδας, με τρόπο τέτοιο, ώστε να χειραγωγούνται οι επιλογές των καταναλωτών.
- Θεσμοθετηθεί το δικαίωμα των καταναλωτών να υποβάλλουν καταγγελίες, κατά των μεγάλων διαδικτυακών πλατφορμών, που παραβιάζουν τις διατάξεις της πράξης για τις

ψηφιακές αγορές καθώς και το δικαίωμα να παρίστανται, στις διαδικασίες εξέτασης της καταγγελίας τους.

- Διατεθούν επαρκείς πόροι, ώστε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή να μπορεί να υλοποιήσει τις δράσεις της, για την επιβολή της νομοθεσίας
- Θεσμοθετηθούν κανόνες, ώστε να διασφαλιστεί ότι η Πράξη για τις ψηφιακές αγορές, μπορεί να εφαρμοστεί, από τα Δικαστήρια των κρατών-μελών, οι οποίοι θα περιλαμβάνουν και τις συλλογικές προσφυγές από τους καταναλωτές.

Οι συζητήσεις, για τις δύο αυτές πράξεις, διήρκεσαν, όλο το 2021.

- Στις 16 Δεκεμβρίου 2021, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο καθόρισε τις θέσεις του, για την Πράξη για τις ψηφιακές αγορές. Μέσα στο πρώτο εξάμηνο του 2022, θα αρχίσει διαπραγματεύσεις, με τις κυβερνήσεις των κρατών – μελών, με βάση τις θέσεις αυτές, στο πλαίσιο της Γαλλικής Προεδρίας.
- Στις 14 Δεκεμβρίου 2021, η Επιτροπή Εσωτερικής Αγοράς και Καταναλωτών ενέκρινε τις θέσεις του Ευρωκοινοβουλίου, για την Πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες. Τον Ιανουάριο του 2022, εγκρίθηκαν οι θέσεις αυτές, από την Ολομέλεια του Ευρωκοινοβουλίου και θα αποτελέσουν τη βάση, για τις διαπραγματεύσεις, με τα κράτη – μέλη. Το πρώτο εξάμηνο του 2022.

Ευρωπαϊκή Στρατηγική για την κυβερνοασφάλεια

Η κυβερνοασφάλεια αποτελεί μια από τις κορυφαίες προτεραιότητες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και ακρογωνιαίο λίθο της ψηφιακής και συνδεδεμένης Ευρώπης. Η αύξηση των κυβερνοεπιθέσεων, κατά τη διάρκεια της κρίσης του κορωνοϊού, έδειξε πόσο σημαντική είναι η προστασία των νοσοκομείων, των ερευνητικών κέντρων και άλλων υποδομών. Απαιτείται ισχυρή δράση, σε αυτόν τον τομέα, προκειμένου η οικονομία και η κοινωνία της Ε.Ε. να καταστούν ανθεκτικές, στις μελλοντικές εξελίξεις.

Η Επιτροπή, για να μπορέσει να αναλύσει τον αντίκτυπο και να εντοπίσει τις ελλείψεις της ισχύουσας οδηγίας (NIS), για την ασφάλεια του δικτύου και τα πληροφοριακά συστήματα, διεξήγαγε εκτενή διαβούλευση, με τα ενδιαφερόμενα μέρη και προσδιόρισε τα ακόλουθα κύρια ζητήματα:

- ανεπαρκές επίπεδο κυβερνοανθεκτικότητας των επιχειρήσεων, που δραστηριοποιούνται στην Ε.Ε.,
- διαφορές, όσον αφορά την ανθεκτικότητα, μεταξύ κρατών-μελών καθώς και διαφορετικών τομέων της αγοράς,
- έλλειψη κοινής αντίληψης των κυριότερων απειλών και προκλήσεων, μεταξύ των κρατών-μελών και έλλειψη κοινής αντιμετώπισης κρίσεων.

Στις 16 Δεκεμβρίου 2020, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανακοίνωσε τα σχέδιά της, για την κυβερνοασφάλεια. Περιμέναμε νομοθεσία, για το θέμα αυτό, εδώ και πολύ καιρό. Η BEUC (Ευρωπαϊκή Οργάνωση Καταναλωτών) και τα μέλη της, όπως το ΚΕ.Π.ΚΑ. ζητούσαμε καλύτερη προστασία των καταναλωτών και θεσμοθέτηση ελάχιστων ορίων ασφαλείας, για τα προϊόντα, που συνδέονται στο διαδίκτυο. Οι συσκευές που συνδέονται στο διαδίκτυο έχουν μπει, στα σπίτια μας και στην καθημερινότητά μας: αυτόνομα αυτοκίνητα, ηλεκτρικές οικιακές συσκευές, που λαμβάνουν εντολές από τα κινητά μας, μέσω διαδικτύου, έξυπνες κλειδαριές και πολλές άλλες «έξυπνες συσκευές».

Στα μέσα Μαρτίου 2021, τελικά, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανακοίνωσε την πρότασή της, για τη στρατηγική για την κυβερνοασφάλεια, που περιλαμβάνει την αναθεώρηση της οδηγίας για την ασφάλεια δικτύων και πληροφοριακών συστημάτων (NIS). Το πρόβλημα της έλλειψης ασφαλείας των συνδεδεμένων συσκευών αναφέρεται, στην ανακοίνωση της Επιτροπής και, για πρώτη φορά, σε δημόσιο έγγραφο, αναφέρεται η πιθανότητα να νομοθετηθούν νέοι δεσμευτικοί κανόνες, για να βελτιωθεί η ασφάλεια των συνδεδεμένων συσκευών.

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

Στην πρόταση της Επιτροπής, ενσωματώθηκαν αρκετά αιτήματα των Ενώσεων Καταναλωτών (BEUC - Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών και ΚΕ.Π.ΚΑ. - Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών):

- Εντάχθηκαν, στο πεδίο εφαρμογής, τα κοινωνικά δίκτυα, οι τηλεπικοινωνίες, οι κατασκευαστές ιατροτεχνολογικών προϊόντων, η δημόσια διοίκηση και οι πάροχοι υπηρεσιών κέντρων δεδομένων.
- Οι κανόνες, για την κυβερνοασφάλεια, είναι πλέον υποχρεωτικοί.
- Θα γίνεται χρήση συστημάτων πιστοποίησης, για να βεβαιώνεται η συμμόρφωση, με την οδηγία NIS.
- Θεσμοθετούνται βελτιωμένοι κανόνες, για ενημέρωση των χρηστών, που επηρεάζονται, από προβλήματα κυβερνοασφάλειας.
- Μέτρα επιβολής νομοθεσίας, π.χ. ποινές (μέχρι 2% του παγκόσμιου τζίρου) προβλέπονται, για όσους δε συμμορφώνονται.

Όμως, δυστυχώς, ενώ, η πρόταση της Επιτροπής διευρύνει το πεδίο εφαρμογής της ισχύουσας οδηγίας NIS, προσθέτοντας νέους τομείς, με βάση την κρισιμότητά τους, για την οικονομία και την κοινωνία και όχι το μέγεθός τους (δηλαδή όλες οι μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις σε επιλεγμένους τομείς, θα συμπεριληφθούν στο πεδίο εφαρμογής), αφήνει ευελιξία, στα κράτη-μέλη, να εξαιρούν μικρότερες οντότητες αν και αυτές έχουν προφίλ υψηλού κινδύνου ασφαλείας. Αυτή η ευελιξία μπορεί να οδηγήσει, σε νομικό «κατακερματισμό». Η ίδια η Ευρωπαϊκή Ένωση αναγνωρίζει ότι, σε αρκετά κράτη-μέλη, μεγάλα νοσοκομεία δεν εμπίπτουν, στο πεδίο εφαρμογής της ισχύουσας, σήμερα, οδηγίας και έτσι, δεν απαιτείται να λάβουν μέτρα ασφαλείας.

Η πρόταση της επιτροπής καλύπτει τους ακόλουθους τομείς και υποτομείς:

- Βασικές οντότητες, όπως ενέργεια (ηλεκτρική ενέργεια, τηλεθέρμανση και τηλεψύξη, πετρέλαιο, φυσικό αέριο, υδρογόνο), μεταφορές (αεροπορικές, σιδηροδρομικές, πλωτές, οδικές μεταφορές), τράπεζες, υποδομές χρηματοπιστωτικών αγορών, υγεία, παρασκευή φαρμακευτικών προϊόντων, (συμπεριλαμβανομένων των εμβολίων και των ιατροτεχνολογικών προϊόντων) και προϊόντων ζωτικής σημασίας, πόσιμο νερό, λύματα, ψηφιακή υποδομή (DNS), μητρώα ονομάτων τομέων ανώτατης στάθμης (TLD) πάροχοι υπηρεσιών νεοϋπολογιστικής, πάροχοι υπηρεσιών κέντρων δεδομένων, δίκτυα διανομής περιεχομένου, πάροχοι υπηρεσιών εμπιστοσύνης, δημόσια δίκτυα ηλεκτρονικών επικοινωνιών, υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών, δημόσια διοίκηση και διάστημα.
- Σημαντικές οντότητες, όπως ταχυδρομικές υπηρεσίες και υπηρεσίες ταχυμεταφορών, διαχείριση αποβλήτων, χημικές ουσίες, τρόφιμα, κατασκευή άλλων ιατροτεχνολογικών προϊόντων, υπολογιστών και ηλεκτρονικών ειδών, μηχανολογικού εξοπλισμού, μηχανοκίνητων οχημάτων, πάροχοι ψηφιακών υπηρεσιών (επιγραμμικές αγορές, επιγραμμικές μηχανές αναζήτησης και πλατφόρμες υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης).

Για όσες, όμως, οντότητες δεν περιλαμβάνονται στις βασικές και στις σημαντικές, τα κράτη-μέλη θα αποφασίσουν, αν παίζουν κάποιο σημαντικό ρόλο, στην οικονομία και στην κοινωνία και θα ενημερώσουν την Ε.Ε., για το ποιες οντότητες θα υπάγονται, στη νέα οδηγία. Οι καταναλωτές ζητούμε να επεκταθεί το πεδίο εφαρμογής, σε όλες τις υπηρεσίες, που βασίζονται, στο διαδίκτυο και οι οποίες χρησιμοποιούνται, από τους καταναλωτές, όπως εφαρμογές για κινητά τηλέφωνα, ή ιστοσελίδες.

Παρά τη μικρή βελτίωση των κανόνων ενημέρωσης των καταναλωτών και παρότι κατανοούμε ότι οι κυβερνοεπιθέσεις δεν αποτελούν πληροφόρηση, για το ευρύ κοινό, επιμένουμε ότι η ενημέρωση αυτών, που μπορεί να υποστούν ζημία, από μια κυβερνοεπίθεση, πρέπει να είναι άμεση, ξεκάθαρη και επαρκής, ώστε να περιορίσουν τη ζημία.

Η πρόταση, τέλος, δεν αναφέρεται στις αποζημιώσεις των καταναλωτών, που τυχόν θα υποστούν ζημία, από κάποια κυβερνοεπίθεση. Οι Ενώσεις Καταναλωτών προβληματιζόμαστε, με τη διαφορετική αντιμετώπιση των βασικών και σημαντικών οντοτήτων, που θα δυσκολεύει

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

το έργο των Εποπτικών Αρχών. Για τις βασικές οντότητες, μπορούν να αναλάβουν δράση εκ των προτέρων, ενώ για τις σημαντικές οντότητες, εκ των υστέρων.

Όλο το 2021, η πρόταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής συζητούνταν, στα Ευρωπαϊκά Όργανα. Το Δεκέμβριο του 2021, η πρόταση συζητήθηκε, στο Συμβούλιο. Μέσα στο 2022, θα αρχίσουν οι διαπραγματεύσεις, ανάμεσα στο Συμβούλιο και στο Ευρωκοινοβούλιο.

Παρακολουθούμε το θέμα και θα παρεμβαίνουμε όπου χρειάζεται.

Η ψηφιακή δεκαετία της Ευρώπης: στόχοι για το 2030

Στις 9 Μαρτίου 2021, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανακοίνωσε τους στόχους της, για το ψηφιακό μετασχηματισμό της Ευρώπης, έως το 2030. Στην ανακοίνωση αυτή, η Ε.Ε. πρότεινε συγκεκριμένες αρχές:

- πρόσβαση όλων, σε διαδικτυακές υπηρεσίες,
- ασφαλές διαδικτυακό περιβάλλον,
- ψηφιακή εκπαίδευση όλων, ώστε να αποκτήσουν τις απαραίτητες δεξιότητες, για να παίξουν ενεργό ρόλο, στην κοινωνία και στις δημοκρατικές διαδικασίες,
- πρόσβαση, σε ψηφιακά συστήματα και εξοπλισμό, που σέβονται το περιβάλλον,
- πρόσβαση όλων, σε ανθρωποκεντρικές δημόσιες υπηρεσίες και δημόσια διοίκηση,
- ηθικές αρχές, για τους αλγόριθμους, ώστε να θέτουν τον άνθρωπο, στο επίκεντρο,
- προστασία των παιδιών ,στον ψηφιακό κόσμο και
- πρόσβαση, σε ψηφιακές υπηρεσίες υγείας.

Η Επιτροπή σκόπευε να πραγματοποιήσει μια ετήσια έρευνα Ευρωβαρόμετρου, για να διερευνήσει την αντίληψη των Ευρωπαίων, όσον αφορά το σεβασμό των δικαιωμάτων και αξιών τους και το βαθμό, που πιστεύουν ότι η ψηφιοποίηση εξυπηρετεί τα συμφέροντά τους.

Τέλος, η ανακοίνωση πρότεινε συγκεκριμένους στόχους, μέχρι το 2030, σε 4 διαφορετικούς τομείς, που ονομάστηκαν ψηφιακή πυξίδα:

- Ψηφιακές δεξιότητες: Στην Ευρώπη, απασχολούνται 20 εκατομμύρια ειδικοί, στις τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών. Ο στόχος είναι να γίνει σύγκλιση των δύο φύλων και να αποκτήσει ψηφιακές δεξιότητες τουλάχιστον το 80% του Ευρωπαϊκού πληθυσμού.
- Ασφαλείς και βιώσιμες ψηφιακές υποδομές: Πρέπει να διασφαλιστεί η πρόσβαση όλων σε ,δίκτυα υπέρ υψηλής ταχύτητας και να υπάρχει 5G παντού, να αυξηθεί η παραγωγή βιώσιμων ημιαγωγών αιχμής, ώστε η Ευρώπη να καλύψει το 20% της παγκόσμιας παραγωγής, να αναπτυχθούν 10.000 κλιματικά ουδέτεροι ακραίοι κόμβοι υψηλής ασφάλειας (υπολογιστικό νέφος- δεδομένα), που να καλύπτουν όλες τις περιοχές, στις οποίες υπάρχουν επιχειρήσεις και να διαθέτει, μέχρι το 2025, η Ευρώπη τον πρώτο της κβαντικό υπολογιστή.
- Ψηφιακός μετασχηματισμός επιχειρήσεων: Το 75ο των Ευρωπαϊκών επιχειρήσεων πρέπει να χρησιμοποιούν υπολογιστικό νέφος, τεχνητή νοημοσύνη και mega-δεδομένα, το 90% των Ευρωπαϊκών επιχειρήσεων πρέπει επιτύχει ένα ελάχιστο επίπεδο ψηφιοποίησης, να αυξηθούν οι νέες καινοτόμες επιχειρήσεις και να βελτιωθεί η πρόσβασή τους σε χρηματοδοτήσεις, ώστε να διπλασιαστεί ο αριθμός των επιχειρήσεων «μονόκερος» (νέες επιχειρήσεις, που έχουν φτάσει, σε αξία, το 1 δισεκατομμύριο δολάρια).
- Ψηφιοποίηση δημόσιων υπηρεσιών: Το 100% των βασικών δημόσιων υπηρεσιών πρέπει να παρέχεται, διαδικτυακά, το 100% των Ευρωπαίων πολιτών πρέπει να έχουν πρόσβαση, σε ψηφιακούς φακέλους υγείας και το 80% των Ευρωπαίων πολιτών πρέπει να χρησιμοποιούν την ψηφιακή ταυτότητά τους.

Την 1η και 2η Ιουνίου 2021, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και η Πορτογαλική Προεδρία του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης διοργάνωσαν την Ψηφιακή Συνέλευση, η οποία ήταν αφιερωμένη, στην ψηφιακή δεκαετία της Ευρώπης. Αυτή η εκδήλωση υψηλού επιπέδου επικεντρώθηκε, στους στόχους της Ε.Ε., για το 2030. Στην εκδήλωση, συμμετείχαν υπουργοί, από διάφορα κράτη- μέλη, εκπρόσωποι του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και της Επιτροπής

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών **Απολογισμός Δράσης Έτους 2021**

καθώς και εκπρόσωποι του ιδιωτικού τομέα και της κοινωνίας των πολιτών, οι οποίοι συζήτησαν τρόπους, για την προώθηση του ηγετικού ρόλου της Ευρώπης, σε όλους τους τομείς, καθώς και τους στόχους, για το 2030, που περιγράφονται, στην ανακοίνωση της Επιτροπής, για την ψηφιακή δεκαετία.

Το Νοέμβριο του 2021, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσίευσε τα αποτελέσματα της δημόσιας διαβούλευσης, για τους στόχους, μέχρι το 2030. Οι Ευρωπαίοι πολίτες υποστηρίζουν, ευρέως, έναν ανθρωποκεντρικό ψηφιακό χώρο, θέλουν να αισθάνονται προστατευμένοι, στο χώρο αυτό, θέλουν να έχουν τον έλεγχο, να κάνουν συνειδητές επιλογές, να έχουν τις αναγκαίες δεξιότητες και ικανότητες.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δήλωσε ότι τα παραπάνω στοιχεία θα αξιοποιηθούν, στη Ευρωπαϊκή Διακήρυξη Ψηφιακών Δικαιωμάτων και Αρχών. Αναμένουμε τη δημοσίευση της Διακήρυξης.

Διαφημίσεις που βασίζονται στην παρακολούθηση για εμπορικούς σκοπούς

Κάθε μέρα, οι καταναλωτές εκτίθενται, σε εκτενή παρακολούθηση, στο διαδίκτυο, για εμπορικούς σκοπούς. Αυτό οδηγεί σε χειραγώγηση, απάτη, διακρίσεις και παραβιάσεις της ιδιωτικής ζωής. Συλλέγονται πληροφορίες σχετικά με το τι μας αρέσει, τις αγορές μας, την ψυχική και σωματική μας υγεία, το σεξουαλικό προσανατολισμό μας, την τοποθεσία μας και τις πολιτικές μας απόψεις και όλες αυτές οι πληροφορίες χρησιμοποιούνται, για στοχευμένη διαφήμιση

Σε έρευνα, που διεξήγαγε η YouGov, εκ μέρους του Νορβηγικού Συμβουλίου Καταναλωτών, οι καταναλωτές δήλωσαν, ξεκάθαρα, ότι δε θέλουν παρακολούθηση, για εμπορικούς σκοπούς. Μόνο ένας στους δέκα ερωτηθέντες ήταν θετικός στη συλλογή προσωπικών δεδομένων, για εμπορικούς λόγους, ενώ μόνο ένας στους πέντε θεώρησε ότι οι διαφημίσεις, που βασίζονται σε προσωπικές πληροφορίες, είναι αποδεκτές.

Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής και οι οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών και στις δύο πλευρές του Ατλαντικού αντιδρούν, όλο και περισσότερο, ενάντια σε αυτές τις επεμβατικές πρακτικές. Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και ο Ευρωπαίος Επόπτης Προστασίας Δεδομένων (Ε.Ε.Π.Δ.) έχουν, ήδη, ζητήσει τη σταδιακή κατάργηση και απαγόρευση των στοχευμένων διαφημίσεων. Ένας συνασπισμός Οργανώσεων Καταναλωτών και Πολιτών, στις Η.Π.Α., ζήτησε παρόμοια απαγόρευση.

Η έκθεση του Νορβηγικού Συμβουλίου Καταναλωτών, «Ώρα για την απαγόρευση της διαφήμισης βάσει παρακολούθησης» αποκάλυψε ένα μεγάλο αριθμό συνεπειών, που μπορεί να έχει η διαφήμιση βάσει παρακολούθησης, για εμπορικούς σκοπούς, στα άτομα και στην κοινωνία:

1. **Χειραγώγηση:** Οι εταιρείες, που έχουν προσωπικά μας δεδομένα, μπορούν να διαμορφώσουν τα διαφημιστικά τους μηνύματα ανάλογα, για να μας επηρεάσουν, όταν είμαστε ευάλωτοι, ή αναποφάσιστοι, π.χ. για να επηρεάσουν το αποτέλεσμα εκλογών, ή για να μας πείσουν να αγοράσουμε προϊόντα απώλειας βάρους, να καταναλώσουμε ανθυγιεινά τρόφιμα, να εμπλακούμε σε τζόγο κ.λπ.
2. **Διακρίσεις:** Η έλλειψη διαφάνειας και η αυτοματοποίηση των συστημάτων διαφημίσεων, που βασίζονται στην παρακολούθηση του χρήστη, αυξάνουν τον κίνδυνο διακρίσεων, για παράδειγμα, αποκλείοντας τους καταναλωτές με βάση το εισόδημα, το φύλο, τη φυλή, την εθνικότητα, το σεξουαλικό προσανατολισμό, την τοποθεσία, ή αναγκάζοντας ορισμένους καταναλωτές να πληρώσουν μεγαλύτερο ποσό, για προϊόντα, ή υπηρεσίες.
3. **Παραπληροφόρηση:** Η έλλειψη ελέγχου, για το πού και πότε προβάλλονται οι διαφημίσεις μπορεί να επιτρέψει την προώθηση ψευδούς, ή κακόβουλου περιεχομένου. Αυτό δημιουργεί, επίσης, σημαντικές προκλήσεις, στους εκδότες και στους διαφημιζόμενους, σχετικά με τα έσοδα, τη φήμη και τη διαφάνεια της διαδικασίας.
4. **Υπονόμευση του ανταγωνισμού:** Αυτό το μοντέλο στοχευμένων διαφημίσεων ευνοεί τις εταιρίες που έχουν την οικονομική δυνατότητα, για τέτοιου τύπου διαφημίσεις. Είναι,

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών **Απολογισμός Δράσης Έτους 2021**

λοιπόν, δύσκολο για τις μικρότερες εταιρίες να ανταγωνίζονται τις μεγάλες και επηρεάζει, αρνητικά, τις εταιρίες, που σέβονται τα θεμελιώδη δικαιώματα των καταναλωτών.

5. **Κίνδυνοι ασφαλείας:** Όταν χιλιάδες εταιρίες συλλέγουν και επεξεργάζονται τεράστιο όγκο προσωπικών δεδομένων, αυξάνεται ο κίνδυνος κλοπής ταυτότητας, απάτης και εκβιασμού. Το NATO περιέγραψε αυτή τη συλλογή δεδομένων, ως κίνδυνο εθνικής ασφάλειας.
6. **Παραβιάσεις απορρήτου:** Η συλλογή και η χρήση προσωπικών δεδομένων γίνεται, χωρίς σοβαρό έλεγχο, τόσο από μεγάλες εταιρίες όσο και από εταιρίες, που είναι άγνωστες, στους περισσότερους καταναλωτές. Οι καταναλωτές δεν έχουν τρόπο να γνωρίζουν ποιά δεδομένα συλλέγονται, σε ποιόν κοινοποιούνται οι πληροφορίες τους και πώς μπορούν να χρησιμοποιηθούν.

Στην έκθεσή του, το Νορβηγικό Συμβούλιο Καταναλωτών παρουσίασε εναλλακτικά μοντέλα ψηφιακής διαφήμισης, που δεν εξαρτώνται από την παρακολούθηση των καταναλωτών και που παρέχουν, στους διαφημιζόμενους και στους εκδότες, περισσότερη εποπτεία και έλεγχο, σχετικά με το πού και πότε εμφανίζονται οι διαφημίσεις και ποιες διαφημίσεις εμφανίζονται:

- Είναι δυνατή η πώληση διαφημιστικού χώρου, χωρίς να βασίζεται, σε προσωπικά δεδομένων των καταναλωτών. Υπάρχουν, ήδη, λύσεις για την εμφάνιση διαφημίσεων, σε σχετικά περιβάλλοντα, ή όπου οι καταναλωτές αναφέρουν μόνοι τους ποιές διαφημίσεις θέλουν να δουν.
- Η απαγόρευση της διαφήμισης, με βάση την παρακολούθηση θα ανοίξει, επίσης, το δρόμο, για μια πιο διαφανή αγορά διαφήμισης και θα μειώσει το κόστος της, καθώς μεγάλα ποσά διανέμονται, σε τρίτους, όπως μεσίτες δεδομένων. Οι ίσοι όροι ανταγωνισμού θα μπορούσαν να δώσουν, στους διαφημιζόμενους και στους παρόχους περιεχομένου, μεγαλύτερο έλεγχο, ώστε να διατηρήσουν μεγαλύτερο μερίδιο των εσόδων.

Στις 9 Ιουνίου 2021, το ΚΕ.Π.ΚΑ. συνυπέγραψε, με 24 οργανώσεις της Κοινωνίας των Πολιτών, σε Ε.Ε. και Η.Π.Α., επιστολή προς τον Πρόεδρο των Η.Π.Α., κ. Joe Biden, ζητώντας την προστασία των προσωπικών δεδομένων, που μεταφέρονται στις Η.Π.Α.

Στις 23 Ιουνίου 2021, το ΚΕ.Π.ΚΑ μαζί με 58 οργανισμούς και 28 εμπειρογνώμονες, σε κοινή επιστολή, ζητήσαμε από τις αρχές και στις δύο πλευρές του Ατλαντικού, να εξετάσουν το ενδεχόμενο απαγόρευσης της παρακολούθησης για εμπορικούς λόγους. Στην Ευρώπη, η πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες, μπορεί να θέσει το νομικό πλαίσιο, για αυτήν την απαγόρευση. Στις Η.Π.Α., οι νομοθέτες έχουν μια εξαιρετική ευκαιρία να θεσπίσουν ολοκληρωμένη νομοθεσία, για την προστασία της ιδιωτικής ζωής των καταναλωτών.

Στις 24 Ιουνίου 2021, εκδώσαμε σχετικό δελτίο τύπου, το οποίο αποστείλαμε, στους Υπουργούς Ψηφιακής Διακυβέρνησης, κ. Κυριάκο Πιερρακάκη, Ανάπτυξης και Επενδύσεων, κ. Άδωνη Γεωργιάδη, και στο Γενικό Γραμματέα Εμπορίου και Καταναλωτή, κ. Σωτήριο Αναγνωστόπουλο, ζητώντας τους να υποστηρίξουν την απαγόρευση της παρακολούθησης των καταναλωτών, για εμπορικούς σκοπούς.

Στις 7 Ιουλίου 2021, 14 εταιρίες, που δραστηριοποιούνται, στο διαδίκτυο, δημοσίευσαν επιστολή υποστήριξης του αιτήματός μας, για απαγόρευση της παρακολούθησης των καταναλωτών, για εμπορικούς- διαφημιστικούς σκοπούς.

Το γεγονός ότι πίσω από αυτήν την έκθεση και την επιστολή συσπειρώθηκε ένα μεγάλο μέρος της κοινωνίας των πολιτών, δείχνει την αυξανόμενη αποφασιστικότητα των Οργανώσεων Καταναλωτών, των ομάδων για τα ψηφιακά δικαιώματα, των ομάδων για τα ανθρώπινα δικαιώματα ακόμα και αρκετών επιχειρήσεων να τερματίσουν το ευρέως διαδεδομένο επιχειρηματικό μοντέλο της κατασκοπείας του κοινού.

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

Το θέμα είναι πολύ σοβαρό, εμπλέκονται, σε αυτό, τεράστια οικονομικά συμφέροντα και θα μας απασχολεί, για μεγάλο χρονικό διάστημα.

Τεχνητή νοημοσύνη

Στις 21 Απριλίου 2021, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσίευσε την πρότασή της, για τον Κανονισμό για την τεχνητή νοημοσύνη, που θεσπίζει εναρμονισμένους κανόνες και τροποποιεί ορισμένες νομοθετικές πράξεις της Ένωσης, όπως την Πράξη για την τεχνητή νοημοσύνη.

Η τεχνητή νοημοσύνη έχει τη δυνατότητα να φέρει πολλά οφέλη στους καταναλωτές. Μπορεί να διευκολύνει τη δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών, που θα κάνουν ευκολότερη την καθημερινότητά μας και ίσως λιγότερο επιβαρυνμένη, όπως προσωποποιημένες υπηρεσίες, εφαρμογές προσαρμοσμένες στην πραγματικότητα, εργαλεία υγείας που θα βοηθούν στην πιο γρήγορη διάγνωση ασθενειών, αυτόνομα οχήματα κ.λπ. Όμως, η τεχνητή νοημοσύνη φέρνει, μαζί της, κινδύνους και προκλήσεις, για τους καταναλωτές. Για παράδειγμα, η χρήση της τεχνητής νοημοσύνης, για τη μεγιστοποίηση των εσόδων των χρηστών, μπορεί να οδηγήσει σε «αλγοριθμική προκατάληψη» και άδικες διακρίσεις, ανάμεσα σε διαφορετικές ομάδες ανθρώπων, με βάση οικονομικά κριτήρια, ή κριτήρια φύλου, ή κριτήρια υγείας. Γενικότερα, η χρήση της τεχνητής νοημοσύνης μπορεί να επηρεάσει, αρνητικά, την αυτονομία, την ελεύθερη επιλογή των καταναλωτών, την αυτοδιάθεση, την προστασία της προσωπικής ζωής, την ικανότητα να αλληλοεπιδρούμε με προϊόντα και υπηρεσίες και τη δυνατότητα να ζητάμε ευθύνες, από επιχειρήσεις, όταν κάτι πάει «στραβά».

Προϊόντα και υπηρεσίες τεχνητής νοημοσύνης, όπως οι εικονικοί βοηθοί, τα αυτόνομα αυτοκίνητα, τα εργαλεία αναγνώρισης προσώπων, τα αυτόματα κέντρα εξυπηρέτησης πελατών και άλλα, ήδη, αλλάζουν τις αγορές και τις κοινωνίες. Τι θα συμβεί αν η Τ.Ν. αποφασίσει να αυξήσει τα ασφάλιστρά μας, γιατί όταν γερνάμε, αρρωσταίνουμε πιο συχνά;

Η νομοθεσία, λοιπόν, για την τεχνητή νοημοσύνη, πρέπει να δίνει στους καταναλωτές τα δικαιώματα και την προστασία, που χρειάζονται, για να χρησιμοποιούν, χωρίς φόβο, την τεχνητή νοημοσύνη, επιτρέποντας, συγχρόνως, την καινοτομία και διασφαλίζοντας το σεβασμό των βασικών δικαιωμάτων και αξιών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η πρόταση Κανονισμού της Ευρωπαϊκής Επιτροπής είναι ικανοποιητική, αλλά χρειάζεται σημαντικές βελτιώσεις, ώστε να διασφαλίσει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών, στην τεχνητή νοημοσύνη. Μια πρόσφατη έρευνα της BEUC (Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών) δείχνει ότι οι καταναλωτές διακρίνουν δυνατότητες στην Τ.Ν. για πρόβλεψη τροχαίων ατυχημάτων (91%), για καλύτερες παροχές υγείας (87%) κ.λπ. Όμως, έχουν σοβαρές επιφυλάξεις ότι οι εταιρίες θα χρησιμοποιήσουν την Τ.Ν. για να διαμορφώνουν τις αποφάσεις και τις επιλογές των καταναλωτών. Περισσότεροι από ένα 2/3 των ερωτηθέντων θέλουν να έχουν το δικαίωμα να πουν «όχι», στις αυτόματες αποφάσεις.

Η πρόταση της Επιτροπής εστιάζει σε μια πολύ μικρή ομάδα χρήσεων και προκλήσεων της Τ.Ν. Δεν προστατεύει αρκετά τους καταναλωτές, από π.χ. πιθανή οικονομική ζημιά, που θα προκληθεί από προϊόντα, ή υπηρεσίες που χρησιμοποιούν, ή βασίζονται στην Τ.Ν. Η πρόταση εστιάζει μόνο σε εφαρμογές Τ.Ν., που είναι πολύ επικίνδυνες. Με τον τρόπο αυτό, δεν καλύπτονται χρήσεις της Τ.Ν., που επηρεάζουν την καθημερινότητα των καταναλωτών, όπως έξυπνοι θερμοστάτες, ή αξιολογήσεις ασφαλίσεων υγείας. Ενώ η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δήλωσε ότι θέλει να απαγορεύσει τη χρήση συγκεκριμένων πρακτικών Τ.Ν., που μπορούν να στρεβλώσουν τη συμπεριφορά ενός ατόμου, ο Κανονισμός αναφέρεται μόνο σε φυσικές και ψυχολογικές ζημιές, αφήνοντας έξω άλλες πιθανές ζημιές, για τους καταναλωτές, όπως οικονομικές ζημιές, ή οικονομικές διακρίσεις και αποκλεισμούς. Η πρόταση δεν περιλαμβάνει συγκεκριμένα δικαιώματα των καταναλωτών, όπως το δικαίωμα εναντίωσης, σε αυτοματοποιημένες αποφάσεις (από αλγόριθμους) και απαιτήσεις ανθρωπίνης εποπτείας. Επίσης, δεν περιλαμβάνει μέτρα επανόρθωσης, σε περίπτωση που κάτι πάει στραβά. Η πρόταση βασίζεται πολύ στην αυτό-αξιολόγηση, της βιομηχανίας, για τη συμμόρφωσή της με τους κανόνες.

Η Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών (BEUC), σε συνεργασία με το ΚΕ.Π.ΚΑ., πρότεινε:

- Το πεδίο εφαρμογής πρέπει να διευρυνθεί, ώστε να καλύπτει, εκτός από τα αγαθά «υψηλού κινδύνου» και άλλα αγαθά, όπως τους έξυπνους μετρητές, τα συνδεδεμένα παιχνίδια, τους εικονικούς βοηθούς, ή τα εργαλεία, που ταξινομούν ό,τι βλέπουμε στα κοινωνικά δίκτυα.
- Όλα τα συστήματα τεχνητής νοημοσύνης, που χρησιμοποιούνται, στην Ευρωπαϊκή Ένωση, συμπεριλαμβανομένων και των συστημάτων μεσαίου και χαμηλού κινδύνου, πρέπει να σέβονται συγκεκριμένες κοινές αρχές, που θεσμοθετήθηκαν, στην Πράξη για τη τεχνητή νοημοσύνη, π.χ. διαφάνεια, δικαιοσύνη, αποφυγή διακρίσεων.
- Ο σημερινός κατάλογος εφαρμογών υψηλού κινδύνου πρέπει να διευρυνθεί. Για παράδειγμα, η τεχνητή νοημοσύνη χρησιμοποιείται, για να υπολογίζει τα ασφάλιστρα, καθώς και σε υπηρεσίες πληρωμών και είσπραξης οφειλών. Αυτές οι υπηρεσίες πρέπει να περιληφθούν, στον κατάλογο εφαρμογών υψηλού κινδύνου.
- Ο κατάλογος πρακτικών τεχνητής νοημοσύνης που απαγορεύονται, πρέπει να διευρυνθεί και να περιλάβει πρακτικές, που μπορούν να χειραγωγήσουν τους καταναλωτές, ώστε να τους προκαλέσουν οικονομική, φυσική, ή ψυχολογική ζημία.
- Ο κατάλογος απαγορευμένων πρακτικών πρέπει να επεκταθεί, σε πρακτικές που εκμεταλλεύονται κάθε ευαλωτότητα, όχι μόνο παιδιών, ή Α.Μ.Ε.Α. Για παράδειγμα, πρέπει οι καταναλωτές να προστατεύονται από τη χρήση «προφίλ πειθούς» και τις πρακτικές προσωποποίησης (ψηφιακή ασυμμετρία). Δηλαδή, οι καταναλωτές αποτελούν, συνεχώς, μέρος πειραμάτων, που στοχεύουν να ανακαλύψουν πώς και κάτω από ποιές συνθήκες οι καταναλωτές μπορούν να γίνουν ευάλωτοι. Αυτές οι μέθοδοι είναι αόρατες, από τους καταναλωτές. Επίσης, ο κατάλογος πρέπει να περιλαμβάνει πρακτικές, που εκμεταλλεύονται προσωρινές ευαλωτότητες, όπως θλίψη, συναισθηματική πίεση, άγχος κ.λπ., που δε συνδέονται με συγκεκριμένες ομάδες ανθρώπων, λόγω ηλικίας, φυσικής, ή διανοητικής ανικανότητας.
- Το βάρος της απόδειξης της συμμόρφωσης, πρέπει να βαρύνει την οντότητα, που χρησιμοποιεί την τεχνητή νοημοσύνη, για όλες τις διαφορές με καταναλωτές και πρέπει να εισαχθεί στον Κανονισμό.
- Η «κοινωνική βαθμολόγηση» πρέπει να απαγορευτεί και για ιδιωτικούς οργανισμούς και ημιδημόσιες υπηρεσίες, όχι μόνο για τις δημόσιες αρχές. Δεν έχει θέση στην Ευρωπαϊκή Ένωση η βαθμολόγηση της αξιοπιστίας των πολιτών της, με βάση την κοινωνική τους συμπεριφορά, ή τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς τους, της υγείας τους, την εξυπνάδα τους, τις προτιμήσεις τους, τα συναισθήματα, ανεξάρτητα από το ποιος φορέας διενεργεί τη βαθμολόγηση.
- Η χρήση της εξ αποστάσεως βιομετρικής αναγνώρισης, σε πραγματικό χρόνο, σε δημόσιους χώρους, από ιδιωτικές οντότητες, πρέπει να απαγορευτεί, χωρίς καμία εξαίρεση.
- Πρέπει να απαγορευτεί η χρήση της τεχνητής νοημοσύνης, για τη διαπίστωση των συναισθημάτων, εκτός από πολύ συγκεκριμένες περιπτώσεις, που αφορούν την υγεία, ή την έρευνα.
- Πρέπει να απαγορευτεί η χρήση της τεχνητής νοημοσύνης, που με βάση βιομετρικά στοιχεία κατηγοριοποιούνται άτομα σε ομάδες, με βάση την εθνοτική καταγωγή, το φύλο, τον πολιτικό, ή σεξουαλικό προσανατολισμό, ή άλλους λόγους, για τους οποίους απαγορεύονται οι διακρίσεις βάσει του άρθρου 21 του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Πρέπει να απαγορευτεί η χρήση της τεχνητής νοημοσύνης, για σκοπούς που δεν έχει αποδειχτεί επιστημονικά η αξία της.
- Οι καταναλωτές πρέπει να έχουν συγκεκριμένα ισχυρά δικαιώματα και πρόσβαση σε αποτελεσματικούς μηχανισμούς αποκατάστασης και αποζημίωσης, σε περίπτωση ζημίας. Σε αυτούς πρέπει να περιλαμβάνεται η συλλογική αποζημίωση.
- Η αξιολόγηση της συμμόρφωσης των συστημάτων υψηλού κινδύνου πρέπει να γίνεται από τρίτους ανεξάρτητους φορείς και τα αποτελέσματά της να κοινοποιούνται, στην αρμόδια εποπτική αρχή, πριν το προϊόν τοποθετηθεί στην αγορά και διατεθεί στο κοινό.

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

- Η αυτοαξιολόγηση πρέπει να επιτρέπεται μόνο για μεσαίου και χαμηλού κινδύνου συστήματα. Αυτή η προσέγγιση δεν είναι επαρκής, όταν πρόκειται, για σύνθετη αξιολόγηση, αναφορικά με τις χρήσεις υψηλού κινδύνου της τεχνολογίας Τ.Ν. Πρέπει να ληφθεί υπόψη πόσο η τεχνολογία επηρεάζει τα δικαιώματα και τις ελευθερίες των πολιτών. Πρέπει να διασφαλιστεί ότι δεν περιορίζεται η αυτονομία και το δικαίωμα στην επιλογή των πολιτών.
- Η εφαρμογή του Κανονισμού, από τις εθνικές αρχές πρέπει να αποσαφηνιστεί, να ενισχυθεί και να βελτιωθεί. Πρέπει να δημιουργηθεί ένας οργανισμός με υψηλή εξειδίκευση σε τεχνικό επίπεδο, για να βοηθήσει τις εθνικές αρχές και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στις έρευνές τους. Οι αρχές, που ξεκινούν μια έρευνα πρέπει να ενημερώνουν τις αρχές των άλλων κρατών-μελών. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρέπει να μπορεί να αρχίσει αξιολόγηση κάποιου συστήματος τεχνητής νοημοσύνης, όταν υπάρχουν ενδείξεις ότι είναι επικίνδυνο, όταν καμία εθνική αρχή δεν έχει ξεκινήσει έρευνα και όταν το επικίνδυνο σύστημα θέτει σε κίνδυνο καταναλωτές, σε περισσότερα του ενός κράτη-μέλη.

Η τεχνητή νοημοσύνη είναι μια καινοτομία δύσκολα κατανοητή από τους καταναλωτές και, ήδη, παρούσα στην καθημερινότητά μας. Δημιουργεί προκλήσεις, που πρέπει να αντιμετωπίζονται, άμεσα.

Το θέμα θα μας απασχολεί για πολλά χρόνια ακόμα. Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο θα οριστικοποιήσει τις απόψεις του, μέχρι το Σεπτέμβριο του 2022. Η Σλοβενική Προεδρεία βελτίωσε λίγο το κείμενο της πρότασης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, αλλά άφησε πολλά αρνητικά, για τους καταναλωτές, σημεία. Η Γαλλική Προεδρεία κατέθεσε το δικό της κείμενο, αρχές του 2022, το οποίο σχολιάσαμε η ΒΕUC και το ΚΕ.Π.ΚΑ.

Συνεχίζουμε τη δράση μας.

Νέοι κανόνες Φ.Π.Α. στο ηλεκτρονικό εμπόριο

Από την 1η Ιουλίου 2021, άλλαξε ο τρόπος, με τον οποίο χρεωνόταν ο Φ.Π.Α. (Φόρος Προστιθέμενης Αξίας), στις διαδικτυακές πωλήσεις, όταν οι καταναλωτές αγοράζουν από εμπόρους, είτε εντός, είτε εκτός της Ε.Ε.

Σύμφωνα με το σύστημα, που ίσχυε, πριν την 1η Ιουλίου του 2021, τα εμπορεύματα, που εισάγονταν, στην Ε.Ε., από εταιρείες εκτός Ε.Ε. και αποτιμούνταν, σε αξία μικρότερη από 22 ευρώ, απαλλάσσονταν, από το Φ.Π.Α. Από την Πέμπτη 1 Ιουλίου 2021, η απαλλαγή αυτή σταμάτησε, έτσι ώστε να χρεώνεται Φ.Π.Α., σε όλα τα εμπορεύματα, που εισέρχονται στην Ε.Ε., ακριβώς όπως ισχύει και για τα εμπορεύματα, που πωλούνται από επιχειρήσεις της Ε.Ε.

Μελέτες και η εμπειρία έχουν δείξει ότι γινόταν κατάχρηση αυτής της απαλλαγής, καθώς αδιάστακτοι πωλητές, από χώρες εκτός Ε.Ε., έκαναν παραπλανητική επισήμανση αποστολών εμπορευμάτων, π.χ. έξυπνων τηλεφώνων, προκειμένου να επωφεληθούν, από την απαλλαγή. Το κενό αυτό επέτρεπε, στις εν λόγω εταιρείες, να υποσκελίσουν τους ανταγωνιστές τους, στην Ε.Ε. και κόστιζε, στα δημόσια ταμεία της Ε.Ε., περίπου 7 δισεκατομμύρια ευρώ, ετησίως, γεγονός που οδηγούσε, σε μεγαλύτερη φορολογική επιβάρυνση, για τους άλλους φορολογούμενους.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ εξέδωσε δελτίο τύπου, για να ενημερώσει τους καταναλωτές.

Ψηφιακό ευρώ

Τον Οκτώβριο του 2020, η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα δημοσίευσε μια έκθεση, για την πιθανή έκδοση ψηφιακού ευρώ. Το ψηφιακό ευρώ θα είναι χρήμα της κεντρικής τράπεζας, σε ηλεκτρονική μορφή, που θα είναι προσβάσιμο, από όλους τους πολίτες και τις επιχειρήσεις, όπως τα χαρτονομίσματα, αλλά σε ψηφιακή μορφή. Η δημιουργία του ψηφιακού ευρώ πρέπει να δώσει, στους καταναλωτές, που επιλέγουν να κάνουν ψηφιακές πληρωμές, την ευκαιρία να έχουν, στη διάθεσή τους μια μορφή ψηφιακού χρήματος. Οι καταναλωτές έχουν στο

πορτοφόλι, ή στην τσέπη τους, φυσικό χρήμα, αλλά με το ηλεκτρονικό ευρώ θα διαθέτουν ψηφιακά ευρώ, σε ένα πορτοφόλι, στην ηλεκτρονική συσκευή τους, όπως στο τηλέφωνό τους, στον υπολογιστή τους, ή σε μια κάρτα. Στη δεύτερη περίπτωση, ηλεκτρονικές νομισματικές μονάδες θα μεταφέρονται, από τη συσκευή του καταναλωτή, στη συσκευή του δικαιούχου.

Η δημιουργία των ψηφιακών μετρητών, με άμεση πρόσβαση των καταναλωτών, σε ένα λογαριασμό, στην κεντρική τράπεζα, θα φέρει τεράστια καινοτομία. Δημιουργείται ένα θεμελιώδες νέο δικαίωμα των καταναλωτών, όσον αφορά τη διαχείριση των χρημάτων τους.

Το ψηφιακό ευρώ πρέπει να έχει τα ίδια χαρακτηριστικά, με τα μετρητά: φτηνό, εύκολο στη χρήση, ασφαλές, απαλλαγμένο από κινδύνους, αποτελεσματικό και κυρίως ανώνυμο. Το ψηφιακό ευρώ πρέπει να στηθεί με τρόπο, που θα διασφαλίζει ότι οι ιδιώτες εταίροι, όπως οι πάροχοι υπηρεσιών πληρωμών, δεν έχουν δυνατότητα επεξεργασίας προσωπικών δεδομένων. Η προστασία των προσωπικών δεδομένων, της ιδιωτικής ζωής και η ανωνυμία πρέπει να ενσωματωθούν, στο σχεδιασμό του ψηφιακού νομίσματος. Η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα πρέπει να υιοθετήσει αυτά τα αιτήματα των καταναλωτών.

Η συζήτηση, μόλις, άρχισε. Έχουμε πολύ δρόμο ακόμα.

Ευρωπαϊκός Κώδικας για τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Η αγορά τηλεπικοινωνιών είναι μια αγορά δύσκολη, για τους καταναλωτές και τα παράπονα των καταναλωτών, για τις τηλεπικοινωνίες και τους παρόχους τους, παραμένουν σε υψηλούς αριθμούς, για πολλά χρόνια:

- Ο πίνακας αποτελεσμάτων των καταναλωτικών αγαθών της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, για το 2018, έδειξε προβλήματα που επιμένουν, στην αγορά των τηλεπικοινωνιών. Η επιμονή των προβλημάτων είναι το αδύνατο σημείο του τομέα αυτού της αγοράς. Το ποσοστό των καταναλωτών, που ανέφεραν ότι αντιμετώπισαν προβλήματα, με τις υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών (16,9% μέσος όρος) είναι το υψηλότερο, ανάμεσα στις αγορές υπηρεσιών, που ελέγχθηκαν. Μάλιστα, το ποσοστό αυτό ήταν 20,3%, για τις υπηρεσίες διαδικτύου. Έτσι, η Ε.Ε. κατέληξε ότι αυτός ο τομέας προκαλεί τη μεγαλύτερη ζημία στους καταναλωτές.
- Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διαθέτει ένα δείκτη απόδοσης της αγοράς, για να μετρήσει εάν και κατά πόσο ένας τομέας της αγοράς λειτουργεί, καλά, σύμφωνα με τους καταναλωτές. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή βρήκε ότι, από τους έξι τομείς της αγοράς, που είχαν «μετρηθεί» το 2015, οι πέντε παρουσίασαν βελτίωση. Μόνο οι τηλεπικοινωνίες παρουσίασαν μικρή χειροτέρευση, σύμφωνα με την αναφορά εποπτείας των καταναλωτικών αγαθών της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, για το 2017.

Η αναφορά του 2017 εντόπιζε, μεταξύ άλλων, τα παρακάτω προβλήματα:

- υψηλές τιμές, σε κάποια κράτη-μέλη,
- έλλειψη υγιούς ανταγωνισμού, σε όλες τις χώρες,
- αθέμιτους όρους συμβάσεων,
- παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές,
- δυσκολονόητους όρους προσφορών,
- χρέωση υπηρεσιών, που δεν ζητήθηκαν,
- δυσκολίες αλλαγής παρόχου,
- διακοπές υπηρεσιών,
- υπερβολικές χρεώσεις,
- κακή ποιότητα υπηρεσιών,
- μικρότερη δυνατότητα πρόσβασης, στο διαδίκτυο, σε αγροτικές περιοχές,
- παραβιάσεις της αρχής του ανοιχτού (ουδετερότητας) διαδικτύου,
- μη εφαρμογή της νομοθεσίας,
- χρεώσεις sms, από πενταψήφιους αριθμούς,
- αύξηση του ελάχιστου χρόνου χρέωσης των φωνητικών κλήσεων κινητής τηλεφωνίας,
- έλλειψη γνώσης, από τους καταναλωτές για τα δικαιώματα και τους τρόπους υποβολής καταγγελίας,

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

- αριθμούς υψηλής χρέωσης π.χ. 901XXXXXXX.

Για να αντιμετωπιστούν τα παραπάνω προβλήματα, η Ευρωπαϊκή Ένωση θέσπισε τον Ευρωπαϊκό Κώδικα, για τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες, μέσω της Οδηγίας 2018/1972, στις 11 Δεκεμβρίου 2018. Ο κώδικας αυτός αναβάθμισε τα δικαιώματα των καταναλωτών και αύξησε τις υποχρεώσεις των παρόχων ηλεκτρονικών υπηρεσιών:

- Ρύθμισε τις χρεώσεις των διεθνών κλήσεων, δηλαδή τις χρεώσεις για τις κλήσεις από τη χώρα του καταναλωτή, σε άλλο κράτος-μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Από τις 15 Μαΐου 2019, οι εξερχόμενες κλήσεις χρεώνονται, πλέον, με 0,19 ευρώ, ανά λεπτό και τα μηνύματα 0,06 ευρώ, ανά μήνυμα.
- Η υποχρέωση καθολικής υπηρεσίας, πλέον, αφορά την πρόσβαση, στις ευρυζωνικές συνδέσεις, που σημαίνει ότι όλοι οι καταναλωτές, ακόμα και αυτοί, που βρίσκονται σε δύσκολη οικονομική θέση, έχουν πρόσβαση, σε σύνδεση, καλής ποιότητας στο διαδίκτυο και σε προσιτές τιμές.
- Οι απαιτήσεις, για πληροφόρηση και διαφάνεια περιλαμβάνουν ρυθμίσεις, για τις «δωρεάν» υπηρεσίες, για τις οποίες οι καταναλωτές δίνουμε τα προσωπικά μας δεδομένα.
- Οι καταναλωτές έχουμε περισσότερα δικαιώματα, όταν διακόπτουμε μια σύμβαση.
- Οι καταναλωτές έχουμε περισσότερα δικαιώματα, όταν αγοράζουμε συνδεδεμένες προσφορές.
- Οι πάροχοι τηλεπικοινωνιών πρέπει να μας αποζημιώνουν, για αδικαιολόγητες καθυστερήσεις, στη διαδικασία αλλαγής παρόχου.
- Όλες οι υπηρεσίες ψηφιακών επικοινωνιών (συμπεριλαμβανομένων των διαδικτυακών εφαρμογών) πρέπει να συμμορφώνονται, με την αρχή της ασφάλειας των τηλεπικοινωνιών.
- Οι εποπτικές αρχές διαθέτουν αρμοδιότητες και εξουσίες, για να επιβάλλουν τον υγιή ανταγωνισμό, στην αγορά και να ασχοληθούν και με τα ολιγοπώλια.

Πολύ σημαντική βελτίωση, εκτός των παραπάνω αναφερόμενων, είναι η περίληψη της ηλεκτρονικής σύμβασης. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θεσμοθέτησε ένα υπόδειγμα περίληψης σύμβασης, για τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Η περίληψη αυτή περιλαμβάνει:

- περισσότερες πληροφορίες, για τις προσφορές συνδεδεμένων υπηρεσιών-πακέτα,
- προκαθορισμένη σειρά παρουσίασης των πληροφοριών,
- όλες τις ταχύτητες σύνδεσης, στο διαδίκτυο, που αφορούν τον καταναλωτή, που συμβάλλεται,
- μια περίληψη των επανορθώσεων, που δικαιούται ο καταναλωτής, για όλες τις περιπτώσεις, που ο πάροχος αποτυγχάνει να ανταποκριθεί στην ποιότητα των υπηρεσιών, που είχε υποσχεθεί,
- περισσότερες λεπτομέρειες, για τη διάρκεια και τη λήξη σύμβασης.

Ο Ευρωπαϊκός κώδικας για τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες (EECC) έπρεπε να έχει ενσωματωθεί και να έχει τεθεί, σε εφαρμογή, στα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης στις 21 Δεκεμβρίου 2020. Η οδηγία ενσωματώθηκε στην ελληνική νομοθεσία, σε μορφή πιστού αντιγράφου της οδηγίας το Σεπτέμβριο του 2020. Η ενσωμάτωση δεν εξειδίκευσε, ούτε αποσαφήνισε, όπως θα έπρεπε, τις διατάξεις, που αφορούσαν τους καταναλωτές.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. υπέβαλε ερωτήματα στην Ε.Ε.Τ.Τ. (Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων) και η Ε.Ε.Τ.Τ. έθεσε και πάλι σε διαβούλευση τα σημεία, που αφορούν τους καταναλωτές, στις 22 Δεκεμβρίου 2020, με ημερομηνία λήξης στις 19 Φεβρουαρίου 2021.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. διαφώνησε, κάθετα, με αρκετές από τις προτάσεις της Ε.Ε.Τ.Τ., για την εξειδίκευση των όρων της οδηγίας, που αφορούσαν τους καταναλωτές. Κατέθεσε προτάσεις, στη διαβούλευση, έθεσε καυτά ερωτήματα και ενημέρωσε τον Πρωθυπουργό κ. Κ. Μητσοτάκη, για τα προβλήματα, που θα αντιμετωπίσουν οι καταναλωτές, εάν εγκριθεί η πρόταση της Ε.Ε.Τ.Τ.

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

Το Μάιο του 2021, η Ε.Ε.Τ.Τ. εξέδωσε το Νέο Κανονισμό Γενικών Αδειών που περιλαμβάνει μεγάλο μέρος των προτάσεων του ΚΕ.Π.ΚΑ.

Περιορισμοί

Οι χρεώσεις περιορισμού αποτελούν, πλέον ιστορία, για τους καταναλωτές, χάρη στους κανόνες που έθεσε η Ευρωπαϊκή Ένωση. Είναι σημαντικό να μπορούμε οι καταναλωτές να χρησιμοποιήσουμε το κινητό μας τηλέφωνο, το τάμπλετ μας και όποια άλλη συσκευή επιθυμούμε, όταν ταξιδεύουμε εκτός της χώρας μας, όπως τα χρησιμοποιούμε και στη χώρα μας, χωρίς να ανησυχούμε για υπέρογκες χρεώσεις. Αυτό αποτελεί σημαντικό επίτευγμα της Ε.Ε.

Οι καταναλωτές περνάμε δύσκολες ώρες αυτή την εποχή, αλλά μόλις περάσει η πανδημία και οι άνθρωποι αρχίσουν να ταξιδεύουν πάλι, θα χρειαστούμε τους κανόνες για την περιορισμό.

Το 2022, θα έληγε η ισχύς του Κανονισμού 2015/2020, που έθεσε τους κανόνες για τις χρεώσεις περιορισμού. Στις 24 Φεβρουαρίου 2021, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή κατέθεσε την πρότασή της, για την παράταση ισχύος των σημερινών κανόνων για την περιορισμό, για μετά τον Ιούνιο του 2022. Από τον Ιούλιο 2021, ξεκίνησε η συζήτηση, για νέο ρυθμιστικό πλαίσιο. Η διατήρηση των σημερινών κανόνων δεν τέθηκε σε αμφισβήτηση, όμως έπρεπε να υπάρξουν βελτιώσεις, όσον αφορά τη διαφάνεια, την ποιότητα των υπηρεσιών, τη λειτουργία της αγοράς χονδρικής, τις τιμές χονδρικής κ.λπ. Τις βελτιώσεις αυτές ζητήσαμε η ΒΕUC – Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών και το ΚΕ.Π.ΚΑ.

Τον Οκτώβριο 2021, ξεκίνησε ο διάλογος, για τις χρεώσεις περιορισμού, ανάμεσα στο Ευρωκοινοβούλιο και το Συμβούλιο. Η Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών (ΒΕUC) κατέθεσε, ξανά, τα αιτήματα των καταναλωτών, στη διαμόρφωση των οποίων συμμετείχε το ΚΕ.Π.ΚΑ. Ζητήσαμε, λοιπόν:

- να είναι εγγυημένη η ίδια ποιότητα υπηρεσιών (π.χ. ταχύτητα δεδομένων) στο εξωτερικό, όπως και στο εσωτερικό,
- να προστατεύονται οι καταναλωτές από συνδέσεις σε δίκτυα τρίτων χωρών, όταν π.χ. βρίσκονται κοντά σε σύνορα ευρωπαϊκής με τρίτη χώρα, καθώς και από συνδέσεις σε μη επίγεια δίκτυα, όπως π.χ. όταν βρίσκονται σε πλοία και αεροπλάνα,
- να μειωθούν οι ανώτατες τιμές χονδρικής (η ανώτερη τιμή που οι πάροχοι τηλεπικοινωνιών μπορούν να χρεώνουν ο ένας στον άλλο, όταν οι πελάτες τους χρησιμοποιούν το τηλέφωνο στο εξωτερικό), για να πλησιάσουν όσο γίνεται πιο πολύ στα πραγματικά κόστη χονδρικής,
- να περιοριστεί η εφαρμογή πρακτικών «καλής χρήσης», ώστε να χρεώνονται οι καταναλωτές μόνο για την πραγματική «κακή χρήση»,
- να σταματήσουν οι επιπλέον χρεώσεις, για επικοινωνίες εντός Ευρωπαϊκής Ένωσης,
- να βελτιωθεί η διαφάνεια των χρεώσεων και
- να βελτιωθεί η πρόσβαση σε υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας καθώς και σε υπηρεσίες επείγουσας ανάγκης.

Στις αρχές Δεκεμβρίου 2021, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο και το Ευρωκοινοβούλιο κατέληξαν, σε συμφωνία, για τη νέα νομοθεσία για την περιορισμό. Στη συμφωνία αυτή, επιβεβαιώνεται ότι η απαγόρευση επιβολής χρεώσεων περιορισμού θα συνεχιστεί και μετά το 2022. Οι καταναλωτές θα απολαμβάνουν την ίδια ποιότητα υπηρεσιών, στο εξωτερικό, όπως και στη χώρα τους. Οι καταναλωτές θα προστατεύονται από αυθαίρετες συνδέσεις, σε δίκτυα τρίτων χωρών, καθώς και από συνδέσεις σε μη επίγεια δίκτυα.

Δυστυχώς, όμως, η συμφωνία δεν προβλέπει κάποιους όρους, για τις κλήσεις και τα μηνύματα, εντός Ευρωπαϊκής Ένωσης. Παρά τις ισχύουσες ανώτατες τιμές, για τις κλήσεις αυτές (διεθνείς), οι καταναλωτές συνεχίζουν να πληρώνουν υπέρογκα ποσά, όταν καλούν από τη χώρα τους, σε μια άλλη χώρα της Ε.Ε. Αυτό είναι άδικο, αφού ζούμε σε μια Ενωμένη-Ενιαία Ευρωπαϊκή Αγορά. Επίσης, είναι λυπηρό ότι η συμφωνία δεν περιλαμβάνει κάποια απαγόρευση των πολιτικών «καλής χρήσης», που επιτρέπουν στις εταιρίες να επιβάλλουν χρεώσεις

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

περιαγωγής, όταν η χρήση του κινητού, στο εξωτερικό, ξεπερνά κάποιο όριο, που έχουν θέσει οι εταιρίες.

Η ΒΕΥC και το ΚΕ.Π.ΚΑ. ζητήσαμε, από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, να προτείνει μείωση τιμών, για τις διεθνείς κλήσεις και να απαγορεύσει τις πρακτικές «καλής χρήσης».

Η τελική συμφωνία, ανάμεσα στο Συμβούλιο και στο Ευρωκοινοβούλιο επιτεύχθηκε τον Ιανουάριο του 2022. Αναμένεται η ψήφιση από την Ολομέλεια του Ευρωκοινοβουλίου, το Μάρτιο του 2022. Παρακολουθούμε το θέμα και θα ενημερώσουμε για τη νέα νομοθεσία.

Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές της πλατφόρμας Amazon

Η Amazon θέτει εμπόδια, στους καταναλωτές, που επιθυμούν να διαγραφούν, από την υπηρεσία Amazon Prime. Η υπηρεσία αυτή παρέχει εκπτώσεις, προνόμια στις παραδόσεις αγαθών και πρόσβαση σε άλλες υπηρεσίες της Amazon, έναντι συνδρομής. Η Amazon, που έχει τα κεντρικά της γραφεία στο Λουξεμβούργο, έχει πάνω από 150 εκατομμύρια συνδρομητές, παγκοσμίως.

Το Συμβούλιο Καταναλωτών της Νορβηγίας κατέθεσε καταγγελία, στην Αρχή Προστασίας Καταναλωτών, εναντίον της εταιρείας, για παραβίαση της Οδηγίας για τις Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές. Κατά τη διαδικασία διαγραφής, από την υπηρεσία Amazon Prime, η εταιρεία χειραγωγεί τους καταναλωτές, ώστε να συνεχίσουν να χρησιμοποιούν την υπηρεσία, με τρόπο, που μοιάζει, με εσκεμμένη προσπάθεια να δημιουργήσει σύγχυση και απογοήτευση, στους πελάτες της. Το Συμβούλιο Καταναλωτών της Νορβηγίας έκανε έρευνα, στην οποία συμμετείχαν 1000 καταναλωτές, από τη Νορβηγία και ανέλυσε την εμπειρία τους. Ένας στους τέσσερις ανέφερε δυσκολίες να διαγραφεί, από τις υπηρεσίες ψηφιακού περιεχόμενου. 25% των καταναλωτών, που ερωτήθηκαν ανέφεραν ότι πληρώνουν μία, ή περισσότερες συνδρομές, τις οποίες χρησιμοποιούν τόσο λίγο, που θα μπορούσαν να μην έχουν γίνει καθόλου συνδρομητές. Οι περισσότεροι χρησιμοποιούν τη συνδρομή, για να παρακολουθήσουν κινηματογραφικές ταινίες, να ακούσουν μουσική, ή ηχητικά βιβλία, να παίξουν βιντεοπαιχνίδια, ή να διαβάσουν τα νέα. Όμως, ενώ η διαδικασία εγγραφής συνδρομητών είναι πολύ εύκολη, η διαδικασία διαγραφής είναι πολύ δύσκολη.

Εταιρίες, όπως η Amazon, φαίνεται να προσπαθούν να αποθαρρύνουν τους πελάτες τους να διαγραφούν, είτε δίνοντας υπερβολική έμφαση στα οφέλη, που θα χάσουν, με τη διαγραφή τους, είτε κάνοντας τη διαδικασία διαγραφής τόσο δύσκολη, που οι χρήστες, απλά, απογοητεύονται και παραιτούνται.

Το Συμβούλιο Καταναλωτών της Νορβηγίας ανέλυσε τη διαδικασία διαγραφής, από την υπηρεσία Amazon Prime. Η ανάλυση δείχνει ότι οι καταναλωτές, που επιθυμούν να διαγραφούν, αντιμετωπίζουν μεγάλο αριθμό εμποδίων, μεταξύ των οποίων, σύνθετα μενού πλοήγησης, δύσκολη διατύπωση, μπερδεμένες επιλογές και επαναλαμβανόμενες προσπάθειες αποτροπής. Η Amazon χειραγωγεί τους χρήστες, μέσω της διατύπωσης και των γραφικών, κάνοντας όλη τη διαδικασία δύσκολη και υπερβολικά δυσνόητη.

Δυστυχώς, η χρήση “σκοτεινών μοτίβων”, ή χειριστικού σχεδιασμού, που χειραγωγούν το χρήστη, είναι μια συνηθισμένη πρακτική, στο διαδίκτυο. Αυτά περιλαμβάνουν συγκεκριμένες επιλογές, που είναι ευκολότερες, για τον καταναλωτή, από άλλες, παγίδευση των καταναλωτών, ώστε να δώσουν τη συναίνεσή τους, για τη χρήση των προσωπικών δεδομένων και άλλες καταχρηστικές πρακτικές. Οι καταναλωτές, διαρκώς, βομβαρδίζονται από ένα μεγάλο αριθμό έξυπνων προσπαθειών, ώστε να πειστούν να κάνουν επιλογές, που ωφελούν τις εταιρίες, σε βάρος των δικών τους χρημάτων, χρόνου και συμφερόντων.

Ενώσεις Καταναλωτών από την Ευρώπη και τις Η.Π.Α., ανάμεσά τους και το ΚΕ.Π.ΚΑ., ανέλαβαν δράση, κατά της Amazon, βασιζόμενες στην αναφορά του Νορβηγικού Συμβουλίου Καταναλωτών. Ζητήσαμε, από τις Αρχές Προστασίας Καταναλωτών να ερευνήσουν τα “σκοτεινά μοτίβα”, στις χώρες τους. Μια απόφαση, για την ορθότητα του παραπόνου, θα

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

σημαίνει πως τα “σκοτεινά μοτίβα” δεν είναι σύμφωνα, με τη Ευρωπαϊκή νομοθεσία και παραβιάζουν τα δικαιώματα των καταναλωτών.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. - Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών, στις 14 Ιανουαρίου 2021, απέστειλε την καταγγελία, στο Δίκτυο Συνεργασίας των Εθνικών Αρχών για την Προστασία των Καταναλωτών, στην Ελλάδα, που λειτουργεί στη Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτών, για ενέργειες της αρμοδιότητάς τους. Την ίδια ημέρα, εξέδωσε δελτίο τύπου, για να ενημερώσει τους καταναλωτές, για τα προβλήματα που δημιουργεί η Amazon.

Αναμένουμε τις αποφάσεις του Ευρωπαϊκού Δικτύου Συνεργασίας των Εθνικών Αρχών για την Προστασία των Καταναλωτών. Όμως, πιστεύουμε ότι καθυστέρηση τόσων μηνών είναι απαράδεκτη.

Το TikTok παραβιάζει το Ευρωπαϊκό Δίκαιο Καταναλωτή

Η Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών (BEUC) κατέθεσε, στις 16 Φεβρουαρίου 2021, καταγγελία στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή και στο Δίκτυο για την Συνεργασία των Αρχών Προστασίας Καταναλωτών, εναντίον του TikTok, το οποίο είναι πλατφόρμα διαμοιρασμού βίντεο, πολύ δημοφιλές σε παιδιά και εφήβους. Επίσης σε 15 χώρες (Βέλγιο, Κύπρος, Τσεχία, Δανία, Γαλλία, Γερμανία, Ελλάδα, Ιταλία, Ολλανδία, Νορβηγία, Σλοβακία, Σλοβενία, Σουηδία, Ισπανία και Ελβετία) οι Ενώσεις Καταναλωτών - μέλη της BEUC έχουν ενημερώσει τις Αρχές και τους ζήτησαν να ελέγξουν τη συμπεριφορά αυτού του γίγαντα των κοινωνικών δικτύων.

Σύμφωνα με μια νέα έρευνα, η BEUC συμπέρανε ότι το TikTok παραβιάζει πολλά δικαιώματα των καταναλωτών στην Ευρώπη και αποτυγχάνει να προστατέψει τα παιδιά από κρυπτοδιαφημίσεις και ακατάλληλο περιεχόμενο:

- Πολλοί όροι στο τμήμα «Όροι παροχής υπηρεσίας» του TikTok είναι καταχρηστικοί. Δεν είναι ξεκάθαροι, είναι αμφιλεγόμενοι και ευνοούν το TikTok σε βάρος των χρηστών του. Οι όροι που διέπουν τα πνευματικά δικαιώματα δεν είναι, επίσης, ξεκάθαροι καθώς δίνουν στο TikTok το μη αναστρέψιμο δικαίωμα να χρησιμοποιεί, να διανέμει και να αναπαράγει βίντεο, που δημοσιεύονται από τους χρήστες του, χωρίς αποζημίωση.
- Μια δημοφιλής λειτουργία του TikTok είναι ότι οι χρήστες μπορούν να αγοράσουν “νομίσματα” για “εικονικά δώρα” προς τους χρήστες του TikTok, τους οποίους ακολουθούν. Η πολιτική του TikTok για τα εικονικά αντικείμενα περιέχει καταχρηστικούς όρους και παραπλανητικές πρακτικές. Το TikTok, για παράδειγμα, διεκδικεί το δικαίωμα να αλλάξει την ισοτιμία μεταξύ “νομισμάτων” και “δώρων”. Έτσι, πιθανότητα χειραγωγεί την οικονομική συναλλαγή προς όφελός του.
- Το TikTok αποτυγχάνει να προστατεύσει τα παιδιά και τους εφήβους από κρυπτοδιαφημίσεις και πιθανό επιβλαβές περιεχόμενο, στην πλατφόρμα. Οι προσφορές του TikTok, προς τις εταιρείες, που θέλουν να διαφημιστούν, στην εφαρμογή, συνεισφέρουν στην ταχεία εξάπλωση της κρυπτοδιαφήμισης. Οι χρήστες, για παράδειγμα, ωθούνται να συμμετάσχουν σε προκλήσεις με “χάσταγκς” επώνυμων προϊόντων, όπου τους ζητείται να δημιουργήσουν περιεχόμενο για συγκεκριμένα προϊόντα. Καθώς, συνήθως, δημοφιλείς “ινφλουένσερς” ξεκινούν αυτές τις προκλήσεις, η εμπορική πρόθεσή τους αποκρύπτεται, από τους χρήστες. Το TikTok, επίσης, αποτυγχάνει να επιδείξει την πρέπουσα επιμέλεια, για να προστατεύσει τα παιδιά, από ακατάλληλο περιεχόμενο, όπως βίντεο με υπονοούμενα, που απλά βρίσκονται πιο κάτω.
- Οι πρακτικές του TikTok, για την επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων είναι παραπλανητικές. Το TikTok δεν ενημερώνει ξεκάθαρα τους χρήστες του, ειδικά με τρόπο κατανοητό σε παιδιά και εφήβους, για το ποια προσωπικά δεδομένα συλλέγονται, για ποιο σκοπό και για ποιο νόμιμο λόγο. Αυτή η πληροφόρηση είναι σημαντική, για τους καταναλωτές, όταν χρησιμοποιούν το TikTok. Πιστεύουμε ότι αυτές οι πρακτικές παραβιάζουν το Γενικό Κανονισμό για την Προστασία Δεδομένων και έχουν «τραβήξει την προσοχή» των Αρχών Προστασίας Δεδομένων, στο πλαίσιο των συνεχιζόμενων ελέγχων της εταιρείας.

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

Σε λίγα μόλις χρόνια, το TikTok έγινε από τις πιο δημοφιλείς εφαρμογές κοινωνικών δικτύων, με εκατομμύρια χρήστες, στην Ευρώπη. Όμως, το TikTok απογοητεύει τους χρήστες του, παραβιάζοντας τα δικαιώματά τους, σε μεγάλη κλίμακα. Παραβιάζει μια ολόκληρη σειρά των δικαιωμάτων των καταναλωτών.

Τα παιδιά αγαπούν το TikTok, αλλά η εταιρεία αποτυγχάνει να τα προστατέψει. Δεν πρέπει να εκτίθενται οι νεότεροι χρήστες, σε παρεμβατικές κρυπτοδιαφημίσεις και, χωρίς να το γνωρίζουν, να μετατρέπονται σε «διαφημιστικές πινακίδες» ενώ απλά προσπαθούν να διασκεδάσουν.

Η BEUC και τα μέλη της (όπως το ΚΕ.Π.ΚΑ), ζήτησαν, από τις Αρχές, να ξεκινήσουν μια έρευνα, σε βάθος, των πολιτικών και των πρακτικών του TikTok, ώστε να διασφαλιστεί ότι τα δικαιώματα των καταναλωτών, στην Ευρωπαϊκή Ένωση, γίνονται σεβαστά. Ζητήσαμε, λοιπόν, η εταιρεία να πρέπει να ενημερώνει τους καταναλωτές για το επιχειρηματικό της μοντέλο και για τις δραστηριότητες επεξεργασίας δεδομένων, να σταματήσει να επιβάλει καταχρηστικούς όρους και πρακτικές στους χρήστες της, να σταματήσει να κρατά τους χρήστες της στο σκοτάδι, όσον αφορά τις οικονομικές επιπτώσεις της αγοράς εικονικών δώρων για τα αγαπημένα τους είδωλα, να βελτιώσει τη νομιμότητα της υπηρεσίας αυτής, να προστατεύσει, επαρκώς, τα παιδιά και τους εφήβους, από προωθητικές ενέργειες πωλήσεων, κρυπτοδιαφημίσεις και ακατάλληλο περιεχόμενο.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ απέστειλε, στις 17 Φεβρουαρίου 2021, τα στοιχεία για το TikTok, στο Δίκτυο Συνεργασίας μεταξύ των Εθνικών Αρχών για την επιβολή της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών, στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή. Την ίδια μέρα εκδώσαμε δελτίο τύπου, για να ενημερώσουμε τους καταναλωτές, στη χώρα μας, για τους κινδύνους που ενέχει η χρήση της πλατφόρμας.

Συνεχίζοντας τη δράση μας, κατά της πλατφόρμας TikTok, ζητήσαμε τον Ιούλιο του 2021, από τους χρήστες της πλατφόρμας, μαρτυρίες για την καλύτερη κατανόηση των προβλημάτων, που αντιμετωπίζουν στο TikTok, ιδιαίτερα σε σχέση με τους νεαρούς χρήστες και τη χρήση «εικονικών» νομισμάτων στην πλατφόρμα.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών θέλησε να ακούσει χρήστες του TikTok:

- των οποίων τα παιδιά έχουν ξοδέψει χρήματα / εικονικά νομίσματα στο TikTok, χωρίς την επίβλεψή τους,
- με τους οποίους, ή και με τα παιδιά τους έχουν επικοινωνήσει, άλλοι χρήστες του TikTok και τους πρότειναν να τους στείλουν «εικονικά δώρα»,
- οι οποίοι έχουν βιώσει οποιαδήποτε πρακτική στο TikTok, που μπορεί να είναι προβληματική, για τους ίδιους ή/και για τα παιδιά.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. και η BEUC (Ευρωπαϊκή Οργάνωση Καταναλωτών) είχαμε ήδη, εντοπίσει πολλές παραβιάσεις των δικαιωμάτων των καταναλωτών. Ωστόσο, θέλαμε να ακούσουμε, όσο το δυνατόν περισσότερους καταναλωτές, που ενδέχεται να είχαν επηρεαστεί. Στόχος μας ήταν να διασφαλίσουμε το σεβασμό των δικαιωμάτων των καταναλωτών και να κάνουμε το διαδίκτυο καλύτερο μέρος για όλους, ειδικά για τα παιδιά μας. Τα σχόλια, που λάβαμε, τα κοινοποιήσαμε στη BEUC, για τα επόμενα βήματα της δράσης μας εναντίον του TikTok.

Η BEUC, συνέλεξε τα αποτελέσματα της έρευνας, από όλα τα κράτη-μέλη της Ε.Ε., το Σεπτέμβριο, και ενημέρωσε την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και το Δίκτυο Συνεργασίας μεταξύ των Εθνικών Αρχών για την επιβολή της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών.

Το θέμα θα μας απασχολήσει και το 2022, γιατί αναμένουμε την απόφαση του Δικτύου, για την καταγγελία μας καθώς και τις πρωτοβουλίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, για τη νομοθετική ρύθμιση της λειτουργίας της πλατφόρμας TikTok.

Καταγγελία εναντίον της εφαρμογής WhatsApp

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

Σχεδόν από την αρχή του 2021, η εφαρμογή WhatsApp (εφαρμογή ανταλλαγής μηνυμάτων) πίεζε τους καταναλωτές να αποδεχτούν αλλαγές των όρων χρήσης και της πολιτικής απορρήτου. Οι καταναλωτές βομβαρδίζονταν, με επαναλαμβανόμενες ειδοποιήσεις, για την αποδοχή των νέων όρων, οι οποίες τους έκαναν να πιστέψουν ότι δε θα έχουν πλήρη πρόσβαση, σε όλες τις δυνατότητες της εφαρμογής, αν δεν αποδεχόντουσαν τους νέους όρους. Αυτοί οι όροι δεν ήταν σαφείς και κατανοητοί, σχετικά με την μεταφορά των προσωπικών δεδομένων προς τρίτους. Ο τρόπος αυτός ενημέρωσης γενικά, ασκεί μια αδικαιολόγητη πίεση, στους χρήστες και βλάπτει την ελευθερία της προσωπικής τους επιλογής. Ως εκ τούτου, παραβιάζεται η Ευρωπαϊκή Οδηγία για αθέμιτες εμπορικές πρακτικές.

Η BEUC – Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών εξήγησε γιατί τέτοιες πρακτικές είναι προβληματικές, για τα δικαιώματα του καταναλωτή, στην αναφορά της, «Whats Up With Whatsapp?» που συνοδευόταν, από προειδοποίηση, προς τους καταναλωτές.

Η BEUC, σε συνεργασία με 8 μέλη της, APC (Ρουμανία), Consumentenbond (Ολλανδία), dTest (Τσεχία), Forbrukerradet (Νορβηγία), ΚΕ.Π.ΚΑ. (Ελλάδα), ΕΚΠΟΙΩ (Ελλάδα), S.O.S. Poprad (Σλοβακία), UFC-Que choisir (Γαλλία), κατέθεσαν, τον Ιούλιο του 2021, καταγγελία, στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή και στο Δίκτυο Συνεργασίας μεταξύ των Εθνικών Αρχών για την επιβολή της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών, εναντίον της εφαρμογής WhatsApp, για πολλαπλές παραβιάσεις των δικαιωμάτων των Ευρωπαίων καταναλωτών.

Η εφαρμογή WhatsApp παρόλο που ελέγχονταν, από την Ευρωπαϊκή Αρχή Προστασίας Δεδομένων, για παραβιάσεις δικαιωμάτων των ευρωπαίων καταναλωτών, συνέχισε αυτές τις τακτικές. Η καταγγελία της BEUC ζήτησε ξεχωριστή έρευνα, από τον έλεγχο αυτόν, που βρισκόταν, σε εξέλιξη και οι Ενώσεις Καταναλωτών ζήτησαμε από τις Αρχές Προστασίας Δεδομένων να επιταχύνουν τις έρευνές τους. Παροτρύναμε το Δίκτυο Συνεργασίας μεταξύ των Εθνικών Αρχών για την επιβολή της νομοθεσίας για την προστασία των καταναλωτών και το Δίκτυο Αρχών Προστασίας Δεδομένων να συνεργαστούν, στενά, για τέτοια θέματα.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ., κατέθεσε καταγγελία, τον Ιούλιο του 2021, στο Δίκτυο Συνεργασίας των Εθνικών Αρχών για την Προστασία των Καταναλωτών Ελλάδας και εξέδωσε δελτίο τύπου, για να ενημερώσει τους καταναλωτές της χώρας μας, για τις πρακτικές της εφαρμογής αυτής. Το Σεπτέμβριο του 2021, η BEUC απέστειλε επιστολή/διαμαρτυρία, στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στην οποία παρέθεσε νέα στοιχεία, για την υπόθεση αυτή και ζήτησε άμεση έναρξη έρευνας. Την επιστολή αυτή το ΚΕ.Π.ΚΑ. την απέστειλε στο Δίκτυο Συνεργασίας των Εθνικών Αρχών για την Προστασία των Καταναλωτών Ελλάδας και περιμένουμε ενημέρωση.

Ευρωπαϊκή στρατηγική για τα την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή

Η μάχη, κατά της κλιματικής αλλαγής, απαιτεί γενναίες αλλαγές, στον τρόπο ζωής μας. Στην αρχή της τρέχουσας θητείας της, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έλαβε υπόψη της το μέγεθος της κρίσης και την επείγουσα ανάγκη, για αλλαγές. Η [Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία](#) αναγνωρίζει, για πρώτη φορά, τη δια - τομεακή φύση των προκλήσεων, που θέτει η κλιματική αλλαγή και προωθεί ένα όραμα, που εντάσσει τις δράσεις, για το κλίμα και το περιβάλλον, σε όλες τις πολιτικές της.

Το χρονικό διάστημα, που ακολούθησε την Πράσινη Συμφωνία, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσιοποίησε πολλές τομεακές πολιτικές, μεταφράζοντας, έτσι, τους στόχους της Πράσινης Συμφωνίας, σε πράξεις. Αυτές οι πολιτικές περιλαμβάνουν το κύμα ανακαίνισης κατοικιών, το σχέδιο δράσης για την κυκλική οικονομία, τη βιώσιμη και έξυπνη κινητικότητα, τη στρατηγική βιωσιμότητας για τις χημικές ουσίες, τη στρατηγική «Από το χωράφι το πιάτο», τη στρατηγική, για τα βιώσιμα χρηματοοικονομικά προϊόντα κ.λπ.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενέκρινε τη νέα στρατηγική της Ε.Ε., για την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή, στις 24 Φεβρουαρίου 2021. Η νέα στρατηγική καθορίζει τον τρόπο, με τον οποίο η Ευρωπαϊκή Ένωση μπορεί να προσαρμοστεί, στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής, και να καταστεί ανθεκτική στην κλιματική αλλαγή, έως το 2050. Στόχος της στρατηγικής είναι

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

να καταστεί η προσαρμογή της Ευρώπης πιο έξυπνη, ταχύτερη και πιο συστημική και να επιταχυνθεί η διεθνής δράση, για την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή. Η προσαρμογή θα είναι ζωτικής σημασίας, για την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων των Ευρωπαίων πολιτών, όσον αφορά την ασφάλεια, την αξιοπρεπή εργασία και τα ανθεκτικά μέσα διαβίωσης.

Καθώς, όμως, η Ευρωπαϊκή Ένωση μετακινείται, από τα λόγια (στρατηγικές και οδικούς χάρτες), σε πράξεις (νομοθεσία), αρχίζουν να ακούγονται «φωνές», που, διαρκώς, αυξάνονται, οι οποίες προειδοποιούν τους πολιτικούς ότι οι φιλόδοξες πολιτικές, για το κλίμα και το περιβάλλον, θα οδηγήσουν, σε κοινωνικές αναταραχές και δυσκολίες. Δεν είναι σπάνιο άνθρωποι και οργανώσεις, με διαφορετικές αφετηρίες, όπως πολιτικά κόμματα, βιομηχανία, ομάδες πολιτών κ.λπ., να εισηγούνται ότι το κίνημα των «κίτρινων γιλέκων» θα εξαπλωθεί, σε όλη την Ευρώπη, εάν η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επιμείνει, στα σχέδιά της, για το κλίμα.

Οι Ενώσεις Καταναλωτών, αναγνωρίζουμε τις προκλήσεις, που θα φέρουν οι πολιτικές, εναντίον της κλιματικής αλλαγής. Ταυτόχρονα, όμως, υποστηρίζουμε ότι αυτές οι πολιτικές αποτελούν ευκαιρία ευημερίας όλων των ανθρώπων. Μια πολιτική μείωσης, της χρήσης του άνθρακα μπορεί να φέρει περιβαλλοντικό, οικονομικό και κοινωνικό όφελος, στην καθημερινότητα των καταναλωτών. Οι κυβερνήσεις των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης πρέπει να καταστήσουν τις βιώσιμες επιλογές εύκολες και προσιτές. Ένας παράγοντας κοινός, σε όλες τις πολιτικές, για το κλίμα, είναι ότι οι άνθρωποι πρέπει να αλλάξουμε τρόπο ζωής. Πρέπει να προσαρμόσουμε τις διατροφικές μας συνήθειες, τον τρόπο που ταξιδεύουμε, τον τρόπο που ζεσταίνουμε, ή δροσιζουμε τα σπίτια μας, τα προϊόντα στα οποία επενδύουμε τις αποταμιεύσεις μας και τον τρόπο, που επιλέγουμε το α ή το β προϊόν. Για αυτούς όλους τους λόγους, οι Ενώσεις Καταναλωτών ζητάμε, από τους λαμβάνοντες τις αποφάσεις, να μετακινηθούν, από τη θεωρία «μιας δίκαιης μετάβασης», σε πραγματικές αλλαγές, που θα υποστηρίξουν τους καταναλωτές όλων των εισοδημάτων να προσαρμόσουν τον τρόπο ζωής τους. Η παρουσία των πολιτικών, για το κλίμα, ως μια ευκαιρία καλύτερης καθημερινότητας, για όλους, είναι κρίσιμη, για να κάνουμε συμμετόχους όλους τους Ευρωπαίους, στην υλοποίηση της Πράσινης Συμφωνίας.

Οι καθημερινές μας αποφάσεις, ως καταναλωτές, για τα τρόφιμα που τρώμε, για τον τρόπο που ζεσταίνουμε τα σπίτια μας, ή για τον τρόπο που μετακινούμαστε, είναι κρίσιμες, για να αντιμετωπιστεί η κλιματική αλλαγή. Οι κυβερνήσεις των κρατών-μελών της Ε.Ε. μπορούν να διασφαλίσουν την επιτυχία των πολιτικών τους, για το περιβάλλον, κάνοντας τις βιώσιμες επιλογές προσιτές, ελκυστικές, εύκολες και βολικές, για τους καταναλωτές. Για να πετύχουμε το στόχο μας να αντιμετωπίσουμε την κλιματική αλλαγή, πρέπει να αντικαταστήσουμε τις μαύρες και γκριζες σκέψεις, με την ιδέα ότι η αλλαγή δημιουργεί ευκαιρίες.

Η βοήθεια προς τους Ευρωπαίους, για να κάνουν αλλαγές στην καθημερινή τους ζωή, προς ένα βιώσιμο τρόπο ζωής, μπορεί να βελτιώσει και το περιβάλλον και τα οικονομικά των καταναλωτών. Οι πολιτικές, για τις οικιακές συσκευές, π.χ. ψυγεία και τηλεοράσεις, που είναι ενεργειακά αποδοτικές, μας δείχνουν το δρόμο, καθώς, ήδη, βοηθούν τους καταναλωτές να εξοικονομήσουν εκατοντάδες ευρώ, κάθε χρόνο.

Ενώ, λοιπόν, συνεχίζεται η συζήτηση, η BEUC - Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών και το ΚΕ.Π.ΚΑ. - Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών θέτουν μια σημαντική παράμετρο: Η έλλειψη δράσης, ή η ανεπαρκής δράση για την κλιματική αλλαγή, επιφέρει, επίσης, σημαντικό κόστος. Οι οικονομικές ζημιές και απώλειες ζώων, λόγω της αυξημένης συχνότητας και έντασης των ακραίων καιρικών φαινομένων, που σχετίζονται με το κλίμα, είναι εδώ και θα συνεχιστούν. Σημαντικός είναι, επίσης, ο κίνδυνος τόσο οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής όσο και οι προσπάθειες προσαρμογής, στην κλιματική αλλαγή, να επιδεινώσουν τις υφιστάμενες ανισότητες. Η έκθεση των Ηνωμένων Εθνών «Human Costs of Disasters» (Το ανθρώπινο κόστος των καταστροφών) παρουσιάζει, επίσης, μια λυπηρή εικόνα: Την τελευταία εικοσαετία, σημειώθηκαν 7.348 καταστροφικά συμβάντα, τα οποία οδήγησαν σε απώλεια 1,23 εκατομμυρίων ζώων και έπληξαν 4 δισεκατομμύρια ανθρώπους (περισσότερες

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών **Απολογισμός Δράσης Έτους 2021**

από μία φορές). Σημειώθηκαν οικονομικές απώλειες ύψους περίπου 2,97 τρισεκατομμυρίων δολαρίων, παγκοσμίως, ως αποτέλεσμα των παραπάνω καταστροφικών συμβάντων.

Η κλιματική αλλαγή μπορεί να έχει διαφορετικές κοινωνικές, οικονομικές, υγειονομικές και άλλες αρνητικές επιπτώσεις, στις τοπικές κοινότητες, οι οποίες πρέπει να αντιμετωπιστούν, μέσω μακροπρόθεσμων στρατηγικών μετριασμού και προσαρμογής, ώστε κανείς να μην μείνει πίσω. Τόσο ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας όσο και ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός Περιβάλλοντος τόνισαν ότι υπάρχουν στοιχεία, που αποδεικνύουν τον άνισο αντίκτυπο της ρύπανσης και της υποβάθμισης του περιβάλλοντος, στις κοινωνικά υποβαθμισμένες κοινότητες και στις ευάλωτες ομάδες.

Μελέτη του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών έδειξε ότι τα φτωχά νοικοκυριά είναι πιο εκτεθειμένα, στην ατμοσφαιρική ρύπανση, που προκαλεί το κυκλοφοριακό. Μελέτη της Oxfam, έδειξε ότι το φτωχότερο μισό του πληθυσμού της Γης, ευθύνεται μόλις για το 10% των παγκόσμιων εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα, αλλά απειλείται περισσότερο, από την κλιματική αλλαγή. Σύμφωνα με την Παγκόσμια Τράπεζα, τα ακραία καιρικά φαινόμενα, όπως πλημμύρες, ή ξηρασίες μπορεί να οδηγήσουν, στη φτώχεια, μέχρι το 2030, 100 εκατομμύρια ανθρώπους. Οι ζημιές, στη γεωργία, θα οδηγήσουν σε αύξηση των τιμών τροφίμων. Όπως έδειξαν οι πυρκαγιές γύρω από τη Μεσόγειο και οι πλημμύρες στο Βέλγιο, την Ολλανδία και τη Γερμανία, το 2021, αυτά τα ακραία καιρικά φαινόμενα έχουν τρομακτικό κόστος, για τους καταναλωτές και την κοινωνία. Στη Βαλλονία, τον Ιούλιο 2021, οι πλημμύρες κόστισαν πάνω από 3 δισεκατομμύρια ευρώ.

Ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός Ασφαλειών (ΕΙΟΡΑ) θέτει προβληματισμούς, για το «ασφαλιστικό κενό», που συνδέεται με την κλιματική αλλαγή. Κάθε χρόνο, σημειώνεται ένας ολοένα αυξανόμενος αριθμός ζημιών, που σχετίζονται, με την κλιματική αλλαγή και που δεν καλύπτονται από ασφάλειες. Αυτό σημαίνει, μεγαλύτερες δυσκολίες, για τους ανασφάλιστους και καθώς αυξάνονται τα ακραία φαινόμενα, το «ασφαλιστικό κενό» θα γίνεται ένα πολύ μεγάλο και διαρκώς διογκούμενο πρόβλημα, για τους καταναλωτές.

Οι επιστήμονες, πριν λίγα χρόνια, πίστευαν ότι οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής θα επηρέαζαν τις επόμενες γενιές. Σήμερα, είναι ολοφάνερο ότι η διαδικασία επισπεύδεται. Και οι επιστήμονες προειδοποιούν ότι κάθε μέρα που περνάει, με αδράνεια, κάνει ακόμα πιο δύσκολη την αποφυγή της αύξησης της θερμοκρασίας του πλανήτη, πάνω από 2° C. Επομένως, δειλά βήματα και η υπεράσπιση της σημερινής κατάστασης δεν επαρκούν.

Η έννοια της περιβαλλοντικής ανισότητας θα πρέπει να ενσωματωθεί στις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης, δεδομένης της κοινωνικής διάστασης της κλιματικής αλλαγής.

Η ανάπτυξη ικανοτήτων και η ευαισθητοποίηση των καταναλωτών, για τη στήριξη δραστηριοτήτων προσαρμογής, θα πρέπει να προβλεφθούν, για όλα τα σχετικά ενδιαφερόμενα μέρη, συμπεριλαμβανομένων των νέων. Το κόστος, που συνδέεται με τις πολιτικές της Ε.Ε., για την απαλλαγή από τις ανθρακούχες εκπομπές, θα πρέπει να ελαχιστοποιηθεί και να κατανοηθεί σε διάφορους τομείς, ώστε να διασφαλιστεί ότι οι πληθυσμιακές ομάδες χαμηλού εισοδήματος και οι ευάλωτες κοινότητες δε θα επωμιστούν μερίδιο της οικονομικής επιβάρυνσης δυσανάλογο των δυνατοτήτων τους.

Ο συντονισμός των μέτρων προσαρμογής, με τα προγράμματα ανάκαμψης από τον κορωνοϊό, είναι σημαντικός σε όλα τα στάδια, τόσο κατά τη διάρκεια της πανδημίας, όσο και μετά το πέρας της.

Τα κόστη, που επιφέρει η πράσινη μετάβαση δεν πρέπει να τα βλέπουμε μεμονωμένα. Ένας τομέας π.χ. βιώσιμη διατροφή μπορεί να απαιτεί περισσότερα χρήματα, από τους καταναλωτές, τα οποία, όμως, μπορούν να εξοικονομηθούν, από μείωση εξόδων, για μετακινήσεις, ή μείωση κατανάλωσης ενέργειας. Πρόσφατη μελέτη της BEUC έδειξε ότι ένας Γερμανός συνταξιούχος, που αγόρασε ένα μεταχειρισμένο ηλεκτρικό αυτοκίνητο, μπορεί να εξοικονομήσει, μέχρι 300

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών **Απολογισμός Δράσης Έτους 2021**

ευρώ το χρόνο, σε σχέση με τα χρήματα, που θα ξόδευε, αν αγόραζε ένα μεταχειρισμένο αυτοκίνητο βενζίνης, ή ντίζελ. Αυτά τα χρήματα θα μπορούσε να τα διαθέσει, για να αγοράσει βιολογικά λαχανικά και φρούτα, ή κρέας καλύτερης ποιότητας.

Επιπλέον, η προσαρμογή της περιβαλλοντικής φορολογίας και η μετατόπιση της φορολογίας, από την εργασία, στη χρήση των φυσικών πόρων, θα μπορούσε αφενός, να δημιουργήσει νέα έσοδα, για τη χρηματοδότηση της προσαρμογής, και αφετέρου να επιταχύνει την παύση των επιβλαβών, για το περιβάλλον δραστηριοτήτων.

Η ψηφιοποίηση παρέχει πολλές ευκαιρίες, για την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή, π.χ. στην παρακολούθηση, στη μοντελοποίηση, στην παραγωγή και στην επικοινωνία και θα πρέπει να αξιοποιηθεί, πλήρως.

Απαιτούνται, επίσης, κατάλληλα μέτρα για να διασφαλιστεί η ανθεκτικότητα των κρίσιμων υποδομών, στην κλιματική αλλαγή, σε ολόκληρη την Ε.Ε., όπως στους τομείς της ενέργειας, των μεταφορών και των ψηφιακών δικτύων και συστημάτων.

Η επιτυχής υλοποίηση της προσαρμογής είναι αδύνατη, χωρίς την ενεργό στήριξη των φορέων της κοινωνίας των πολιτών. Οι οδοί προσαρμογής θα πρέπει, συνεπώς, να αναπτυχθούν, από κοινού με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, συμπεριλαμβανομένων των αρμόδιων, για τη λήψη αποφάσεων, των εργοδοτών, των εργαζομένων, των καταναλωτών, των ΜΚΟ, του χρηματοπιστωτικού τομέα, των επιστημόνων και των φορέων ανάπτυξης τεχνολογιών. Η κοινωνία των πολιτών, σε εθνικό, σε περιφερειακό και το σημαντικότερο – δεδομένου του τοπικού χαρακτήρα των πολιτικών προσαρμογής- σε τοπικό επίπεδο, θα πρέπει να συμμετέχει, σε όλα τα στάδια του σχεδιασμού και της εφαρμογής. Οι Ενώσεις Καταναλωτών διαδραματίζουν, επίσης, σημαντικό ρόλο, στην ευαισθητοποίηση των πολιτών καθώς και στην αλλαγή των καταναλωτικών συνηθειών, όπως στη χρήση της ενέργειας, στις μεταφορές, στη διατροφή, στη διατήρηση της φύσης κ.λπ. Αυτές διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο, στην κινητοποίηση των καταναλωτών, στη μεταφορά μηνυμάτων, για την προστασία του κλίματος, στους καταναλωτές και στην ενημέρωσή τους για τη στήριξη των αποφάσεων, σχετικά με το τι μπορεί να γίνει, για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής και την προσαρμογή, σε αυτήν. Η κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών έχει άμεσο αντίκτυπο, στην έκταση της εξόρυξης φυσικών πόρων και στο επίπεδο εκπομπών, που δημιουργούν σημαντικές επιπτώσεις, σε άλλα όρια του πλανήτη. Η συμπεριφορά των καταναλωτών μπορεί να επηρεάσει τις εκπομπές και τη χρήση των πόρων, τόσο άμεσα όσο και έμμεσα, και, ως εκ τούτου και την έκταση της κλιματικής αλλαγής.

Όμως, η ενεργός συμμετοχή των καταναλωτών όπως και η συμμετοχή άλλων εταίρων δεν αποτελεί λύση κάποιου «μαγικού ραβδιού». Ο μετριασμός της κλιματικής αλλαγής και η προσαρμογή, σε αυτήν, απαιτούν επίγνωση και δέσμευση, από όλους τους φορείς της κοινωνίας και διευκολύνσεις εκ μέρους των κυβερνήσεων και άλλων υπεύθυνων χάραξης πολιτικής. Οι τολμηρές πολιτικές δράσεις και πρωτίστως η ταχεία πράσινη μετάβαση θα αποτελέσουν τους απώτερους μοχλούς, για τη βιώσιμη ανάπτυξη και θα καθορίσουν, συγκεκριμένα, την επιτυχία των δράσεων, για τον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής και την προσαρμογή σε αυτήν.

Η νομοθεσία, που δίνει «σάρκα και οστά», στην Πράσινη Συμφωνία, πρέπει να εστιάσει, στη ρύθμιση της ενέργειας, της κινητικότητας, των τροφίμων, των καταναλωτικών προϊόντων και των χρηματοοικονομικών προϊόντων, με τέτοιο τρόπο, που να επιτρέπεται, στους καταναλωτές να μειώσουν τις επιπτώσεις τους, στο περιβάλλον, με ταυτόχρονη εξοικονόμηση χρημάτων:

- Μείωση των εκπομπών ρύπων από τις κατοικίες, με παράλληλη μείωση των λογαριασμών ενέργειας: Η μόνωση των σπιτιών και των διαμερισμάτων μπορεί να μειώσει, δραστικά, τους λογαριασμούς, για την ενέργεια (ηλεκτρικό ρεύμα, πετρέλαιο, φυσικό αέριο κ.λπ.) Για να ξεπεραστούν τα εμπόδια, που θέτουν οι υψηλές επενδύσεις, που πρέπει να γίνουν, εκ των προτέρων, νέα εργαλεία, όπως καινοτόμα χρηματοδοτικά προϊόντα, που θα συνδυάζουν κρατικές επιχορηγήσεις, με πράσινα δάνεια, πρέπει να

προωθηθούν. Οι άνθρωποι πρέπει να έχουν υποστήριξη, κατά τη διάρκεια της ανακαίνισης του σπιτιού τους, σε «σημεία μιας στάσης», που θα παρέχουν πραγματική βοήθεια, για εύρεση διαπιστευμένων εγκαταστατών, για αντιμετώπιση των διοικητικών διαδικασιών, για λήψη της σωστής χρηματικής υποστήριξης.

- Καθαρότερα και διαφοροποιημένα συστήματα κινητικότητας, που μειώνουν τα κόστη: Η νομοθεσία, που προωθεί τα προσιτά ηλεκτρικά αυτοκίνητα, η βελτίωση των δικαιωμάτων των επιβατών, οι επενδύσεις στους σιδηροδρόμους, τα δημόσια δίκτυα μεταφορών, οι υποδομές για περπάτημα και ποδήλατο μπορούν να μειώσουν τα έξοδα, για καύσιμα και να βελτιώσουν την υγεία μας.
- Βιώσιμη και υγιεινή διατροφή, ως μια εύκολη επιλογή, για τους καταναλωτές: Για να υποστηρίξουμε μια στροφή σε υγιεινή διατροφή, με πολλά φυτικά τρόφιμα, η Ευρωπαϊκή Ένωση πρέπει να σταματήσει τη χρηματοδότηση εκστρατειών, που προωθούν το κρέας, τα γαλακτοκομικά προϊόντα και τα αλκοολούχα ποτά. Έτσι, θα απελευθερωθούν πόροι, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν, για την προώθηση της κατανάλωσης φρούτων και λαχανικών, τροφίμων ολικής άλεσης, οσπρίων και άλλων τροφίμων. Επιπλέον, είναι απαραίτητη η απλή και κατανοητή σήμανση, που θα βοηθά τους καταναλωτές να κάνουν υγιεινές και βιώσιμες επιλογές.
- Αγορά αποτελεσματικών και ανθεκτικών προϊόντων, που διορθώνονται και διαρκούν μεγαλύτερο χρονικό διάστημα: Έρευνα από τη γερμανική οργάνωση καταναλωτών VZBV, δείχνει ότι τα νοικοκυριά θα μπορούσαν να εξοικονομήσουν έως 3,67 δισεκατομμύρια ευρώ, κάθε χρόνο, εάν τέσσερα καταναλωτικά αγαθά, που χρησιμοποιούνται ευρέως (τηλεοράσεις, πλυντήρια, έξυπνα κινητά και φορητοί υπολογιστές) είχαν μεγαλύτερη διάρκεια ζωής. Η Ευρωπαϊκή Ένωση μπορεί να προωθήσει τη μεγαλύτερη διάρκεια ζωής των καταναλωτικών προϊόντων, εισάγοντας ελάχιστα κριτήρια, για τη δυνατότητα διόρθωσης και τη διάρκεια ζωής των προϊόντων, στην Ευρωπαϊκή νομοθεσία, για την οικολογική σχεδίαση.
- Πράσινα χρηματοδοτικά προϊόντα, για μακροπρόθεσμες επενδύσεις, που υποστηρίζουν τις δράσεις για το κλίμα και την κοινωνική συνοχή: Οι τράπεζες πρέπει να πιεστούν να προσφέρουν αρκετά τυποποιημένα πράσινα δάνεια, υπό όρους ευνοϊκούς, για τους καταναλωτές. Η ταξινόμια της Ε.Ε., για τη βιώσιμη χρηματοδότηση, ο κατάλογος, δηλαδή, με τις οικονομικές δραστηριότητες, που μπορούν να καταταχθούν, στις πράσινες επενδύσεις, αποτελεί σημαντικό εργαλείο, που επιτρέπει στην Ε.Ε. να επιδιώξει πιο φιλόδοξους στόχους, όσον αφορά την προσαρμογή, στην κλιματική αλλαγή. Χρειάζεται, όμως, μεγάλη προσοχή, ώστε να μην περιληφθούν αμφιλεγόμενες επενδύσεις στον κατάλογο της ταξινόμιας της Ε.Ε. Η κατ' εξουσιοδότηση Πράξη, που ανακοίνωσε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, παραμονή Πρωτοχρονιάς, λίγο πριν τα μεσάνυχτα, με την ελπίδα ότι κανείς δε θα την «έπαιρνε είδηση», εντάσσει την πυρηνική ενέργεια και το φυσικό αέριο, στον κατάλογο αυτό. Η ενέργεια αυτή της Ευρωπαϊκής Επιτροπής αποτελεί «πράσινο ξέπλυμα» και ένδειξη έλλειψης σεβασμού, προς την Κοινωνία των Πολιτών, που έχει, επανειλημμένα, εκφράσει τις αντιρρήσεις της, για το θέμα αυτό. Ίσως, για αυτό το λόγο, δεν προηγήθηκε καμιά διαβούλευση. Η Επιτροπή αγνόησε το 93% των Ευρωπαίων πολιτών, οι οποίοι, σύμφωνα με το Ευρωβαρόμετρο, δήλωσαν ότι θεωρούν την κλιματική αλλαγή σοβαρό πρόβλημα και εξέφρασαν επιφυλάξεις, για την πυρηνική ενέργεια.
- Βιοοικονομία και κυκλική οικονομία: Οι λύσεις, που είναι φιλικές στη φύση, η βιοοικονομία και η μετάβαση, σε μια κυκλική οικονομία, αποτελούν βασικές προσεγγίσεις, για την προσαρμογή, στην κλιματική αλλαγή. Επιπλέον, οι πρακτικές βιώσιμης διαχείρισης των δασών, του εδάφους και των υδάτων εξυπηρετούν τόσο την προσαρμογή όσο και το μετριασμό των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής. Παρέχουν, επίσης, τη βάση, για μια ανθεκτική, στην κλιματική αλλαγή, ουδέτερη, από κλιματική άποψη και αειφόρο παραγωγή τροφίμων.

Το θέμα αυτό θα μας απασχολεί, για πολλά χρόνια ακόμη. Για να υλοποιηθεί ο στόχος της Ε.Ε. να καταστεί κλιματικά ανθεκτική, μέχρι το 2050, πρέπει να υπάρχει μια συνεχής αξιολόγηση των ισχυουσών πολιτικών, η προσαρμογή τους, ανάλογα με τα αποτελέσματα της αξιολόγησης,

η κάλυψη τυχών κενών πολιτικής κ.λπ. Επομένως, η πορεία προς το 2050, θα είναι γεμάτη, με δράσεις, πρωτοβουλίες και διαβουλεύσεις.

Βιώσιμες κατοικίες

Η κατοικία είναι βασικό στοιχείο της ζωής μας. Οι καταναλωτές θέλουμε να απολαμβάνουμε υγιεινά σπίτια σε προσιτές τιμές. Τα κτίρια, που είναι ενεργειακά επαρκή, καταναλώνουν λιγότερη ενέργεια, οπότε οι καταναλωτές αντιμετωπίζουμε χαμηλότερα κόστη και ταυτόχρονα η ποιότητα του αέρα των εσωτερικών χώρων των σπιτιών μας είναι καλύτερη, με θετικές επιπτώσεις στην υγεία μας, γενικότερα. Για να έχουμε λοιπόν, ενεργειακά επαρκή, υγιεινά και άνετα σπίτια, οι καταναλωτές χρειαζόμαστε πρόσβαση σε αξιόπιστες λύσεις, κατάλληλα χρηματοδοτικά προϊόντα και σύγχρονες, προσιτές και αξιόπιστες προσφορές, για να επιτύχουμε την ενεργειακή αναβάθμιση των κατοικιών μας.

Το 90% των σημερινών κτιρίων θα είναι σε χρήση το 2050. Τα κτίρια της Ευρώπης ευθύνονται για το 36% των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου της Ε.Ε. Όμως, μόλις 1% των κτιρίων ανακαινίζονται κάθε χρόνο και ταυτόχρονα, περίπου 34 εκατομμύρια Ευρωπαίοι δε μπορούν να ζεστάνουν επαρκώς το σπίτι τους. Για να πετύχει το στόχο της κλιματικής ουδετερότητας, μέχρι το 2050, η Ευρωπαϊκή Ένωση σχεδιάζει ένα κύμα ανακαινίσεων, ώστε να αυξηθεί, γρήγορα, ο ρυθμός των ανακαινίσεων και να επιτευχθεί υψηλότερο επίπεδο ενεργειακής επάρκειας των κτιρίων

Στα τέλη του 2020, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανακοίνωσε τη στρατηγική για τις ανακαινίσεις κτιρίων, ως τμήμα της Πράσινης Συμφωνίας. Η πρωτοβουλία της Επιτροπής έχει μεγάλη σημασία, για τους καταναλωτές. Εργασίες ανακαίνισης-ανακατασκευής, με υψηλά επαγγελματικά πρότυπα απαιτούνται, για να αποκτήσουμε κατοικίες, με υψηλές συνθήκες υγιεινής, πράσινες κατοικίες, που τα κόστη τους θα αντιστοιχούν στις ανέσεις και στην ποιότητα ζωής που μας παρέχουν. Η πρωτοβουλία θα δημιουργήσει επίσης, πράσινες θέσεις εργασίας, σε όλη την ήπειρο, για να ανταποκριθούν στη ζήτηση των καταναλωτών, για εργασίες ανακαίνισης. Οι εργασίες ανακαίνισης πρέπει να αποτελούν πολύ πιο σοβαρές παρεμβάσεις στα κτίρια, από αυτές τις επιφανειακές παρεμβάσεις, που παρατηρήθηκαν τα τελευταία χρόνια. Ο ρυθμός ανακαινίσεων πρέπει να διπλασιαστεί μέχρι το 2030 και για αυτό απαιτούνται τρισεκατομμύρια ευρώ επενδύσεων. Με τις σημερινές τεχνολογίες, η Ευρώπη μπορεί να μειώσει τις εκπομπές ρύπων, όσον αφορά τη θέρμανση και ψύξη κτιρίων, έως 86% μέχρι το 2050, σε σχέση με το 1990. Η ενσωμάτωση της ενέργειας, από ανανεώσιμες πηγές στα δίκτυα, ομαλοποιεί την απανθρακοποίηση της θέρμανσης και της ψύξης. Οι καταναλωτές πρέπει να προχωρήσουν σε ριζική ανακαίνιση της μόνωσης και του εξαερισμού των κατοικιών τους, με ταυτόχρονη εγκατάσταση έξυπνων, ενεργειακά αποδοτικών ηλεκτρικών οικιακών συσκευών

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. με την ΒΕUC κατέθεσαν συγκεκριμένες προτάσεις, ώστε αυτή η πρωτοβουλία της Ε.Ε. να ωφελήσει «τριπλά» τους καταναλωτές:

- χαμηλότεροι λογαριασμοί ενέργειας,
- πιο υγιεινό εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον,
- προστιθέμενη αξία για τους ιδιοκτήτες των κατοικιών.

Για να μπορέσει αυτή η πρωτοβουλία να φέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα, τόσο για την προστασία του περιβάλλοντος όσο και για τους καταναλωτές (π.χ. αποφυγή άσχετων επενδύσεων και ζημιών) ζητήσαμε να αντιμετωπιστούν τα παρακάτω:

- Οι καταναλωτές «χάνονται» μέσα σε ένα πολυσύνθετο, αντιφατικό θεσμικό πλαίσιο. Το θεσμικό πλαίσιο πρέπει να είναι απλό, κατανοητό, να παρέχει δικαιώματα και προστασία στους καταναλωτές, στους τομείς ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου και θέρμανσης ανά περιοχή. Οι ιδιοκτήτες χρειάζονται κίνητρα για να αναβαθμίσουν ενεργειακά τις κατοικίες που ενοικιάζουν. Απαιτούνται προγράμματα για την ενεργειακή αναβάθμιση των σπιτιών.
- Οι καταναλωτές «μπερδεύονται» από αντιφατικές «μισές» και αμφισβητούμενες πληροφορίες και συμβουλές. Η εύκολη πρόσβαση σε ανεξάρτητη, αμερόληπτη

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

πληροφόρηση και συμβουλευτική είναι βασικός παράγοντας για την επιτυχία της πρωτοβουλίας. Η πληροφόρηση πρέπει να είναι προσβάσιμη σε τοπικό επίπεδο και να μη δίνεται από παρόχους ενέργειας, ή τράπεζες. Οι καταναλωτές πρέπει να έχουν στην διάθεσή τους γρήγορες διαδικασίες (fast track), που να ολοκληρώνονται σε ένα σημείο (one-stop-shop).

- Οι καταναλωτές εγκαταλείπονται μόνοι, όταν διαχειρίζονται το πρόγραμμα ανακαίνισης του σπιτιού τους. Αισθάνονται αδύναμοι, ότι δεν έχουν αρκετή υποστήριξη, για να το ολοκληρώσουν. Είναι, λοιπόν, απαραίτητο να γεφυρωθούν προσφορά και ζήτηση, σε ένα σημείο (one-stop-shop), το οποίο θα είναι προσβάσιμο σε τοπικό επίπεδο και θα καλύπτει όλα τα στάδια: πληροφόρηση, συμβουλές, σχεδιασμό, επιλογές, μέχρι την ολοκλήρωση των εργασιών και τον ποιοτικό έλεγχο. Το σημείο αυτό θα λειτουργεί και με φυσική παρουσία και διαδικτυακά. Θα διευκολύνει την εκπαίδευση των εγκαταστατών, σε συνδυασμό με την πιστοποίησή τους και θα διευκολύνει τις διάφορες ομάδες να συζητούν μεταξύ τους και να βρίσκουν τον καλύτερο τρόπο, για την ολοκλήρωση των εργασιών. Π.χ. το συνεργείο επισκευών και ο ιδιοκτήτης της κατοικίας θα μπορούν να συμφωνήσουν το χρονοδιάγραμμα και τις εργασίες που απαιτούνται και ο συντονιστής του προγράμματος, από την υπηρεσία μιας στάσης θα ελέγχει και την ποιότητα και την πορεία των εργασιών. Στο σημείο πρέπει να εξυπηρετούνται και οι ευάλωτοι καταναλωτές και όσοι υποφέρουν, από ενεργειακή φτώχεια.
- Οι καταναλωτές πρέπει να καταβάλουν προκαταβολικά τα κόστη μιας ακριβής επένδυσης, που δεν εγγυάται το αποτέλεσμα. Πρέπει να υπάρχουν αρκετά χρηματοδοτικά εργαλεία, συνεργασία δημόσιου-ιδιωτικού τομέα, καινοτόμες λύσεις και προϊόντα, ώστε να καλυφθούν οι ανάγκες χρηματοδότησης μιας ανακαίνισης για όλους τους καταναλωτές και να διευκολυνθούν οι ευάλωτοι καταναλωτές μέσω ευρωπαϊκών και εθνικών προγραμμάτων.
- Τα πιστοποιητικά ενεργειακής επάρκειας πρέπει να γίνουν πιο απλά και κατανοητά, να παρέχουν πρακτικές πληροφορίες, να ενισχυθεί ο ρόλος τους, ώστε να έχουν πραγματικό αποτέλεσμα στις εκπομπές ρύπων.
- Διαφορετικές λύσεις θα χρειαστούν για να καλυφθούν οι ανάγκες διαφορετικών ομάδων καταναλωτών (π.χ. ηλικιωμένοι, νέα ζευγάρια με μωρά, ΑΜΕΑ, φτωχοί καταναλωτές κ.λπ.) καθώς και όλες οι περιοχές κατοικίας (π.χ. αστικές, αγροτικές κ.λπ.).

Αρκετές από τις προτάσεις μας ενσωματώθηκαν, στο κείμενο της Επιτροπής:

- Η δημιουργία σημείων μίας στάσης, όπου οι καταναλωτές θα λαμβάνουν ανεξάρτητη και αμερόληπτη πληροφόρηση, για την ανακαίνιση του σπιτιού τους καθώς και βοήθεια, σε όλα τα στάδια της ανακαίνισης.
- Η αντιμετώπιση της ενεργειακής φτώχειας, η οποία συμπεριλαμβάνει τα νοικοκυριά, που ζουν, στα πλέον ενεργοβόρα σπίτια και σχεδιάζει πολιτικές ειδικά, για αυτά.
- Ένας κατάλογος χρηματοοικονομικών εργαλείων, για να διευκολυνθεί η υλοποίηση του κύματος ανακαινίσεων.
- Στρατηγικές, που πάνε πιο πέρα από την ενημέρωση και την επικοινωνία και που θα διευκολύνουν τη συμμετοχή όλων των ενδιαφερόμενων, στις μεταρρυθμίσεις, που απαιτούνται.
- Η Αρχή: «Πρώτα η ενεργειακή επάρκεια» προστέθηκε στο κείμενο, αλλά δυστυχώς δε συνδυάστηκε με την αναθεώρηση των πολιτικών της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, όπως είχε προταθεί.

Για να πιέσουμε την Ε.Ε. να αποδεχτεί όλες τις προτάσεις μας, το Σεπτέμβριο του 2021, το ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών, σε συνεργασία με την ΒΕUC – Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών ετοίμασαν ένα ενημερωτικό βίντεο, που συνοψίζει όλα όσα χρειαζόμαστε, για να αποκτήσουμε βιώσιμη κατοικία. Το βίντεο αυτό δημιουργήθηκε, με την επιχορήγηση της Ε.Ε., στο πλαίσιο πανευρωπαϊκού προγράμματος, που συντονίζει η ΒΕUC, σχετικά με τη βιώσιμη κατοικία. Τι χρειαζόμαστε, λοιπόν, οι καταναλωτές;

1. Ξεκάθαρη και εύκολα προσβάσιμη πληροφόρηση για την ενεργειακή επάρκεια των κτιρίων, που ενοικιάζονται, ή πωλούνται: Οι καταναλωτές, στις περισσότερες Ευρωπαϊκές χώρες, θεωρούμε ότι τα Πιστοποιητικά Ενεργειακής Επάρκειας δεν είναι

ούτε ξεκάθαρα, ούτε αξιόπιστα έγγραφα, που να μας βοηθούν να αξιολογήσουμε την ενεργειακή επάρκεια των μελλοντικών μας κατοικιών. Οι επαγγελματίες που αξιολογούν την ενεργειακή επάρκεια των σπιτιών, πρέπει να είναι υπεύθυνοι και υπόλογοι, για τα αποτελέσματα της αξιολόγησης. Έτσι, τα ενεργειακά πιστοποιητικά θα γίνουν μια πιο αξιόπιστη και ουσιαστική πηγή πληροφόρησης, για εμάς τους καταναλωτές, καθώς θα αποτελούν ένα πλήρως λειτουργικό εργαλείο της αγοράς. Τα ενεργειακά πιστοποιητικά πρέπει να παρέχουν ξεκάθαρη πληροφόρηση και εύκολη και κατανοητή καθοδήγηση, για τους τρόπους βελτίωσης της ενεργειακής επάρκειας των σπιτιών μας.

2. Σημεία μιας στάσης για την υποστήριξη προγραμμάτων ανακαίνισης: Πολλοί καταναλωτές αντιμετωπίζουμε εμπόδια, όταν θέλουμε να ξεκινήσουμε εργασίες ανακαίνισης. Ταλαιπωρούμαστε, καθώς ψάχνουμε χρηματοοικονομικές λύσεις, επιλέγουμε υλικά και συσκευές, υπογράφουμε συμβάσεις και διαπραγματευόμαστε με τους κατασκευαστές και εγκαταστάτες. Πρέπει να μας παρέχεται συνεκτική και συνεπής υποστήριξη, καθ' όλη τη διάρκεια της ανακαίνισης. Συμβουλές και υποστήριξη πρέπει να παρέχονται, σε σημεία μιας στάσης, όπου οι καταναλωτές θα μπορούμε να βρούμε αμερόληπτη και ολιστική καθοδήγηση και θα λαμβάνουμε ένα συνολικό πακέτο υπηρεσιών. Αυτή η πρακτική θα διασφαλίσει ότι οι καταναλωτές θα έχουμε, πάντοτε, κάποιον, στον οποίο θα μπορούμε να μιλήσουμε και ο οποίος θα μπορεί να διαχειριστεί οποιοδήποτε θέμα μπορεί να αντιμετωπίσουμε. Ίσως, μάλιστα, χρειαστούν και πιο εξειδικευμένες επαγγελματικές συμβουλές.
3. Οδηγίες για τη χρηματοδότηση της ανακαίνισης: Στην αγορά, διατίθενται πολλά χρηματοδοτικά προϊόντα και επιχορηγήσεις, που είναι πολύ σύνθετα. Έτσι, οι καταναλωτές μπερδεύομαστε ποιό να επιλέξουμε. Επίσης, οι επιχορηγήσεις θέτουν πολλές και διαφορετικές προϋποθέσεις, τις οποίες οι καταναλωτές πρέπει να διαθέτουμε. Για ακόμα μια φορά, η υποστήριξη, από συμβούλους, σε σημεία μιας στάσης, θα μας βοηθήσει να επωφεληθούμε, από κάθε ευκαιρία χρηματοδότησης. Πρέπει, όμως, και οι εγκαταστάτες και οι μεσίτες και οι σύμβουλοι κ.λπ. να εκπαιδευτούν, για τη διαθεσιμότητα των επιχορηγήσεων, τους όρους και τις προϋποθέσεις της χορήγησής τους, ώστε να βελτιωθεί περισσότερο η ποιότητα των υπηρεσιών, που παρέχουν. Τα πράσινα στεγαστικά δάνεια, που αποτελούν χρηματοοικονομικά προϊόντα, πρέπει να συνδυάζουν την ενεργειακή επάρκεια και τη βελτίωση της κατοικίας, με χαμηλά επιτόκια. Πρέπει να χορηγούνται από όλες τις τράπεζες και να χορηγούνται, εύκολα και με απλούς όρους και προϋποθέσεις.
4. Εγκαταστάτες εμπιστοσύνης: Μια ανακαίνιση είναι μια δύσκολη διαδικασία, έτσι οι καταναλωτές πρέπει να αισθανόμαστε βέβαιοι ότι γνωρίζουμε σε ποιόν να απευθυνθούμε, σε κάθε στάδιο εργασιών. Τα σημεία μιας στάσης, ως κεντρικά σημεία παροχής υπηρεσιών, πρέπει να φέρουν σε επαφή τους καταναλωτές, με τους κατασκευαστές και τους εγκαταστάτες. Εκτός από τη διασφάλιση αρκετών αξιόπιστων και διαπιστευμένων κατασκευαστών και εγκαταστατών, τα σημεία μιας στάσης πρέπει να αποτελούν το τρίτο μέρος, που παρέχει αμερόληπτες αξιολογήσεις της κατάστασης, αποδίδει ευθύνες, όταν κάτι δεν πάει καλά και φροντίζει να γίνουν γρήγορα και χωρίς ιδιαίτερη ενόχληση του καταναλωτή, οι διορθωτικές εργασίες. Επιπλέον, ένας μηχανισμός Εναλλακτικής Επίλυσης Διαφορών πρέπει να προστατεύει εμάς τους καταναλωτές και να είναι διαθέσιμος, μετά την ολοκλήρωση των εργασιών ανακαίνισης και για όλη τη χρονική διάρκεια της αναμενόμενης ζωής των υλικών και των συσκευών, που εγκαταστάθηκαν.
5. Αντιμετώπιση αντικρουόμενων κινήτρων: Τα συμφέροντα των ιδιοκτητών και των ενοικιαστών, συχνά, είναι αντικρουόμενα, όταν αφορούν επενδύσεις, για την ενεργειακή επάρκεια ενός κτιρίου. Η κατάσταση μπορεί να γίνει ακόμα πιο περίπλοκη, σε πολυκατοικίες, όπου οι διάφοροι ιδιοκτήτες δεν έχουν την ίδια διάθεση να επενδύσουν σε ανακαινίσεις. Ανεξάρτητη υποστήριξη, από τρίτους, μπορεί να βοηθήσει, να ξεπεραστούν οι διαφωνίες καθώς και να προχωρήσουν, εύκολα και ήρεμα, οι εργασίες, που είναι απαραίτητες, ώστε οι κατοικίες να συμμορφωθούν με τα πρότυπα της Ελάχιστης Ενεργειακής Απόδοσης (MEPS). Τα κόστη, για τις εργασίες ανακαίνισης, πρέπει να μοιραστούν, δίκαια ανάμεσα σε ιδιοκτήτες και ενοικιαστές, ώστε να γνωρίζουν όλοι τι θα πληρώσουν. Παρόλα τα παραπάνω, υπάρχουν και άλλες λύσεις, που θα

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών **Απολογισμός Δράσης Έτους 2021**

βοηθήσουν να πειστούν οι ιδιοκτήτες να επενδύσουν, σε ανακαινίσεις, ώστε να καταστήσουν τα κτίριά τους ενεργειακά επαρκή. Τέτοιες λύσεις μπορεί να είναι εκπτώσεις φόρου, χρηματοδοτήσεις λογαριασμών, αδειοδότηση πριν την ενοικίαση κ.λπ.

Το κύμα ανακαινίσεων πρέπει να επιτύχει. Η ενεργειακή κρίση επιβάλλει μείωση του κόστους ενέργειας των κατοικιών.

Το θέμα θα μας απασχολήσει και το 2022 και για πολλά χρόνια, στο μέλλον.

Παγκόσμια Ημέρα Ecolabel

Στις 14 Οκτωβρίου 2021, γιορτάστηκε η Παγκόσμια Ημέρα Ecolabel (Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα). Το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα είναι ένα εθελοντικό πιστοποιητικό περιβαλλοντικών επιδόσεων, που απονέμεται σε προϊόντα και υπηρεσίες. Για να απονεμηθεί το σήμα, τα αγαθά πρέπει να πληρούν συγκεκριμένα κριτήρια, ανάλογα με την ομάδα, στην οποία ανήκουν και τα οποία διασφαλίζουν ότι μειώνονται οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Πολύ συχνά, το σήμα αυτό το αποκαλούμε Ευρωπαϊκό Λουλούδι.

Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες, που φέρουν το οικολογικό σήμα της Ε.Ε., από την παραγωγή έως και τη χρήση και τη διάθεσή τους, έχουν αξιολογηθεί ότι μειώνουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις τους. Τα επιστημονικά κριτήρια αναπτύσσονται, με διαφανή τρόπο, με τη συμμετοχή επιστημόνων, Μ.Κ.Ο και ενδιαφερόμενων μερών, ώστε να μπορούν οι καταναλωτές να προβαίνουν, σε περιβαλλοντικά υπεύθυνες επιλογές. Επιπλέον, το οικολογικό σήμα της Ε.Ε. απονέμεται, από ανεξάρτητους τρίτους οργανισμούς. Επομένως, μας προστατεύει και από το «πράσινο ξέπλυμα».

Πάνω από 83.000 προϊόντα και υπηρεσίες φέρουν το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα, στην αγορά της Ε.Ε. Το σήμα αυτό μπορούμε να το βρούμε, σε [χρώματα και βερνίκια](#), σε [έπιπλα](#), σε [σκληρές επενδύσεις πατωμάτων](#), σε [προϊόντα προσωπικής υγιεινής](#), σε [φωτοτυπικό χαρτί](#), σε [απορρυπαντικά και προϊόντα καθαρισμού](#), σε [βελτιωτικά εδάφους](#), σε [οθόνες ηλεκτρονικών υπολογιστών](#), σε [λιπαντικά](#), σε [οικιακές ηλεκτρικές συσκευές](#), σε [οικιακό φωτισμό](#), σε [ρούχα-παπούτσια-υφάσματα](#), σε [στρώματα](#), σε [χαρτιά υγείας και κουζίνας](#), σε [τηλεοράσεις](#) και σε [τουριστικά καταλύματα](#).

Είναι αλήθεια ότι το Ευρωπαϊκό Λουλούδι μας σώζει, από πολλή ταλαιπωρία και χάσιμο χρόνου, όταν κάνουμε τα ψώνια μας. Με μια ματιά, μπορούμε να καταλάβουμε ότι αγοράζουμε ένα αξιόπιστο και φιλικό, στο περιβάλλον, αγαθό.

Τα κριτήρια, για την απονομή του σήματος αυτού, στα καλλυντικά, αυστηροποιήθηκαν και επίσης, σύντομα θα εκδοθούν κριτήρια, για την απονομή του, σε προϊόντα περιποίησης ζώων. Δηλαδή:

- Μέχρι σήμερα τα κριτήρια αφορούσαν μόνο τα καλλυντικά που «ξεβγάζουμε», όπως αφρόλουτρα, σαμπουάν κ.λπ. Τώρα τα κριτήρια, θα εφαρμόζονται, σε όλα τα καλλυντικά, όπως κρέμες σώματος, αντιηλιακά κ.λπ.
- Η νέα κατηγορία αγαθών, με ecolabel, που προορίζεται για την περιποίηση των ζώων, θα δώσει στους ιδιοκτήτες τους την ευκαιρία να χρησιμοποιήσουν προϊόντα φιλικά, προς το περιβάλλον και κυρίως προϊόντα, που δεν έχουν δοκιμαστεί, σε ζώα.

Στην Ευρωπαϊκή Αγορά, σήμερα, 3 στα 4 προϊόντα προσωπικής υγιεινής φέρουν κάποιο πράσινο ισχυρισμό, ή κάποια πράσινη σήμανση. Όμως, πολλά από αυτά είναι είτε ατεκμηρίωτα, είτε παραπλανητικά. Από τώρα και στο εξής, τρίτος ανεξάρτητος φορέας θα πιστοποιεί και θα αποδεικνύει ότι το προϊόν είναι πράγματι βιώσιμο και ανταποκρίνεται, σε όσα ισχυρίζεται ο κατασκευαστής του.

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών **Απολογισμός Δράσης Έτους 2021**

Το εξάμηνο Μάρτιος 2021 - Σεπτέμβριος 2021, παρά την πανδημία και το Brexit, τα αγαθά, με το Ευρωπαϊκό Λουλούδι, στην Ε.Ε., αυξήθηκαν κατά 7% (5.519 προϊόντα). Ευχόμαστε στις 14 Οκτωβρίου του 2022 να γιορτάσουμε ακόμα μεγαλύτερη αύξηση.

Βιώσιμα χρηματοοικονομικά προϊόντα

Στις 6 Ιουλίου 2021, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρότεινε τη νέα στρατηγική της, για τις βιώσιμες χρηματοδοτήσεις, καθορίζοντας τους τρόπους, με τους οποίους σκοπεύει να κάνει πιο βιώσιμο το χρηματοοικονομικό σύστημα.

Με τη νέα στρατηγική, για τη βιώσιμη χρηματοδότηση, η Επιτροπή πρότεινε:

- Διερεύνηση τρόπων, για να υποστηριχθεί η λήψη πράσινων ενυπόθηκων δανείων, κατά την επικείμενη αναθεώρηση της Οδηγίας για την Ενυπόθηκη Πίστη: έρευνες από τα μέλη της BEUC – Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Ενώσεων Καταναλωτών, όπως η Altroconsumo στην Ιταλία, δείχνουν ότι οι τράπεζες, συχνά, δεν προτείνουν «πράσινα δάνεια», με ελκυστικά επιτόκια, στους καταναλωτές. Απαιτούνται περαιτέρω βήματα, για να διασφαλιστεί ότι οι καταναλωτές έχουν πρόσβαση σε «πράσινα δάνεια», με ελκυστικούς όρους, για να κάνουν τα σπίτια τους πιο αποδοτικά ενεργειακά.
- Βελτίωση των γνώσεων, για τη βιωσιμότητα, των χρηματοοικονομικών συμβούλων: οι οικονομικοί σύμβουλοι, σήμερα, συχνά, δε διαθέτουν την απαιτούμενη κατάρτιση, για να κρίνουν, ή να συμβουλεύουν τους καταναλωτές, με κριτήρια βιωσιμότητας. Η Επιτροπή έχει, ήδη, δεσμευτεί, στο Σχέδιο Δράσης της Ένωσης για τις Κεφαλαιαγορές, για τη βελτίωση του επιπέδου των επαγγελματικών προσόντων των χρηματοοικονομικών συμβούλων, στην Ε.Ε. Η κατάρτιση, λοιπόν, για τη βιωσιμότητα πρέπει να είναι υποχρεωτική, για τους χρηματοοικονομικούς συμβούλους, που παρέχουν συμβουλές, στους καταναλωτές, για επενδυτικά προϊόντα.
- Ενίσχυση της αξιοπιστίας και της συγκρισιμότητας της αξιολόγησης, με βάση τα κριτήρια ESG (Περιβαλλοντικά, Κοινωνικά και Εταιρικής Διακυβέρνησης): τα κριτήρια αυτά βοηθούν τους επενδυτές να κατανοήσουν και να συγκρίνουν την περιβαλλοντική απόδοση των εταιρειών. Αυτή η πρωτοβουλία θα προσφέρει την ευκαιρία να αντιμετωπιστεί, πιο αποτελεσματικά, το «πράσινο» ξέπλυμα, στις χρηματοπιστωτικές αγορές.
- Πρόταση ελάχιστων απαιτήσεων βιωσιμότητας (με κοινωνικά ή/και περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά): αυτές τις απαιτήσεις πρέπει να πληρούν τα χρηματοοικονομικά προϊόντα, που θα χαρακτηρίζονται βιώσιμα. Η BEUC χαιρετίζει αυτήν την πρόταση, η οποία θα πρέπει να αντιμετωπίσει παραπλανητικές πρακτικές, από επενδυτικά κεφάλαια, που απλά ισχυρίζονται ότι πληρούν τα κριτήρια της βιωσιμότητας.

Τα σχέδια της Ε.Ε. για τον ορισμό της “πράσινης” επένδυσης, περιλαμβάνουν θετικές πρωτοβουλίες. Η νέα Στρατηγική υποστηρίζει τη λήψη «πράσινων» ενυπόθηκων δανείων, από τους καταναλωτές (για να αγοράσουν ένα ενεργειακά αποδοτικό σπίτι, ή να κάνουν πιο αποδοτικό ενεργειακά το παλιό τους) και τη βελτίωση των γνώσεων, για τη βιωσιμότητα των χρηματοοικονομικών συμβούλων.

Ωστόσο, αυτές οι θετικές πρωτοβουλίες επισκιάζονται, από την πρόθεση της Επιτροπής να συμπεριλάβει, στις «πράσινες» επενδύσεις, και κάποιες επενδύσεις, σε φυσικό αέριο. Ο χαρακτηρισμός των επενδύσεων, σε φυσικό αέριο, ως «πράσινες» επενδύσεις, υπονομεύει μια βασική φιλοδοξία της Ε.Ε., που είναι η προστασία των καταναλωτών-επενδυτών, από το «πράσινο» ξέπλυμα. Η BEUC, το ΚΕ.Π.ΚΑ. και άλλοι φορείς έχουμε ήδη, εκφράσει την ανησυχία μας ότι τα ορυκτά καύσιμα (όπως το φυσικό αέριο και η πυρηνική ενέργεια), δε μπορούν να θεωρηθούν βιώσιμα και ως εκ τούτου, δεν πρέπει να θεωρούνται «πράσινες» επενδύσεις.

Η Επιτροπή κάνει μερικά θετικά βήματα, ωστόσο, αυτά επισκιάζονται από τα σχέδιά της να χαρακτηρίσει το ορυκτό φυσικό αέριο, ως «πράσινο». Είναι παραπλανητικό για τους καταναλωτές και τους επενδυτές και αποκλίνει πολύ, από τις πραγματικά βιώσιμες ενεργειακές λύσεις, να «βαπτίζεται» το φυσικό αέριο, βιώσιμη λύση. Η κατάρτιση χρηματοοικονομικών

συμβούλων, για να προτείνουν περισσότερα «πράσινα» χρηματοοικονομικά προϊόντα, στους καταναλωτές, δε θα έχει νόημα, εάν τα προϊόντα αυτά περιλαμβάνουν δραστηριότητες, που βλάπτουν το κλίμα, όπως το φυσικό αέριο, ή η πυρηνική ενέργεια. Ως ΚΕ.Π.ΚΑ., ζητήσαμε να διορθωθεί αυτό το παράδοξο.

Παρακολουθούμε το θέμα, αλλά δεν είμαστε καθόλου αισιόδοξοι, γιατί η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, εκτός από το φυσικό αέριο, στις 31 Δεκεμβρίου 2021, λίγο πριν την αλλαγή του χρόνου, πρότεινε την ένταξη και της πυρηνικής ενέργειας, στις «πράσινες» επενδύσεις.

Μείωση χρήσης πλαστικού

Οι Ενώσεις Καταναλωτών, σε όλο τον κόσμο, αφιερώσαμε την Ημέρα του Καταναλωτή, στις 15 Μαρτίου 2021, στις προσπάθειες, για την εξάλειψη της μόλυνσης, από πλαστικό. Εστιάσαμε, λοιπόν, στο ρόλο των καταναλωτών και των Ενώσεων Καταναλωτών, στην αντιμετώπιση της μόλυνσης από πλαστικά. Θελήσαμε να καταδείξουμε ότι οι καταναλωτές, σε όλο τον κόσμο, απαιτούμε αλλαγές, ώστε να προστατευτούν το περιβάλλον και η υγεία μας.

Το πλαστικό μπορεί να είναι πολύ χρήσιμο στην καθημερινή μας ζωή, αλλά η χρήση και η παραγωγή πλαστικών, ειδικά των πλαστικών μιας χρήσης, βλάπτει το περιβάλλον και οδηγεί σε παγκόσμια κρίση μόλυνσης από πλαστικά. Η κρίση αυτή έχει επιπτώσεις, στο οικοσύστημα και στην υγεία μας. Και οι επιπτώσεις είναι πολύ σοβαρές, ειδικά τώρα, που φαίνονται πλέον τα αποτελέσματα της πανδημίας (COVID-19), στη μόλυνση από τα πλαστικά. Παρατηρούμε μια αυξημένη χρήση πλαστικών μιας χρήσης, όπως πλαστικές μάσκες προσώπου, γάντια και συσκευασίες τροφίμων.

Οι καταναλωτές προβληματίζονται, όλο και περισσότερο, για τη μόλυνση από πλαστικό και, ήδη, αναλαμβάνουν δράση. Μια παγκόσμια έρευνα το 2019, έδειξε ότι υπάρχει μια ισχυρή αντίδραση, στη χρήση πλαστικών:

- 82% των όσων απάντησαν, στην έρευνα, χρησιμοποιούν σκεύη πολλών χρήσεων, τα οποία πλένουν, αντί για πλαστικά σκεύη μιας χρήσης.
- 72% των καταναλωτών, που απάντησαν, φέρνουν, μαζί τους, τσάντα, που ξαναχρησιμοποιείται, όταν πηγαίνουν για ψώνια.
- 62% των όσων απάντησαν χρησιμοποιούν φιάλες, για νερό, που ξαναγεμίζουν
- 55% των καταναλωτών, παγκοσμίως, ανησυχούν, περισσότερο, για το περιβάλλον, παρά για την αύξηση στη χρήση πλαστικών μιας χρήσης, κατά την διάρκεια της πανδημίας.
- 74% των καταναλωτών, σε Ευρώπη, Η.Π.Α και Νότια Αμερική είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα χρήματα, για συσκευασίες φιλικές, προς το περιβάλλον.

Απαιτούνται συστηματικές αλλαγές, σε όλη την αγορά, σε όλα τα επίπεδα, από κυβερνήσεις και επιχειρήσεις καθώς και αλλαγές στα πρότυπα, ώστε η επιλογή της βιώσιμης κατανάλωσης και της χρήσης λιγότερου πλαστικού να γίνει η εύκολη επιλογή, για τους καταναλωτές. Για να επιτευχθεί το μέγεθος των αλλαγών, που χρειαζόμαστε, για να προστατέψουμε το περιβάλλον, πρέπει οι βλαπτικές, για το περιβάλλον επιλογές των καταναλωτών να πάψουν να είναι διαθέσιμες και εύκολα προσβάσιμες επιλογές. Για να πετύχουμε, λοιπόν τους στόχους πρέπει:

- Να υπάρχουν στην αγορά περισσότερα βιώσιμα αγαθά, ως εναλλακτικές επιλογές
- Να είναι αυτά τα αγαθά προσβάσιμα, από όλους, σε προσιτές τιμές.
- Να δημιουργηθούν αποτελεσματικές υποδομές ανακύκλωσης
- Να διασφαλιστεί ότι οι καταναλωτές λαμβάνουν την απαραίτητη πληροφόρηση, ώστε να κάνουν σωστές επιλογές.

Η Παγκόσμια Ημέρα Καταναλωτών 2021, εστίασε στα 7 R: Ξανασκέψου (Rethink), Αρνήσου (Refuse), Μείωσε (Reduce), Ξαναχρησιμοποίησε (Reuse), Ανακύκλωσε (Recycle), Επιδιόρθωσε (Repair), Αντικατάστησε (Replace). Οι καταναλωτές ξανασκέφτονται, επανεκτιμούν τις καταναλωτικές τους συνήθειες, ώστε να ελαχιστοποιήσουν την κατανάλωση πλαστικού μιας χρήσης, αρνούνται, όπου αυτό είναι εφικτό, τη χρήση πλαστικού και απαιτούν βιώσιμες εναλλακτικές λύσεις από επιχειρήσεις και κυβερνήσεις, μειώνουν τις ποσότητες πλαστικού, που αγοράζουν και πετούν, παρατείνουν τη ζωή των πλαστικών προϊόντων, ξαναχρησιμοποιώντας τα, ανακυκλώνουν τα πλαστικά απόβλητα, στις κατάλληλες υποδομές, σύμφωνα με τις οδηγίες

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

των υπεύθυνων ανακύκλωσης της περιοχής τους, διορθώνουν προϊόντα και συσκευές, εφόσον αυτό είναι εφικτό και αντικαθιστούν τα πλαστικά προϊόντα, ή τις πλαστικές συσκευασίες με πιο βιώσιμες εναλλακτικές λύσεις.

Η μόλυνση, από πλαστικό, είναι ένα άκρως πιεστικό πρόβλημα, για τον πλανήτη μας. Η συνειδητοποίηση της κρίσης των πλαστικών, από τους καταναλωτές, αυξάνεται, μέρα με την μέρα, σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι καταναλωτές μπορούν να παίξουν ένα κρίσιμο ρόλο στην αναδιαμόρφωση της αγοράς. Πρέπει να υποστηριχθούν, ώστε να κινητοποιήσουν επιχειρήσεις και κυβερνήσεις, για να διασφαλιστεί η πρόσβαση όλων στη βιώσιμη κατανάλωση.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. εξέδωσε δελτίο τύπου, για ενημέρωση των καταναλωτών και συνεχίζει τις δράσεις, για τη μείωση της χρήσης του πλαστικού.

Όμως, ξαφνικά, το Μάιο του 2022, οι καταναλωτές ήρθαμε αντιμέτωποι με το παρακάτω πρόβλημα. Σκεύη φαγητού, που εισάγονταν, από τρίτες χώρες, ή πωλούνται on-line, ισχυρίζονταν ότι είναι κατασκευασμένα, από μπαμπού. Αυτά τα σκεύη είναι πολύ δημοφιλή, στα παιδιά. Όμως, είναι κατασκευασμένα, από πλαστικό και το μπαμπού, ή οι άλλες φυτικές ύλες, προστίθενται, απλά, ως «γέμιση», για να δώσουν όγκο και σχήμα. Έτσι, παραπλανώνται οι καταναλωτές. Επιπλέον, το μπαμπού, ο αραβόσιτος και άλλες φυτικές ύλες δεν επιτρέπεται να χρησιμοποιούνται, ως πρόσθετες ύλες, σε πλαστικά. Αυτά τα σκεύη φαγητού είναι παράνομα.

Η χρήση μπαμπού και άλλων, χωρίς έγκριση φυτικών υλών, σε πλαστικά σκεύη, μπορεί να θέσει σε κίνδυνο την υγεία των καταναλωτών. Αυτές οι πρόσθετες ύλες μπορεί να επισπεύσουν την αποικοδόμηση των πλαστικών, με αποτέλεσμα, τη μετανάστευση επικίνδυνων ουσιών, στην τροφή μας, π.χ. μελαμίνης και φορμαλδεΐδης.

Τέλος, είναι αδύνατος ο διαχωρισμός του πλαστικού, από τις φυτικές ύλες, με αποτέλεσμα αυτά τα σκεύη να μη μπορούν να ανακυκλωθούν, άρα δεν είναι φιλικά στο περιβάλλον. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και τα κράτη-μέλη, ξεκίνησαν μια πανευρωπαϊκή δράση, για να σταματήσουν να κυκλοφορούν στην αγορά, αυτά τα παράνομα και επικίνδυνα σκεύη:

- Τα σκεύη αυτά σταματούν, στα Ευρωπαϊκά σύνορα, στα τελωνεία και δεν εισέρχονται στην Εσωτερική Αγορά.
- Οι δασμοί, που είχαν καταργηθεί, επανέρχονται.
- Οι επιχειρήσεις ενημερώνονται, από τις αρχές των κρατών-μελών, για την παραβίαση της νομοθεσίας.
- Οι καταναλωτές ενημερώνονται ότι αυτά τα παράνομα σκεύη μπορεί να διατίθενται μέσα από διαδικτυακές αγορές, από εμπόρους εκτός Ε.Ε., ώστε να είναι προσεκτικοί.
- Οι αρχές των κρατών-μελών ενημέρωσαν τις διαδικτυακές αγορές να αποσύρουν τα παράνομα σκεύη.

Από τις 30 Ιουνίου 2021, τα κράτη-μέλη κοινοποιούν παράνομα σκεύη, στο σύστημα RASFF (Σύστημα Έγκαιρης Προειδοποίησης για τα Τρόφιμα και τις Ζωοτροφές). Το ΚΕ.Π.ΚΑ. ενημέρωσε τους καταναλωτές της χώρας μας, με δελτίο τύπου και περιμένει τα αποτελέσματα της παραπάνω αναφερόμενης πανευρωπαϊκής δράσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Νέα ενεργειακή σήμανση

Από την εισαγωγή της, το 1994, η ενεργειακή ετικέτα ήταν μία από τις πιο επιτυχημένες πρωτοβουλίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, για τους καταναλωτές. Υποστήριξε την επιλογή ενεργειακά αποδοτικών προϊόντων και συνέβαλε, στην επίτευξη των ενεργειακών και κλιματικών στόχων της Ε.Ε. Η ετικέτα βοήθησε, με επιτυχία, τους καταναλωτές να εξοικονομήσουν ενέργεια και να μειώσουν το κόστος του ηλεκτρικού ρεύματος, ώστε να ενισχυθεί η καινοτομία για πιο αποδοτικά προϊόντα. Για πολλά προϊόντα, η ενεργειακή απόδοση βελτιώθηκε, περισσότερο από 80% και επιτεύχθηκε σημαντική μείωση του κόστους ενέργειας.

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

Έρευνα, ανάμεσα σε καταναλωτές, έδειξε ότι η κατάταξη που αναγραφόταν, πριν το Μάρτιο του 2021, στην ενεργειακή ετικέτα, ήταν παραπλανητική. Αυτό συνέβαινε γιατί στις ανώτερες κατηγορίες (A+, A++ και A+++) «συνωστίζονταν» πολλές συσκευές, ενώ οι κατώτερες κατηγορίες ήταν άδειες, καθώς οι πιο ενεργοβόρες συσκευές είχαν πλέον απαγορευτεί, στην αγορά.

Για να διορθώσει αυτήν την κατάσταση, η Ευρωπαϊκή Ένωση αποφάσισε να αναβαθμίσει την ετικέτα: όλες οι κατηγορίες με "+" εξαφανίστηκαν και αντικαταστάθηκαν, από την κλίμακα A έως G. Η ανώτατη κατηγορία A είναι κενή, για να υπάρχει χώρος, για τις πιο ενεργειακά αποδοτικές συσκευές, που θα παραχθούν στο μέλλον. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αποφάσισε, το Μάρτιο του 2019, την αναμόρφωση της ενεργειακής σήμανσης, για τους λαμπτήρες φωτισμού, τα ψυγεία, τις οθόνες τηλεοράσεων, τα πλυντήρια πιάτων και ρούχων.

Ενώσεις καταναλωτών, σε όλη την Ε.Ε., ζητούσαμε, για χρόνια αυτήν την αναμόρφωση, η οποία θα βοηθήσει τους καταναλωτές να συγκρίνουν πιο εύκολα την ενέργεια, που καταναλώνουν οι ηλεκτρικές συσκευές.

1^η Μαρτίου 2021: Οι νέες ετικέτες, για τα πλυντήρια πιάτων, τα πλυντήρια ρούχων, τα πλυντήρια-στεγνωτήρια, τα ψυγεία, τους ψυγειοκαταψύκτες, τις αποθήκες κρασιού, τις τηλεοράσεις και τις οθόνες, άρχισαν να είναι ορατές στα καταστήματα.

1^η Σεπτεμβρίου 2021: Κυκλοφόρησε η νέα ετικέτα για λαμπτήρες φωτισμού.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών διεξήγαγε ενημερωτική εκστρατεία για τους καταναλωτές, για να τους βοηθήσει να κατανοήσουν, καλύτερα, τη νέα σήμανση, με τη βοήθεια της BEUC, στο πλαίσιο ενός χρηματοδοτούμενου, από την Ε.Ε. προγράμματος, που ονομάζεται BELT (Boost Energy Label Take up). Το πρόγραμμα αυτό στόχευε, στην αύξηση της απορρόφησης των πιο ενεργειακά αποδοτικών προϊόντων. Για να ευαισθητοποιήσουν όλους τους εμπλεκόμενους (κατασκευαστές, εμπόρους λιανικής και καταναλωτές), σχετικά με τη νέα ενεργειακή ετικέτα, οι εταιρείες του BELT διοργάνωσαν δράσεις, σε εθνικό επίπεδο. Περισσότερες πληροφορίες είναι διαθέσιμες στην ιστοσελίδα του προγράμματος <https://www.belt-project.eu/>

Στο πλαίσιο του Belt, ετοιμάστηκε πολύ χρήσιμο υλικό, για να ενημερωθούν οι καταναλωτές:

- Ένα πολύ χρηστικό και εύκολο στην κατανόηση έντυπο, όπου παρουσιάζονται όλα τα βασικά χαρακτηριστικά της νέας ετικέτας: https://kepka.org/images/Factsheet_Belt_Grk.pdf,
- Ένα σύντομο και περιεκτικό βίντεο, που έχει δημιουργηθεί, με όλα τα βασικά σημεία: https://youtu.be/iJyAd_v8G_U
- Ειδικός χώρος στην ιστοσελίδα του ΚΕ.Π.ΚΑ., όπου υπάρχουν συγκεντρωμένες όλες οι χρήσιμες πληροφορίες: <https://kepka.org/belt/>
- Ένα ειδικό εργαλείο, μέσω του οποίου οι καταναλωτές μπορούν να υπολογίσουν την κατανάλωση των ηλεκτρικών συσκευών τους και να ανακαλύψουν όλες τις διαφορές, με την παλιά ενεργειακή ετικέτα. Το εργαλείο αυτό είναι διαθέσιμο και στα ελληνικά: <https://www.belt-project.eu/belt-gr>

Το ΚΕ.Π.ΚΑ., τέλος, συμμετείχε, με εθελοντές στην εκδήλωση "Welcome Youth", δηλαδή στο καλωσόρισμα της φοιτητικής νεολαίας στη Θεσσαλονίκη, τον Οκτώβριο του 2021, ενημερώνοντας τους νέους, για τα δικαιώματά τους ως καταναλωτές και για τη νέα ενεργειακή ετικέτα.

Φόρτιση ηλεκτρικών αυτοκινήτων

Αυτοκινητοβιομηχανίες, περιβαλλοντολόγοι και Ενώσεις Καταναλωτών καλούν την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε) να θέσει φιλόδοξους στόχους, ανά χώρα, για την ανάπτυξη των σημείων φόρτισης ηλεκτρικών αυτοκινήτων. Το Μάρτιο του 2021, με μια κοινή επιστολή, η Ευρωπαϊκή Ένωση Βιομηχανίας Αυτοκινήτων - ACEA, η οργάνωση Μεταφορές και Περιβάλλον (T&E) και η Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών - BEUC ζήτησαν, από τους Ευρωπαίους επιτρόπους για το κλίμα, τις μεταφορές, τη βιομηχανία και την ενέργεια, να χρησιμοποιήσουν

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών **Απολογισμός Δράσης Έτους 2021**

την αναθεώρηση της Οδηγίας του 2014, για τις υποδομές εναλλακτικών καυσίμων, ως μια ευκαιρία για τη δημιουργία ενός εκατομμυρίου δημόσιων σημείων φόρτισης, μέχρι το 2024 και 3 εκατομμυρίων σημείων, μέχρι το 2029. Η επιστολή αυτή ήταν απάντηση, στην έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, προς το Ευρωκοινοβούλιο και Ευρωπαϊκό Συμβούλιο, σχετικά με την εφαρμογή της Οδηγίας του 2014.

Η στοχοθεσία αυτή θα στείλει ένα ισχυρό μήνυμα, στους καταναλωτές, πως ο αριθμός των δημόσιων σημείων φόρτισης θα συμβαδίσει, με την αύξηση των πωλήσεων ηλεκτρικών αυτοκινήτων, που, ήδη, παρατηρείται, στην Ευρώπη. Επίσης, θα δώσει περισσότερη ασφάλεια, στην αυτοκινητοβιομηχανία, αλλά και στους διαχειριστές δικτύων, στους διαχειριστές των υποδομών φόρτισης και στις εταιρείες μεταφορών. Η πρόταση αυτή θα βοηθήσει τη δημιουργία ενός εκατομμυρίου θέσεων εργασίας, σε όλη την ήπειρο και θα βοηθήσει την Ευρώπη στην υλοποίηση του κλιματικού στόχου.

Οι καταναλωτές πιστεύουμε ότι αν θέλουμε να είμαστε σοβαροί, στην αντιμετώπιση της υπερθέρμανσης του πλανήτη, πρέπει να μεταφερθούμε στα ηλεκτρικά αυτοκίνητα, γρήγορα. Για την επιτάχυνση της μετάβασης αυτής χρειαζόμαστε εύκολα σημεία φόρτισης, σε όλη την Ευρώπη. Οι στόχοι, για την εγκατάσταση σημείων φόρτισης των ηλεκτρικών αυτοκινήτων, ανά χώρα, είναι ένας πολύ καλός τρόπος, για να πραγματοποιηθεί ο στόχος της κλιματικής ουδετερότητας της Ε.Ε., για το 2050.

Πρέπει να είναι το ίδιο εύκολο να φορτίζουμε ένα ηλεκτρονικό αυτοκίνητο, όπως είναι και το γέμισμα του δοχείου καυσίμων, με βενζίνη. Η ύπαρξη επαρκών και βολικών υποδομών φόρτισης είναι μονόδρομος, για να καλλιεργήσουμε την εμπιστοσύνη των καταναλωτών, στην αγορά των ηλεκτρικών αυτοκινήτων. Οι πολιτικοί πρέπει να αντιμετωπίσουν πρακτικά προβλήματα, όπως η αναγραφή της τιμής φόρτισης, ανά κιλοβατώρα (kilowatt/hour) και η ύπαρξη κοινών και εύκολων τρόπων πληρωμής.

Συγκεκριμένοι στόχοι πρέπει να δοθούν σε κάθε κράτος-μέλος, με βάση μια απλή και δίκαιη μεθοδολογία, που θα λαμβάνει υπόψη της διάφορους συντελεστές, όπως τον αριθμό των ιδιωτικών σημείων φόρτισης. Ο αριθμός των σημείων φόρτισης, που είναι δημοσίως προσβάσιμοι, πρέπει να αυξηθεί, ανάλογα με τον αριθμό ηλεκτρικών αυτοκινήτων, που κυκλοφορούν στους δρόμους. Η Ευρωπαϊκή Ένωση πρέπει, επίσης, να ανταποκριθεί στις αυξανόμενες ανάγκες των οδηγών ηλεκτρικών αυτοκινήτων, που έχουν μικρή, ή και καθόλου πρόσβαση στις ιδιωτικές δομές φόρτισης, όπως τα ηλεκτρικά ταξί και οι υπηρεσίες παροχής μεταφοράς (προσωπικοί οδηγοί), θέτοντας στόχους για γρήγορα και υπεργρήγορα σημεία φόρτισης, στις αστικές περιοχές.

Οι τρεις ομοσπονδίες κάλεσαν την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να προτείνει αντικατάσταση της οδηγίας, που ισχύει, σήμερα, με έναν Κανονισμό. Ο Κανονισμός θα βοηθήσει στην εναρμόνιση των μεθόδων επαναφόρτισης, των τρόπων πληρωμής, της διαφάνειας τιμολόγησης, της συντήρησης και άλλων θεμάτων που απασχολούν την Ευρωπαϊκή Εσωτερική Αγορά. Ο Κανονισμός θα επιβάλλει τη γρήγορη εφαρμογή των νέων στόχων. Το Νοέμβριο του 2021, οι ίδιοι φορείς, τόνισαν, σε κοινή επιστολή, προς την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, τη σημασία της αναθεώρησης της Οδηγίας για την ενεργειακή απόδοση των κτιρίων, ώστε να συμπεριλάβει την ανάπτυξη σημείων φόρτισης.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. παρακολουθεί τις εξελίξεις. Τα σημεία φόρτισης πρέπει να αναπτυχθούν, άμεσα, αν θέλουμε να αναπτυχθεί η αγορά ηλεκτρικών αυτοκινήτων.

Αύξηση τιμής ηλεκτρικού ρεύματος

Οι τιμές του φυσικού αερίου αυξήθηκαν, σημαντικά, το 2021, σε σχέση με το 2020 και αναμένεται να συνεχιστεί αυτή η τάση και το 2022. Η αύξηση της τιμής του φυσικού αερίου οφείλονταν, σε μεγαλύτερη ζήτηση ηλεκτρικού ρεύματος, εξαιτίας της οικονομικής ανάκαμψης, του κρύου χειμώνα και του καλοκαιρινού καύσωνα. Επίσης, οφείλονταν, στη σταδιακή κατάργηση του άνθρακα, ως πρώτη ύλη για την παραγωγή ηλεκτρικού ρεύματος, καθώς και σε διάφορα πολιτικά «παιχνίδια».

Όμως, οι τιμές, που οι καταναλωτές πληρώναμε για το ηλεκτρικό ρεύμα, εδώ στην Ελλάδα, ήταν προκλητικά υψηλότερες, από αυτές που θα διαμορφώνονταν, αν η ελληνική αγορά ενέργειας λειτουργούσε, με διαφάνεια και διέπονταν, από υγιή ανταγωνισμό.

Κατ' αρχάς, η αγορά της χώρας μας ήταν εκτεθειμένη, σε οποιαδήποτε ληστρική και αισχροκερδή πολιτική παραγωγών φυσικού αερίου, γιατί δεν υπήρξε πρόνοια σύναψης μακροχρόνιων συμβολαίων προμήθειας αερίου, με τις χώρες παραγωγής του.

Οι τιμές, που πληρώνανε οι καταναλωτές επηρεάζονταν, από τις τιμές του φυσικού αερίου επειδή οι κανόνες, που ισχύουν για τη διαμόρφωση των τιμών, δεν επέτρεψαν να περάσουν, στους καταναλωτές, τα οικονομικά οφέλη, από τη φθηνότερη παραγωγή ηλιακής και αιολικής ενέργειας. Η αιτία, για αυτό, ήταν ότι κάθε μέρα, στο χρηματιστήριο ενέργειας, οι προμηθευτές ενέργειας αποφασίζουν τη χοντρική τιμή του ηλεκτρικού ρεύματος. Εάν η προσφορά ηλεκτρικού ρεύματος από τις φθηνότερες πηγές ενέργειας π.χ. ανανεώσιμες, αντιστοιχούσε, σε μικρότερα ποσοστά της ζήτησης, από αυτό που καλύπτονταν από την παραγωγή ηλεκτρικού ρεύματος, από φυσικό αέριο, η τιμή του φυσικού αερίου διαμόρφωνε την τιμή, στην οποία αγοραζόταν το ηλεκτρικό ρεύμα, από τους παρόχους, από όλες τις μονάδες παραγωγής ενέργειας (αρχή της οριακής τιμής). Έτσι, η κερδοσκοπική, πλέον, τιμή του φυσικού αερίου, διαμόρφωνε την τιμή και του ηλεκτρικού ρεύματος.

Δυστυχώς, τα αυξημένα μερίδια ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές, που έχουν μικρότερα κόστη παραγωγής, δεν οδήγησαν στη μείωση των τιμών χοντρικής πώλησης, εξαιτίας της πολιτικής διαμόρφωσης τιμών και την εκμετάλλευσή της από τους παρόχους. Όπως αποκάλυψε η οργάνωση καταναλωτών της Ισπανίας OCU, κάποιοι παραγωγοί ενέργειας, από ανανεώσιμες πηγές, χρησιμοποιούσαν τις υψηλές τιμές φυσικού αερίου, για να αυξήσουν, τεχνητά, τις τιμές των προσφορών τους.

Επιπλέον των παραπάνω προβλημάτων, η πλημμυλής εποπτεία της αγοράς ενέργειας και η έλλειψη προληπτικών μέτρων, για την προστασία του καταναλωτή, κατά τη διαδικασία απελευθέρωσης της αγοράς, επέτρεψε στους παρόχους ηλεκτρικού ρεύματος να δημιουργήσουν προσφορές «υβρίδια». Δηλαδή 6 μήνες σταθερή τιμή και 18 μήνες κυμαινόμενη. Όσοι καταναλωτές πίστεψαν τις εκπτώσεις, που υπόσχονταν οι πάροχοι, δέχτηκαν μια δυσάρεστη έκπληξη: Εάν το εξάμηνο έληγε μέσα στην ενεργειακή κρίση, οι λογαριασμοί τους «πέταξαν στον ουρανό», με την επιβολή ΟΤΣ (Οριακής Τιμής Συστήματος), δηλαδή της ρήτρας εξισορρόπησης διαφοράς λιανικής τιμής από τη χοντρική.

Την άνοιξη του 2021, το ΚΕ.Π.ΚΑ.- Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών, έγινε αποδέκτης πολλών καταγγελιών καταναλωτών, για αυξήσεις, στους λογαριασμούς ηλεκτρικού ρεύματος, από πολλούς παρόχους. Οι αυξήσεις αυτές προέρχονταν, κυρίως από χρεώσεις Ο.Τ.Σ. (Οριακή Τιμή Συστήματος).

Το ΚΕ.Π.ΚΑ., στις 26 Απριλίου 2021, απέστειλε επιστολή διαμαρτυρίας, στον Πρόεδρο της Ρυθμιστικής Αρχής Ενέργειας (Ρ.Α.Ε), Δρ. Αθανάσιο Δαγούμα, την οποία κοινοποίησε, στους κ. Σπυρίδωνα – Άδωνη Γεωργιάδη, Υπουργό Ανάπτυξης και Επενδύσεων, κ. Σπυρίδωνα Σκρέκα, Υπουργό Περιβάλλοντος και Ενέργειας και κ. Παναγιώτη Σταμπουλίδη, τ. Γενικό Γραμματέα Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή. Η Ρ.Α.Ε. κάλεσε το ΚΕ.Π.ΚΑ, σε διαδικτυακή σύσκεψη, που πραγματοποιήθηκε, στις 24 Μαΐου 2021, όπου μαζί με το πρόβλημα της Ο.Τ.Σ., θέσαμε και άλλα προβλήματα, που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές, με παρόχους ηλεκτρικής ενέργειας: καταχρηστικούς όρους στις συμβάσεις, επιθετικές πρακτικές πώλησης, παραπλανητική προσυμβατική ενημέρωση, αδιαφάνεια στις χρεώσεις Υ.Κ.Ω. (Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας) και Ε.Τ.Μ.Ε.Α.Ρ. (Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας).

Θέσαμε λοιπόν τα παρακάτω σοβαρά ερωτήματα:

- Γιατί, οι πάροχοι, στις διαφημίσεις τους και στις προσφορές τους αναφέρουν συγκεκριμένα ποσοστά εκπτώσεων, στις τιμές ηλεκτρικού ρεύματος, τα οποία κάνουν

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών **Απολογισμός Δράσης Έτους 2021**

ιδιαίτερα ελκυστικές τις προσφορές τους, χωρίς, όμως, να αναφέρουν την επιβολή Ο.Τ.Σ., η οποία στο τέλος καταργεί την έκπτωση;

- Γιατί η Ο.Τ.Σ. αναφέρεται μόνο στη σύμβαση, μέσα σε 10 σελίδες με «ψιλά γράμματα» και ουδέποτε, όταν προσεγγίζουν οι πάροχοι τον καταναλωτή, δεν του αναφέρουν προφορικά, αυτές τις χρεώσεις;
- Ποια κριτήρια διαφάνειας και ανεξαρτησίας και αμεροληψίας πληρούν οι φορείς που καθορίζουν τις διάφορες παραμέτρους, που διαμορφώνουν τις τελικές τιμές της ενέργειας στη χώρα μας; Ξέρουμε, βέβαια, ότι οι καταναλωτές, τελικά «πληρώνουν το μάρμαρο». Όμως, ποιος αποφασίζει και με ποιες προδιαγραφές, για την τελική τιμή του ηλεκτρικού ρεύματος;
- Πόσο ανεξάρτητος είναι ο φορέας, που αποφασίζει τις τιμές Ο.Τ.Σ. ανά μήνα;
- Πόσο κατανοητός, από τους καταναλωτές, και διαφανής είναι ο συμβατικός όρος, που προβλέπει την επιβολή Ο.Τ.Σ.;

Ο πρόεδρος της Ρ.Α.Ε. δεσμεύτηκε, για πρωτοβουλίες επίλυσης αυτών των προβλημάτων. Το ΚΕ.Π.ΚΑ. εξέδωσε δελτίο τύπου, με το οποίο συμβούλευσε τους καταναλωτές να μην παρασύρονται, από τα μεγάλα ποσοστά εκπτώσεων και να μην υπογράφουν συμβάσεις, για αλλαγή παρόχου ενέργειας, πριν αποσαφηνίσουν όλες τις χρεώσεις που επιβάλλονται (πάγιες χρεώσεις, Ο.Τ.Σ., εγγυήσεις, ασφάλειες μη επιβολής Ο.Τ.Σ. κλπ.).

Η κατάσταση χειροτέρευε, διαρκώς, από μήνα σε μήνα. Έτσι, το φθινόπωρο του 2021, το ΚΕ.Π.ΚΑ. έθεσε, στην Ελληνική Κυβέρνηση, τους παρακάτω προβληματισμούς:

- Η παραγωγή ηλεκτρικού ρεύματος, από τον ήλιο και τον άνεμο, ήδη, σήμερα, είναι φθηνότερη, από την παραγωγή, από ορυκτά καύσιμα. Το μερίδιο της ηλιακής και αιολικής ενέργειας αυξάνεται και αυτό θα βοηθήσει στη μείωση των τιμών ηλεκτρικού ρεύματος. Μια πιο γρήγορη μετάβαση, από τη χρήση ορυκτών καυσίμων για παραγωγή ηλεκτρισμού, σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, θα βοηθήσει στη μείωση των λογαριασμών των καταναλωτών.
- Η Ρυθμιστική Αρχή Ενέργειας (Ρ.Α.Ε.) πρέπει να εποπτεύει, αυστηρά, την αγορά, για να εμποδίζει αδικαιολόγητες αυξήσεις τιμών.
- Η Κυβέρνηση πρέπει να άρει όλα τα εμπόδια, που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές, όταν θέλουν να παράγουν ηλεκτρική ενέργεια, είτε τοποθετώντας ηλιακά πάνελ στα σπίτια τους, είτε μέσω της συμμετοχής τους, σε ενεργειακές κοινότητες. Έτσι, θα μειωθούν, σημαντικά, οι λογαριασμοί των καταναλωτών.
- Ενώ η αύξηση του μεριδίου της ενέργειας, από ανανεώσιμες πηγές, μπορεί να μειώσει τις τιμές χοντρικής πώλησης, οι καταναλωτές δεν απολαμβάνουν τα οφέλη αυτής της αυξητικής τάσης. Οι τιμές χοντρικής του ηλεκτρικού ρεύματος πρέπει, λοιπόν, να διαμορφώνονται ανάλογα με το μίγμα πρώτων υλών, που χρησιμοποιείται, για την παραγωγή του, ώστε να μην χαρατσώνονται οι καταναλωτές.
- Η Ελληνική Κυβέρνηση και η Ρ.Α.Ε.- Ρυθμιστική Αρχή Ενέργειας πρέπει να αναλάβουν πρωτοβουλία, σε ευρωπαϊκό επίπεδο, για να αναμορφωθεί το σημερινό σύστημα τιμών, ώστε να αντικατοπτρίζει την επιρροή των ανανεώσιμων πηγών.
- Το χρηματιστήριο ενέργειας, στην Ελλάδα, πρέπει να λειτουργεί με διαφάνεια.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. επισήμανε από το Σεπτέμβριο του 2021, ότι η ενεργειακή κρίση δε θα διαρκούσε όπως ισχυριζόταν ο Υπουργός Περιβάλλοντος και Ενέργειας και όχι μόνο, ένα δίμηνο. Η ενεργειακή κρίση, ήταν σίγουρο ότι θα συνεχιστεί και το 2022. Τα ενισχυτικά ποσά, που υποσχέθηκε η κυβέρνηση, αποτέλεσαν σταγόνα στον ωκεανό. Και οι αυξήσεις της ενέργειας, μεταφέρθηκαν στα καταναλωτικά αγαθά και μάλιστα στα απαραίτητα, δημιουργώντας, ένα εκρηκτικό μίγμα ακρίβειας για τους καταναλωτές.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. απαίτησε δραστικότερα μέτρα, όπως:

- Δυνατότητα διακανονισμού των λογαριασμών ηλεκτρικού ρεύματος, χωρίς απώλεια της έκπτωσης συνέπειας,
- Απαγόρευση της αποσύνδεσης από το δίκτυο, των καταναλωτών, που μέχρι την ενεργειακή κρίση ήταν συνεπείς,

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών **Απολογισμός Δράσης Έτους 2021**

- Μείωση του φόρου κατανάλωσης, στην ενέργεια,
- Μείωση του Φ.Π.Α., στα απαραίτητα καταναλωτικά αγαθά,
- Δυνατότητα των καταναλωτών, που έχουν υπογράψει συμβόλαια «υβρίδια», όπως τα περιγράφουμε παραπάνω, να διακόπτουν το συμβόλαιο, χωρίς ρήτρες και ποινές,
- Υποχρέωση όλων των παρόχων να παρέχουν τουλάχιστον μια προσφορά, με σταθερή τιμή, για 1 και 2 χρόνια.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. κάλεσε την κυβέρνηση, να εκμεταλλευτεί, σωστά, την εργαλειοθήκη, για την αντιμετώπιση της ενεργειακής κρίσης, που ανακοίνωσε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή τον Οκτώβριο του 2021. Απαιτήσαμε έλεγχο της αγοράς και όχι απλή παρακολούθηση.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. δικαιώθηκε στις προβλέψεις του. Η ενεργειακή κρίση συνεχίστηκε και το 2022. Δυστυχώς, η κυβέρνηση δεν «ακούει» τις Ενώσεις Καταναλωτών. Οι επιδοτήσεις που δόθηκαν αφορούν μόνο τις 300 Kwh, ανά μήνα και δεν επαρκούν για να προστατέψουν τα νοικοκυριά, από την ενεργειακή φτώχεια.

Θα συνεχίσουμε να παρακολουθούμε το θέμα και να πιέζουμε την κυβέρνηση να εποπτεύσει καλύτερα και να «τιθασεύσει» την αγορά.

Όλοι οι καταναλωτές, έχουμε δικαίωμα πρόσβασης σε υπηρεσίες ενέργειας, που παρέχονται σε προσιτές τιμές, με κατανοητή πληροφόρηση, με ασφάλεια, με επάρκεια και αξιοπιστία. Έτσι, η BEUC και το ΚΕ.Π.ΚΑ., ενόψει των ενδιάμεσων στόχων της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ενέργεια, για το 2030 και το 2050, δημοσιεύσαμε: «Το όραμα των καταναλωτών για το 2030, στον τομέα της ενέργειας».

Οι καταναλωτές, λοιπόν, για το 2030, απαιτούμε, να έχουν υλοποιηθεί, μέχρι το 2030, στον τομέα της ενέργειας, τα παρακάτω:

- Προσιτές τιμές: Είναι σημαντικό οι τιμές της ενέργειας να στέλνουν τα σωστά μηνύματα, στους καταναλωτές, ώστε να μειώσουν την κατανάλωση ενέργειας,. Επίσης, είναι πολύ σημαντικό οι καταναλωτές να απολαμβάνουν τα οφέλη της ενεργειακής αποδοτικότητας. Οι χρεώσεις του δικτύου και τα κόστη πρέπει να κατανοηθούν, δίκαια ανάμεσα στους χρήστες. Τελικά, η αρχή των προσιτών τιμών τονίζει τη σημασία της αξιολόγησης των επιπτώσεων των πολιτικών, που σχεδιάζονται, ώστε να διασφαλιστεί ότι αυτές οι πολιτικές δεν αυξάνουν τα βάρη, στους ευάλωτους καταναλωτές και στους ενεργειακά φτωχούς.
- Απλότητα: Υπογραμμίζει την ανάγκη, για ξεκάθαρη, αξιόπιστη και εύκολα κατανοητή πληροφόρηση, συμπεριλαμβανομένων των λογαριασμών, ώστε να μπορούν οι καταναλωτές να συγκρίνουν προσφορές, για να γίνουν ενεργό κομμάτι της ενεργειακής μετάβασης. Η αρχή της απλότητας, επίσης, αναδεικνύει τη σημασία, που έχει για τους καταναλωτές, να λαμβάνουν ξεκάθαρες και αξιόπιστες συμβουλές, για το πώς να χρησιμοποιούν την ενέργεια με τρόπο βιώσιμο, ώστε να μπορούν να ικανοποιούν τις ανάγκες τους.
- Προστασία: Εστιάζει στη σημασία της κατάλληλης νομοθεσίας, τόσο της γενικής όσο και της τομεακής, για την προστασία των καταναλωτών, από αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και την κατοχύρωση του δικαιώματος, στην αποζημίωση. Επίσης, υπογραμμίζει τη σημασία της προστασίας των προσωπικών δεδομένων των καταναλωτών και της κυβερνοασφάλειας. Τελικά, αναφέρεται στη σημαντικότητα της διαχείρισης κρίσεων, εάν προκύψουν αναπάντεχα γεγονότα, όπως η πανδημία του κορωνοϊού.
- Μη αποκλεισμός: Υπογραμμίζει την ανάγκη ότι αυτοί που σχεδιάζουν πολιτικές πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι νέες αυτές πολιτικές δεν επιτρέπουν αποκλεισμούς, δεν αυξάνουν τις διαφορές ανάμεσα στους καταναλωτές και προστατεύουν τους πιο ευάλωτους. Η δυνατότητα μείωσης των λογαριασμών ενέργειας πρέπει να αποτελεί βασική προτεραιότητα, για τους πολιτικούς. Η καταπολέμηση του αποκλεισμού περιλαμβάνει την αποφυγή δημιουργίας νέων κοινωνικών διαχωρισμών και διακρίσεων, καθώς οι αγορές γίνονται όλο και περισσότερο ψηφιακές. Τελικά, η αρχή αυτή ορίζει ότι

είναι σημαντικό, για τους καταναλωτές να μπορούν να παίξουν ενεργό ρόλο, στην ενεργειακή μετάβαση.

- Αξιοπιστία: Τονίζει ότι η παροχή ενέργειας είναι μια σημαντική υπηρεσία γενικού οικονομικού ενδιαφέροντος. Για το λόγο αυτό, οι πάροχοι ενέργειας πρέπει να αναγνωρίζουν τις ευθύνες και τις υποχρεώσεις τους και να λειτουργούν ανάλογα. Οι καταναλωτές πρέπει να έχουν πρόσβαση σε αξιόπιστη και επαρκή παροχή ενέργειας. Τα εμπορικά συστήματα και οι διαδικασίες, π.χ. η τιμολόγηση, πρέπει να είναι αξιόπιστα, οι διαφωνίες να επιλύονται, με διαφάνεια, δίκαια και γρήγορα. Η αρχή αυτή τονίζει τη σημασία της εμπιστοσύνης των καταναλωτών.
- Ενδυνάμωση: Δηλώνει ότι οι καταναλωτές πρέπει να απολαμβάνουν το ίδιο επίπεδο προστασίας, είτε έχουν ένα παραδοσιακό προμηθευτή, είτε χρησιμοποιούν τις νέες υπηρεσίες ενέργειας, ανεξάρτητα από την εταιρεία. Σύμφωνα με αυτή την αρχή, οι καταναλωτές πρέπει να μπορούν να συνεισφέρουν, εύκολα, στη μετάβαση, παράγοντας και πουλώντας τη δική τους ηλεκτρική ενέργεια και παίζοντας ενεργό ρόλο στα συστήματα απόκρισης στη ζήτηση, κ.λπ. Για την επιτυχία αυτού του στόχου, τα σωστά σήματα, μέσω της τιμής, και τα χαμηλά κατώτερα όρια, για την είσοδο στην αγορά, παίζουν σημαντικό ρόλο.

Η ενεργειακή κρίση, που βιώνουμε, σήμερα, αποδεικνύει πόσο σημαντικές είναι οι παραπάνω προσδοκίες των καταναλωτών, για να αποφύγουμε την ενεργειακή φτώχεια.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. ασχολήθηκε το 2021, έντονα, με τα θέματα της ενέργειας και θα συνεχίσουμε αυτές τις δράσεις.

Ευρωπαϊκή Στρατηγική για τη βιώσιμη διατροφή

Στον απολογισμό του ΚΕ.Π.ΚΑ. για το 2020, αναλύσαμε τη Στρατηγική για τη βιώσιμη διατροφή: [«Από το χωράφι στο πιάτο»](#), που ανακοινώθηκε το Φεβρουάριο του 2020, από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Στον απολογισμό μας αναφέραμε, επίσης, τα θετικά στοιχεία της Στρατηγικής για τους καταναλωτές, καθώς και τις επιφυλάξεις και τις προτάσεις μας.

Μόλις ανακοινώθηκε η Στρατηγική «Από το χωράφι στο πιάτο», το Φεβρουάριο του 2020, Ενώσεις Καταναλωτών έριξαν το βάρος τους, για να υποστηρίξουν τη στρατηγική αυτή, που αποτελεί ένα κρίσιμο βήμα, ώστε, επιτέλους, η Ευρωπαϊκή Ένωση να κάνει τα τρόφιμά μας πιο βιώσιμα, πιο υγιεινά, πιο δίκαια. Οι περισσότεροι καταναλωτές είναι έτοιμοι να αλλάξουν τις διατροφικές τους συνήθειες, για χάρη του πλανήτη. Αλλά δεν μπορούν να το κάνουν μόνοι τους. Οι λαμβάνοντες τις αποφάσεις πρέπει να κάνουν τη ζωή των καταναλωτών ευκολότερη, διασφαλίζοντας ότι οι βιώσιμες και υγιεινές επιλογές τροφίμων είναι εύκολες και οικονομικά προσιτές επιλογές. Υπάρχουν πολλές λύσεις:

- Οι τιμές των τροφίμων να στέλνουν τα σωστά μηνύματα.
- Να διερευνήσουμε τις αιτίες, που μας οδηγούν να διαλέγουμε αυτό και όχι άλλο τρόφιμο.
- Να κάνουμε τη σήμανση των τροφίμων εύκολα κατανοητή.
- Να καθαρίσουμε την αγορά από ψεύτικους πράσινους ισχυρισμούς.

Τον Απρίλιο του 2021, η BEUC (Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών), μαζί με 24 οργανώσεις της Κοινωνίας, των πολιτών, από τους τομείς του περιβάλλοντος, των καταναλωτών, της διατροφής, της προστασίας των ζώων, της υγείας, των συνεταιρισμών, των αγροτών, της ανάπτυξης, των ιχθυοκαλλιεργειών, της κοινωνικής δικαιοσύνης, της προστασίας των δασών και της αντιμετώπισης της κλιματικής αλλαγής, ανακοίνωσαν 10 βασικές προτεραιότητες των καταναλωτών, για τη Στρατηγική αυτή. Οι οργανώσεις ζήτησαν, από το Ευρωκοινοβούλιο, που ετοιμάζε αναφορά πρωτοβουλίας για τη Στρατηγική: «Από το χωράφι στο πιάτο», να συμπεριλάβει τις 10 αυτές προτεραιότητες, στην αναφορά του:

- Πρέπει να αναγνωριστεί η ανάγκη για άμεσα και τολμηρά μέτρα. Η αναφορά πρέπει να αναγνωρίζει το αδιέξοδο του σημερινού συστήματος διατροφής, για το περιβάλλον, την οικονομία και την κοινωνία και να ζητάει επείγουσες πολιτικές και νομοθετικές δράσεις.
- Πρέπει να προσυπογράψει τους στόχους της Στρατηγικής: «Από το χωράφι, στο πιάτο». Οι στόχοι πρέπει να «μεταφραστούν» σε νομοθεσία και ορθή εφαρμογή της νομοθεσίας.

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

- Πρέπει να διευκολύνει τη μετάβαση στην αγρό-οικολογία, ώστε να αναπτυχθεί η γεωργία που είναι φιλική, στη φύση και στο περιβάλλον και που απαντά στη κλιματική αλλαγή. Η εντατική γεωργία οδηγεί σε απώλεια βιοποικιλότητας και συνεισφέρει, σημαντικά, στην κλιματική αλλαγή. Η οργανική γεωργία πρέπει να αποτελέσει τη λύση.
- Πρέπει η επιλογή της υγιεινής και βιώσιμης διατροφής να είναι η πιο εύκολη επιλογή. Απαιτείται νομοθεσία, για την επάρκεια των τροφίμων, τη σήμανση, τη διαφήμιση, την τιμολόγηση. Πρέπει να προωθηθούν διατροφικά μοντέλα, με περισσότερα φρέσκα φρούτα, λαχανικά, ξηρούς καρπούς και λιγότερα επεξεργασμένα τρόφιμα, που περιέχουν υψηλά ποσοστά αλατιού, ζάχαρης, λιπαρών, καθώς και λιγότερο κόκκινο κρέας.
- Πρέπει να προωθηθούν λιγότερα, αλλά καλύτερα συστήματα κτηνοτροφίας, καθώς και κατανάλωσης κρέατος, γαλακτοκομικών και αυγών. Η εντατική κτηνοτροφία συνεισφέρει, στην ατμοσφαιρική ρύπανση, στη ρύπανση του νερού, στην απώλεια βιοποικιλότητας, στην ανθεκτικότητα των μικροβίων και σε ασθένειες. Πρέπει, λοιπόν, να αυξηθεί η κατανάλωση φρέσκων φρούτων και λαχανικών και να μειωθεί η κατανάλωση κρέατος, καθώς και των προϊόντων κτηνοτροφίας.
- Πρέπει να συνδεθούν οι πολιτικές, για τη γεωργία, με την «[Πράσινη Συμφωνία](#)». Η επιτυχία της Πράσινης Συμφωνίας εξαρτάται, από τη σύνδεσή της, με όλες τις τομεακές πολιτικές, που προωθούν τη βιώσιμη ανάπτυξη.
- Το κριτήριο της προφύλαξης και τα δικαιώματα των αγροτών πρέπει να υπερτερούν της τεχνολογικής καινοτομίας. Η αναφορά πρέπει να αναγνωρίσει, με σαφή τρόπο ότι οι νέες καινοτόμες μορφές ανάπτυξης φυτών και ζώων (γενετική μετάλλαξη, γονιδιωματικές τεχνικές κ.λπ.) πρέπει να συμμορφώνονται, με αυστηρή νομοθεσία, για τυχόν κινδύνους.
- Πρέπει να είναι σαφής η δέσμευση, σε μια, κοινωνικά, δίκαιη οικονομία. Είναι, επιτέλους, η ώρα να αναγνωριστούν οι αρνητικές επιπτώσεις του σημερινού διατροφικού μας συστήματος, στα εργασιακά και κοινωνικά δικαιώματα. Η έννοια της [ηθικής στην κατανάλωση](#) πρέπει να αποτελέσει νομική υποχρέωση.
- Πρέπει να διερευνηθεί η καλή μεταχείριση των ζώων. Στην Ε.Ε. υπολογίζεται ότι κάθε χρόνο σφάζονται 9 δισεκατομμύρια ζώα και 1,2 δισεκατομμύρια ψάρια. Όλα αυτά τα ζώα ανατρέφονται, κάτω από άσχημες συνθήκες. Η αναφορά πρέπει να προβλέψει, τη νομοθετική ρύθμιση της καλής μεταχείρισης των ζώων, την αυστηρή σήμανση καθώς και φιλόδοξους στόχους βιωσιμότητας, για την κτηνοτροφία, την πτηνοτροφία και την ιχθυοκαλλιέργεια.
- Πρέπει να προωθηθεί η πράσινη μετάβαση, σε παγκόσμιο επίπεδο. Όλοι γνωρίζουμε την τεράστια επίπτωση της γεωργίας και του διατροφικού συστήματος της Ε.Ε., έξω από τα ευρωπαϊκά σύνορα. Δυστυχώς, η διεθνής διάσταση της στρατηγικής: «Από το χωράφι στο πιάτο», είναι πολύ αδύναμη. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρέπει να ηγηθεί της παγκόσμιας προσπάθειας, για τη μετάβαση σε αγρό-διατροφικά συστήματα βιώσιμα και χωρίς αποκλεισμούς.
- Η σήμανση των τροφίμων αποτελεί μια πολύ σημαντική παράμετρο για την υγιεινή και βιώσιμη διατροφή. Στο πλαίσιο της σήμανσης των τροφίμων, η ΒΕUC και το ΚΕ.Π.ΚΑ. υποστηρίζουν την υποχρεωτική διατροφική σήμανση, στο εμπρός μέρος της συσκευασίας, με την εφαρμογή του nutri-score. Η βιομηχανία τροφίμων αγωνίζεται, σθεναρά, εναντίον του nutri-score, χρησιμοποιώντας διάφορα παραπλανητικά έως και ψεύτικα επιχειρήματα και διλήμματα. Για να πετύχει η Στρατηγική για τη βιώσιμη ανάπτυξη, πρέπει να σταματήσει η [σπατάλη τροφίμων](#), που έχει σοβαρές επιπτώσεις, περιβαλλοντικές, ηθικές, οικονομικές και πρέπει να αντιμετωπιστεί, συστηματικά. Οι υποχρεωτικοί στόχοι μείωσης της σπατάλης μπορούν να συνεισφέρουν στον περιορισμό όλων των επιπτώσεων.

Το Ευρωκοινοβούλιο, στις 20 Οκτωβρίου 2021, έδωσε ισχυρή υποστήριξη στη στρατηγική, «Από το χωράφι στο πιάτο», θέτοντας έτσι την Ευρωπαϊκή Ένωση στο δρόμο, για ένα βιώσιμο σύστημα τροφίμων. Η ΒΕUC – Ευρωπαϊκή Οργάνωση Καταναλωτών και το ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών επικρότησαν τους ευρωβουλευτές, που υιοθέτησαν μια φιλόδοξη θέση και αντιστάθηκαν σε πιέσεις της βιομηχανίας να αποδυναμώσουν τη στάση τους.

Υποστηρίζοντας τα σχέδια της Ευρωπαϊκής Ένωσης, για βιώσιμα τρόφιμα και βιώσιμη γεωργία, οι Ευρωπαίοι νομοθέτες ψήφισαν:

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

- Πιο πράσινη παραγωγή τροφίμων: Οι στόχοι για τη μείωση των φυτοφαρμάκων, των χημικών λιπασμάτων και των αντιβιοτικών στη γεωργία πρέπει να γίνουν υποχρεωτικοί.
- Πιο υγιεινά περιβάλλοντα για τα τρόφιμα: Αναγνωρίζοντας ότι όσα μας περιβάλλουν επηρεάζουν τις καταναλωτικές μας επιλογές, το Ευρωκοινοβούλιο ζήτησε, από την Ευρωπαϊκή Ένωση να ρυθμίσει την προώθηση και διαφήμιση, προς τα παιδιά, των τροφίμων που περιέχουν υψηλά ποσοστά αλάτι, ζάχαρη και λιπαρά. Οι Ευρωβουλευτές, επίσης, θέλουν οι τιμές των τροφίμων να αντικατοπτρίζουν το πραγματικό κόστος παραγωγής, περιλαμβάνοντας και το κόστος για το περιβάλλον και την κοινωνία.
- Διατροφική σήμανση στο εμπρός μέρος της συσκευασίας: Οι Ευρωβουλευτές υποστήριξαν μια πανευρωπαϊκή και απλή διατροφική σήμανση (π.χ. «φωτεινός σηματοδότης»), που θα βοηθήσει τους καταναλωτές να επιλέξουν πιο υγιεινά τρόφιμα. Οι Ευρωπαίοι νομοθέτες θέλουν αυτή τη σήμανση να είναι υποχρεωτική και τόνισαν ότι οποιοσδήποτε εξαιρέσεις πρέπει να είναι βασισμένες, σε επιστημονικές αποδείξεις.
- Το πράσινο ξέπλυμα δεν έχει καμία θέση στα τρόφιμα: Απαιτείται νομοθεσία για να «καθαρίσει» η αγορά, από τους παραπλανητικούς πράσινους ισχυρισμούς.

Αν και η θέση του Ευρωκοινοβουλίου δεν είναι δεσμευτική, θέτει, όμως, υψηλές προσδοκίες, για μελλοντικές νομοθετικές προτάσεις, ώστε να εφαρμοστεί η στρατηγική «Από το χωράφι στο πιάτο». Δίνει, επίσης, ισχυρή εντολή στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή να ξεδιπλώσει τα σχέδιά της, για ένα βιώσιμο σύστημα τροφίμων.

Σύμφωνα με την έρευνα της BEUC (Ευρωπαϊκή Οργάνωση Καταναλωτών), που αναλύουμε στο άρθρο [«Βιώσιμη Διατροφή»](#), η έλλειψη ξεκάθαρης πληροφόρησης, για τα «βιώσιμα» τρόφιμα, αποτελεί βασικό εμπόδιο, για τους καταναλωτές, για να επιλέξουν αυτά τα τρόφιμα. Το 88% των Ευρωπαίων πολιτών, σύμφωνα με το Ευρωβαρόμετρο, τον Οκτώβριο του 2020, δήλωσαν ότι η πληροφόρηση, για τη «βιωσιμότητα» των τροφίμων, πρέπει να γίνει υποχρεωτική και να αναγράφεται στη σήμανση των τροφίμων.

Έτσι, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανακοίνωσε, στο πλαίσιο της στρατηγικής «Από το χωράφι στο πιάτο» ότι θα διερευνήσει τρόπους, για την εναρμόνιση των [πράσινων ισχυρισμών](#) και για τη δημιουργία ενός πλαισίου, για τη «βιώσιμη» σήμανση τροφίμων, το οποίο θα καλύπτει τις διατροφικές, κλιματικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις των τροφίμων. Η πρωτοβουλία, για τη σήμανση αυτή, αναμένεται το 2024.

Κάποιες κυβερνήσεις καθώς και κάποιες εταιρείες άρχισαν να διερευνούν τρόπους, για να πληροφορούν τους καταναλωτές, για τις επιπτώσεις των τροφίμων που καταναλώνουν:

- Στη Γαλλία, η νομοθεσία για την [κυκλική οικονομία](#) (2020), προβλέπει την εθελοντική σήμανση, για τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις των τροφίμων.
- Η σήμανση «Eco-Score», που αναπτύχθηκε, από μία ομάδα γαλλικών νέων επιχειρήσεων, πληροφορεί τους καταναλωτές, για το περιβαλλοντικό αποτύπωμα των τροφών. Η σήμανση αυτή επεκτείνεται, σταδιακά, στο Βέλγιο, τη Γερμανία και την Ολλανδία, όπου αρκετοί έμποροι τη χρησιμοποιούν, στις ιδιωτικές ετικέτες των προϊόντων τους.
- Επιχειρηματίες στη Δανία, τη Νορβηγία και την Ελβετία άρχισαν να ενημερώνουν τους καταναλωτές, για το ανθρακικό αποτύπωμα των τροφίμων.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ και η BEUC ζητήσαμε, από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή:

- Η σήμανση «βιωσιμότητας» στα τρόφιμα, να διέπεται από διαφάνεια, να αποδεικνύεται, να αναπτυχθεί και να εφαρμόζεται, από δημόσιους, ανεξάρτητους φορείς.
- Η σήμανση να είναι υποχρεωτική.
- Η σήμανση να βασίζεται, σε ανεξάρτητα επιστημονικά δεδομένα.
- Η σήμανση να υποστηρίζει την αλλαγή των διατροφικών συνηθειών, προς μία «βιώσιμη» διατροφή.
- Η σήμανση να είναι ενιαία και πανευρωπαϊκή.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση και τα κράτη-μέλη έχουν, δεσμευτεί να μειώσουν κατά 50% την κατά κεφαλή σπατάλη σκουπιδιών, σε επίπεδο λιανικών πωλήσεων και καταναλωτών, μέχρι το

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών **Απολογισμός Δράσης Έτους 2021**

2030. Όμως, οποιοσδήποτε στόχος μείωσης πρέπει να εφαρμόζεται, «από το χωράφι στο πιάτο», αντί να εστιάζει, μόνο στο λιανικό εμπόριο και στα νοικοκυριά.

Απόφαση του Ευρωπαϊκού Ελεγκτικού Συνεδρίου, το 2016, για την πολιτική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, για τη σπατάλη τροφίμων, κατέδειξε την ανάγκη μιας πιο ολιστικής προσέγγισης, που θα αφορά όλα τα στάδια της εφοδιαστικής αλυσίδας και κυρίως την πρωτογενή παραγωγή. Η «μείωση της σπατάλης των τροφίμων», τόσο στην αλυσίδα παραγωγής όσο και στα στάδια διάθεσης, συμπεριλαμβάνοντας τις απώλειες «μετά την συγκομιδή», αποτελεί βασικό στόχο, για τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Ομοίως, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο στην αναφορά του, για τη στρατηγική «Από το χωράφι στο πιάτο», ζητά «υποχρεωτικούς στόχους, σε κάθε στάδιο της εφοδιαστικής αλυσίδας, συμπεριλαμβανομένης της πρωτογενούς παραγωγής, της χονδρικής και της λιανικής πώλησης» και τονίζει περαιτέρω την ανάγκη «να κάμψουμε τη σπατάλη τροφίμων στην πρωτογενή παραγωγή και στα πρώτα στάδια της εφοδιαστικής αλυσίδας, συμπεριλαμβάνοντας και τα αθέριστα τρόφιμα».

Για παράδειγμα, ένα σημαντικό ποσοστό τροφίμων κατάλληλων να καταναλωθούν, ποτέ δε φτάνει στα ράφια των σουπερμάρκετ, π.χ. «άσχημα» λαχανικά. Αυτά τα τρόφιμα που πετιούνται, δε συμπεριλαμβάνονται, στα στατιστικά στοιχεία, και, συχνά, κατηγορούνται οι καταναλωτές ότι δεν τα θέλουν. Όμως, πολλοί καταναλωτές αγνοούν αυτό το πρόβλημα, αφού τέτοια «άσχημα» τρόφιμα δε φτάνουν, στην αγορά. Άλλοι παράγοντες, όπως η ποιότητα, οι διαμάχες ανάμεσα στους αγρότες και σε άλλους φορείς της διατροφικής αλυσίδας, καθώς και πολλοί άλλοι παράγοντες παίζουν σημαντικό ρόλο.

Ενώ οι καταναλωτές παίζουν σημαντικό ρόλο, στη μείωση της σπατάλης των τροφίμων, μια συνολική προσέγγιση απαιτείται, για να αντιμετωπιστεί, πραγματικά, η σπατάλη τροφίμων. Αυτή η προσέγγιση θα περιλαμβάνει όλα τα κομμάτια της αλυσίδας: αγρότες, βιομήχανους, λιανοπωλητές, καταναλωτές. Όλοι πρέπει να αναλάβουν, πλήρως, τις ευθύνες τους.

Η ΒΕΥC - Ευρωπαϊκή Οργάνωση Καταναλωτών και το ΚΕ.Π.ΚΑ. ζητούν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή:

- Οι υποχρεωτικοί στόχοι πρέπει να αφορούν όλα τα στάδια της εφοδιαστικής αλυσίδας, από το αγρόκτημα μέχρι τον τελικό καταναλωτή.
- Οι στόχοι είναι καλύτερο να εκφραστούν σε ποσοστά (% μείωση της σπατάλης τροφίμων) και όχι ως απόλυτα ποσά, κατά κεφαλή, ανά έτος. Η δεύτερη επιλογή εστιάζει και πάλι περισσότερο από όσο πρέπει, στον καταναλωτή και στα νοικοκυριά και μπορεί να επιφέρει αντίθετα αποτελέσματα.
- Δεν είναι σίγουρο αν πρέπει να τεθεί ένας κοινός στόχος, για όλα τα κράτη - μέλη, ή στόχοι διαφορετικοί, ανά κράτος - μέλος. Η αναφορά της κατανάλωσης, για το 2020, που αναμένεται μέσα στο 2022, θα διευκολύνει αυτήν την απόφαση. Κάποιες χώρες, ίσως, χρειαστεί να κάνουν περισσότερα, από κάποιες άλλες.
- Οι στόχοι πρέπει να είναι υψηλοί και αισιόδοξοι και σίγουρα, πάνω από το στόχο, που θέτει η στρατηγική για τη βιώσιμη ανάπτυξη. Το ύψος του στόχου θα εξαρτηθεί, από την αναφορά, για το 2020, που αναμένουμε στα μέσα του 2022.
- Οι απώλειες τροφίμων, δυστυχώς, δεν περιλαμβάνονται, στις αναφορές, που είναι υποχρεωμένα τα κράτη - μέλη να υποβάλλουν στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αναφορικά με την εποπτεία της αγοράς τους. Το γεγονός αυτό διαστρεβλώνει την εικόνα της πραγματικής σπατάλης, σε όλη την εφοδιαστική αλυσίδα και θα αποτελέσει εμπόδιο, στην υλοποίηση των στόχων, που θα τεθούν.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ συμβάλλοντας στην προσπάθεια μείωσης της σπατάλης των τροφίμων εξέδωσε συμβουλές για:

- [Έξυπνες και πράσινες αγορές τροφίμων](#)
- [Σωστό διαιτολόγιο](#)
- [Αγορές τροφίμων](#)

- [Μαγείρεμα στο σπίτι](#)

Η βιώσιμη διατροφή παρουσιάζει πολλές προκλήσεις, για τους καταναλωτές. Επίσης, απαιτούνται πολλές ακόμα πρωτοβουλίες από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, για να εφαρμοστεί και να έχει αποτέλεσμα. Το ΚΕ.Π.ΚΑ. θα παρακολουθεί το θέμα, μέχρι να πραγματοποιηθεί το αίτημά μας, να γίνει η βιώσιμη διατροφή εύκολη επιλογή για τους καταναλωτές. Τα θέματα της βιώσιμης διατροφής είναι πολλά: σήμανση τροφίμων, πράσινοι ισχυρισμοί, βιοποικιλότητα, κυκλική οικονομία κ.λπ. Περιμένουμε λοιπόν:

- Το πρώτο τετράμηνο του 2022, την πρόταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, για τις γεωγραφικές ενδείξεις, στα αγροτικά προϊόντα, την αναθεώρηση της πολιτικής για τα αγροτικά προϊόντα, την πρόταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τη βιώσιμη χρήση φυτοφαρμάκων, την πρόταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τους πράσινους ισχυρισμούς.
- Το Μάρτιο του 2022, την τελική γνώμη της EFSA – Ευρωπαϊκή Αρχή για την Ασφάλεια των Τροφίμων, για τα διατροφικά προφίλ και τη σήμανση στο εμπρός τμήμα της συσκευασίας.
- Το φθινόπωρο του 2022, την πρόταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, για την σήμανση της βιωσιμότητας των τροφίμων.
- Το Δεκέμβριο του 2022, την πρόταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, για τη σήμανση στο εμπρός τμήμα της συσκευασίας, τη σήμανση της χώρας προέλευσης, τη σήμανση των αλκοολούχων ποτών, τη σήμανση της ημερομηνίας λήξης, τους διατροφικούς ισχυρισμούς υγείας.

Τα παιδιά είναι ο στόχος των διαφημίσεων ανθυγιεινών τροφίμων

Οι δεσμεύσεις της βιομηχανίας τροφίμων ότι θα προωθεί τα προϊόντα της, με υπευθυνότητα, απέτυχαν, κατάφορα, να προστατέψουν τα παιδιά, από διαφημίσεις, που προωθούν ανθυγιεινά τρόφιμα. Αυτό είναι το αποτέλεσμα μιας μικρής έρευνας, που διεξήγαγε η BEUC – Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών και δέκα εθνικές οργανώσεις καταναλωτών, μέλη της BEUC (Altroconsumo – Ιταλία, CLCV –Γαλλία, Consumentenbond – Ολλανδία, DECO – Πορτογαλία, Forbrugerrådet Tænk – Δανία, ΚΕ.Π.ΚΑ. – Ελλάδα, OCU – Ισπανία, Test Achats-Bélgio, VZBV – Γερμανία, ZPS – Σλοβενία) την άνοιξη του 2021. Η BEUC και οι 10 εθνικές οργανώσεις συλλέξαμε παραδείγματα διαφημίσεων και προώθησης ανθυγιεινών τροφίμων, σε παιδιά, που εκτιμήσαμε ότι παραβιάζουν τη δέσμευση της βιομηχανίας τροφίμων και ποτών να προωθεί, υπεύθυνα, τα προϊόντα της, στα παιδιά, δηλαδή την «Ευρωπαϊκή Δέσμευση» - «EU Pledge».

Καταθέσαμε τα παραδείγματα αυτά, στο Μηχανισμό Λογοδοσίας της «Ευρωπαϊκής Δέσμευσης», που δίνει τη δυνατότητα, στο ευρύ κοινό, να αναφέρει παραβιάσεις της δέσμευσης. Όταν, οριστικοποιήθηκε η αναφορά μας, στις 15 Σεπτεμβρίου 2021, από τα 81 παράπονα, που καταθέσαμε, μόνο επτά είχαν γίνει αποδεκτά, από το Μηχανισμό, επτά διαφημίσεις είχαν αποσυρθεί, από τις ίδιες της εταιρίες και μια υπόθεση εκκρεμούσε, έξι μήνες μετά την κατάθεση του παραπόνου μας. Δηλαδή, από τα 81 παράπονα, έγιναν δεκτά μόλις τα 15.

Η βιομηχανία τροφίμων χρησιμοποιεί αποτελεσματικές μεθόδους διαφήμισης – προώθησης, στον ψηφιακό κόσμο, π.χ. κοινωνικά δίκτυα, influencers κ.λπ., που επαινούν τα προϊόντα της, επιχορηγήσεις διαδικτυακών διαγωνισμών, τηλεοπτικές διαφημίσεις, σε ώρες υψηλής ακροατικότητας από παιδιά. Στο μη ψηφιακό περιβάλλον, επίσης, παρατηρείται μεγάλη προσπάθεια της βιομηχανίας τροφίμων να προσεγγίσει τους νέους, με διαφημίσεις, σε χώρους όπου συχνάζουν παιδιά, χορηγίες αθλημάτων, ή τοποθέτηση προϊόντων, σε σημεία των σουπερμάρκετ, που είναι προσβάσιμα στα παιδιά.

Το φθινόπωρο του 2021, έχοντας αποδείξεις, ότι οι κανόνες και οι κώδικες αυτορρύθμισης της βιομηχανίας, για την προώθηση τροφίμων σε παιδιά, δε λειτουργούν, οι Ενώσεις Καταναλωτών ζητήσαμε δεσμευτικούς κανόνες, σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Ένα στα τρία παιδιά, στην Ευρώπη, είναι είτε παχύσαρκο, είτε υπέρβαρο. Πολλοί οργανισμοί, καθώς και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας, έχουν αναγνωρίσει ότι η διαφήμιση – προώθηση ανθυγιεινών τροφίμων ασκεί ισχυρή επιρροή, στη διατροφική συμπεριφορά των παιδιών. Παρόλα αυτά, δεν υπάρχουν δεσμευτικοί Ευρωπαϊκοί κανόνες, για την προώθηση των τροφίμων, στα παιδιά.

Το 2018, η Ευρωπαϊκή Ένωση, κατά τη διαδικασία αναθεώρησης της Οδηγίας για τα Οπτικοακουστικά Μέσα, έχασε την ευκαιρία να θέσει δεσμευτικούς κανόνες. Αντίθετα, ζήτησε, από τα κράτη-μέλη, να ενθαρρύνουν εθελοντικούς κανόνες-κώδικες αυτορρύθμισης, ή συν - ρύθμισης. Οι εθελοντικοί κώδικες δεν προστατεύουν τα παιδιά μας. Χρησιμοποιούν, απλά, να καθησυχάσουν, στα χαρτιά, τους πολιτικούς, να εξαγοράσουν χρόνο, για τη βιομηχανία, ενώ τα παιδιά μας ταϊζονται ανθυγιεινά τρόφιμα. Είτε πρόκειται, για μια χορευτική πρόκληση ενός αναψυκτικού, στο instagram, είτε για κρυπτοδιαφήμιση ενός τραγανού σνακ, είτε για μια καλοστημένη αφίσα ενός φαστφουντάδικου, κοντά σε έναν παιδότοπο, είναι αδύνατο, για τα παιδιά μας, να αγνοήσουν τις διαφημίσεις και να καταναλώσουν τα ανθυγιεινά τρόφιμα, με μέτρο. Οι απανταχού παρούσες διαφημίσεις ανθυγιεινών τροφίμων κάνουν τα παιδιά μας να πιστεύουν ότι είναι φυσιολογικό να πίνουν αναψυκτικά, αντί για νερό, να τρώνε τραγανά σνακ, αντί για ένα μήλο.

Το μόνο δίκτυ ασφαλείας είναι η «Ευρωπαϊκή Δέσμευση» - «EU Pledge», για να περιοριστεί η διαφήμιση ανθυγιεινών τροφίμων, σε παιδιά. Όμως, η έρευνα της BEUC και των μελών της έριξαν φως, στα ελλείματα της «Ευρωπαϊκής Δέσμευσης»:

- Τα διατροφικά κριτήρια είναι πολύ αδύναμα. Τα προϊόντα, που εκτιμάται ότι μπορεί να προωθηθούν σε παιδιά, περιέχουν μεγαλύτερα ποσοστά ανθυγιεινών συστατικών, από αυτά που συστήνουν οι δημόσιες αρχές υγείας.
- Δημοφιλείς τηλεοπτικές εκπομπές καταφέρνουν να «ξεγλιστρήσουν», από τις ευθύνες τους, παρότι τις παρακολουθούν πολλά παιδιά.
- Οι κανόνες της «Ευρωπαϊκής Δέσμευσης» υποτιμούν τη σημαντική έκθεση και τις δυνατές μεθόδους προώθησης, που χρησιμοποιούνται, τόσο στο ψηφιακό, όσο και στο συμβατικό περιβάλλον.
- Οι εταιρίες «ξεφεύγουν» ακόμα και από την παραβίαση των δικών τους κανόνων. Η διαδικασία εξέτασης παραπόνων, στην «Ευρωπαϊκή Δέσμευση» είναι αργή, αδιαφανής, ασυνεπής και πολύ επιεικής, για τις επιχειρήσεις.

Οι Ενώσεις Καταναλωτών, μετά τη λήξη της εξέτασης των περιπτώσεων, που υποβάλαμε, ζητήσαμε:

- Απαγόρευση προώθησης ανθυγιεινών τροφίμων στο διαδίκτυο, συμπεριλαμβανομένων των ιστοσελίδων των εταιριών τροφίμων καθώς και των λογαριασμών τους, στα κοινωνικά δίκτυα,
- Απαγόρευση τηλεοπτικών διαφημίσεων ανθυγιεινών τροφίμων, από τις 6:00 – 23:00, όταν δηλαδή τα παιδιά παρακολουθούν τηλεόραση,
- Απαγόρευση της χρήσης μεθόδων, που τραβούν την προσοχή των παιδιών, π.χ. χρήση καρτούν κ.λπ.

Γνωρίζοντας τη δυνατή επιρροή της διαφήμισης, στις διατροφικές συνήθειες των παιδιών μας καθώς και τα υψηλά ποσοστά παχυσαρκίας, οι πολιτικοί δε μπορούν να στρουθοκαμηλίζουν. Αυτές οι βλαπτικές πρακτικές της βιομηχανίας τροφίμων θα αυξάνονται, διαρκώς, αν δε βάλουμε τέλος, τώρα. Είναι η ώρα που η Ευρωπαϊκή Ένωση πρέπει να «δείξει τα δόντια της».

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών, σε συνεργασία με την BEUC – Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών ετοίμασαν ένα [ενημερωτικό βίντεο](#), που συνόψισε όλα όσα ζητήσαμε οι Ενώσεις Καταναλωτών.

Το θέμα δεν έχει λήξει. Θα συνεχίσουμε να παρεμβαίνουμε, για την προστασία των παιδιών μας.

Αναθεώρηση της νομοθεσίας για τα φάρμακα

Τα φάρμακα είναι απαραίτητα, όταν είμαστε άρρωστοι, ή όταν πάσχουμε, από κάποιο χρόνιο νόσημα. Έτσι, πρέπει να έχουμε εύκολη πρόσβαση, σε αυτά. Δυστυχώς, όμως, υπάρχουν ελλείψεις φαρμάκων, ή φάρμακα που δεν μπορούν να πληρώσουν οι καταναλωτές, γιατί είναι πολύ ακριβά. Και τα δύο αυτά προβλήματα θέτουν σοβαρές προκλήσεις, στα συστήματα υγείας. Επιπλέον, τα νέα φάρμακα δεν είναι οπωσδήποτε πιο αποτελεσματικά, από τα παλαιότερα. Αυτά τα προβλήματα πρέπει να αντιμετωπιστούν, με την αναθεώρηση της ευρωπαϊκής νομοθεσίας, για τα φάρμακα και την υιοθέτηση νέων μέτρων, για την ανάπτυξη, έγκριση, επάρκεια και τις προσιτές τιμές των φαρμάκων.

Η αναθεώρηση αυτής της νομοθεσίας, που ξεκίνησε το φθινόπωρο του 2021, πρέπει να βελτιώσει την πρόσβαση των ασθενών στα φάρμακα, σε όλα τα κράτη-μέλη. Η Ευρωπαϊκή Ένωση πρέπει να:

- Βελτιώσει τη διαδικασία έγκρισης φαρμάκων:
 1. Πρέπει να απαιτείται η υποβολή ισχυρών αποδεικτικών στοιχείων, για την ασφάλεια και την αποτελεσματικότητα των φαρμάκων.
 2. Πρέπει να περιοριστεί η πρώιμη έγκριση, μόνο σε ορισμένες και δικαιολογημένες περιπτώσεις καθώς και να ενισχυθεί ο μηχανισμός πρόωρης έγκρισης.
 3. Πρέπει να βελτιωθεί η δυνατότητα ανάγνωσης των συσκευασιών και των φυλλαδίων. Η Ευρωπαϊκή Ένωση μπορεί να προωθήσει και την ηλεκτρονική πληροφόρηση, ως συμπληρωματική μέθοδο ενημέρωσης, όμως, σε καμία περίπτωση, η ηλεκτρονική ενημέρωση δεν πρέπει να αντικαταστήσει την ενημέρωση, από τα φυλλάδια.
 4. Πρέπει να διασφαλιστεί ο ρόλος των επιστημονικών συμβουλών, σε όλες τις διαδικασίες έγκρισης
- Βελτιώσει την επάρκεια των φαρμάκων:
 5. Πρέπει να υποχρεώσει τις φαρμακευτικές εταιρίες να αναπτύξουν και να υποβάλουν, στις εποπτικές αρχές, σχέδια που θα αποτρέπουν ελλείψεις φαρμάκων.
 6. Πρέπει να υποχρεώσει τις εταιρίες να διατηρούν απόθεμα ασφαλείας, για να αποφύγουμε αναταραχές, στον εφοδιασμό με φάρμακα.
 7. Πρέπει να απαιτείται οι εταιρίες να γνωστοποιούν τις ελλείψεις, πριν αυτές παρουσιαστούν στην αγορά.
 8. Τα φάρμακα, που εγκρίνονται, πρέπει να είναι διαθέσιμα, σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση.
 9. Πρέπει να βελτιωθεί η εποπτεία της προσφοράς και της ζήτησης των φαρμάκων.
 10. Πρέπει να δοθεί η δυνατότητα, σε ασθενείς και καταναλωτές, να αναφέρουν ελλείψεις.
 11. Πρέπει τα κράτη-μέλη να θεσπίσουν αποτρεπτικές ποινές, για επιχειρήσεις, που δε συμμορφώνονται, με τις υποχρεώσεις τους.
- Αυξήσει τη δυνατότητα των καταναλωτών να αγοράζουν τα φάρμακα:
 12. Πρέπει να επανεξετάσει το σύστημα πνευματικών δικαιωμάτων και να θεσμοθετήσει ασφαλιστικές δικλίδες, ώστε να μπορούν οι καταναλωτές να αγοράζουν τα φάρμακά τους.
 13. Πρέπει να ενισχυθεί η αγορά γενόσημων φαρμάκων.

Το θέμα θα μας απασχολήσει και το επόμενο χρονικό διάστημα.

Ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός Φαρμάκων ενισχύεται

Στα τέλη Οκτωβρίου 2021, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. συμφώνησαν να ενισχύσουν το ρόλο του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Φαρμάκων (EMA), στη διαχείριση κρίσεων. Η πανδημία κορωνοϊού προκάλεσε σοβαρές ελλείψεις φαρμάκων και φαρμακευτικού υλικού και η ενδυνάμωση του οργανισμού στοχεύει, στην αντιμετώπιση τέτοιων κρίσεων.

Τα συστήματα υγείας, στα πρώτα στάδια της πανδημίας, αγωνιζόντουσαν να περιθάλψουν το κύμα των ασθενών με κορωνοϊό, αντιμετωπίζοντας ελλείψεις μυοχαλαρωτικών, παυσίπονων

και ηρεμιστικών φαρμάκων, στις μονάδες εντατικής θεραπείας πολλών νοσοκομείων. Οι χώρες της Ευρωπαϊκή Ένωσης δημιούργησαν συστήματα καλύτερου συντονισμού της ροής των φαρμάκων, μεταξύ τους και συνεργάστηκαν, στην αντιμετώπιση των ελλείψεων. Η συμφωνία του Οκτωβρίου 2021, δημιούργησε μια πιο επίσημη δομή, για αυτήν τη συνεργασία και αυτόν το συντονισμό, που θα ωφελήσει καταναλωτές και ασθενείς, μακροπρόθεσμα. Ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός Φαρμάκων θα συντονίζει τις χώρες της Ε.Ε., ώστε να εποπτεύουν, πιο συστηματικά, την προσφορά και τη ζήτηση φαρμάκων και φαρμακευτικών ειδών και να συνεργάζονται, για να αποφεύγουν ελλείψεις, κατά τη διάρκεια κρίσεων. Όσοι διεξάγουν κλινικές δοκιμές θα υφίστανται μεγαλύτερο έλεγχο και μεγαλύτερη πίεση, για να δημοσιεύουν τις περιλήψεις των αποτελεσμάτων των δοκιμών, νωρίτερα από ό,τι ισχύει σήμερα, στις περισσότερες περιπτώσεις, μέσα σε ένα χρόνο. Αυτό θα βοηθήσει την επιτάχυνση της έρευνας, για καινούρια φάρμακα.

Η πανδημία συνεχίζεται και είναι απαραίτητη η επάρκεια φαρμάκων, απολυμαντικών, масκών κ.λπ. Η ενίσχυση του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Φαρμάκων μπορεί να διασφαλίσει την πρόσβαση των καταναλωτών, σε φάρμακα και φαρμακευτικά υλικά.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση έκανε ένα πρώτο βήμα. Μένει να δούμε την υλοποίησή του.

Ευρωπαϊκή αρχή ετοιμότητας και αντιμετώπισης καταστάσεων έκτακτης υγειονομικής ανάγκης (HERA)

Στις 16 Σεπτεμβρίου 2021, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προέβη στη σύσταση της Ευρωπαϊκής Αρχής Ετοιμότητας και Αντιμετώπισης Καταστάσεων Έκτακτης Υγειονομικής Ανάγκης (HERA), για την πρόληψη, τον εντοπισμό και την ταχεία αντιμετώπιση καταστάσεων έκτακτης υγειονομικής ανάγκης. Η HERA, μέσω της συλλογής πληροφοριών και της ανάπτυξης των αναγκαίων ικανοτήτων αντιμετώπισης, θα επιτρέπει την πρόβλεψη απειλών και δυνητικών υγειονομικών κρίσεων. Σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης, η HERA θα εξασφαλίζει την ανάπτυξη, την παραγωγή και την κατανομή φαρμάκων, εμβολίων και άλλων ιατρικών αντιμέτρων (όπως γάντια και μάσκες), που συχνά έλειπαν κατά την πρώτη φάση της αντιμετώπισης του κορωνοϊού. Η HERA αποτελεί βασικό πυλώνα της Ευρωπαϊκής Ένωσης Υγείας, που εξήγγειλε η πρόεδρος, κ. Φον Ντερ Λάιεν, στην ομιλία της, για την κατάσταση της Ένωσης, το 2020 και θα καλύψει ένα κενό, ως προς την ετοιμότητα και την αντίδραση της Ε.Ε., σε καταστάσεις έκτακτης υγειονομικής ανάγκης.

Πριν από μια κρίση στον τομέα της υγείας, κατά τη «φάση ετοιμότητας», η HERA θα συνεργάζεται, στενά, με άλλους ενωσιακούς και εθνικούς οργανισμούς υγείας, τη βιομηχανία και διεθνείς εταίρους, για τη βελτίωση της ετοιμότητας της Ε.Ε., σε καταστάσεις έκτακτης υγειονομικής ανάγκης. Θα διενεργεί αξιολογήσεις απειλών και συλλογή πληροφοριών, θα αναπτύσσει μοντέλα, για την πρόβλεψη μιας επιδημικής έξαρσης. Η HERA θα στηρίζει, επίσης, την έρευνα και την καινοτομία, για την ανάπτυξη νέων ιατρικών αντιμέτρων, μέσω δικτύων και πλατφορμών κλινικών δοκιμών, σε επίπεδο Ένωσης, για την ταχεία ανταλλαγή δεδομένων. Η HERA θα αντιμετωπίζει τις προκλήσεις της αγοράς και θα τονώνει τη βιομηχανική ικανότητα. Η αρχή θα αντιμετωπίζει τις προκλήσεις, που σχετίζονται με τη διαθεσιμότητα, την προμήθεια και τη διανομή ιατρικών αντιμέτρων και θα αυξήσει την ικανότητα δημιουργίας αποθεμάτων, για την αποφυγή ελλείψεων. Η HERA θα ενισχύσει τις γνώσεις και τις δεξιότητες, σχετικά με όλες τις πτυχές των ιατρικών αντιμέτρων, στα κράτη-μέλη.

Σε περίπτωση, που κηρυχθεί κατάσταση έκτακτης ανάγκης, στον τομέα της δημόσιας υγείας, σε επίπεδο Ε.Ε., η HERA θα μπορεί να περάσει, γρήγορα, στην οργάνωση επιχειρήσεων έκτακτης ανάγκης, συμπεριλαμβανομένης της ταχείας λήψης αποφάσεων και της ενεργοποίησης μέτρων έκτακτης ανάγκης, υπό την καθοδήγηση ενός υψηλού επιπέδου Συμβουλίου Υγειονομικών Κρίσεων. Θα ενεργοποιεί χρηματοδότηση έκτακτης ανάγκης και θα δρομολογεί μηχανισμούς παρακολούθησης, στοχευμένης ανάπτυξης, προμήθειας και αγοράς ιατρικών αντιμέτρων και πρώτων υλών.

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

Οι εγκαταστάσεις EU FAB, ένα δίκτυο παραγωγικών εγκαταστάσεων, για εμβόλια και παρασκευή φαρμάκων, που θα βρίσκεται, διαρκώς, σε ετοιμότητα, θα τεθούν σε λειτουργία, για να διασφαλιστεί η επάρκεια φαρμάκων, φαρμακευτικών προϊόντων κ.λπ., σε όλα τα κράτη-μέλη. Θα ενισχυθεί η παραγωγή ιατρικών αντιμέτρων στην Ε.Ε. και θα καταρτιστεί κατάλογος των εγκαταστάσεων παραγωγής, των πρώτων υλών, των αναλώσιμων, του εξοπλισμού και των υποδομών, ώστε να υπάρχει σαφής εικόνα των ικανοτήτων της Ε.Ε.

Η HERA θα τεθεί, σε πλήρη λειτουργία, το 2022. Η λειτουργία της θα επανεξετάζεται και θα προσαρμόζεται, σε ετήσια βάση, έως το 2025, οπότε και θα πραγματοποιηθεί πλήρης επανεξέταση. Η HERA θα αξιοποιήσει την εμπειρία της Ε.Ε., που αποκτήθηκε, κατά την πανδημία.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. πιστεύει ότι ο συντονισμός, σε επίπεδο Ε.Ε., για την αντιμετώπιση υγειονομικών κρίσεων, είναι απαραίτητος. Άλλωστε, αυτό είναι το δίδαγμα, από την πανδημία του κορωνοϊού.

Παρακολουθούμε το θέμα και θα ενημερώνουμε τα μέλη μας για τις εξελίξεις.

Ευρωπαϊκός χώρος για τα δεδομένα υγείας

Η δημιουργία του Ευρωπαϊκού χώρου, για τα δεδομένα υγείας, αποτελεί μια από τις προτεραιότητες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, για την περίοδο 2019-2025.

Ο χώρος αυτός θα προωθήσει την καλύτερη ανταλλαγή και πρόσβαση, σε διάφορα είδη δεδομένων υγείας (ηλεκτρονικά αρχεία υγείας, δεδομένα γονιδιωματικής, δεδομένα από φακέλους ασθενών), θα υποστηρίζει την παροχή υγειονομικών υπηρεσιών (πρωταρχική χρήση δεδομένων), την έρευνα και το σχεδιασμό πολιτικών υγείας (δευτερεύουσα χρήση δεδομένων).

Το Νοέμβριο του 2020, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσιοποίησε την πρότασή της, για την Πράξη για τη διαχείριση των δεδομένων, η οποία προβλέπει:

- προϋποθέσεις, για την επαναχρησιμοποίηση συγκεκριμένων κατηγοριών δεδομένων, που προστατεύονται και τηρούνται, από δημόσια όργανα,
- ένα πλαίσιο, για τη δημιουργία και εποπτεία των ανεξάρτητων ενδιάμεσων φορέων, για την ανταλλαγή δεδομένων,
- ένα πλαίσιο, για την εγγραφή, σε μητρώα και την εποπτεία των οργανισμών, που συλλέγουν και επεξεργάζονται δεδομένα, για «αλτρομιστικούς» (μη κερδοσκοπικούς) σκοπούς,
- τη δημιουργία ενός Ευρωπαϊκού Συμβουλίου, για την καινοτομία στον τομέα των δεδομένων, το οποίο θα είναι μια ομάδα ειδικών, που θα βοηθήσουν να δημιουργηθούν εναρμονισμένα πρότυπα και πρακτικές,
- νέους κανόνες, για τις πρωταρχικές και δευτερεύουσες χρήσεις δεδομένων υγείας, πέραν των όσων προβλέπονται από το Γ.Κ.Π.Δ (Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων),
- κανόνες, για διασυνοριακές ψηφιακές υπηρεσίες υγείας (για πρώτη φορά),
- κανόνες για την τεχνητή νοημοσύνη, στον τομέα υγείας.

Ο συνδυασμός προσωπικών και μη προσωπικών δεδομένων, με τη χρήση προηγμένων εργαλείων ανάλυσης, καθιστά την προστασία της ιδιωτικής ζωής και των προσωπικών δεδομένων ένα πολύ σύνθετο σκοπό. Δεν αρκούν οι μηχανισμοί προστασίας, που προβλέπονται, από το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο. Πρέπει, λοιπόν, να θεσμοθετηθούν επιπλέον του Γ.Κ.Π.Δ:

- πρότυπα για την ανωνυμοποίηση και ψευδονυμοποίηση των δεδομένων υγείας, ώστε να διασφαλιστεί υψηλή προστασία των δεδομένων ασθενών και καταναλωτών,
- πρότυπα ποιότητας και ασφάλειας, για όλα τα πληροφοριακά συστήματα, όπου τα δεδομένα υγείας δημιουργούνται, χρησιμοποιούνται, αποθηκεύονται, ώστε να αποφεύγεται η κακή χρήση και η μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση,

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών **Απολογισμός Δράσης Έτους 2021**

- μηχανισμοί λογοδοσίας, ευθύνης και αποζημίωσης, σε περίπτωση κακής χρήσης δεδομένων, η οποία μπορεί να οδηγήσει, σε βλάβη της υγείας, σε διακρίσεις, ή άλλες ζημιές, σε βάρος του καταναλωτή,
- ισχυρή δημόσια εποπτεία, ώστε να διασφαλιστεί η συμμόρφωση, με τους κανόνες προστασίας των δεδομένων και με άλλα νομικά πρότυπα.

Κάποιες συνεργασίες δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, στην υγεία, μπορεί να δημιουργήσουν προβλήματα, στην ασφάλεια των ασθενών και στην προστασία των προσωπικών δεδομένων. Για αυτό, πρέπει να δίνεται προτεραιότητα, σε προμηθευτές που έχουν δημόσια πιστοποίηση και να παρακολουθείται η πλήρης συμμόρφωσή τους, με το Γ.Κ.Π.Δ, όχι μόνο κατά την υπογραφή της σύμβασης, αλλά σε όλη τη διάρκειά της. Η δημόσια πιστοποίηση ηλεκτρονικών υπογραφών, μέσω συστήματος eIDAS (υπηρεσίες ηλεκτρονικής ταυτοποίησης, επικύρωσης γνησιότητας και εμπιστοσύνης), πρέπει να γίνει η κυρίαρχη μέθοδος ταυτοποίησης των ατόμων, όταν χρησιμοποιούν ψηφιακές υπηρεσίες υγείας. Όταν ανακαλύπτεται ένα νέο φάρμακο, τα δεδομένα των χρηστών μπορούν να έχουν προστιθέμενη αξία, π.χ. για την εκτίμηση οφέλους-κινδύνου. Παρόλα αυτά, δεν πρέπει να αποτελούν τη βασική πηγή αποδείξεων ότι το νέο φάρμακο είναι ασφαλές και αποτελεσματικό. Αυτή η μέθοδος, δεν πρέπει να αντικαταστήσει τις κλινικές δοκιμές, που βασίζονται, σε συγκεκριμένη μεθοδολογία και συγκεκριμένα πρότυπα. Πριν, λοιπόν, χρησιμοποιηθεί αυτή η μέθοδος, ως συμπληρωματική, των κλινικών δοκιμών, πρέπει να αποφασιστούν οι περιορισμοί και οι δυνατότητές της, όσον αφορά την αξιοπιστία της και επίσης, να υπάρχουν οδηγίες, για τη διασφάλιση της ποιότητας των δεδομένων, από διαφορετικές πηγές (π.χ. μητρώα ασθενών, ηλεκτρονικά αρχεία υγείας κ.λπ.).

Ο όρος «αλτρουισμός δεδομένων» είναι μια παραπλανητική έννοια, που μπορεί να οδηγήσει, σε κακές πρακτικές. Η πρόταση της Επιτροπής ορίζει ότι ο Γ.Κ.Π.Δ εφαρμόζεται, για τη συλλογή και τον έλεγχο των δεδομένων υγείας, σε καταστάσεις, που περιγράφονται, ως «αλτρουισμός δεδομένων», ή δωρεά δεδομένων, όπου οι καταναλωτές παρέχουν πρόσβαση, στα δεδομένα τους, για λόγους έρευνας, που έχουν ως αποτέλεσμα, το δημόσιο συμφέρον. Όμως, αυτή η δωρεά δεδομένων δεν πρέπει να γίνεται, για εμπορικούς σκοπούς. Εάν η έρευνα βοηθήσει, στην ανάπτυξη νέων φαρμάκων και θεραπειών, των οποίων θα γίνει εμπορική εκμετάλλευση, θα πρέπει να εφαρμοστούν συγκεκριμένοι όροι, για τη χρήση της έρευνας, που βασίστηκε σε δεδομένα, που παρείχαν οι καταναλωτές, δωρεάν. Ένας τέτοιος όρος μπορεί να επιβάλει τη χρήση της έρευνας, από τρίτους και να μην υπάρχει δυνατότητα χορήγησης άδειας αποκλειστικής χρήσης. Οι ασθενείς και οι καταναλωτές πρέπει να προστατεύονται, νομικά, από παραπλανητικές πρακτικές, όσον αφορά πρωτοβουλίες της βιομηχανίας, που παρουσιάζονται, ως έρευνες, για το δημόσιο συμφέρον, ενώ, στην πραγματικότητα, τα δεδομένα των καταναλωτών θα γίνουν αντικείμενο εκμετάλλευσης, λόγω εμπορευματοποίησης των αποτελεσμάτων της έρευνας.

Το Μάιο του 2021, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ξεκίνησε διαβούλευση, για το θέμα αυτό. Η διαβούλευση έληξε τέλη Ιουλίου 2021 και περιμένουμε την οριστική πρόταση της Ε.Ε.

Το σχέδιο της Ε.Ε. για τον καρκίνο

Στις αρχές Φεβρουαρίου 2021, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αποκάλυψε ένα νέο σχέδιο, για την καταπολέμηση του καρκίνου. Η Ε.Ε. αναγνώρισε ότι η παχυσαρκία αποτελεί σημαντικό παράγοντα πρόκλησης καρκίνου. Το σχέδιο περιλάμβανε:

- Σήμανση αλκοολούχων ποτών: Πριν το τέλος του 2022, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα καταθέσει την πρότασή της, για υποχρεωτική σήμανση όλων των συστατικών καθώς και για διατροφική σήμανση αλκοολούχων ποτών.
- Διαφήμιση προς τα παιδιά: Μέχρι το τέλος του 2022, η Ε.Ε. θα αξιολογήσει τις προσπάθειες των κυβερνήσεων των κρατών-μελών να κάμψουν την έκθεση των παιδιών, σε διαφημίσεις μη υγιεινών τροφίμων, στο πλαίσιο της εφαρμογής της Οδηγίας για τις Υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων. Η Οδηγία αυτή προβλέπει την προστασία των παιδιών, από προώθηση τροφίμων, που περιέχουν υψηλά ποσοστά ζάχαρης, αλατιού και λιπαρών.

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

- Προώθηση κατανάλωσης κόκκινου κρέατος: Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα αναθεωρήσει την πολιτική προώθησης κόκκινου κρέατος, ώστε να την εναρμονίσει, με τις συστάσεις για την υγιεινή διατροφή, στις οποίες περιλαμβάνονται προειδοποιήσεις, για κινδύνους εμφάνισης καρκίνου, από την κατανάλωση κόκκινου κρέατος.

Η ΒΕΥC – Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών και το ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών καλωσόρισαν την πρόθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής να καταπολεμήσει τον καρκίνο, κάνοντας την επιλογή υγιεινών τροφίμων ευκολότερη, για τους καταναλωτές. Δυστυχώς, όμως, είναι απογοητευτικό το γεγονός ότι οι όροι, για την παύση της Ευρωπαϊκής χρηματοδότησης των διαφημίσεων, για το κρέας, έχουν υποβαθμιστεί. Υπάρχει η πεποίθηση ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση ξοδεύει χρήματα, για να προωθήσει το κόκκινο κρέας και το επεξεργασμένο κρέας, ενώ οι ειδικοί συμβουλεύουν να τρώμε λιγότερο κόκκινο κρέας, ώστε να μειώσουμε τον κίνδυνο του καρκίνου. Ταυτόχρονα, με την υγεία μας, ωφελούμε και το περιβάλλον, γιατί μειώνουμε το ανθρακικό αποτύπωμα της διατροφής μας. Η Ευρωπαϊκή Ένωση πρέπει να σταματήσει, άμεσα, τις χρηματοδοτήσεις διαφημίσεων κόκκινου κρέατος.

Είναι ελπιδοφόρο ότι η Ε.Ε., επιτέλους, αποφάσισε να βελτιώσει τη σήμανση των αλκοολούχων ποτών. Οι εθελοντικοί κώδικες και τα εργαλεία αυτορρύθμισης της βιομηχανίας αποδείχτηκαν αναποτελεσματικά να προστατέψουν τους νεότερους καταναλωτές, από διαφημίσεις τροφίμων, που «ξεχειλίζουν», από ζάχαρη, αλάτι, λιπαρά. Τα κράτη-μέλη, δυστυχώς, δεν τόλμησαν να περιορίσουν τις διαφημίσεις μη υγιεινών τροφίμων. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρέπει να θεσμοθετήσει υποχρεωτικά μέτρα.

Το σχέδιο της Ε.Ε. είναι μακροπρόθεσμο. Περιλαμβάνει και το 2022. Όποτε θα μας απασχολήσει, για χρόνια.

Δηλητηριάσεις από χημικά προϊόντα

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. συμμετείχε, σε εκστρατεία ενημέρωσης των καταναλωτών, που διοργάνωσε ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός Χημικών Προϊόντων, το Νοέμβριο του 2021, για να ενημερώσει τους καταναλωτές τι πρέπει να κάνουν σε περίπτωση δηλητηρίασης, από επικίνδυνες ουσίες. Βασικός στόχος της εκστρατείας ήταν να εκπαιδευτούν, κυρίως, οι γονείς μικρών παιδιών, πώς να χρησιμοποιούν το Μοναδικό Κωδικό Ταυτοποίησης Τύπου (UFI – Unique Formula Identifier), σε περίπτωση τέτοιου ατυχήματος, ώστε να λάβουν γρηγορότερα, την κατάλληλη, ακριβή και σωστή ιατρική συμβουλή.

Ατυχήματα, με χημικά προϊόντα, που χρησιμοποιούμε, καθημερινά, μπορούν να συμβούν οποιαδήποτε στιγμή και σε οποιοδήποτε τόπο. Σε περίπτωση τέτοιου ατυχήματος, πρέπει να λάβουμε, άμεσα, ιατρικές συμβουλές, είτε από το τοπικό κέντρο δηλητηριάσεων, είτε από το γιατρό μας.

Πόσοι από εμάς, άραγε, γνωρίζουμε ότι πάνω από τις μισές κλήσεις, στα κέντρα δηλητηριάσεων, αφορούν παιδιά; Κάθε χρόνο, τα Ευρωπαϊκά Κέντρα Δηλητηριάσεων δέχονται περίπου 600.000 κλήσεις. Για περίπου 40% αυτών των κλήσεων, είναι δύσκολο, για το Κέντρο Δηλητηριάσεων, να εντοπίσει, γρήγορα και με ακρίβεια, το προϊόν, που προκάλεσε το ατύχημα.

Ο Μοναδικός Κωδικός Ταυτοποίησης Τύπου συνδέεται, με πληροφορίες, για το προϊόν, τις χρήσεις του, τα συστατικά του, την τοξικότητά του. Όταν οι καταναλωτές έχουν στα χέρια τους αυτόν τον κωδικό αριθμό, διευκολύνουν το χειριστή του Κέντρου Δηλητηριάσεων, ή το γιατρό τους, να τους συμβουλευσει γρηγορότερα και ευκολότερα, για τη σωστή θεραπεία, ή την ανάγκη μετάβασης, σε ένα νοσοκομείο.

Πάνω στις ετικέτες, βρίσκεται ένας 16ψηφιος κωδικός UFI, ο οποίος θα μας ζητηθεί, όταν θα ζητήσουμε ιατρική συμβουλή. Ο κωδικός UFI, βρίσκεται, ήδη, στις ετικέτες πολλών προϊόντων, π.χ. καθαριστικά, μπουγιές, κόλλες και λιπάσματα, τα οποία μπορούν να βλάψουν την υγεία μας, αν δε χρησιμοποιηθούν, σωστά. Μέχρι το 2025, όλα αυτά τα προϊόντα θα φέρουν, στις ετικέτες τους, τον κωδικό UFI, ώστε να κρατούν ασφαλείς τους Ευρωπαίους πολίτες.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. κάλεσε τους καταναλωτές να:

- Ελέγξουμε εάν τα προϊόντα, που έχουμε στο σπίτι, φέρουν τον κωδικό UFI.
- Βρούμε και να καταγράψουμε, στο κινητό μας τηλέφωνο, τον αριθμό τηλεφώνου του Κέντρου Δηλητηριάσεων της περιοχής μας, ή του γιατρού μας.
- Έχουμε, πάντοτε, στο νου μας, ότι ο καλύτερος τρόπος να αποφύγουμε τέτοια ατυχήματα είναι να κρατήσουμε αυτά τα προϊόντα, μακριά από τα παιδιά και να ακολουθήσουμε, πιστά, τις οδηγίες χρήσης τους.

Μέχρι το 2025 θα παρακολουθούμε την εφαρμογή του UFI.

Χάπια αδυνατίσματος που είναι πιθανόν επικίνδυνα

Στα τέλη του καλοκαιριού 2021, η οργάνωση Καταναλωτών του Ηνωμένου Βασιλείου «Which» ανακοίνωσε ότι βρήκε δεκάδες συμπληρώματα διατροφής, που χρησιμοποιούνται, για χάσιμο βάρους και που πωλούνται, στις πλατφόρμες eBay, Wish, και AliExpress, τα οποία περιέχουν επικίνδυνα συστατικά.

Η οργάνωση «Which» αποκάλυψε ότι, στα συστατικά, περιλαμβάνονται οι ουσίες γιοχιμβίνη και συνεφρίνη, για τις οποίες η Ρυθμιστική Αρχή Φαρμάκων και Υγείας του Ηνωμένου Βασιλείου δήλωσε ότι «έχουν μεγάλη πιθανότητα να προκαλέσουν βλάβες, εάν χρησιμοποιηθούν, χωρίς ιατρική επίσκεψη και συμβουλή». Σύμφωνα με τη «Which», η λήψη χαπιών αδυνατίσματος μπορεί να οδηγήσει, σε υψηλή πίεση και ταχυκαρδίες. Μεγάλες δόσεις μπορεί να προκαλέσουν εγκεφαλικά επεισόδια, καρδιακές προσβολές και ζημιές στα νεφρά.

Και η γιοχιμβίνη και η συνεφρίνη είναι ουσίες, που εξάγονται, από φυτά. Χρησιμοποιούνται, στα χάπια αδυνατίσματος και στα συμπληρώματα, πριν την προπόνηση. Η γιοχιμβίνη εξάγεται, από το φλοιό ενός δέντρου της Αφρικής και, συνήθως, χρησιμοποιείται, ως αφροδισιακό για άνδρες και ως βοήθημα απώλειας βάρους. Η συνεφρίνη είναι μια ενεργή φαρμακευτική ουσία, που εξάγεται από το πικρό πορτοκάλι (Citrus Arantium).

Η γιοχιμβίνη επιτρέπεται να πωλείται στο Ηνωμένο Βασίλειο, μόνο από φαρμακεία. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, το 2019, απαγορεύτηκε η χρήση της, σε τρόφιμα και συμπληρώματα διατροφής. Η συνεφρίνη, στο Ηνωμένο Βασίλειο, θεωρείται συνταγογραφούμενο φάρμακο. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, κάποια κράτη-μέλη απαγορεύουν της χρήση της, σε συμπληρώματα διατροφής (π.χ. Σουηδία), άλλα κράτη-μέλη απαγορεύουν την πώληση συμπληρωμάτων διατροφής, που περιέχουν συνεφρίνη και καφεΐνη (π.χ. Φιλανδία) και κάποια άλλα κράτη-μέλη έχουν επιβάλλει συγκεκριμένα ανώτατα όρια, για τη συνεφρίνη, στα συμπληρώματα διατροφής (αυτά τα όρια διαφέρουν από κράτος-μέλος σε κράτος-μέλος).

Και, όμως, η οργάνωση «Which» αγόρασε τρία τέτοια προϊόντα, από κάθε μία από τις παραπάνω αναφερόμενες πλατφόρμες. Κάθε μια πλατφόρμα είχε τουλάχιστον μια δωδεκάδα προϊόντων, που περιείχαν γιοχιμβίνη και συνεφρίνη.

Για μια ακόμη φορά, αποδεικνύεται η απουσία ελέγχων, στην αγορά, η έλλειψη των οποίων βάζει σε κίνδυνο την υγεία των καταναλωτών. Το ΚΕ.Π.ΚΑ. κάλεσε, με δελτίου τύπου τους καταναλωτές να συμβουλευονται το γιατρό τους, πριν χρησιμοποιήσουν τέτοια σκευάσματα.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. έκανε μια μικρή έρευνα και ανακάλυψε τέτοια προϊόντα να πωλούνται, από ιστοσελίδες, στην ελληνική αγορά. Ζητήσαμε αμέσως, από το Υπουργείο Υγείας και τον Ε.Ο.Φ. - Εθνικό Οργανισμό Φαρμάκων να διενεργήσουν ελέγχους, να αποσύρουν, από την αγορά και να απαγορεύσουν την κυκλοφορία των επικίνδυνων σκευασμάτων.

Ο Ε.Ο.Φ., έπειτα από υπενθυμίσεις μας, στις 22 Δεκεμβρίου 2021, μας απάντησε: «σύμφωνα με τον Καν. (Ε.Ε.) 2015/403 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ο φλοιός γιοχιμπε και τα παρασκευάσματά του, προερχόμενα από το φυτικό είδος γιοχιμπε έχουν ενταχθεί στο τμήμα Γ, καθώς υπάρχει πιθανότητα επιβλαβών συνεπειών για την υγεία που συνδέονται με τη χρήση

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

γιοχίμπε. Στην Ελλάδα έχει γνωστοποιηθεί ένα συμπλήρωμα διατροφής, το οποίο δεν έγινε αποδεκτό από την υπηρεσία μας. Για τη συνεφρίνη δεν έχουν οριστεί ανώτατα όρια σε ευρωπαϊκό ή εθνικό επίπεδο. Έως σήμερα έχει γνωστοποιηθεί ένα συμπλήρωμα διατροφής που περιέχει συνεφρίνη. Ο Ε.Ο.Φ. συνεχώς διενεργεί ελέγχους στην αγορά τόσο για τη νόμιμη κυκλοφορία των προϊόντων της αρμοδιότητάς του, όσο και βάσει εργαστηριακών ελέγχων σε δειγματοληπτική βάση. Εφόσον έχουν πέσει στην αντίληψή σας συγκεκριμένες περιπτώσεις (πχ προϊόντα, εταιρείες, καταστήματα) διακίνησης ύποπτων προϊόντων στην ελληνική αγορά, παρακαλούμε για τη συμβολή σας στο έργο μας με κατάθεση συγκεκριμένης καταγγελίας στην υπηρεσία μας.»

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. έκανε μια μικρή έρευνα, στο διαδίκτυο και εντόπισε πολλά ύποπτα προϊόντα. Αποστείλαμε, στον Ε.Ο.Φ. τους σχετικούς συνδέσμους και αναμένουμε απαντήσεις.

Ασφάλεια προϊόντων

Στις 2 Μαρτίου 2021, η Ε.Ε. δημοσίευσε την ετήσια έκθεσή της, για το σύστημα Safety Gate, το οποίο είναι σύστημα έγκαιρης προειδοποίησης, για επικίνδυνα καταναλωτικά προϊόντα, πλην τροφίμων και το οποίο συμβάλλει, στην απόσυρση των επικίνδυνων προϊόντων από την αγορά. Στο σύστημα συμμετέχουν οι αρχές 31 χωρών (κράτη-μέλη της Ε.Ε., Νορβηγία, Ισλανδία, Λιχτενστάιν και Ηνωμένο Βασίλειο).

Το 2020, έγιναν 2253 προειδοποιήσεις, για προϊόντα πλην τροφίμων, μέσω του Ευρωπαϊκού Συστήματος Έγκαιρης Προειδοποίησης (Safety Gate), γιατί τα προϊόντα αυτά δε συμμορφώνονται, με τις απαιτήσεις ασφαλείας. Κάθε ειδοποίηση μπορεί να περιλαμβάνει πολλά επικίνδυνα προϊόντα. Τα παιχνίδια, τα αυτοκίνητα και ο ηλεκτρικός εξοπλισμός ήταν τα προϊόντα, που προκάλεσαν τις περισσότερες ειδοποιήσεις:

- 27% τα παιχνίδια,
- 21% τα αυτοκίνητα,
- 10% οι ηλεκτρικές συσκευές.

Στην Ελλάδα, τα ρούχα προκάλεσαν 60% των ειδοποιήσεων, τα παιχνίδια 28% και τα καλλυντικά 4%. Δυστυχώς, η χώρα μας κατέθεσε μόλις 25 ειδοποιήσεις.

Το 9% όλων των προειδοποιήσεων που καταγράφηκαν αφορούσε προϊόντα, σχετικά με την πανδημία:

- 161 προειδοποιήσεις αφορούσαν ακατάλληλες μάσκες.
- 3 προειδοποιήσεις αφορούσαν ειδικές φόρμες.
- 13 προειδοποιήσεις αφορούσαν απολυμαντικά χεριών, που περιείχαν τοξικές χημικές ουσίες, όπως μεθανόλη.
- 18 προειδοποιήσεις αφορούσαν λαμπτήρες υπεριώδων ακτίνων, που προκαλούσαν ερεθισμό του δέρματος, λόγω έντονης ακτινοβολίας.

Τα προϊόντα αυτά, λοιπόν, έθεσαν τους καταναλωτές στους παρακάτω κινδύνους:

- 25% τραυματισμούς, κατάγματα, διασεισεις,
- 18% χημικούς κινδύνους,
- 12% πνιγμούς παιδιών.

Στην Ελλάδα, τα αντίστοιχα ποσοστά είναι:

- 52% τραυματισμοί,
- 40% χημικοί κίνδυνοι,
- 4% πνιγμοί.

Ως αποτέλεσμα των προειδοποιήσεων, υπήρξαν 5.377 επακόλουθες ενέργειες. Στην Ελλάδα οι επακόλουθες ενέργειες ήταν 428. Όμως, οι Ενώσεις Καταναλωτών, μέλη της ΒΕUC, συνεχίζουν να βρίσκουν μη ασφαλή προϊόντα, που πωλούνται, από τις διάφορες πλατφόρμες.

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

Η αναφορά της Ε.Ε. δείχνει ότι οι εθνικές αρχές πρέπει να επαγρυπνούν, πάντοτε. Ταυτόχρονα, γνωρίζουμε όλοι ότι οι πραγματικοί αριθμοί είναι πολύ υψηλότεροι, καθώς πολλά προϊόντα ξεφεύγουν από τον έλεγχο. Αυτό συμβαίνει, γιατί η νομοθεσία της Ε.Ε., για την ασφάλεια των προϊόντων, χρονολογείται από το 2001 και δεν ανταποκρίνεται στην εποχή, που οι καταναλωτές ψωνίζουν, στο διαδίκτυο και μπορούν να προμηθευτούν διάφορα μικροπράγματα, από ψηφιακές αγορές.

Στις 30 Ιουνίου 2021, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή παρουσίασε την πρότασή της, για τον Κανονισμό για τη γενική ασφάλεια προϊόντων. Ο Κανονισμός αντικαθιστά την Οδηγία 2001/95/ΕΚ για τη γενική ασφάλεια προϊόντων, που απαιτεί από τους κατασκευαστές, να διαθέτουν, στην αγορά, μόνο ασφαλή προϊόντα και θέτει ευθύνες, για τις εθνικές αρχές, που πραγματοποιούν την εποπτεία της αγοράς. Εδώ και 15 χρόνια, οι Ενώσεις Καταναλωτών ζητούσαμε επικαιροποίηση και εκσυγχρονισμό της Οδηγίας. Έγιναν πολλές συζητήσεις και προσπάθειες, αλλά δυστυχώς, δεν είχαν δώσει αποτελέσματα. Οι Ενώσεις ζητούσαμε μια φιλόδοξη αναθεώρηση της Οδηγίας του 2001, που να αντιμετωπίζει τις προκλήσεις του σήμερα.

Τα προϊόντα που χρησιμοποιούμε, στην καθημερινή μας ζωή, δεν πρέπει να μας βλάπτουν, σωματικά, ή με άλλο τρόπο. Η ευρωπαϊκή νομοθεσία, για την ασφάλεια των προϊόντων, πρέπει να μας προστατεύσει, από τις προκλήσεις του σήμερα και του αύριο. Αυτό σημαίνει ότι οι πλατφόρμες διαδικτυακών αγορών πρέπει να ευθύνονται, για τα μη ασφαλή προϊόντα, που πωλούνται σε αυτές. Επίσης, σε έναν κόσμο γεμάτο «έξυπνα» αγαθά, η ίδια η έννοια της ασφάλειας δε μπορεί να παραμείνει κολλημένη, στο παρελθόν και θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη την ασφάλεια, στον κυβερνοχώρο, αφού η φύση των προϊόντων, που πωλούνται στους καταναλωτές, έχει εξελιχθεί, από το 2001, γεγονός που σημαίνει ότι οι παλαιοί ορισμοί των όρων «ασφάλεια» και «προϊόν» δεν ισχύουν πλέον. Ο ορισμός της ασφάλειας, που καλύπτει μόνο το σκέλος της «υγείας» και της «σωματικής ακεραιότητας» δεν αντιστοιχεί, πλέον, στους πραγματικούς κινδύνους, στους οποίους μπορεί να εκτεθούν οι καταναλωτές.

Η πρόταση της Επιτροπής περιλάμβανε πολλά θετικά βήματα:

- Αναφορά στην υποχρέωση να διατίθενται στην αγορά, μόνο ασφαλή προϊόντα και στην Αρχή της προφύλαξης,
- Συγκεκριμένους κανόνες εποπτείας της αγοράς, καθώς και αντίστοιχα νέα εργαλεία για τα κράτη- μέλη,
- Ισχυρότερη ιχνηλασιμότητα και μεγαλύτερες ευθύνες, για τις διαδικτυακές αγορές,
- Νέους κανόνες, για τα συνδεδεμένα προϊόντα,
- Έμφαση, στην έννοια της «ασφάλειας» και τη συμπερίληψη της «ασφάλειας στον κυβερνοχώρο», ως απαίτηση για να θεωρείται ένα προϊόν «ασφαλές»,
- Ξεκάθαρους κανόνες, για την απόσυρση προϊόντων,
- Αξιολογήσεις κινδύνου, που θα περιλαμβάνουν τις επιπτώσεις, στους ευάλωτους καταναλωτές, στο περιβάλλον, στην ασφάλεια των προϊόντων, που τραβούν την προσοχή των παιδιών, στην ασφάλεια των προϊόντων που μοιάζουν με τρόφιμα,
- Υποχρεώσεις, για όλες τις επιχειρήσεις, ανεξαρτήτως μεγέθους, με λεπτομερή κριτήρια, για τις ποινές, κάνοντας, έτσι, την εποπτεία της της αγοράς πιο συνεκτική,
- Κάλυψη και των συνδεδεμένων προϊόντων,
- Αυστηρότερες απαιτήσεις ιχνηλασιμότητας, ενισχυμένες διαδικασίες ανάκλησης, οι οποίες συμπληρώνονται, με δικαίωμα αποζημίωσης των καταναλωτών,
- Νέες αρμοδιότητες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, για να υιοθετεί εφαρμοστικά μέτρα και απαιτήσεις ιχνηλασιμότητας,
- Ενίσχυση της διεθνούς συνεργασίας, για την ασφάλεια των προϊόντων.

Όμως, η ΒΕΥΚ – Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών έθεσε κάποιες επιφυλάξεις και κατέθεσε αιτήματα βελτίωσης του Κανονισμού. Το ΚΕ.Π.ΚΑ. συμφωνεί με αυτά (άλλωστε βοήθησε και στη διαμόρφωσή τους) και αγωνίζεται να γίνουν αποδεκτά:

- Ο ορισμός για τα ασφαλή προϊόντα πρέπει να γίνει σαφέστερος.

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών

Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

- Οι εκτελεστικές πράξεις, για τις απαιτήσεις ασφάλειας, πρέπει να εφαρμόζονται, υποχρεωτικά.
- Τα κράτη - μέλη πρέπει να υποχρεούνται να συλλέγουν και να παρέχουν καλύτερα δεδομένα, για τα ατυχήματα και τους τραυματισμούς, δεδομένου ότι μια βάση δεδομένων για τους τραυματισμούς, σε επίπεδο Ε.Ε., θα διευκόλυνε τη διενέργεια ορθών αξιολογήσεων του Κανονισμού για τη γενική ασφάλεια των προϊόντων. Τα κράτη-μέλη, πρέπει να συλλέγουν και να ανταλλάσσουν δεδομένα, σχετικά με τραυματισμούς, που σχετίζονται με καταναλωτικά προϊόντα, βάσει μιας κοινής μεθοδολογίας, με σκοπό τη δημιουργία αντιπροσωπευτικής βάσης δεδομένων, που θα καλύπτει την Ενιαία αγορά.
- Ο Κανονισμός θα πρέπει να επιτρέπει τον καθορισμό κριτηρίων χημικής ασφάλειας, για τα προϊόντα, που εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του νόμου. Για παράδειγμα, η Ε.Ε. απαγορεύει τις καρκινογόνες χημικές ουσίες, στα παιχνίδια, αλλά όχι στα προϊόντα παιδικής φροντίδας, παρόλο που ο κίνδυνος έκθεσης είναι, συχνά, παρόμοιος. Επομένως, πρέπει να καθοριστούν κριτήρια χημικής ασφάλειας.
- Η εποπτεία της αγοράς θα πρέπει, στο μέτρο του δυνατού, να εφαρμόζεται στο ίδιο επίπεδο σε όλους τους τομείς. Πρέπει να διασφαλιστεί ότι οι αρχές επιβολής του νόμου (σε όλους τους καλυπτόμενους τομείς) έχουν στη διάθεσή τους επαρκή δέσμη εργαλείων και αρμοδιοτήτων και πόρων και ότι υπάρχει ισχυρή σύνδεση με την τελωνειακή ένωση. Θα είναι κρίσιμης σημασίας οι αρχές να διενεργούν, επίσης, επαρκείς τυχαίους ελέγχους, για τη βελτιστοποίηση της προστασίας και την πρόληψη πρόκλησης ζημιών στους καταναλωτές. Ειδάλλως, τα επικίνδυνα προϊόντα, που δεν είναι γνωστά, ως μη ασφαλή, θα ανιχνεύονται, μόνον αφού έχουν προκαλέσει ζημιά στους καταναλωτές.
- Παρότι στην πρόταση της Ε.Ε. προβλέπονται ειδικές υποχρεώσεις, για τις διαδικτυακές αγορές, υπάρχουν κενά, που θα πρέπει να καλυφθούν. Οι υποχρεώσεις πρέπει να προσδιοριστούν περαιτέρω και, ειδικότερα, να αναβαθμιστεί η ευθύνη τους, σε εκείνη ενός εισαγωγέα (ή διανομέα, κατά περίπτωση) προκειμένου να αποτραπεί η παράκαμψη, από τις πλατφόρμες, του Κανονισμού για τη γενική ασφάλεια των προϊόντων καθώς και της πράξης για τις ψηφιακές υπηρεσίες. Οι διαδικτυακές αγορές πρέπει να έχουν υποχρέωση να παρακολουθούν (κοινοποίηση και απόσυρση) τα προϊόντα που πωλούνται μέσω των μεσαζόντων τους, όπως προβλέπεται στην πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες, προκειμένου οι εθνικές αρχές επιβολής του νόμου να μην επωμίζονται το βάρος των ενεργειών κοινοποίησης και απόσυρσης.
- Θα πρέπει, επίσης, να διασφαλιστεί συνοχή, με τη νομοθετική πρόταση για την τεχνητή νοημοσύνη, με τη στρατηγική για τις χημικές ουσίες και με το σχέδιο δράσης για την κυκλική οικονομία.
- Για να ενισχυθεί, η ασφάλεια δικαίου, πρέπει να προβλεφθεί η αξιολόγηση της ασφάλειας στον κυβερνοχώρο, σε όλες τις περιστάσεις και καθ' όλη τη διάρκεια ζωής ενός προϊόντος.
- Η συμμόρφωση ορισμένων προϊόντων πρέπει να είναι πιο απαιτητική από μια αυτό - αξιολόγηση του κατασκευαστή.
- Οι ανακοινώσεις, για απόσυρση προϊόντων, πρέπει να δημοσιοποιούνται. Δεν επαρκεί μια προσωπική ειδοποίηση, στους αγοραστές.
- Οι καταναλωτές πρέπει να δικαιούνται επιστροφή των χρημάτων τους (παράλληλα με επιδιόρθωση, ή αντικατάσταση), σε περίπτωση ανάκλησης, ή απόσυρσης.
- Η Οδηγία του 2001 βασίστηκε στην αρχή της προφύλαξης και αυτή η αρχή παραμένει πυλώνας της αρχιτεκτονικής της πρότασης Κανονισμού για τη γενική ασφάλεια των προϊόντων. Η αρχή αυτή επιτρέπει την υιοθέτηση των ύψιστων επιπέδων προστασίας των καταναλωτών. Θα πρέπει, πάντα, να λαμβάνονται προληπτικά μέτρα, όταν τα επιστημονικά στοιχεία σχετικά με τον κίνδυνο για το περιβάλλον, ή την ανθρώπινη υγεία είναι ασαφή, αλλά τα διακυβεύματα υψηλά. Αυτό καθιστά επίσης πιο αποτελεσματικό το δίκτυο ασφαλείας της ευρωπαϊκής νομοθεσίας, παρέχοντας λύσεις, όταν οι καταναλωτές διατρέχουν κίνδυνο και η τομεακή νομοθεσία παρουσιάζει κενά. Η εφαρμογή της αρχής της προφύλαξης καθιστά, επίσης, την εποπτεία της αγοράς πιο ολοκληρωμένη.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. παρακολουθεί το θέμα και παρεμβαίνει, μέχρι ο προτεινόμενος Κανονισμός να γίνει νομοθεσία της Ε.Ε.

Νέο Θεματολόγιο για τους καταναλωτές

Στις 13 Νοεμβρίου 2020, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή κατέθεσε την πρότασή της, για την αναβάθμιση των δικαιωμάτων των Ευρωπαίων καταναλωτών, την εφαρμογή τους και την ενδυνάμωση των καταναλωτών, τόσο κατά τη διάρκεια της πανδημίας, όσο και στο μέλλον. Κατέθεσε το [Νέο Θεματολόγιο](#). Στις 22 Φεβρουαρίου 2021, το Συμβούλιο Υπουργών της Ευρωπαϊκής Ένωσης υιοθέτησε τα συμπεράσματα, για το Νέο Θεματολόγιο για τους καταναλωτές. Γενικά, τα συμπεράσματα είναι αρκετά θετικά, για τους καταναλωτές. Οι υπουργοί υποστηρίζουν όλους τους στόχους του θεματολογίου:

- πράσινη μετάβαση,
- ψηφιακός μετασχηματισμός,
- εφαρμογή νομοθεσίας,
- προστασία ευάλωτων καταναλωτών,
- προστασία καταναλωτών σε παγκόσμιο επίπεδο.

Θετικότερο βήμα αποτελεί η υιοθέτηση της ολιστικής άποψης ότι τα συμφέροντα και τα δικαιώματα των καταναλωτών πρέπει να ενσωματωθούν, σε όλες τις σχετικές πολιτικές.

Ανάμεσα σε άλλα σχετικά σημεία, ξεχωρίζουν τα παρακάτω, που θεωρούνται τα πιο ενδιαφέροντα σε εθνικό επίπεδο:

- Το συμβούλιο αναγνωρίζει τα οφέλη των εθνικών πολιτικών προστασίας των καταναλωτών, που θα λειτουργούν, σε συνέργεια, με το Νέο Θεματολόγιο για τους καταναλωτές και, ταυτόχρονα, θα διαφυλάσσουν την αυτονομία των αποφάσεων, σε εθνικό επίπεδο, ώστε να συνεισφέρουν, σε μια ενιαία αγορά, που θα είναι πλήρως λειτουργική. Οι υπουργοί ζητούν από την Ε.Ε. να στηρίξει τέτοιες συνέργειες.
- Οι υπουργοί ζητούν μια ευρέως διαδεδομένη και αποτελεσματική συνεργασία των εθνικών αρχών και όλων των εμπλεκόμενων, στην πολιτική καταναλωτών, συμπεριλαμβανομένης της Κοινωνίας των Πολιτών καθώς και των εθνικών και Ευρωπαϊκών Ενώσεων Καταναλωτών και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Οι υπουργοί επιβεβαιώνουν το ζωτικό ρόλο των Ενώσεων Καταναλωτών καθώς και των βασικών τους δράσεων, που αφορούν τη συμβουλή, την υποστήριξη, την εκπροσώπηση των καταναλωτών, την υπεράσπιση των δικαιωμάτων τους, την πιστοποίηση, ώστε να δημιουργηθεί μια πιο ισορροπημένη κοινωνική οικονομία της αγοράς.

Η ΕΕ διαθέτει ένα στιβαρό πλαίσιο προστασίας των καταναλωτών, που έχει αναπτυχθεί, εδώ πολλά έτη και ενισχύθηκε, με αρκετές νομοθετικές πρωτοβουλίες, όπως η [Νέα Συμφωνία για τους Καταναλωτές](#) του 2018, από τις οποίες θα επωφεληθούν οι καταναλωτές, στην Ε.Ε., κατά τα επόμενα έτη.

Το νέο θεματολόγιο για τους καταναλωτές βασίζεται, στο θεματολόγιο για τους καταναλωτές του 2012 και αποτελεί καρπό εντατικών προετοιμασιών και συζητήσεων, με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Το θεματολόγιο συμπληρώνει άλλες πρωτοβουλίες της Επιτροπής, όπως η [Πράσινη Συμφωνία](#) και το [σχέδιο δράσης για την κυκλική οικονομία](#) και θα εξασφαλίσει επίσης ότι οι προτεραιότητες για τους καταναλωτές θα ληφθούν υπόψη κατά την εφαρμογή όλων των πολιτικών της Ε.Ε.

Ηθική στην κατανάλωση

Στον απολογισμό μας για το 2020, αναφερθήκαμε στο θέμα «[Ηθική στην κατανάλωση](#)», που μας απασχολεί, για πάνω από 20 χρόνια. Στις 26 Φεβρουαρίου 2021, η ΒΕUC-Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών απέστειλε επιστολή-παρέμβαση, στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή, όπου ανέλυσε τα προβλήματα, που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές, όταν θέλουν να επιλέξουν ένα αγαθό, που σέβεται το περιβάλλον και την κοινωνία. Η επιστολή, επίσης, περιλάμβανε προτάσεις, τις οποίες ζήτησε να περιληφθούν, σε μελλοντική νομοθετική πρωτοβουλία, για το θέμα αυτό.

Οι καταναλωτές προβληματίζονται για τις επιπτώσεις της κατανάλωσης, στο περιβάλλον και στην κοινωνία, σε παγκόσμιο επίπεδο. Πολλοί καταναλωτές θέλουν να είναι σίγουροι ότι οι επιλογές αγορών τους δεν υποστηρίζουν επιχειρήσεις, που παραβιάζουν βασικά ανθρώπινα δικαιώματα, ή βλάπτουν το περιβάλλον, στην άλλη πλευρά του πλανήτη. Η παγκοσμιοποίηση (μετακίνηση αγαθών από όλα τα σημεία, σε όλα τα σημεία του πλανήτη) και η έλλειψη δεσμευτικών κανόνων, σε παγκόσμιο επίπεδο κάνει δύσκολη έως και αδύνατη την επιλογή αγαθών, που παράγονται-κατασκευάζονται, χωρίς να βλάπτουν το περιβάλλον και την κοινωνία. Το παντελόνι τζιν, που φοράμε, κατασκευάστηκε από εργαζομένους των οποίων τα δικαιώματα έχουν γίνει σεβαστά; Πως μπορούμε να είμαστε σίγουροι ότι τα καινούργια έπιπλά μας δεν έχουν συνεισφέρει, στην καταστροφή των δασών της νοτιοανατολικής Ασίας; Τα προβλήματα αυτά εμποδίζουν, επίσης, τους καταναλωτές, με λιγότερες γνώσεις για το περιβάλλον, να συνειδητοποιήσουν τα προβλήματα και να ευαισθητοποιηθούν.

Όλοι οι καταναλωτές, στις αναπτυγμένες χώρες, πρέπει να αλλάξουμε τρόπο ζωής. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανακοίνωσε ότι σκόπευε να εισάγει νομοθετική ρύθμιση, για την ηθική στην κατανάλωση, για όλες τις επιχειρήσεις, που λειτουργούν στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Η BEUC και το ΚΕ.Π.ΚΑ. ζήτησαμε να περιληφθούν οι παρακάτω αρχές:

- Η πληροφόρηση προς τους καταναλωτές δεν επαρκεί. Οι επιχειρήσεις πρέπει να εφαρμόζουν περιβαλλοντικά και κοινωνικά πρότυπα. Η βιωσιμότητα ξεκινά, από την αρχή της αλυσίδας, δηλαδή, από την παραγωγή και δε μπορεί να διορθώνεται μόνο στο τμήμα της κατανάλωσης.
- Η νομοθετική πρωτοβουλία πρέπει να θεσπίσει απαιτήσεις, για την ηθική στην κατανάλωση, οι οποίες να καλύπτουν τα ανθρώπινα δικαιώματα και τις επιπτώσεις των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων, στο περιβάλλον και στην κλιματική αλλαγή (π.χ. οι επιχειρηματικές στρατηγικές πρέπει να συμμορφώνονται με Συμφωνία του Παρισιού, που φιλοδοξεί να περιορίσει την αύξηση της θερμοκρασίας στον 1,5° C).
- Οι επιχειρήσεις πρέπει να δημιουργήσουν και να εφαρμόσουν δυναμικές στρατηγικές, για την ηθική στην κατανάλωση. Οι επιχειρήσεις πρέπει να αξιολογούν και να δίνουν αναφορά, εάν οι δικές τους δραστηριότητες, ή οι δραστηριότητες των προμηθευτών τους θέτουν σε κίνδυνο το περιβάλλον και τα ανθρώπινα δικαιώματα.
- Οι επιχειρήσεις πρέπει να διέπονται, από την αρχή της διαφάνειας και της ανάληψης των ευθυνών. Οι αναφορές, για τη στρατηγική τους, όσον αφορά την ηθική στην κατανάλωση, πρέπει να δημοσιοποιούνται και πρέπει να εγκαταστήσουν διαδικασίες διαχείρισης των σχολίων, από τους πελάτες και τους εταίρους τους.
- Οι υποχρεώσεις, για την εφαρμογή της ηθικής στην κατανάλωση, πρέπει να υλοποιούνται. Οι εταιρίες πρέπει να θεωρούνται υπεύθυνες, για οποιαδήποτε ζημία προκύπτει, από τη λειτουργία τους. Η μελλοντική ευρωπαϊκή νομοθεσία πρέπει να προβλέπει αποτελεσματικές κυρώσεις, για όσες επιχειρήσεις δεν υλοποιούν τις υποχρεώσεις τους. Οι δημόσιες αρχές πρέπει να ενισχυθούν, με προσωπικό κατάλληλα εκπαιδευμένο, για την εφαρμογή των κανόνων, για την ηθική στην κατανάλωση.
- Η ηθική στην κατανάλωση αποτελεί τμήμα της [Ευρωπαϊκής Πράσινης Συμφωνίας](#). Δεν αποτελεί πανάκεια, για όλα τα κοινωνικά, οικονομικά και περιβαλλοντικά προβλήματα, στις αλυσίδες παραγωγής, αλλά μπορεί να φέρει μεγάλη βελτίωση στη σημερινή κατάσταση.

Η ηθική στην κατανάλωση πρέπει να συμπληρωθεί από φιλόδοξες πολιτικές, στους τομείς των βιώσιμων προϊόντων, της βιώσιμης διατροφής, της βιώσιμης ενέργειας, των βιώσιμων χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών, του ανταγωνισμού, της ενσωμάτωσης της προστασίας του περιβάλλοντος και των ανθρώπινων δικαιωμάτων, σε όλες τις εμπορικές συμφωνίες.

Έχουμε ακόμη πολύ δρόμο, μπροστά μας, για να διασφαλιστεί ότι όλοι οι καταναλωτές έχουν πρόσβαση σε βιώσιμα αγαθά (προϊόντα και υπηρεσίες), σε προσιτές τιμές.

Η νομοθετική πρόταση της Ε.Ε. ακόμη αναμένεται.

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών **Απολογισμός Δράσης Έτους 2021**

Κόκκινα Δάνεια

Το ΚΕ.Π.ΚΑ ασχολείται με την [υπερχρέωση των νοικοκυριών και τα κόκκινα, ή μη εξυπηρετούμενα δάνεια](#) από το 2004, σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο.

Το 2018, αντιδράσαμε, έντονα, υπό την καθοδήγηση και το συντονισμό της ΒΕUC, στην πρόταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για μια οδηγία, για την πώληση των κόκκινων δανείων. Οι συζητήσεις πάγωσαν, αλλά τον Ιανουάριο του 2021, η Επιτροπή Οικονομικών και Νομισματικών θεμάτων (ECON) του Ευρωκοινοβουλίου υιοθέτησε αναφορά, για την οδηγία αυτή, προτείνοντας αρκετές τροπολογίες. Επίσης, ψήφισε την έναρξη διαπραγματεύσεων, μεταξύ των οργάνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, δηλαδή, Ευρωκοινοβούλιο, Συμβούλιο, Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Η αναθεωρημένη πρόταση οδηγίας λαμβάνει υπόψη αρκετές προτάσεις, που είχαν κατατεθεί, από τη ΒΕUC και τα μέλη της (συμπεριλαμβανομένου του ΚΕ.Π.ΚΑ.) και περιλαμβάνει, πλέον αρκετές ασφαλιστικές δικλείδες, για τους καταναλωτές:

- Τα εξυπηρετούμενα δάνεια εξαιρούνται, από το σκοπό της οδηγίας.
- Στην οδηγία αναφέρεται, σαφώς, ότι δε θα επηρεάσει την εθνική νομοθεσία προστασίας των καταναλωτών και των δανειοληπτών. Επίσης, το επίπεδο της προστασίας των καταναλωτών δε θα επηρεάζεται, από τη μεταφορά της πίστωσης, στον αγοραστή της πίστωσης.
- Η οδηγία περιλαμβάνει την απαίτηση, από το διαχειριστή πιστώσεων, να διαθέτει γνώση και εμπειρία, να διαθέτει πολιτική, για την προστασία των καταναλωτών και τη δίκαιη μεταχείριση των δανειοληπτών, ένα σύστημα διαχείρισης παραπόνων, ικανό αριθμό εργαζομένων και να μιλά τη γλώσσα της χώρας, όπου κατοικεί, μόνιμα, ο δανειολήπτης.
- Η οδηγία περιλαμβάνει ένα νέο άρθρο, για την προστασία των δανειοληπτών, που εισάγει ποινές, σε περίπτωση παραβίασης των παρακάτω όρων:
 1. Οι πιστωτές πρέπει να δρουν δίκαια, να μην παρέχουν παραπλανητική πληροφόρηση, να μην επικοινωνούν με τρίτους και να μη συμπεριφέρονται, με σκληρότητα, στους δανειολήπτες.
 2. Οι χρεώσεις, για την υπερημερία και για τη διαχείριση, που επιβάλλουν οι πιστωτές, στους δανειολήπτες, δεν πρέπει να υπερβαίνουν τα πραγματικά κόστη.
 3. Οι δανειολήπτες πρέπει να ενημερώνονται, υποχρεωτικά, και να ειδοποιούνται, έγκαιρα, για την μεταφορά του χρέους, τους, σε αγοραστή πιστώσεων.
 4. Οι πιστωτές πρέπει να καταβάλλουν κάθε δυνατή προσπάθεια, για την επίδειξη ανοχής, προς τους δανειολήπτες, με δυσκολίες αποπληρωμής.
 5. Η συμφωνία εξυπηρέτησης πιστώσεων πρέπει να περιλαμβάνει την υποχρέωση συμμόρφωσης, με τη νομοθεσία προστασίας των καταναλωτών, έναν όρο, που απαιτεί τη δίκαιη και ηθική μεταχείριση των δανειοληπτών, μια υποχρέωση ενημέρωσης των δανειοληπτών, για τη συμφωνία, μια απαγόρευση χρέωσης κόστους και αποζημιώσεων του διαχειριστή πιστώσεων, στο δανειολήπτη. Επίσης, ο δανειολήπτης έχει το δικαίωμα να χρησιμοποιήσει, εναντίον του διαχειριστή της πίστωσης, όλα τα νόμιμα αμυντικά μέτρα, που είχε, έναντι του αρχικού δανειστή.

Παρόλες τις βελτιώσεις, η οδηγία συνέχισε να έχει πολλά προβληματικά, για τους καταναλωτές, σημεία:

- Οι διαχειριστές πιστώσεων θα αποκτούν το Ευρωπαϊκό διαβατήριο. Παρότι έχει μειωθεί ο κίνδυνος εφαρμογής της νομοθεσίας του τόπου του διαχειριστή, παραμένει το ερώτημα της αποτελεσματικής εποπτείας της αγοράς, της εφαρμογής, στην πράξη, της νομοθεσίας της χώρας του καταναλωτή.
- Η οδηγία δεν προβλέπει το δικαίωμα του καταναλωτή να αγοράσει το δάνειό του, πριν αυτό πουληθεί, σε διαχειριστές πιστώσεων.
- Η οδηγία δεν προβλέπει, με σαφήνεια, σε περίπτωση κατάσχεσης της πρώτης κατοικίας, ότι ο καταναλωτής ανταλλάσσεται, από το χρέος του καθώς και το δικαίωμα εκπροσώπησης του καταναλωτή, ενώπιον δικαστηρίου.
- Η αναδιάρθρωση ενός δανείου αναφέρεται, μόνο με τον όρο «καλύτερη προσπάθεια» και έτσι, παραμένει θολή.

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

Η ΒΕUC και το ΚΕ.Π.ΚΑ προσπαθήσαμε να επηρεάσουμε τις τριμερείς συνομιλίες, προς όφελος των καταναλωτών. Ταυτόχρονα, προσπαθήσαμε να εισάγουμε, στην τρέχουσα αναθεώρηση των οδηγιών, για την καταναλωτική πίστη και τη στεγαστική πίστη, τις αναγκαίες δικλείδες, για την προστασία των καταναλωτών, από τα funds, που εξελίσσονται, σε αρπακτικά.

Η Οδηγία τέθηκε, σε διαβούλευση, το Μάιο του 2021. Η διαβούλευση ολοκληρώθηκε, στις 31 Αυγούστου 2021. Δυστυχώς, ακόμα αναμένουμε την τελική πρόταση της Ε.Ε.

Η Ε.Ε. πρέπει να αντισταθεί στο λόμπι της βιομηχανίας

Η ΒΕUC – Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών χαιρέτισε τη νέα στρατηγική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής: «Μια πολιτική ανταγωνισμού, κατάλληλη για τις νέες προκλήσεις», η οποία αναθεωρεί τα εργαλεία της πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ώστε να γίνουν κατάλληλα και για την ψηφιακή και για την πράσινη μετάβαση.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, σωστά, εστιάζει, σε μια ισχυρή και αποτελεσματική πολιτική ανταγωνισμού καθώς και στην εφαρμογή της, ως ένα εργαλείο, που εξασφαλίζει ότι οι καταναλωτές, θα ωφεληθούν, από χαμηλότερες τιμές, περισσότερες επιλογές και καλύτερη ποιότητα. Επιπλέον, είναι σωστή η πρόθεση της Επιτροπής να χρησιμοποιήσει την πολιτική ανταγωνισμού, για να διασφαλίσει μια δίκαιη και βιώσιμη πράσινη μετάβαση και μια ψηφιακή οικονομία, που θα λειτουργεί, προς το συμφέρον των καταναλωτών.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρέπει, όμως, να συνεχίσει να αντιστέκεται, στο ισχυρότατο λόμπι των μεγάλων ευρωπαϊκών εταιριών, που προσπαθεί να αποδυναμώσει τον έλεγχο των συγχωνεύσεων καθώς και τον έλεγχο των ολιγοπωλίων, των μονοπωλίων και της νόθευσης του υγιούς ανταγωνισμού, στην αγορά, στο όνομα της παγκόσμιας ανταγωνιστικότητας. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρέπει να είναι αυστηρότερη, στον έλεγχο των συγχωνεύσεων, ειδικά στον ψηφιακό τομέα, όπου μεγαλύτερη προσοχή πρέπει να δοθεί, στις πιθανές επιπτώσεις των δικτύων και στην ενοποίηση των δεδομένων. Οι μεγάλες εταιρείες τεχνολογίας αγόρασαν εταιρείες, σε όλες τις αγορές και αυτό το γεγονός βάζει, σε κίνδυνο, το δικαίωμα των καταναλωτών, στην επιλογή και εμποδίζει την καινοτομία, μη επιτρέποντας την είσοδο, στην αγορά, νέων παικτών και εταιριών ανταγωνιστών των μεγάλων αυτών εταιριών.

Το Νοέμβριο του 2021, η Ελληνική Κυβέρνηση, το Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων, κατέθεσαν το σχέδιο νόμου: «Εκσυγχρονισμός του δικαίου ανταγωνισμού, για την ψηφιακή εποχή». Το ΚΕ.Π.ΚΑ., με τη ΒΕUC και την ΕΚΠΟΙΖΩ υπέγραψαν κοινή επιστολή, την οποία απέστειλαν στον κ. Κυριάκο Μητσοτάκη, Πρωθυπουργό της Ελλάδας και στον κ. Σπυρίδωνα – Άδωνη Γεωργιάδη, Υπουργό Ανάπτυξης και Επενδύσεων και την οποία κοινοποίησαν στον κ. Σωτήριο Αναγνωστόπουλο, Γενικό Γραμματέα Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή, στον κ. Olivier Guersent, Γενικό Διευθυντή της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και στον κ. Ιωάννη Λιανό, Πρόεδρο της Επιτροπής Ανταγωνισμού:

«Σας αποστέλλουμε την παρούσα επιστολή, την οποία συνυπογράφουμε η ΒΕUC – Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών και τα μέλη της, στην Ελλάδα, Ε.Κ.ΠΟΙ.ΖΩ. - Ένωση Καταναλωτών - Η Ποιότητα Της Ζωής και ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών και η οποία αφορά το σχέδιο νόμου «Εκσυγχρονισμός του δικαίου ανταγωνισμού, για την ψηφιακή εποχή».

Η καλή λειτουργία της αγοράς, που σημαίνει την ευημερία των καταναλωτών, εξαρτάται από τη δυνατότητα των αρχών ανταγωνισμού να επιβάλλουν τη νομοθεσία, για τον υγιή ανταγωνισμό, όπου χρειάζεται καθώς και από τη δυνατότητά τους να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις των γρήγορα αναπτυσσόμενων ψηφιακών αγορών.

Οι καταναλωτές, στην Ελλάδα, όπως και σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση, πρέπει να μπορούν να ωφεληθούν από καινοτόμες, ανοιχτές και δίκαιες αγορές. Παρόλα αυτά, η πραγματικότητα μας δείχνει κάτι διαφορετικό. Οι ψηφιακές αγορές κυριαρχούνται, από πολύ λίγους παίκτες. Ειδικά, οι τομείς της αγοράς, που βασίζονται, σε υποδομές, όπως οι τηλεπικοινωνίες, δεν αποδίδουν,

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

στους καταναλωτές, τα οφέλη, που ο ανταγωνισμός υποσχέθηκε, για την εποχή μετά την απελευθέρωση της αγοράς. Αντίθετα, αξίζει τον κόπο να τονίσουμε ότι η Ελληνική αγορά κινητής τηλεφωνίας κατατάσσεται, ως η πιο ακριβή αγορά, στην Ευρωπαϊκή Ένωση, το 2020. Επίσης, οι τιμές, για την κινητή τηλεφωνία και το ίντερνετ, είναι διπλάσιες, από το μέσο όρο, στην Ευρωπαϊκή Ένωση, σε όλες τις προσφορές, που μελετήσαμε. Αυτό είναι, απλά, απαράδεκτο.

Το προτεινόμενο νομοσχέδιο στοχεύει, στην επικαιροποίηση και αναβάθμιση των αρμοδιοτήτων της Ελληνικής Αρχής Ανταγωνισμού, ώστε να διασφαλιστεί ότι η επιβολή της νομοθεσίας μπορεί να αντιμετωπίσει τη νέα πραγματικότητα της αγοράς. Επίσης, θα παρέχει, στην Αρχή Ανταγωνισμού, τη δυνατότητα να παρεμβαίνει, όπου χρειάζεται και αρμόζει, στην αγορά των τηλεπικοινωνιών. Η παροχή πλήρους αρμοδιότητας και εξουσίας, στην Αρχή Ανταγωνισμού, να εφαρμόσει και να επιβάλει τη νομοθεσία, στην ελληνική αγορά τηλεπικοινωνιών, θα ευθυγραμμίσει το θεσμικό πλαίσιο, στην Ελλάδα, με αυτό άλλων κρατών-μελών της Ε.Ε. και θα διασφαλίσει ότι οι επιχειρήσεις που ενεργοποιούνται, στον τομέα των τηλεπικοινωνιών, συμμορφώνονται με τη νομοθεσία, για τον ανταγωνισμό, προς όφελος των καταναλωτών της Ελλάδας.

Πιστεύουμε ότι είναι σημαντικό, οι δημόσιες αρχές να ανταποκρίνονται, στις προσδοκίες των πολιτών, επομένως, σας ζητούμε να υποβάλλετε το νομοσχέδιο, στο Ελληνικό Κοινοβούλιο, για συζήτηση και ψήφιση,
Ευχαριστούμε, εκ των προτέρων, που λαμβάνετε υπόψη σας, τις απόψεις μας»

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. δημοσιοποίησε την κοινή αυτή επιστολή, με το δελτίο τύπου του, στις 15 Δεκεμβρίου 2021.

Τη Δευτέρα 17 Ιανουαρίου 2022, η Διαρκής Επιτροπή Παραγωγής και Εμπορίου κάλεσε το ΚΕ.Π.ΚΑ., στη συνεδρίασή της, για το νομοσχέδιο, για τον ανταγωνισμό, στην ψηφιακή εποχή.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. υποστήριξε τη μεταφορά της αρμοδιότητας, για τις τηλεπικοινωνίες, από την Ε.Ε.Τ.Τ. – Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων, στην Επιτροπή Ανταγωνισμού. Η αγορά τηλεπικοινωνιών είναι ένας ιδιαίτερα προβληματικός τομέας, για τους καταναλωτές, όσον αφορά την ποιότητα των υπηρεσιών, τις τιμές, τις προσφορές κ.λπ. Η αγορά κυριαρχείται, από ένα ισχυρό ολιγοπώλιο 3 εταιριών, που δεν επιτρέπουν την ανάπτυξη και τη λειτουργία της, προς όφελος των καταναλωτών.

Δυστυχώς, για μια ακόμα φορά, το λόμπι των εταιριών τηλεπικοινωνιών δεν επέτρεψε την αναβάθμιση της Επιτροπής Ανταγωνισμού και την ανάληψη των αρμοδιοτήτων των τηλεπικοινωνιών, από αυτή.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. σε συνεργασία με την ΒΕUC, παρακολουθεί τη συζήτηση, για τη νέα στρατηγική για τον ανταγωνισμό, παρεμβαίνει, πιέζει και αποκαλύπτει.

Σκάνδαλο Volkswagen

Για πολλά χρόνια, το ΚΕ.Π.ΚΑ. αγωνιζόταν να αποζημιωθούν οι καταναλωτές, που είχαν πέσει θύματα της παραπλανητικής πρακτικής της VW, που παρουσίαζε ψεύτικες εκπομπές ρύπων και ψεύτικη κατανάλωση καυσίμου, από τα αυτοκίνητά της.

Στη Γαλλία, το Εφετείο επιδίκασε 2.000 ευρώ αποζημίωση, σε καταναλωτή, για τη μείωση της αξίας του αυτοκινήτου του, λόγω του λογισμικού, που παρουσίαζε ψεύτικες εκπομπές ρύπων και άλλα 2.000 ευρώ για ηθική βλάβη. Το αυτοκίνητο ήταν 11 ετών και ο καταναλωτής αποζημιώθηκε, με 4 000 ευρώ.

Στην Ιταλία, ως αποτέλεσμα της συλλογικής αγωγής αποζημίωσης της Οργάνωσης Καταναλωτών, Altroconsumo, το Πρωτοδικείο της Βενετίας, εκδίκασε αποζημίωση 3.300 ευρώ, σε κάθε καταναλωτή, από τους 63.000 που συμμετείχαν, στην αγωγή.

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επέβαλε πρόστιμο ύψους 875.189.000 ευρώ, στον όμιλο Volkswagen (Volkswagen, Audi και Porsche), στην εταιρεία Daimler και στην εταιρεία BMW, για νόθευση του ανταγωνισμού. Οι εταιρείες είχαν συμφωνήσει να μην ανταγωνίζονται, για καλύτερες μεθόδους καθαρισμού του οξειδίου του αζώτου, αλλά να εφαρμόζουν, απλά τη νομοθεσία.

Βλέπουμε ότι σε όποια χώρα, οι καταναλωτές συσπειρώθηκαν, γύρω από την οργάνωσή τους και προέβησαν σε ενέργειες, κατά της VW, βγήκαν κερδισμένοι. Δυστυχώς, στην Ελλάδα, παρά τις προσπάθειες του ΚΕ.Π.ΚΑ, οι καταναλωτές αδιαφόρησαν, δεν ανταποκρίθηκαν, στα επανειλημμένα καλέσματα του ΚΕ.Π.ΚΑ. και δεν κατέθεσαν καταγγελίες.

Πρόωρη απαξίωση προϊόντων της Nintendo

Από το 2020, το ΚΕ.Π.ΚΑ., μαζί με 9 οργανώσεις καταναλωτών, από όλη την Ευρώπη, υπό την ομπρέλα της BEUC, ανέλαβαν δράση [κατά της κονσόλας Nintendo Switch](#). Μετά τη συλλογή σχεδόν 25.000 παραπόνων, από καταναλωτές, στην Ευρώπη, η BEUC – Ευρωπαϊκή Οργάνωση Καταναλωτών κατέθεσε καταγγελία εναντίον της Nintendo, στο Ευρωπαϊκό Δίκτυο Συνεργασίας των Εθνικών Αρχών για την Προστασία των Καταναλωτών και το ΚΕ.Π.ΚΑ. κατέθεσε αντίστοιχη καταγγελία, στο Δίκτυο Συνεργασίας των Εθνικών Αρχών, για την Προστασία των Καταναλωτών της Ελλάδας, για συνεχή προβλήματα, στη λειτουργία της κονσόλας Nintendo Switch, για πρόωρη απαξίωση και παραπλανητικές παραλήψεις βασικής πληροφόρησης προς τους καταναλωτές, δηλαδή για παραβίαση της Ευρωπαϊκής και εθνικής νομοθεσίας, για τις Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές.

Παράπονα καταναλωτών συλλέχθηκαν, σε όλη την Ευρώπη: Γαλλία, Βέλγιο, Ολλανδία, Πορτογαλία, Ιταλία, Νορβηγία, Σλοβακία, Σλοβενία και Ελλάδα. Στην Ελλάδα, το ΚΕ.Π.ΚΑ. δέχτηκε 57 παράπονα. Οι καταναλωτές εξέφρασαν τη δυσαρέσκειά τους, για το επαναλαμβανόμενο τεχνικό πρόβλημα, με τα χειριστήρια. Το πρόβλημα έγινε γνωστό, με τον όρο "Joy-Con-Drift" και έκανε τους χαρακτήρες του παιχνιδιού να κινούνται, από μόνοι τους, χωρίς ο παίκτης να αγγίζει το χειριστήριο, κάνοντας έτσι την κονσόλα άχρηστη. Σύμφωνα με τις μαρτυρίες των καταναλωτών, στην Ελλάδα, 91% των χειριστηρίων χάλασε μέσα στα 2 πρώτα χρόνια από την αγορά.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. και η BEUC ζητήσαμε να ερευνηθεί, τόσο σε εθνικό, όσο και σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, αυτό το θέμα και να αναγκαστεί η Nintendo να διορθώσει τις αστοχίες των προϊόντων της. Ζητήσαμε, μέχρι να επιλυθεί το πρόβλημα, με τα χειριστήρια, τα ελαττωματικά χειριστήρια να διορθώνονται δωρεάν και οι καταναλωτές να λαμβάνουν πληροφόρηση, για το περιορισμένο χρονικό όριο ζωής του προϊόντος, κατά την αγορά του. Η κονσόλα είχε, ήδη, πουλήσει 68 εκατομμύρια χειριστήρια, σε παγκόσμιο επίπεδο, πολλά εκ των οποίων πουλήθηκαν στην Ευρώπη.

Επιπλέον της δωρεάν επιδιόρθωσης, για όλα τα χειριστήρια και της πληροφόρησης, για τη διάρκεια ζωής, το ΚΕ.Π.ΚΑ. ζήτησε, από τη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή να επιβάλλει, στην εταιρία, να εφαρμόσει τις προβλεπόμενες από το νόμο επανορθώσεις, προς τους καταναλωτές, για ελαττωματικά προϊόντα, που χαλούν εντός 2 ετών από την αγορά τους.

Τον Απρίλιο του 2021, η Γενική Διεύθυνση Προστασίας Καταναλωτή της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή ανέλαβε, ως επικεφαλής συντονισμένης δράσης, κατά της εταιρίας Nintendo και εξέδωσε την 193045 προειδοποίηση.

Τον Ιούλιο του 2021, η Nintendo εξέδωσε νέο μοντέλο κονσόλας και σύμφωνα με καταγγελίες καταναλωτών, στην Ευρώπη, το πρόβλημα επέμεινε.

Περιμένουμε τις εξελίξεις, πιέζουμε για αποφάσεις, αλλά πρέπει να τονίσουμε ότι οι διαδικασίες είναι, τρομακτικά, χρονοβόρες.

Δικαιώματα επιβατών αεροπορικών εταιρειών κατά την πανδημία

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

Το Ευρωπαϊκό Ελεγκτικό Συνέδριο, στις 29 Ιουνίου 2021, δημοσιοποίησε την Ειδική Έκθεση 15/2021, στην οποία αναλύονται [τα προβλήματα, που αντιμετώπισαν οι επιβάτες αεροπορικών εταιρειών](#), κατά τη διάρκεια της κρίσης COVID-19. Το γενικό συμπέρασμα της έκθεσης αυτής ήταν ότι τα βασικά δικαιώματα επιβατών δεν προστατεύθηκαν:

- Κατά τη διάρκεια της κρίσης, οι επιβάτες δεν ήταν πλήρως ενήμεροι, για τα δικαιώματά τους.
- Κατά την αρχική περίοδο της κρίσης, πολλοί επιβάτες δεν έλαβαν επιστροφή χρημάτων, ή δεν είχαν άλλη επιλογή, από το να δεχθούν πιστωτικά σημειώματα (κουπόνια-vouchers).
- Από τον Ιούνιο του 2020, οι αεροπορικές εταιρείες άρχισαν να επιστρέφουν χρήματα, στους επιβάτες, αν και με σημαντικές καθυστερήσεις.
- Τα κράτη-μέλη δε συνέδεσαν τις κρατικές ενισχύσεις, που χορήγησαν, με την επιστροφή χρημάτων, στους επιβάτες, παρά το γεγονός ότι η Επιτροπή είχε καταστήσει σαφές ότι αυτό ήταν επιτρεπτό.
- Η Επιτροπή πρόβη, σε διάφορες ενέργειες, με σκοπό τη διασφάλιση των δικαιωμάτων των επιβατών αεροπορικών μεταφορών και έλαβε μέτρα, για να μετριάσει τις επιπτώσεις της κρίσης, παρά τους περιορισμούς του ισχύοντος νομικού πλαισίου.
- Το 2013, παρουσιάστηκαν σχετικές προτάσεις, οι οποίες θα μπορούσαν να είχαν διευκολύνει την αντιμετώπιση της κατάστασης αυτής, αλλά το Συμβούλιο, 8 χρόνια μετά, ακόμη, δεν κατέληξε σε συμφωνία, επί της θέσης του.

Το Ευρωπαϊκό Ελεγκτικό Συνέδριο συνέστησε, στην Επιτροπή, να μεριμνήσει, για τη μεγαλύτερη προστασία των δικαιωμάτων των επιβατών αεροπορικών μεταφορών και για την καλύτερη ενημέρωσή τους, σχετικά με τα δικαιώματά τους. Επίσης, συνέστησε, στην Επιτροπή, να ενισχύσει το συντονισμό των εθνικών μέτρων και να εξασφαλίσει τη σύνδεση των κρατικών ενισχύσεων, προς τις αεροπορικές εταιρείες, με την επιστροφή χρημάτων, στους επιβάτες. Τέλος, συνέστησε, στην Επιτροπή, να βελτιώσει τα εργαλεία και τη νομοθεσία, για τη διασφάλιση των δικαιωμάτων των επιβατών αεροπορικών μεταφορών.

Μετά την κατάθεση παραπόνων, από την BEUC – Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών και 11 μελών της (Altroconsumo – Ιταλία, Adiconsum – Ιταλία, DECO – Πορτογαλία, ΕΚΠΟΙΖΩ – Ελλάδα, Forbrukerrådet – Νορβηγία, ΚΕ.Π.ΚΑ. – Ελλάδα, OCU – Ισπανία, S.O.S. – Σλοβακία, Test-Achats – Βέλγιο, UFC Que Choisir – Γαλλία, Which? – Η.Β.), τον Ιούλιο του 2020, που αφορούσαν συστηματικές παραβιάσεις των δικαιωμάτων των επιβατών, το πρώτο εξάμηνο του 2020 και μετά από έρευνες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και του Δικτύου Συνεργασίας των Εθνικών Αρχών για την Προστασία των Καταναλωτών, στις 30 Σεπτεμβρίου 2021, 16 μεγάλες αεροπορικές εταιρίες, με έδρα την Ευρωπαϊκή Ένωση (Aegean Airlines, Air France, Alitalia, Austrian Airlines, British Airways, Brussels Airlines, Easyjet, Eurowings, Iberia, KLM, Lufthansa, Norwegian, Ryanair, TAP, Vueling και Wizz Air), δεσμεύτηκαν να βελτιώσουν τις πολιτικές ακύρωσης και τη μεταχείριση των επιβατών, σε τέτοιες περιπτώσεις.

Δυστυχώς παρά τις υποσχέσεις, που δόθηκαν, από συγκεκριμένες αεροπορικές εταιρίες, πολλά μέλη της BEUC, ανέφεραν ότι οι καταναλωτές περιμένουν (σε πολλές περιπτώσεις και πάνω από ένα χρόνο) να λάβουν τα χρήματά τους, από την εξαργύρωση των κουπονιών τους. Για πολλούς καταναλωτές, οι αεροπορικές εταιρίες ανέβαλαν τη χρηματική αποζημίωση, μονομερώς.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών ενημέρωσε, με δελτίο τύπου, τους καταναλωτές, που περίμεναν να εξαργυρώσουν τα κουπόνια, για ακυρωμένες πτήσεις, να ζητήσουν, άμεσα, τα χρήματά τους.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. συνεχίζει να παρακολουθεί τις αεροπορικές εταιρίες, αν παραβαίνουν τις υποσχέσεις τους και να ζητά από τους καταναλωτές να καταθέτουν καταγγελίες, εάν οι αεροπορικές εταιρίες καθυστερούν, ή αρνούνται να επιστρέψουν τα χρήματα, για τα κουπόνια. Το ΚΕ.Π.ΚΑ. ζητάει από τις Αρχές της χώρας μας να διασφαλίσουν ότι όλοι οι καταναλωτές, που αναγκάστηκαν να αποδεχτούν κουπόνια, θα λάβουν άμεσα τα χρήματά τους.

Στις αρχές του 2022, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ξεκίνησε αξιολόγηση της ισχύουσας νομοθεσίας, για τα δικαιώματα των επιβατών αεροπορικών εταιριών, τρενών και λοιπών μέσων μαζικής μεταφοράς. Επίσης, μέσα στο 2022, θα διενεργηθεί η διαβούλευση και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα δημοσιοποιήσει την τελική της πρόταση, προς τα άλλα ευρωπαϊκά όργανα, το πρώτο τετράμηνο του 2023.

Καλύτερη νομοθέτηση

Τα προηγούμενα χρόνια, το πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, για την καλύτερη νομοθέτηση, έκανε θετικά βήματα, όσον αφορά τη διαφάνεια στη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Όμως, η απλούστευση της νομοθεσίας και η μείωση του νομοθετικού βάρους αποτελούν, ακόμη, ζητούμενα. Η απλούστευση και η μείωση του νομοθετικού βάρους είναι στοιχεία, που όπως τουλάχιστον ισχυρίζονται οι επιχειρήσεις, επιβαρύνουν το κόστος λειτουργίας τους, επομένως και τις τιμές, που πληρώνουν οι καταναλωτές.

Η βιομηχανία είναι ισχυρός υπέρμαχος της αρχής: «Ένα νομοθέτημα δημιουργείται – ένα νομοθέτημα καταργείται». Οι Ενώσεις Καταναλωτών είμαστε κάθετα αντίθετες, σε αυτήν την αρχή. Η συζήτηση αυτή διαρκεί χρόνια. Είχε ξεκινήσει, ως μείωση διοικητικού βάρους, που δημιουργεί κόστος στις επιχειρήσεις. Σιγά-σιγά, η βιομηχανία μετέτρεψε το διοικητικό βάρος, σε νομοθετικό βάρος. Και βασικό της στόχο αποτελεί η νομοθεσία, για την προστασία των καταναλωτών.

Η νομοθεσία της Ε.Ε. είναι σημαντική, για τη διασφάλιση των στόχων των Ευρωπαϊκών Συνθηκών, που περιλαμβάνουν την καλή ποιότητα της ζωής των ανθρώπων, η οποία επιτυγχάνεται μέσα από την προστασία των καταναλωτών, τη βιωσιμότητα, την καλή λειτουργία της οικονομίας της Ενιαίας Αγοράς. Το άνοιγμα της αγοράς στις επιχειρήσεις, με ασφάλεια δικαίου και εμπιστοσύνη, στον υγιή ανταγωνισμό, πρέπει να εξισορροπείται, με την απαραίτητη προστασία, παροχή πληροφόρησης και εργαλείων αποζημίωσης, στους καταναλωτές.

Δυστυχώς, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στο τέλος του Αυγούστου του 2021, στο πρόγραμμα για την καλύτερη νομοθέτηση, που ανακοίνωσε, έχει εντάξει την αρχή: « Ένα νομοθέτημα δημιουργείται – ένα νομοθέτημα καταργείται».

Τίθεται, λοιπόν, το ερώτημα: Οι αγορές εξελίσσονται και νέες προκλήσεις δημιουργούνται. Π.χ. απαιτείται νομοθεσία, για την ασφάλεια των προϊόντων, που συνδέονται στο διαδίκτυο. Ποια νομοθεσία θα καταργηθεί, για να εκπληρωθεί ο παραπάνω κανόνας; Είναι απαραίτητη η δέσμευση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής ότι ο κανόνας αυτός δε σημαίνει υποβάθμιση του οικονομικού, κοινωνικού και περιβαλλοντικού επιπέδου της Ε.Ε., ούτε ότι θα εμποδιστεί η νομοθέτηση νέων πρωτοβουλιών, σε διάφορες πολιτικές.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ και η ΒΕUC παρακολουθούμε την εφαρμογή του κανόνα αυτού, κυρίως στους τομείς της ασφάλειας, της υγείας, της προστασίας των καταναλωτών, όπου διαφαίνονται οι περισσότεροι κίνδυνοι.

Έρευνα: Κορωνοϊός και κατανάλωση

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. - Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών, σε συνεργασία με την εταιρία ερευνών και εφαρμογών επικοινωνίας PRORATA S.A., υλοποίησαν, από κοινού, μεγάλη έρευνα, με τίτλο: «Στάσεις & Αντιλήψεις για θέματα καταναλωτικής συμπεριφοράς και η επίδραση της πανδημίας σε αυτήν», με αφορμή τις ενδεχόμενες επιπτώσεις της πανδημίας του Covid – 19, στις καταναλωτικές συνήθειες και την αγοραστική συμπεριφορά των πολιτών. Η έρευνα διενεργήθηκε, ηλεκτρονικά, μεταξύ 19 και 26 Μάϊου 2021, σε 651 άτομα, άνω των 17 ετών, που διαμένουν, μόνιμα, στην Ελλάδα. Η έρευνα ανέδειξε μια σειρά ευρημάτων, που αποτυπώνουν τις στάσεις και τις αντιλήψεις των πολιτών και πώς αυτές επηρεάζουν, ενδεχομένως, την καταναλωτική και αγοραστική τους συμπεριφορά, εν μέσω μιας

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

πρωτοφανούς, για την παγκόσμια κοινότητα, υγειονομικής κρίσης, η οποία επηρεάζει πολλές εκφάνσεις της ανθρώπινης δραστηριότητας. Πιο συγκεκριμένα:

- Σε σχέση με την περίοδο, πριν το ξέσπασμα της πανδημίας, το 50% των συμμετεχόντων/συμμετεχουσών, στην έρευνα, δήλωσαν ότι αγοράζουν, σε γενικές γραμμές, λιγότερο συχνά από πριν, προϊόντα και υπηρεσίες.
- Σε σχέση με την περίοδο, πριν το ξέσπασμα της πανδημίας, το 51% δήλωσαν ότι αγοράζουν, λιγότερο συχνά, προϊόντα στις εκπαιδευτικές περιόδους (χειμερινές και θερινές εκπτώσεις).
- Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, σε σχέση με την περίοδο, πριν το ξέσπασμα της πανδημίας, παρατηρήθηκαν ορισμένες μεταβολές, ως προς την συχνότητα αγοράς συγκεκριμένων ειδών προϊόντων. Πιο ειδικά:
 - ο Στα είδη ρουχισμού, καταγράφηκε οριακή αύξηση των αγορών, με ηλεκτρονικό αλλά και φυσικό τρόπο, συγκριτικά με την περίοδο, πριν το ξέσπασμα της πανδημίας.
 - ο Στα είδη σπιτιού, δεν παρατηρήθηκε κάποια μεταβολή, στις αγορές, μέσω διαδικτύου, αλλά καταγράφηκε μεγάλη μείωση των αγορών με φυσικό τρόπο, σε σχέση με την περίοδο, πριν από το ξέσπασμα της πανδημίας.
 - ο Στα καλλυντικά είδη, καταγράφηκε μικρή μείωση των διαδικτυακών αγορών και μεγάλη μείωση των αγορών, σε φυσικά καταστήματα.
 - ο Στα προϊόντα τεχνολογίας, ανιχνεύτηκε σημαντική αύξηση των διαδικτυακών αγορών και σημαντική μείωση των αγορών, από φυσικά καταστήματα, συγκριτικά με την προ - covid 19 εποχή.
- Η πλειοψηφία των ερωτώμενων απάντησε ότι δε σκοπεύει, μέσα στους επόμενους 12 μήνες, να αγοράσει αυτοκίνητο, ή μηχανή, να αγοράσει ιδιωτική ασφάλεια υγείας, να αλλάξει πάροχο φυσικού αερίου/ηλεκτρικού ρεύματος, ή πάροχο τηλεπικοινωνιών. Ωστόσο, περίπου 3 στους 10 απάντησαν ότι μέσα στους επόμενους 12 μήνες σκοπεύουν να πραγματοποιήσουν κάποιο ταξίδι, στο εξωτερικό.
- Τέλος, οι μισοί περίπου ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το εισόδημα του νοικοκυριού τους παρέμεινε το ίδιο, σε σχέση με την περίοδο, πριν το ξέσπασμα της πανδημίας, το 40% ότι μειώθηκε, είτε πολύ, είτε λίγο, ενώ το 10% ότι αυξήθηκε, είτε πολύ, είτε λίγο.

Εκπροσώπηση καταναλωτών

Η εκπροσώπηση των καταναλωτών, σε διάφορα όργανα, επιτροπές και φορείς, στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, απορροφά ένα μεγάλο μέρος των ανθρώπινων πόρων του ΚΕ.Π.ΚΑ. Τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου, το 2021, εκπροσώπησαν τους καταναλωτές, σε όλους τους φορείς και τις επιτροπές, όπου έχουν εκλεγεί.

- Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή (Ο.Κ.Ε.):
 - κ. Ν. Τσεμπερλίδης, ως τακτικό μέλος
 - κ. Ε. Κεκελέκη, ως αναπληρωματικό μέλος
- Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτή και Αγοράς:
 - κ. Ν. Τσεμπερλίδης, ως τακτικό μέλος
- Επιτροπή Φιλικού Διακανονισμού Διαφορών Μητροπολιτικής Ενότητας Θεσσαλονίκης της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας.
 - κ. Ν. Αποστολάκης, ως τακτικό μέλος
 - κ. Ν. Τσεμπερλίδης, ως αναπληρωματικό μέλος
- Επιτροπή Διαβούλευσης Δήμου Θεσσαλονίκης:
 - κ. Ν. Τσεμπερλίδης, ως τακτικό μέλος
 - κ. Α. Αρσλάνογλου, ως αναπληρωματικό μέλος

Το ΚΕ.Π.ΚΑ., επίσης, εκπροσώπησε τους καταναλωτές, σε συναντήσεις και διαβουλεύσεις, με τους παρακάτω φορείς:

- Ευρωπαϊκή Επιτροπή,
- Γενική Διεύθυνση Προστασίας Καταναλωτών της Ευρωπαϊκής Επιτροπής,
- Συμβούλιο Ευρωπαίων Ρυθμιστών Ενέργειας – CEER,
- Ευρωπαϊκή Αρχή Τραπεζών – EBA,
- Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή – Ε.Ο.Κ.Ε.,

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

- Επιτροπή Ανταγωνισμού,
- Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή της Ελλάδας – Ο.Κ.Ε.,
- Ρυθμιστική Αρχή Ενέργειας – Ρ.Α.Ε.,
- Συνήγορος του Καταναλωτή,
- Τράπεζα της Ελλάδος,
- Γενικό Χημείο του Κράτους,
- Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας,
- Διαρκής Επιτροπή Παραγωγής και Εμπορίου του Ελληνικού Κοινοβουλίου,
- Γενική Γραμματεία Αγοράς και Προστασίας των Καταναλωτών,
- Δίκτυο για τη συνεργασία των αρχών προστασίας των καταναλωτών,
- Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτών και Αγοράς – Ε.Σ.Κ.Α.,
- Ειδική Γραμματεία Διαχείρισης Ιδιωτικού Χρέους,
- Κίνημα Αλλαγής – ΚΙΝ.ΑΛ.,
- Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας,
- Δήμος Θεσσαλονίκης,
- Δημοτικό Συμβούλιο Νέων Θεσσαλονίκης,
- Δήμος Ευόσμου – Κορδελιού,
- Α.Π.Θ. – Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης,
- Κ.Α.Π.Ε. - Κέντρο Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας,
- Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης – OECD,
- Διατλαντικός Διάλογος – TACD,
- Διεθνής των Καταναλωτών – CI,
- Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών – BEUC,
- Ευρωπαϊκή Συμμαχία για τη Δημόσια Υγεία – ΕΡΗΑ,
- Κοινοπραξία ConsumerLaw Ready (BEUC – Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών, SME United - Ευρωπαϊκή Συνομοσπονδία Βιοτεχνικών, Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων, EuroChambers - Ένωση Ευρωπαϊκών Επιμελητηρίων Εμπορίου και Βιομηχανίας),
- Δανέζικη Ένωση Καταναλωτών - Forbrugerrådet Tænk,
- Οργάνωση για τα δικαιώματα των Ευρωπαίων Πολιτών - Civil Society Europe,
- Action Aid,
- Συνδέσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων – Σ.Ε.Β.Τ.,
- Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών – Σ.Ε.Β.,
- Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πληροφορικής & Επικοινωνιών Ελλάδας – Σ.Ε.Π.Ε.,
- Ελληνική Συνομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας – Ε.Σ.Ε.Ε.,
- Εμπορικός Σύλλογος Θεσσαλονίκης,
- ΕΛΓΟ Δήμητρα – Ινστιτούτο Μεσογειακών Δασικών Οικοσυστημάτων,
- Ίδρυμα Anna Lidhn,
- Δίκτυο Thess,
- QMCERT,
- Μ.Κ.Ο. Αντιγόνη,
- Γεωτεχνικό Εργαστήριο,
- Όμιλος για την UNESCO Νέων Θεσσαλονίκης,
- Πανελλήνια Ομοσπονδία Ιδιοκτητών Ακινήτων – Π.ΟΜ.ΙΔ.Α.,
- Πρωτοβουλία Higgs,
- Το Σπίτι της Ευρώπης στη Ρόδο,
- VVA (Εκπαίδευση Εκπαιδευτών για την παροχή συμβουλών διαχείρισης χρέους),
- Insurance Innovation (ασφαλιστικό μαγκαζίνο),
- Αμερικάνικη Γεωργική Σχολή,
- Δ.Ε.Η.,
- ΚΕΚ ΓΣΕΒΕΕ.

Ενημέρωση Καταναλωτών – Φορέων

Δελτία Τύπου

Εκδώσαμε **74** δελτία τύπου, με σκοπό να ενημερώσουμε τους καταναλωτές, για τα ακόλουθα θέματα:

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

- Ανοιξιότικες αλλεργίες,
- Αντηλιακά,
- Αντιμετώπιση υψηλών θερμοκρασιών,
- Απολογισμός ΚΕ.Π.ΚΑ. έτους 2020,
- Αποτελέσματα δράσης του ΚΕ.Π.ΚΑ. έτους 2020,
- Ασφάλεια αποκρίατικών ειδών,
- Ασφάλεια παιχνιδιών,
- Ασφάλεια προϊόντων,
- Ασφάλεια χριστουγεννιάτικων στολιδιών,
- Αύξηση τιμής ηλεκτρικού ρεύματος,
- Βιώσιμες κατοικίες,
- Γυαλιά ηλίου,
- Δηλητηριάσεις από χημικά προϊόντα,
- Διαφημίσεις ανθυγιεινών τροφίμων στα παιδιά,
- Διαφήμιση που βασίζεται στην παρακολούθηση για εμπορικούς σκοπούς,
- Δικαιώματα επιβατών αεροπορικών μεταφορών,
- Δικαιώματα επιβατών ακτοπλοϊκών συγκοινωνιών,
- Δικαιώματα επιβατών σιδηροδρομικών μεταφορών,
- Δικαιώματα καταναλωτών στα καταλύματα,
- Δικαιώματα καταναλωτών στις αεροπορικές μεταφορές,
- Εκπαίδευση μικρομεσαίων επιχειρήσεων,
- Εκσυγχρονισμός του δίκαιου ανταγωνισμού για την ψηφιακή εποχή,
- Ενίσχυση του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Φαρμάκων,
- Ενοικίαση σπιτιών,
- Επιβολή Φ.Π.Α. στα αγαθά που αγοράζουμε online,
- Επικίνδυνα χάπια αδυνατίσματος,
- Ερωτήματα - παράπονα - καταγγελίες καταναλωτών στο ΚΕ.Π.ΚΑ.,
- Ευρωπαϊκή οικολογική σήμανση,
- Ευρωπαϊκή Στρατηγική «Από το χωράφι, στο πιάτο»,
- Ινστιτούτα αδυνατίσματος,
- Κίνδυνοι που ελλοχεύουν στις διακοπές μας,
- Κλιματική αλλαγή,
- Μείωση ρύπανσης από πλαστικό,
- Μη ασφαλή προϊόντα στην Ε.Ε.,
- Νέα ενεργειακή ετικέτα,
- Νέα ενεργειακή ετικέτα της Ε.Ε. για προϊόντα φωτισμού,
- Οδηγίες για Χριστουγεννιάτικες Αγορές,
- Οργανωμένα Ταξίδια,
- Παγωτά,
- Παραβιάσεις νομοθεσίας από την πλατφόρμα TikTok,
- Παραβίαση της Ευρωπαϊκής νομοθεσίας, για τις χημικές ουσίες,
- Παράνομα σκεύη φαγητού από «πλαστικό μπαμπού»,
- Πασχαλινό τραπέζι,
- Πετρέλαιο θέρμανσης,
- Προβλήματα καταναλωτών με την εφαρμογή whatapp,
- Προστασία των σπιτιών από διαρρήκτες,
- Πρόωρη απαξίωση προϊόντων από τη Nintendo,
- Πυροτεχνήματα,
- Πώληση καυσόξυλων,
- Σαρακοστιανά τρόφιμα,
- Σκάνδαλο Volkswagen,
- Σολάριουμ,
- Συμβουλές για τις σχολικές αγορές,
- Συμβουλές για το καλοκαίρι,
- Σχολικά κυλικεία,
- Ταξίδι με Ι.Χ.Ε.,

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

- Τατουάζ από μαύρη χένα,
- Τεχνική νοημοσύνη,
- Το σχέδιο της Ε.Ε. για τον καρκίνο,
- Τροφοδηλητηριάσεις,
- Υπέρογκες αυξήσεις τιμών ηλεκτρικού ρεύματος,
- Φυσικό αέριο και βιώσιμη ανάπτυξη.

Διατηρούμε λογαριασμούς, στο Facebook και στο Twitter όπου δημοσιεύουμε όλα τα δελτία τύπου μας. Στους λογαριασμούς αυτούς, δεχόμαστε ερωτήματα και καταγγελίες καταναλωτών, κυρίως, μη μελών του ΚΕ.Π.ΚΑ., τους οποίους καλούμε να γίνουν μέλη του ΚΕ.Π.ΚΑ. Επίσης, δημοσιεύουμε, συχνά, καλέσματα, για εγγραφή νέων μελών, στο ΚΕ.Π.ΚΑ. Οι φίλοι του ΚΕ.Π.ΚΑ., στο Facebook και στο Twitter, στο τέλος του 2020, ανέρχονταν, σε περισσότερους, από 15.882.

Μ.Μ.Ε.

Μέσα στο 2021, τα μέλη του Δ.Σ. του ΚΕ.Π.ΚΑ. συμμετείχαν, σε **33** τηλεοπτικές, σε **40** ραδιοφωνικές εκπομπές και έδωσαν **7** συνεντεύξεις σε Πρακτορεία Τύπου. Το ίδιο χρονικό διάστημα, πετύχαμε **347** καταχωρήσεις δελτίων τύπου μας. Σύνολο: **427**. Δυστυχώς, δεν είναι δυνατό να υπάρχουν ακριβή στοιχεία, για τις ηλεκτρονικές εφημερίδες και τις ενημερωτικές ιστοσελίδες, που χρησιμοποίησαν υλικό του ΚΕ.Π.ΚΑ., για την ενημέρωση των χρηστών τους.

Πολλές ιστοσελίδες ανάρτησαν σύνδεσμο, με την ιστοσελίδα του ΚΕ.Π.ΚΑ. Δεν είναι, όμως, δυνατό να υπάρχουν ακριβή στοιχεία, για τον αριθμό αυτών των ιστοσελίδων. Έχουμε σταθερή συνεργασία, με περισσότερα από **80** blogs και ιστοσελίδες, τα οποία αναδημοσιεύουν τα δελτία τύπου μας.

Στο πλαίσιο της δράσης μας, για την ενημέρωση των καταναλωτών και των φορέων (εθνικών και ευρωπαϊκών), τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου του ΚΕ.Π.ΚΑ., έδωσαν συνεντεύξεις, σε ραδιοφωνικούς σταθμούς (9,84, Alpha, Flash Fm, FM100, FM102, Focus Fm, North, Radio Έβρος, Real Fm, SKAI, ΕΡΤ Σερρών, ΕΡΤ3, Πρακτορείο FM, Ράδιο 1 Βόλος, Ράδιο ΕΝΑ, Ράδιο Παρατηρητής Θράκης, Στο Κόκκινο), σε τηλεοπτικά κανάλια (Atlas TV, Flash TV, Open TV, TV100, Βεργίνα, Δίον, Εγνατία TV, ΕΡΤ3) καθώς και σε εφημερίδες, περιοδικά, πρακτορεία και ηλεκτρονικές σελίδες, με θέματα:

- Black friday,
- Tiktok,
- Whatsapp,
- Αγορές μέσω κοινωνικών δικτύων,
- Ακρίβεια,
- Ακυρώσεις εκδηλώσεων (βαφτίσεις - γάμοι),
- Ασφάλεια παιχνιδιών,
- Διαφήμιση ανθυγιεινών τροφίμων σε παιδιά,
- Δικαιώματα επιβατών ακτοπλοϊκών συγκοινωνιών,
- Δικαιώματα καταναλωτών στις διακοπές,
- Δράσεις του ΚΕ.Π.ΚΑ.,
- Εκπτώσεις,
- Ενέργεια,
- Ενεργειακή σήμανση,
- Επιδότησεις ηλεκτρικής ενέργειας και θέρμανσης,
- Έρευνα ΚΕ.Π.ΚΑ. για τις επιπτώσεις του κορωνοϊού στους καταναλωτές,
- Εφαρμογή e-katanolotis,
- Ηλεκτρονικές αγορές,
- Ηλεκτρονικές απάτες,
- Ηλεκτρονικό εμπόριο,
- Κίνδυνοι για τους καταναλωτές την περίοδο του καλοκαιριού,
- Κλήσεις από 0044,
- Κυλικεία σχολείων,

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

- Παγωτά,
- Πάροχοι ενέργειας,
- Πάροχοι τηλεπικοινωνιών,
- Πασχαλινό τραπέζι,
- Προβλήματα αγοράς λόγω κορωνοϊού,
- Σαρακοσιανά τρόφιμα,
- Συμβουλές για φοιτητές,
- Σχολικά είδη,
- Φ.Π.Α. (Φόρος Προστιθέμενης Αξίας),
- Χριστουγεννιάτικες αγορές,
- Ψηφιακά δικαιώματα καταναλωτών.

Ενημερωτικές εκστρατείες

Το ΚΕ.Π.ΚΑ., κάθε χρόνο, υλοποιεί εκστρατείες, για να ενημερώσει τους καταναλωτές, για τα δικαιώματά τους, σε διαφορετικές περιόδους της χρονιάς και σε διαφορετικούς τομείς της οικονομίας. Έτσι, το 2021, πραγματοποιήσαμε εκστρατείες για να συμβουλέψουμε τους καταναλωτές, για την ασφάλεια των αποκρίατικών ειδών, για την αγορά σαρακοσιανών τροφίμων, για την ασφάλεια των πασχαλινών εδεσμάτων, για τους κινδύνους του καλοκαιριού, για τα δικαιώματά μας στις διακοπές, για την αγορά των σχολικών ειδών, για τα προϊόντα που επιτρέπεται να πωλούνται στα σχολικά κυλικεία, για θέματα θέρμανσης που απασχολούν τους καταναλωτές κάθε φθινόπωρο, παρέχοντας χρήσιμες συμβουλές για την προμήθεια πετρελαίου και καυσόξυλων, για τις ασφαλείς χριστουγεννιάτικες αγορές, για την ασφάλεια των χριστουγεννιάτικων στολιδιών. Επίσης, συμβουλέψαμε τους σπουδαστές για την ενοικίαση σπιτιού.

Τέλος, συμμετείχαμε, σε ενημερωτικές εκστρατείες της ΒΕUC και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, με θέματα:

- Απόσυρση αυτοκινήτων πετρελαίου/βενζίνης,
- Βιώσιμα χρηματοοικονομικά προϊόντα,
- Βιώσιμες κατοικίες,
- Διατροφικά προφίλ τροφίμων,
- Διατροφική σήμανση,
- Διαφήμιση ανθυγιεινών τροφίμων σε παιδιά,
- Διαφήμιση που βασίζεται στην παρακολούθηση για εμπορικούς σκοπούς,
- Ενδοκρινολογικοί διαταράκτες,
- Εξάλειψη της ρύπανσης από πλαστικό,
- Ευρωπαϊκή οικολογική σήμανση ecolabel,
- Ημέρα Ασφαλούς Διαδικτύου 2021,
- Παραβιάσεις των δικαιωμάτων των καταναλωτών, από αεροπορικές εταιρίες, την εποχή του κορωνοϊού,
- Προβλήματα καταναλωτών με την εφαρμογή Whatsapp,
- Προβλήματα καταναλωτών με την πλατφόρμα Tiktok,
- Προϊόντα από μπαμπού,
- Πρόσβαση όλων των καταναλωτών στα φάρμακα,
- Πρόωρη απαξίωση της κονσόλας της Nintendo,
- Σήμανση τροφίμων Nutri-score,
- Χρήση σκοτεινών προτύπων από την Amazon.

Επιπλέον, συμμετείχαμε, σε εκστρατεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, με θέμα «Το μέλλον σου - Η επιλογή σου» και στην ενημέρωση των επιχειρήσεων για το Βραβείο Ασφάλειας Προϊόντων της Ε.Ε., σε εκστρατεία του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Χημικών Προϊόντων, για την προφύλαξη από δηλητηριάσεις, από χημικά προϊόντα και σε εκστρατεία του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Φορητών Μπαταριών, για την ασφαλή χρήση των μπαταριών-κουμπιών.

Όλες οι παραπάνω εκστρατείες είχαν αρκετή κάλυψη, από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Ταυτόχρονα, όλα τα ενημερωτικά μας δελτία ανακοινώνονταν, στην ιστοσελίδα του ΚΕ.Π.ΚΑ.

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών **Απολογισμός Δράσης Έτους 2021**

και στους λογαριασμούς μας, στο Facebook και στο Twitter. Έτσι, καταφέραμε να ενημερώνουμε, εκτός από τα μέλη μας και ένα μεγάλο αριθμό καταναλωτών, που δεν είναι μέλη του ΚΕ.Π.ΚΑ.

Συναντήσεις με φορείς

Με σκοπό την προώθηση των αιτημάτων των καταναλωτών, το Προεδρείο και τα μέλη του Δ.Σ. του ΚΕ.Π.ΚΑ. συνομίλησαν με τους:

- κ. Didier Reynders, Επίτροπο για τη Δικαιοσύνη και τους Καταναλωτές, της Ευρωπαϊκής Επιτροπής
- κ. Christa Schweng, Πρόεδρο της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής
- κ. David Cormand, Ευρωβουλευτή,
- κ. Alain Coheur, Πρόεδρο του Τμήματος «Ενιαία Αγορά, παραγωγή και κατανάλωση» της Ε.Ο.Κ.Ε.,
- κ. Nils Behrndt, Διευθυντή της Γενικής Διεύθυνσης για τη Δικαιοσύνη και τους Καταναλωτές, της Ευρωπαϊκής Επιτροπής,
- κ. Ιωάννη Λιανό, Πρόεδρο της Επιτροπής Ανταγωνισμού,
- κ. Γιάννη Πάιδα, Πρόεδρο Ο.Κ.Ε. - Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής,
- Δρ. Αθανάσιο Δαγούμα, Πρόεδρο Ρυθμιστικής Αρχής Ενέργειας – Ρ.Α.Ε.,
- κ. Λευτέρη Ζαγορίτη, Συνήγορο του Καταναλωτή,
- κ. Γιάννη Στουρνάρα, Διοικητή Τράπεζας της Ελλάδος,
- κ. Γεώργιο Βλάχο, Πρόεδρο της Διαρκούς Επιτροπής Παραγωγής και Εμπορίου του Ελληνικού Κοινοβουλίου,
- κ. Κωνσταντίνο Γιουτίκα, Αντιπεριφερειάρχη Ανάπτυξης και Περιβάλλοντος της Κεντρικής Μακεδονίας,
- κ. Κωνσταντίνο Ζέρβα, Δήμαρχο Θεσσαλονίκης,
- κ. Σίμο Δανιηλίδη, Δήμαρχο Νεάπολης – Συκεών,
- κ. Κλεάνθη Μανδαλιανό, Δήμαρχο Κορδελιού – Ευόσμου,
- κ. Σωτήριο Αναγνωστόπουλο, Γενικό Γραμματέα Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή,
- κ. Φώτη Κουρμούση, Ειδικό Γραμματέα Διαχείρισης Ιδιωτικού Χρέους,
- κ. Αγγελική Πύθουλα, Γενική Διευθύντρια Προστασίας Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων,
- κ. Ιωάννα Πλαντζουνάκη, Προϊστάμενη Τμήματος Συνεργασίας με Κοινωνικούς Φορείς και Εταίρους της Διεύθυνσης Πολιτικής και Ενημέρωσης Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων,
- κ. Παρασκευή Τσάμη, Προϊσταμένη της Γενικής Διεύθυνσης Προστασίας Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων,
- κ. Παντελή Φιλιππίδη, Πρόεδρο του Εμπορικού Συλλόγου Θεσσαλονίκης,
- κ. Ζήση Σαμαράς, Καθηγητή του Εργαστηρίου Εφαρμοσμένης Θερμοδυναμικής του Α.Π.Θ.,
- κ. Νικηφόρο Ζαχάροφ, Υποψήφιος διδάκτωρα του Εργαστηρίου Εφαρμοσμένης Θερμοδυναμικής του Α.Π.Θ.

Εκδόσεις

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. εξέδιδε, σε διμηνιαία βάση, το περιοδικό «Καταναλωτικά Βήματα», ένα πραγματικό εργαλείο, για την ευαισθητοποίηση, την ενημέρωση και την προστασία των καταναλωτών. Η έκδοση του έντυπου περιοδικού γινόταν με ιδίους πόρους και εθελοντική δημοσιογραφία, διότι το ΚΕ.Π.ΚΑ. δε δέχτηκε, ποτέ και δε δέχεται διαφημίσεις, οι οποίες δημιουργούν σχέσεις εξάρτησης της Οργάνωσής μας, από τους διαφημιζόμενους. Ωστόσο, από το 2015, σταματήσαμε την έκδοση του ηλεκτρονικού περιοδικού και το αντικαταστήσαμε με τρίμηνο ηλεκτρονικό περιοδικό, ώστε τα μέλη μας να γνωρίζουν, τις δραστηριότητές μας. Το έντυπο αυτό συντάσσεται, εθελοντικά, εξ' ολοκλήρου, από το διοικητικό συμβούλιο του ΚΕ.Π.ΚΑ. και όπως είναι κατανοητό, γίνεται υπεράνθρωπη προσπάθεια να διατηρηθεί η έκδοσή του και η τακτικότητά του.

Κατά τη διάρκεια του 2021, αποστάληκαν στα μέλη μας, 4 ηλεκτρονικά περιοδικά:

- Απολογισμός 2020,

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

- Ιανουάριος – Απρίλιος 2021,
- Μάιος – Αύγουστος 2021 και
- Σεπτέμβριος – Δεκέμβριος 2021.

Ιστοσελίδα – Μητρώο Μελών – Μητρώο Καταγγελιών

Χρήσιμο εργαλείο, για την ενημέρωση των καταναλωτών, είναι η ιστοσελίδα του ΚΕ.Π.ΚΑ. Το 2020 ολοκληρώθηκε η αναβάθμιση της ιστοσελίδας του ΚΕ.Π.ΚΑ. με την πολύτιμη βοήθεια και υποστήριξη της ΒΕUC, στο πλαίσιο του προγράμματος Dataactive. Η νέα και ανανεωμένη ιστοσελίδα χρησιμοποιεί σύγχρονα εργαλεία για την ορθή, ασφαλή και σύγχρονη προβολή του περιεχομένου, είναι συμβατή με κινητά και tablet, έχει μεταφερθεί σε νέο server με υψηλές προδιαγραφές ασφάλειας και έχουν ενεργοποιηθεί πιστοποιητικά SSL. Ταυτόχρονα οι εργαζόμενοι, τα μέλη του Δ.Σ. και οι εθελοντές κάνουν έκτοτε και καθ' όλη τη διάρκεια του 2021 μια τεράστια προσπάθεια επικαιροποίησης των άρθρων, που ξεπερνούν τα 3.000 άρθρα.

Έρευνες

Το 2021, διενεργήσαμε έρευνα, για να διαπιστώσουμε τις επιπτώσεις της πανδημίας του κορωνοϊού, στις αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών.

Επίσης, στο πλαίσιο κοινών δράσεων, με την ΒΕUC – Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ενώσεων Καταναλωτών, διενεργήσαμε τις παρακάτω έρευνες:

- Καταγραφή παραπόνων καταναλωτών, για την κονσόλα Nintendo Switch,
- Καταγραφή μαρτυριών καταναλωτών, για τα προβλήματά τους, με την πλατφόρμα TikTok,
- Σάρωση ιστοτόπων, για εύρεση διαφημίσεων ανθυγιεινών τροφίμων, στα παιδιά,
- Σάρωση ιστοτόπων, για εύρεση συμπληρωμάτων διατροφής, που περιέχουν επικίνδυνες ουσίες.

Επίσης, λάβαμε μέρος, σε αρκετές έρευνες και μελέτες, για να καταγραφεί και να αναδειχθεί η άποψη των καταναλωτών. Η εμπειρία, που αποκομίσαμε, από αυτή μας τη δραστηριότητα, ήταν ότι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, κυρίως, αλλά όχι μόνο, αναθέτει, σε κάποια γραφεία μελετών, ή Πανεπιστήμια, τα οποία πληρώνει, αδρά και τα οποία είναι άσχετα, με τα θέματα καταναλωτών, να διερευνήσουν κάποιο θέμα, σχετικό με τους καταναλωτές και ταυτόχρονα, τους δίνει και έναν κατάλογο, με τις ενεργές και σοβαρές Ενώσεις Καταναλωτών, στην Ευρώπη. Τα γραφεία στέλνουν ένα ερωτηματολόγιο, στις Ενώσεις, στο οποίο πρέπει να απαντήσουν. Τα ερωτηματολόγια αυτά είναι τεράστια, πολύ σύνθετα και αρκετές φορές ακόμα και δυσνόητα. Λάβαμε ερωτηματολόγια ακόμα και 90 σελίδων, με τεχνικούς όρους, νομική ορολογία κ.λπ. Παρ' όλες τις δυσκολίες, λάβαμε μέρος, σε **17** έρευνες, επειδή το θέμα τους ήταν πολύ σημαντικό, για τους καταναλωτές. Η συμμετοχή μας, στην παραπάνω δραστηριότητα, απορροφά ένα μεγάλο κομμάτι του χρόνου μας και των ανθρώπινων πόρων μας. Όμως, είναι πολύ σημαντικό να απαντούμε, σε τέτοια ερωτηματολόγια, για να ακούγονται οι απόψεις και προβληματισμοί των καταναλωτών.

Συμμετείχαμε, στις παρακάτω έρευνες:

- Του Συμβουλίου Ευρωπαίων Ρυθμιστών Ενέργειας (CEER) και της ΒΕUC:
 - 6 αρχές για την ενέργεια,
- Της ΒΕUC:
 - Αγωγή καταναλωτή,
 - "Πράσινη σήμανση" στις τηλεπικοινωνίες,
 - Νέοι καταναλωτές και καταναλωτικό κίνημα,
 - Ενεργειακή κατανάλωση,
 - Χρήση μετρητών για πληρωμές,
 - Ψηφιακό χάσμα,
 - Διαφήμιση ανθυγιεινών τροφίμων σε παιδιά,
 - Επάρκεια εμβολίων για όλους,
- Της Ευρωπαϊκής Επιτροπής:
 - Προώθηση ασφαλιστικών προϊόντων,

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

- ο Ψηφιακή δεκαετία για νέους,
- Της CI – Διεθνούς των Καταναλωτών:
 - ο Παγκόσμια Ημέρα Καταναλωτών,
- Της Οργάνωσης Friends of the Earth (Φίλοι της Γης):
 - ο Προστασία περιβάλλοντος,
- Του Ερευνητικού Ινστιτούτου για το Περιβάλλον - ΟΕΚΟ της Γερμανίας:
 - ο Περιβαλλοντικός αντίκτυπος των ηλεκτρονικών τηλεπικοινωνιών,
- Της Ειδικής Γραμματείας Διαχείρισης Ιδιωτικού Χρέους:
 - ο Εθνική Στρατηγική Χρηματοοικονομικού Αλφαριθμητισμού,
- Του Δικτύου Thess:
 - ο Ανάγκες οργανώσεων μελών του Δικτύου Thess,
- Της Wise-Act:
 - ο Αυτόνομα αυτοκίνητα.

Εκπαίδευση

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. συμμετείχε, είτε ως ομιλητής, είτε ως συντελεστής, ανέλυσε τους προβληματισμούς, τις απόψεις και τα αιτήματα των καταναλωτών και ενημέρωσε τους καταναλωτές, που τις παρακολούθησαν, για τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις μας, σε τουλάχιστον **15** εκδηλώσεις. Συνολικά, το 2021, εκπαιδεύσαμε πάνω από **740** μικρούς και ενήλικες καταναλωτές.

Διευθέτηση Καταγγελιών

Το 2021, το ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών δέχθηκε **2.582** ερωτήματα - καταγγελίες – παράπονα καταναλωτών. Η ανάλυσή τους είναι:

A/A	Κατηγορία		Αριθμός	Ποσοστό
1	Ελαττωματικά προϊόντα - εγγυήσεις		588	22,7
2	Πωλήσεις από απόσταση		362	14,0
3	Πάροχοι τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών		346	13,4
	Ενέργεια		298	11,5
	Πάροχοι ηλεκτρικής ενέργειας	248		
	Πάροχοι φυσικού αερίου	44		
	Νοθεία –Κλοπή καυσίμων	6		
4	Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες		196	7,6
	Τραπεζικές υπηρεσίες	124		
	Εταιρίες ενημέρωσης οφειλετών	32		
	Ασφαλιστικές υπηρεσίες	84		
	Πτώχευση καταναλωτών	16		
5	Πάροχοι ταχυδρομικών υπηρεσιών		172	6,7
6	Υπηρεσίες από ελεύθερους επαγγελματίες		144	5,6
7	Τουριστικές υπηρεσίες		102	4,0
8	Ινστιτούτα-Γυμναστήρια		82	3,2
9	Μεταφορές		54	2,1
	Αεροπορικές μεταφορές	42		
	Ακτοπλοϊκές μεταφορές	6		
	Αστικές μεταφορές	4		
	Υπεραστικές μεταφορές	2		
10	Δημόσιες υπηρεσίες		52	2,0
11	Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές		34	1,3
12	Ακίνητα		32	1,2
13	Προκαταβολές		30	1,2
14	Ακατάλληλα τρόφιμα		22	0,9
15	Πάροχοι νερού		16	0,6

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

16	Λοιπές καταγγελίες		14	0,5
17	Παραβίαση προσωπικών δεδομένων και ιδιωτικής ζωής		12	0,5
18	Σουπερμάρκετ		12	0,5
19	Αυξήσεις τιμών		8	0,3
20	Υπερβολικές απαιτήσεις καταναλωτών		6	0,2
	ΣΥΝΟΛΟ		2.582	100,00

Μέσα στο 2021, δεχτήκαμε **432** καταγγελίες, **2026** παράπονα, **124** ερωτήματα καταναλωτών.

Πρέπει να τονίσουμε ότι από το σύνολο των **2.582** ερωτημάτων, παραπόνων και καταγγελιών, μόνο το **20,30%** κατατέθηκε, από μέλη του ΚΕ.Π.ΚΑ. Το υπόλοιπο **79,70%** κατατέθηκε, από καταναλωτές, που «ανακάλυψαν» το ΚΕ.Π.ΚΑ., όταν είχαν προσωπικό πρόβλημα, το χρησιμοποίησαν, για συμβουλές, αλλά δεν ενδιαφέρθηκαν να το στηρίξουν, με το να γίνουν μέλη.

Το **86,11%** των καταγγελιών επιλύθηκαν, υπέρ των καταναλωτών, μετά από παρέμβαση του ΚΕ.Π.ΚΑ., στους προμηθευτές. Το **9,04%** των καταγγελιών δεν επιλύθηκαν, λόγω ελλείπων, στοιχείων, που προσκόμισαν οι καταναλωτές, ή λόγω αδράνειας των μηχανισμών ελέγχου της Πολιτείας, ή λόγω υπερβολικών απαιτήσεων των καταναλωτών. Για το **2,31%** των καταγγελιών δεν έχει ολοκληρωθεί η διαδικασία της επίλυσης, η οποία συνεχίζεται το 2021. Το **2,54%** των καταγγελιών παραπέμφθηκε στις επιτροπές εναλλακτικής επίλυσης διαφορών, όπου δόθηκε συμβιβαστική λύση.

Η σημαντικότερη προσφορά του ΚΕ.Π.ΚΑ., σε όλους τους καταναλωτές (όχι μόνο στα μέλη) είναι η παρέμβασή μας, για τη δημιουργία, συμπλήρωση, ή αλλαγή της νομοθεσίας, που προστατεύει τους καταναλωτές, σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο. Αυτή η δράση μας, μας βοηθάει στο να πετυχαίνουμε σημαντικά αποτελέσματα, προς άμεσο όφελος των καταναλωτών. Ενδεικτικά, αναφέρουμε κάποια παραδείγματα:

1. Οι καταναλωτές – μέλη του ΚΕ.Π.ΚΑ. ωφελήθηκαν, με τη μεσολάβηση του ΚΕ.Π.ΚΑ., με το ποσό των **169.850,86** ευρώ. Αναλυτικά από:

- Επιστροφές χρεώσεων από χρηματοοικονομικές υπηρεσίες: **50.792,94** ευρώ
- Αποζημιώσεις, για ελαττωματικά προϊόντα: **41.016,44** ευρώ
- Αποζημιώσεις, από ασφαλιστικές υπηρεσίες: **36.055,30** ευρώ
- Ακυρώσεις συμβάσεων πωλήσεων, από απόσταση: **17.597,34** ευρώ
- Ακυρώσεις συμβολαίων ισοτιπούτων αδυνατίσματος και γυμναστηρίων: **15.120,92** ευρώ
- Επιστροφές χρεώσεων παρόχων τηλεπικοινωνιών: **5.624,10** ευρώ
- Αποζημιώσεις, από τουριστικές υπηρεσίες: **2.903,08** ευρώ
- Επιστροφές χρεώσεων από παρόχους ταχυδρομικών υπηρεσιών: **219,70** ευρώ
- Αποζημιώσεις, από παρόχους ηλεκτρικής ενέργειας: **202,12** ευρώ
- Επιστροφές προκαταβολών: **180** ευρώ
- Αποζημιώσεις, από παρόχους φυσικού αερίου: **112,02** ευρώ
- Επιστροφές νοσηλίων: **26,90** ευρώ

2. Το ΚΕ.Π.ΚΑ. συνδράμει τα μέλη του, στη διαδικασία ρύθμισης οφειλών υπερχρεωμένων καταναλωτών. Στα πλαίσια αυτής της δραστηριότητας: 62 καταναλωτές ζήτησαν πληροφόρηση και συμβουλές, από το ΚΕ.Π.ΚΑ., είτε τηλεφωνικά, είτε επισκεπτόμενοι τα γραφεία μας. Ακόμη περισσότεροι βρήκαν τις πληροφορίες αυτές, στην ιστοσελίδα μας, ή στους λογαριασμούς μας, στο facebook και στο twitter.

3. Επιβλήθηκε από τη Γενική Διεύθυνση Προστασίας Καταναλωτή, πρόστιμο ύψους 70.000 ευρώ για παραβάσεις διατάξεων της νομοθεσίας για την προστασία του καταναλωτή, στην εταιρία ΘΕΡΜΟΗΛ Α.Ε., μετά από καταγγελία μέλους του ΚΕ.Π.ΚΑ.

4. Η Επιτροπή Προστασίας για την ψυχική υγεία των ανήλικων καταναλωτών, κατόπιν ενημέρωσης από το ΚΕ.Π.ΚΑ., για τα σοβαρά προβλήματα που δημιουργεί το TikTok στους ανήλικους καταναλωτές, προχώρησε στην έκδοση συστάσεων-συμβουλών, για να

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών

Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

ευαισθητοποιήσει το κοινό και τους γονείς, με τον τίτλο: «Πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης και ανήλικοι καταναλωτές».

5. Η Διεύθυνση Αστυνομίας Χαλκιδικής διενήργησε ελέγχους σε παραλίες της Χαλκιδικής, όπου υπήρχαν, παράνομες μόνιμες κατασκευές για ομπρέλες και ξαπλώστρες, μετά από καταγγελία μέλους του ΚΕ.Π.ΚΑ. Η αστυνομία ενημέρωσε το Δήμο Κασσάνδρας, ο οποίος απομάκρυνε ομπρέλες και ξαπλώστρες.

6. Τράπεζα επέστρεψε σε καταναλωτή 20.000 ευρώ, μετά από παρέμβαση του ΚΕ.Π.ΚΑ., γιατί ενώ ο καταναλωτής είχε επιστρέψει τις εγγυητικές, για τις οποίες η τράπεζα είχε παρακρατήσει το ποσό αυτό, η τράπεζα δεν το αποδέσμευε.

7. Εταιρία ενημέρωσης οφειλετών αναγκάστηκε, μετά από επανειλημμένες παρεμβάσεις του ΚΕ.Π.ΚΑ., να εφαρμόσει τους όρους ρύθμισης δανείου και να κουρέψει το δάνειο καταναλώτριας κατά 5.201,47 ευρώ.

8. Τράπεζες επέστρεψαν σε καταναλωτές διάφορα ποσά, που προέρχονταν από τόκους, προμήθειες, έξοδα συναλλαγών κ.λπ.

9. Ασφαλιστική εταιρία, που αρνούνταν να αποδεχθεί αίτημα εξαγοράς ασφαλιστικού συμβολαίου, μετά την παρέμβαση του ΚΕ.Π.ΚΑ., πίστωσε το λογαριασμό της καταναλώτριας, με το ποσό των 11.498,15 ευρώ.

10. Ασφαλιστική εταιρία, που αρνούνταν να αποζημιώσει καταναλώτρια, για μερική κλοπή του αυτοκινήτου της, μετά την παρέμβαση του ΚΕ.Π.ΚΑ., κατέβαλε στην καταναλώτρια το ποσό των 5.529,50 ευρώ.

11. Ασφαλιστική εταιρία, που ταλαιπωρούσε καταναλωτή, επί ένα χρόνο, αρνούμενη την αποζημίωσή του, για ολική φθορά της μηχανής του, μετά την παρέμβασή του ΚΕ.Π.ΚΑ., κατέβαλε στον καταναλωτή 1.000 ευρώ.

12. Εταιρία κινητής τηλεφωνίας αφαίρεσε, από λογαριασμό καταναλώτριας, το ποσό των 129,33 ευρώ, που αντιστοιχούσε στον προηγούμενο λογαριασμό, τον οποίο είχε πληρώσει, κανονικά, η καταναλώτρια. Η εταιρία επί 20 ημέρες δεν παραδεχόταν το λάθος της και με την παρέμβαση του ΚΕ.Π.ΚΑ. διόρθωσε το λογαριασμό.

13. Έγιναν δεκτά, από παρόχους τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, αιτήματα καταναλωτών, για ενεργοποίηση συνδέσεων που καθυστερούσαν αδικαιολόγητα, για διακοπή συμβολαίων, για ακύρωση ενεργοποίησης συνδέσεων, για αποκατάσταση βλαβών, για διόρθωση λογαριασμών, για επιστροφή χρημάτων από υπηρεσίες πολυμεσικής πληροφόρησης (πενταψήφια), για παροχή εξηγήσεων στους καταναλωτές, για εφαρμογή όρων συμβολαίων, για αποδοχή δικαιώματος υπαναχώρησης κ.λπ.

14. Η Ε.Δ.Α.-Εταιρία Διανομής Αερίου, επέστρεψε 56,01 ευρώ, σε καταναλώτρια, ποσό που είχε χρεωθεί στο λογαριασμό της, για αλλαγή μετρητή, ο οποίος ήταν ελαττωματικός και η ευθύνη αλλαγής του βάρυνε την Ε.Δ.Α.

15. Η Ε.Δ.Α -ΘΕΣΣ, όρισε και πραγματοποίησε ραντεβού, για λήψη ενδείξεως μετρητή καταναλώτριας, μετά την παρέμβαση του ΚΕ.Π.ΚΑ., ενώ ταλαιπωρούσε την καταναλώτρια, επί δύο μήνες.

16. Ακτοπλοϊκή εταιρία αποζημίωσε καταναλωτή με το ποσό των 158,10 ευρώ, για άρνηση επιβίβασης, μετά την παρέμβαση του ΚΕ.Π.ΚΑ.

17. Ξενοδοχείο, που είχε αποδεχθεί ηλεκτρονική κράτηση, αρνούνταν να επιστρέψει το ποσό των 162,70 ευρώ, στην καταναλώτρια, η οποία υπαναχώρησε την επομένη της κράτησης. Η παρέμβαση του ΚΕ.Π.ΚΑ. δικαίωσε τον καταναλωτή.

18. Καταναλώτρια προσέφυγε στο ΚΕ.Π.ΚΑ., γιατί δεν πραγματοποιούνταν η παράδοση προϊόντων που είχε παραγγείλει, ηλεκτρονικά. Η παράδοση καθυστερούσε 3 μήνες. Μετά την παρέμβαση του ΚΕ.Π.ΚΑ., τα είδη παραδόθηκαν εντός 20 ημερών.

19. Πάροχοι ηλεκτρικού ρεύματος επέστρεψαν, σε καταναλωτές, ποσά, με τα οποία είχαν χρεώσει, τους καταναλωτές, για ρήτρες αποχώρησης, για μη εφαρμογή συμβατικών όρων, για λάθος χρεώσεις στους λογαριασμούς, λάθος καταμετρήσεις κ.λπ.

20. Πάροχοι ηλεκτρικού ρεύματος, κατόπιν πιέσεων του ΚΕ.Π.ΚΑ., απέστειλαν τις καταγραφές ηλεκτρονικών συνομιλιών, με καταναλωτές, ώστε να διαπιστωθεί αν πράγματι υπήρξε παραπλάνηση των καταναλωτών.

21. Ινστιτούτα αδυνατίσματος ακύρωσαν συμβάσεις παροχής υπηρεσιών, και επέστρεψαν τα ποσά, που είχαν χρεώσει, στους καταναλωτές.

22. Επεστράφησαν προκαταβολές, σε μέλη του ΚΕ.Π.ΚΑ., από διάφορες επιχειρήσεις.

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

23. Αεροπορικές εταιρίες αποζημίωσαν επιβάτες, για ακυρώσεις και καθυστερήσεις πτήσεων.
24. Η εταιρία ΗΥΥΝΔΑΙ – ΚΙΑ, η οποία αρνούνταν να υλοποιήσει τις υποσχέσεις της, για δωρεάν σέρβις, εσαεί, αναγκάστηκε να πραγματοποιήσει τις υποσχέσεις της.
25. Ηλεκτρονικά καταστήματα, επέστρεψαν τα χρήματα, που είχαν καταβάλει οι καταναλωτές, οι οποίοι άσκησαν το δικαίωμα της υπαναχώρησης, μόνο μετά την παρέμβαση του ΚΕ.Π.ΚΑ.
26. Καταναλώτρια, λόγω συστημικού προβλήματος, υπέβαλλε και χρεώθηκε 5 φορές την παραγγελία της, σε ηλεκτρονικό κατάστημα. Μετά από συνεχείς πιέσεις του ΚΕ.Π.ΚΑ., αντιλογίστηκαν χρεώσεις ύψους 2063,01 ευρώ.
27. Εταιρείες αναγκάστηκαν να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των εγγυήσεων, για ελαττωματικά προϊόντα. Αντικαταστάθηκαν, ή επισκευάστηκαν, ή επιστράφηκε το τίμημα για πλυντήρια, κουζινομηχανές, σκουλαρίκια, τηλεοράσεις, κινητά τηλέφωνα, laptops, ηλεκτρικούς φούρνους κ.λπ.

Μαζικοποίηση ΚΕ.Π.ΚΑ.

Το 2021, **693** μέλη ανανέωσαν τη συνδρομή τους ή έκαναν αρχική εγγραφή, στο ΚΕ.Π.ΚΑ. Σε σχέση με το 2020, παρουσιάζεται αύξηση, κατά **7,28%**.

Το ποσό, που εισέρρευσε, στο ταμείο του ΚΕ.Π.ΚΑ., ήταν **19.720** ευρώ, **αυξημένο** κατά **9,86%** έναντι του 2020.

Φυσικά, δεν είμαστε ικανοποιημένοι. Αντίθετα, είμαστε απογοητευμένοι, γιατί το ΚΕ.Π.ΚΑ. με τόση δράση, δε στηρίζεται, όπως θα έπρεπε, από τους καταναλωτές. Θέλουμε να διευρύνουμε τη δράση του ΚΕ.Π.ΚΑ., να μπορούμε να κάνουμε συγκριτικά τεστ προϊόντων, να ελέγχουμε την ασφάλεια τροφίμων και προϊόντων, να εξυπηρετούμε περισσότερους καταναλωτές και πολλά άλλα.

Το 2021 είχαμε **125** εγγραφές νέων μελών, από αυτούς το **85,6%** έγινε μέλος, για να λύσει το πρόβλημά του. Αντίστοιχα, μέσα στο 2021, **δεν ανανέωσαν την εγγραφή 81 μέλη**, τα περισσότερα των οποίων είχαν λάβει υπηρεσίες, από το ΚΕ.Π.ΚΑ.

Για τη μαζικοποίηση του ΚΕ.Π.ΚΑ., χρησιμοποιήσαμε τους λογαριασμούς, στο Facebook και στο Twitter, μέσα από τους οποίους απευθύναμε καλέσματα, για εγγραφή νέων μελών, στο ΚΕ.Π.ΚΑ.

Η μεγάλη μας ανησυχία και αγωνία είναι αν οι οικονομικοί πόροι θα επιτρέψουν να καλύψουμε τα λειτουργικά έξοδα. Όμως, είμαστε αποφασισμένοι να διασφαλίσουμε την ανεξαρτησία του ΚΕ.Π.ΚΑ., από συμφέροντα. Κάθε χρόνο, πρέπει να εισπράξουμε εκατοντάδες συνδρομές των 25 ευρώ, η καθεμία. Θέλουμε λίγα από πολλούς. Δε θέλουμε πολλά από λίγους. Είναι ένας δύσκολος και χωρίς τα επιθυμητά αποτελέσματα, μέχρι σήμερα, δρόμος.

Συνεργαζόμασταν με δύο εταιρίες, για την είσπραξη των συνδρομών. Σταματήσαμε τη συνεργασία, με την εταιρεία ειδοποίησης των μελών για πληρωμή συνδρομής, λόγω οικονομικών δυσκολιών και το έργο αυτό ανέλαβαν οι εργαζόμενοι και οι εθελοντές του ΚΕ.Π.ΚΑ. Συνεχίζουμε τη συνεργασία μας, με την εταιρία courier, που εισπράττει «κατ' οίκον» τις συνδρομές. Όμως, κάθε επίσκεψη του εισπράκτορα, στο χώρο του καταναλωτή, κοστίζει 3,50 ευρώ. Γίνεται, αμέσως, αντιληπτό ότι, από τα 25 ευρώ της ετήσιας συνδρομής, στο ΚΕ.Π.ΚΑ., απομένουν 21,50 ευρώ, στο ΚΕ.Π.ΚΑ.

Κάνουμε έκκληση, στη φιλοτιμία των μελών, που μας στηρίζουν χρόνια. Ας διαδώσουμε τη φήμη του ΚΕ.Π.ΚΑ. Ας γράψουμε μέλη. Μόνον, έτσι, βοηθάμε το ΚΕ.Π.ΚΑ.

Επίλογος

Όσα αναφέρονται παραπάνω αποτελούν μια καταγραφή της δραστηριότητάς μας, για το έτος 2021. Θέλουμε να πιστεύουμε ότι και ο φετινός απολογισμός είναι πλούσιος. Το ΚΕ.Π.ΚΑ. έχει, πλέον, αναγνωριστεί, ως η μεγάλη, δυναμική και αξιόπιστη Ένωση Καταναλωτών, με

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

αποκλειστικό σκοπό την προστασία των Καταναλωτών. Στο έργο μας αυτό, εκτός από μέλη του Δ.Σ., που ήταν, παρόντες, σε καθημερινή βάση, είχαμε τη βοήθεια των δύο εργαζόμενων του ΚΕ.Π.ΚΑ.

Η λειτουργία του ΚΕ.Π.ΚΑ. βασιζόταν και βασίζεται, σε συγκεκριμένες αρχές. Εθελοντισμός, αξιοπιστία, διαφάνεια, δημοκρατία, συλλογικότητα, ανεξαρτησία. Αυτές τις αρχές διαφυλάξαμε όλη την προηγούμενη χρονιά. Θέλουμε να στείλουμε ένα μήνυμα, προς όλες τις πλευρές (κόμματα, εξουσίες, οικονομικά συμφέροντα): Το ΚΕ.Π.ΚΑ. είναι ανεξάρτητη Ένωση Καταναλωτών. Τα εκλεγμένα, με δημοκρατικές, συλλογικές διαδικασίες, μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου είναι τα μόνα, που αποφασίζουν τη στρατηγική και την πολιτική της οργάνωσης. Για το λόγο αυτό, όλοι εμείς, που αποτελούμε μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου, τακτικά και αναπληρωματικά καθώς και τα μέλη της Εξελεγκτικής Επιτροπής έχουμε διασφαλίσει το βιοπορισμό μας, από πηγές, εκτός ΚΕ.Π.ΚΑ. Δηλαδή, από την εργασία μας. Προσφέρουμε, εθελοντικά, σε βάρος του ελεύθερου χρόνου μας, σε βάρος των οικογενειών μας, σε βάρος της προσωπικής μας διασκέδασης. Προσφέρουμε, γιατί αυτό μας ανταποδίδει χαρά, γνώση, ικανοποίηση ότι συμμετέχουμε στην Κοινωνία των Πολιτών. Προσφέρουμε, γιατί είναι επιλογή μας και αγαπάμε αυτό, που κάνουμε. Η διασφάλιση του βιοπορισμού μας, σε συνδυασμό, με τον απαραίτητο όρο του εθελοντισμού, μας κάνουν ανεξάρτητους, από οποιαδήποτε συμφέροντα, οικονομικά και κομματικά. Όποιος και αν ασκεί εξουσία, αν την ασκεί, σωστά, θα έχει την αναγνώρισή μας. Όποιος και αν ασκεί εξουσία, αν κάνει λάθη, θα του τα επισημαίνουμε. Όμως, αν εφαρμόζει, συνειδητά, πολιτικές, που βλάπτουν τα δικαιώματα των Καταναλωτών, θα μας βρει απέναντι και θα χρεωθεί το κόστος των επιλογών του.

Η διαφάνεια και η δημοκρατική λειτουργία, αποτελούν βασικές αρχές της λειτουργίας του ΚΕ.Π.ΚΑ. Για αυτό, από το 2011, αρχίσαμε να δημοσιεύουμε, στην ιστοσελίδα μας, καταρχάς, το σχέδιο και μετά την έγκριση, το τελικό κείμενο του διοικητικού και οικονομικού μας απολογισμού, δίνοντας, έτσι, τη δυνατότητα, στα μέλη μας, εκτός Θεσσαλονίκης και σε όσους δεν είναι δυνατόν να συμμετάσχουν, στη Γενική μας Συνέλευση, να ενημερωθούν και να μας κρίνουν. Ήδη, αρκετά μέλη μας, μας έστειλαν ηλεκτρονική αλληλογραφία, με τα σχόλια και τα συγχαρητήριά τους.

Όλα αυτά τα χρόνια, που λειτουργούμε, στο ΚΕ.Π.ΚΑ., ζήσαμε πολλές εμπειρίες, γευτήκαμε χαρές και λύπες. Λυπηθήκαμε, για την αρνητική στάση ανθρώπων, που ωφελήθηκαν, από το ΚΕ.Π.ΚΑ., για την αδιαφορία και απροθυμία άλλων να «σηκωθούν από τον καναπέ τους», για την προσπάθεια κάποιων να εκμεταλλευτούν το ΚΕ.Π.ΚΑ. και τα μέλη του, για την αγачιστία κάποιων άλλων.

Πρέπει, όμως, να παραδεχτούμε ότι γευτήκαμε και πολλές χαρές. Κερδίσαμε γνώση, δεξιότητες, αναγνώριση, γίναμε συμμετοχοί και συνδιαμορφωτές αποφάσεων. Τελικά, κάναμε βήματα, για την καλύτερη προστασία των δικαιωμάτων μας.

Προγραμματισμός δράσης έτους 2022

Το 2022, θα συνεχίσουμε, με την ίδια ένταση, τη δράση μας, παρεμβαίνοντας, καθημερινά, οπουδήποτε χρειαστεί, για την προστασία του καταναλωτή, σε ελληνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο. Συγχρόνως, προσπαθούμε να ενδυναμώσουμε τον εθελοντισμό και τη συλλογική δράση.

Πρώτο μέλημά μας είναι η επιβίωση του ΚΕ.Π.ΚΑ. Η εγγραφή όσο γίνεται περισσότερων νέων μελών, στο ΚΕ.Π.ΚΑ., θα έχει, ως αποτέλεσμα, να γίνει το ΚΕ.Π.ΚΑ. ένα μεγάλο και ισχυρό κίνημα, που θα παίζει, ακόμα πιο αποτελεσματικά, το ρόλο του, στη λειτουργία της ελεύθερης αγοράς. Η εγγραφή στο ΚΕ.Π.ΚΑ. κάνει τον καταναλωτή να συνειδητοποιήσει τα δικαιώματα και τη δύναμή του. Μαθαίνει να αντιδρά, σε κάθε προσπάθεια υπονόμευσης αυτών των δικαιωμάτων, απ' όπου και αν προέρχεται αυτή.

Δεύτερο μέλημά μας είναι η αντιμετώπιση της ακρίβειας και της φτώχειας, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στην Ευρώπη και η διασφάλιση του δικαιώματος, στην κατανάλωση. Καθημερινά, το

ΚΕ.Π.ΚΑ. – Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Απολογισμός Δράσης Έτους 2021

ΚΕ.Π.ΚΑ. επισκέπτονται πολίτες, με μηδαμινό εισόδημα (άνεργοι), ή ελάχιστο εισόδημα. Αυτοί οι συμπολίτες μας, δεν μπορούν να αγοράσουν ούτε τα απαραίτητα, δεν έχουν δικαίωμα, στην κατανάλωση. Προσπαθούμε να αναδείξουμε το πρόβλημα αυτό και πιέζουμε, σε ευρωπαϊκό επίπεδο, να βρεθούν λύσεις. Ταυτόχρονα, συνεχίζουμε να δίνουμε μεγάλο βάρος, στη διασφάλιση της πρόσβασης των καταναλωτών, στις καθολικές υπηρεσίες (τηλεπικοινωνίες, ηλεκτρικό ρεύμα, φυσικό αέριο, ταχυδρομικές υπηρεσίες, αστικές συγκοινωνίες, νερό). Η ακρίβεια και οι υψηλές τιμές αυτών των υπηρεσιών, σε συνδυασμό, με τη μείωση των εισοδημάτων των καταναλωτών, έχουν βάλει, σε κίνδυνο τη δυνατότητά μας να λαμβάνουμε και να πληρώνουμε αυτές τις υπηρεσίες. Όμως, ο αποκλεισμός μας, από τις καθολικές υπηρεσίες, οδηγεί, με μαθηματική ακρίβεια, σε οικονομικό και κοινωνικό αποκλεισμό. Έτσι, δίνουμε μάχες και σε εθνικό επίπεδο και σε ευρωπαϊκό, για να μπορούν όλοι οι καταναλωτές να απολαμβάνουν το ηλεκτρικό ρεύμα, το νερό, τις αστικές μεταφορές κ.λπ.

Τρίτο μέλημά μας η καθημερινή παρουσία του ΚΕ.Π.ΚΑ. και η παρέμβασή του, σε αποφάσεις, που αφορούν τους καταναλωτές. Δε θα διστάσουμε, ποτέ, να καταγγείλουμε και να συγκρουστούμε, με οποιονδήποτε, όσο υψηλά και αν βρίσκεται, εάν πρόκειται να προστατευτούν τα δικαιώματα των καταναλωτών. Έτσι, το 2022, συνεχίζουμε την παρέμβασή μας και τον αγώνα μας, για να μην υποβαθμιστούν τα δικαιώματα των καταναλωτών, για να λειτουργήσει η τεχνητή νοημοσύνη προς όφελος των καταναλωτών, για να θεσμοθετηθεί ένα λειτουργικό εργαλείο για τη συλλογική αποζημίωση, για να μην εγκριθεί η πρόταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την Ευρωπαϊκή Δευτερεύουσα Αγορά Δανείων (κόκκινα δάνεια), για την προστασία της πρώτης κατοικίας, για την πράσινη μετάβαση, για τη ψηφιακή μετάβαση, για την αντιμετώπιση των κλιματικών αλλαγών, για την αντιμετώπιση της πανδημίας, για την προστασία των καταναλωτών στους τομείς της ενέργειας, των τηλεπικοινωνιών και των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, για τη βιώσιμη διατροφή, για την προστασία των προσωπικών δεδομένων, για την πρόωρη απαξίωση των αγαθών, για την κυκλική οικονομία, για την ηθική στην κατανάλωση, για τα δικαιώματα επιβατών αεροπορικών εταιρειών, για την απλή και κατανοητή σήμανση των τροφίμων, για τις βιώσιμες χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, για να γίνει η βιώσιμη επιλογή μια εύκολη επιλογή, για τους καταναλωτές, για να διασφαλιστεί η επάρκεια, η πρόσβαση και η προσιτή τιμή φαρμάκων, για όλους τους καταναλωτές, για να υπάρχει άμεση και σωστή αντιμετώπιση των κρίσεων υγείας, κ.λπ.

Συνεχίζουμε, δυναμικά, την παρέμβασή μας, στη δημιουργία, ή στην αναμόρφωση του θεσμικού πλαισίου, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στην Ευρώπη. Διεκδικούμε μια Ευρώπη, με κέντρο τον άνθρωπο και μια ισχυρή Κοινωνία των Πολιτών.

Το 2022 θα συνεχίσουμε να παλεύουμε, για να γίνει πραγματικότητα το σύνθημα του ΚΕ.Π.ΚΑ.:

Γνωρίζω

Συνειδητοποιώ

Οργανώνομαι

Προστατεύομαι.