



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



Αθήνα, 16 Οκτωβρίου 2008
Αριθ. πρωτ.: 1285

Προς:

Εθνική Επιτροπή για τα Δικαιώματα του Ανθρώπου
Νεοφύτου Βάμβα 6
106 74, Αθήνα

Θέμα: Εισήγηση του Συνηγόρου του Καταναλωτή για την εκπροσώπησή του ως μέλος στην Εθνική Επιτροπή για τα Δικαιώματα του Ανθρώπου, σύμφωνα με το άρθρο 2 του ν. 2667/1998 (ΦΕΚ Α' 281/1998), όπως έχει τροποποιηθεί με τους ν. 2790/2000 (ΦΕΚ Α' 24/2000), ν. 3051/2002 (ΦΕΚ Α' 220/2002) και ν. 3156/2003 (ΦΕΚ Α' 157/2003) και ισχύει

Αξιότιμε κύριε Πρόεδρε και Μέλη της ΕΕΔΑ,

Οι αλλαγές που παρατηρούνται διεθνώς σε οικονομικό και τεχνολογικό επίπεδο λόγω της μετάβασης από την εποχή των παραδοσιακών βιομηχανικών δομών των αναπτυγμένων χωρών στη μεταβιομηχανική κοινωνία, σηματοδοτώντας στη σύγχρονη εποχή την πραγματικότητα της παγκοσμιοποίησης, έχουν επιφέρει σημαντικούς ανασχηματισμούς στο περιβάλλον της αγοράς και του εμπορίου και, συνακόλουθα, στη διαμόρφωση της καταναλωτικής συνείδησης των κοινωνιών και των ατόμων.

Οι συντελεστικοί παράγοντες της οικονομικής-πολιτικής και πολιτισμικής-κοινωνικής παγκοσμιοποίησης έχουν συνδυαστεί στη δημιουργία ενός νέου μοντέλου καταναλωτικής συμπεριφοράς με προτυποποιημένα διαπολιτισμικά χαρακτηριστικά, το οποίο συντηρείται και εξελίσσεται χάρη στην πρόοδο των τηλεπικοινωνιακών τεχνολογιών και την επανάσταση της πληροφορικής, με αποτέλεσμα τα καταναλωτικά αγαθά να τείνουν να είναι τα ίδια παντού, ανεξαρτήτως διαφοροποιήσεων τοπικού χαρακτήρα, και να διαμορφώνονται με αυτόν τον τρόπο ομογενοποιημένα καταναλωτικά πρότυπα και ήθη.

Αυτός είναι κυρίως ο λόγος για τον οποίο οι προβληματισμοί που αφορούν τη συναλλακτική σχέση των καταναλωτών με το εμπορικό περιβάλλον και την αγορά προσλαμβάνουν πλέον διατοπικές διαστάσεις, με κυρίαρχο χαρακτηριστικό τις κοινές πολιτικές που χαράσσονται και υιοθετούνται από τις κυβερνήσεις με επίκεντρο κάποιον κεντρικό διεθνή ή περιφερειακό πολιτικό σχηματισμό (π.χ. Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών, Ευρωπαϊκή Ένωση), αλλά και τις ομοειδείς αντιλήψεις που διαμορφώνονται διεθνώς δια της ενορχηστρωμένης δράσης ατόμων και διακρατικών ή μη κυβερνητικών οργανώσεων σε σχέση με την αναγκαιότητα προστασίας του σύγχρονου καταναλωτή από τους κινδύνους και τις αθέμιτες επιχειρηματικές πρακτικές που εγκυμονεί το νέο οικονομικό και τεχνολογικό περιβάλλον για την υγεία του, την ασφάλειά του, αλλά και τα οικονομικά του συμφέροντα.

Κυρίαρχα χαρακτηριστικά της νέας καταναλωτικής πραγματικότητας μπορούν να θεωρηθούν: **(α)** η ζωνρή δραστηριοποίηση επιχειρηματιών και η αυξανόμενη ιδιωτικοποίηση δημόσιων υπηρεσιών (υγεία, ασφάλιση, ενέργεια, εκπαίδευση), απόρροια της σταδιακής απεμπλοκής τους από τον ασφυκτικό έλεγχο πάλαι ποτέ κρατικών μονοπωλίων, **(β)** η πολυ-εθνοποίηση των επιχειρήσεων, η διασπορά των παραγωγικών λειτουργιών τους σε περισσότερα του ενός γεωγραφικά σημεία και ο άμεσος ή έμμεσος επηρεασμός της οικονομίας των περιοχών στις οποίες δραστηριοποιούνται, με αποτέλεσμα την τυποποίηση της παραγωγής και την ομογενοποίηση των τελικών προϊόντων, **(γ)** η οικουμενική αποδοχή των κανόνων της αποκαλούμενης «οικονομίας της αγοράς», η οποία κοστολογεί τα αγαθά μακριά από τον κρατικό προγραμματισμό της παραγωγής και τον κεντρικό καθορισμό των τιμών, **(δ)** ο διαρκώς ογκούμενος ανταγωνισμός σε εθνικό και διεθνές επίπεδο ανάμεσα σε προμηθευτές που παράγουν και προωθούν συναφή προϊόντα, σε συνδυασμό με την έξαρση της διαφημιστικής προβολής προϊόντων και υπηρεσιών με όχημα τα ηλεκτρονικά, διαδικτυακά και έντυπα Μέσα Ενημέρωσης, **(ε)** η αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών ως μέσων τόσο για το άνοιγμα καινούργιων αγορών με προοπτικές εμπορικού κέρδους όσο και για την καλύτερη εξυπηρέτηση των χρηστών-πελατών (π.χ. εξ αποστάσεως αναζήτηση, σύγκριση, εντοπισμός και αγορά ενός προϊόντος), **(στ)** η άρση των χρονικών και γεωγραφικών περιορισμών που υφίστανται στις συμβατικές αγοραπωλησίες με τη φυσική παρουσία των συναλλασσομένων μερών και, συνακόλουθα, η ενοποίηση των εθνικών αγορών σε ένα τεράστιο εικονικό κατάστημα με χαρακτηριστικά διευρυμένης ηλεκτρονικής πρόσβασης, καθώς και **(ζ)** η διευκόλυνση της διακίνησης των αγαθών δια της εξάλειψης παραδοσιακών τελωνειακών περιορισμών που επέβαλαν οι κρατικές οντότητες.

Όλα αυτά τα στοιχεία δύνανται πράγματι να αποβαίνουν προς όφελος του σύγχρονου καταναλωτή, ο οποίος εισπράττει τις θετικές επιπτώσεις του ανταγωνισμού και του εμπλουτισμού των τρόπων υλοποίησης των αγοραστικών επιλογών του. Την ίδια στιγμή, όμως, υπάρχει σοβαρό ενδεχόμενο να πέσει θύμα μιας -σε αρκετές

περιπτώσεις- περιβαλλόμενη από δυσνόητη ορολογία και κακόβουλης εμπορικής συναλλαγής, η οποία στηρίζεται επιπλέον στην κατά περιπτώσεις αδυναμία του καταναλωτή να κατανοεί πλήρως και με ακρίβεια τις διαστάσεις του τεχνολογικού μέσου που χρησιμοποιείται ως όχημα για τη διεκπεραίωσή της, όπως και να συνειδητοποιεί το αθέμιτο των πρακτικών που τυχόν εφαρμόζουν περιστασιακά ή κατ' εξακολούθηση ασύδοτοι και αισχροκερδούντες προμηθευτές.

Οι κίνδυνοι αυτοί είναι ιδιαίτερος υπαρκτοί όσον αφορά τόσο: **(α)** την αυξητική διείδυση των νέων τεχνολογιών σε παραδοσιακούς συναλλακτικούς χώρους και τη σταδιακή μετεξέλιξη αυτών σε πεδία εφαρμογής καινοτόμων εξελίξεων της βιοεπιστήμης και βιοτεχνολογίας (π.χ. μεταλλαγμένα προϊόντα, γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα) και εισαγωγής νέων προϊόντων-υπηρεσιών και παραπλανητικών μεθόδων προσέλκυσης του καταναλωτικού κοινού ως αποτέλεσμα του σκληρού ανταγωνισμού (π.χ. τηλεπικοινωνίες, τράπεζες, ινστιτούτα ομορφιάς και αδυνατίσματος, κ.ά.), όσο και **(β)** την κατ' εξοχήν δημιουργία εντελώς καινούργιων πεδίων και τρόπων εμπορικής δραστηριοποίησης των προμηθευτών (ηλεκτρονικό εμπόριο, αυτόκλητη εμπορική επικοινωνία, ηλεκτρονικές επικοινωνίες αυξημένης χρέωσης) που εντάσσονται στο πλαίσιο της νέας δικτυωμένης κοινωνίας, στην οποία κεντρική θέση κατέχει η πληροφορία, της αποκαλούμενης Κοινωνίας της Πληροφορίας.

Παράγοντας εδραίωσης αυτών των κινδύνων θα μπορούσε να οριστεί σε ορισμένες περιπτώσεις η τεχνική αδυναμία των ίδιων των κρατικών ελεγκτικών μηχανισμών να επεμβαίνουν έγκαιρα και αποτελεσματικά για την εξομάλυνση κάποιας δυσλειτουργίας της αγοράς ή την πάταξη φαινομένων μη χρηστής συμπεριφοράς εκ μέρους των προμηθευτών, που καθιστά ανυπεράσπιστους και ευάλωτους τους καταναλωτές.

Κάτι τέτοιο έχει να κάνει πρωτίστως με το γεγονός των τεράστιων συμβατικών και εικονικών διαστάσεων που έχει προσλάβει η αγορά, με δεδομένο ότι η τεχνολογία και οι νέες μορφές επιχειρηματικής οργάνωσης των προμηθευτών εξυπηρετούν τη διεύρυνσή της πέρα από συμβατικά γεωγραφικά και χρονικά όρια, δημιουργώντας με αυτόν τον τρόπο έναν συναλλακτικό χώρο τεράστιο και δαιδαλώδη, εξαιρετικά δύσκολο να υπόκειται σε διαρκή και συστηματικό έλεγχο. Έχει να κάνει, επίσης, με το γεγονός ότι το κράτος είναι από τη φύση του συγκεντρωτικό και κάπως δυσκίνητο, συχνά δε εμφανίζει συμπτώματα καθυστερημένης αντίδρασης, πόσω μάλλον μιλώντας για κινδύνους που απορρέουν από την αλληλεπίδραση της αγοράς με ραγδαίες οικονομικές, πολιτισμικές και τεχνολογικές εξελίξεις ενός παγκοσμιοποιημένου περιβάλλοντος, που δοκιμάζουν ή και ξεπερνούν την αποτελεσματικότητα γραφειοκρατικών μηχανισμών και υποδομών.

Δεν συνεπάγεται, βέβαια, ότι ο ρόλος του κράτους στον τομέα της προστασίας των καταναλωτών βαίνει μειούμενος, αλλά τουναντίον ότι απαιτείται πλέον η επινόηση και εφαρμογή σύγχρονων, περισσότερο αποτελεσματικών και ευέλικτων μορφών κρατικής προστασίας, σε συνδυασμό με την ενεργή συμμετοχή και συλλογική δράση των πολιτών, αλλά και το αυξημένο αίσθημα κοινωνικής ευθύνης που πρέπει να επιδεικνύουν οι δραστηριοποιούμενες στον χώρο του εμπορίου και συναλλασσόμενες με καταναλωτές εταιρείες.

Σε κάποιες περιπτώσεις, για παράδειγμα στα τρόφιμα, η επέμβαση των βιοτεχνολογιών στην επεξεργασία ενός αγαθού που πρόκειται να αποτελέσει αντικείμενο αγοραστικής συναλλαγής προκαλεί ενδεχομένως δυσάρεστες συνέπειες για την υγεία και την ασφάλεια των ανυποψίαστων πολιτών, οι οποίες δεν μπορούν να γίνουν αντιληπτές παρά μόνο αφού παρέλθει εύλογο χρονικό διάστημα προκειμένου να στοιχειοθετηθούν και να κατανοηθούν όπως πρέπει οι συνέπειες αυτές.

Κάποιοι άλλοι εμπορικοί κλάδοι, για παράδειγμα ο τραπεζικός ή ο κλάδος των τηλεπικοινωνιών, τείνουν να στηρίζονται στην τεχνική των «ψιλών γραμμμάτων» στις συμβάσεις και της σκοπίμως δυσνόητης προσυμβατικής ενημέρωσης των καταναλωτών, παρασέρνοντας στα δίχτυα μιας σοβαρής κοινωνικής κρίσης και μιας ανεξάντλητης ταλαιπωρίας όλους αυτούς που έρχονται να διαπιστώσουν a posteriori μια τυχόν σε βάρος τους διαπραγμένη απάτη, όπως και τις δυσβάσταχτες οικονομικές υποχρεώσεις που έχουν αναλάβει ενδεχομένως εν αγνοία τους.

Συνήθης είναι, επιπλέον, σε κάποιους άλλους εμπορικούς κλάδους (ινστιτούτα ομορφιάς, τηλε-πωλήσεις, κ.ά.) η πρακτική της παραπλανητικής ή στηριγμένης σε επώνυμες μαρτυρίες χωρίς αντίκρισμα διαφήμισης, η οποία επιχειρεί να θέλξει τους καταναλωτές με υπεραπλουστευμένα μηνύματα που υποτιμούν τη νοημοσύνη τους, συνδυαζόμενα με υπέρμετρη υποσχολογία.

Σε κάθε περίπτωση, το πρόβλημα εντοπίζεται στην έλλειψη του προσήκοντα σεβασμού εκ μέρους των προμηθευτών απέναντι στην αξιοπρέπεια και τα συμφέροντα των καταναλωτών, στη μη τήρηση εκ μέρους τους υπεύθυνης επιχειρηματικής στάσης, όπως και στην προκλητική αγνόηση της ηθικής και νομικής τους υποχρέωσης να παρέχουν επαρκή και έντιμη πληροφόρηση σε σχέση με τους όρους των πραγματοποιούμενων συναλλαγών, καθώς και την ασφάλεια, χρηστικότητα και αξιοπιστία των εμπορευομένων αγαθών. Πρόκειται για όψεις αντιδεοντολογικής και αντικαταναλωτικής συμπεριφοράς, που συνιστούν άνευ ετέρου αθέτηση των κανόνων που πρέπει να εφαρμόζονται για την εύρυθμη λειτουργία της αγοράς και την καλλιέργεια αισθήματος ασφάλειας και εμπιστοσύνης ανάμεσα στους καταναλωτές.

Η όλη συζήτηση παραπέμπει στην ολοένα και πιο συστηματική διεθνώς χρήση μιας νέας έννοιας δικαιωμάτων, των καταναλωτικών, τα οποία μάλιστα αναγνωρίζονται με το άρθρο 38 της Χάρτας της Ε.Ε. για τα Θεμελιώδη Δικαιώματα (*Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων*, 18 Δεκεμβρίου 2000), κατά διεύρυνση της έννοιας των ατομικών και κοινωνικών δικαιωμάτων, που χαίρουν ήδη μέγιστου πολιτικού και νομικού σεβασμού στο σύνολο σχεδόν των Συνταγματικών κειμένων των δημοκρατικών χωρών του πλανήτη.

Επιπλέον, το άρθρο 153 της Συνθήκης για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, που εισήχθη με τη Συνθήκη του Μάαστριχ, κάνει λόγο για την προστασία των καταναλωτών, χρησιμοποιώντας εξειδικευμένο λεξιλόγιο περί δικαιωμάτων. Πιο συγκεκριμένα, γίνεται λόγος για: **(α)** το δικαίωμα στην προστασία της υγείας (ψυχικής και σωματικής) και της ασφάλειας, **(β)** το δικαίωμα στην προστασία των οικονομικών συμφερόντων, **(γ)** το δικαίωμα στην αποζημίωση λόγω ηθικής βλάβης ή θετικής/αποθετικής ζημίας, **(δ)** το δικαίωμα στην ενημέρωση και την καταναλωτική εκπαίδευση, και **(ε)** το δικαίωμα στην εκπροσώπηση.

Η λίστα αυτών των δικαιωμάτων στη σύγχρονη εποχή εμπλουτίζεται συνεχώς, για να συμπεριλάβει και νέες μορφές-τύπους νομικών και ηθικών εξουσιοδοτήσεων υπέρ των καταναλωτών. Ως μια τέτοια αναδυόμενη μορφή μπορεί να θεωρηθεί το δικαίωμα στην εξωδικαστική επίλυση των καταναλωτικών διαφορών, που αποτελεί προϊόν μιας έντονης κινητικότητας που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια στην Ευρώπη προς την κατεύθυνση της εδραίωσης μιας νέας νοοτροπίας στην καταναλωτική προστασία και στη χώρα μας συνιστά τη βασική αρμοδιότητα της Ανεξάρτητης Αρχής «Συνήγορος του Καταναλωτή».

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή» εισήχθη στην Ελληνική έννομη τάξη με τον ν. 3297/2004 (ΦΕΚ Α' 259/23-12-2004) ως εξωδικαστικό όργανο συναινετικής επίλυσης καταναλωτικών διαφορών, όπως αυτές ορίζονται στις διατάξεις του ν. 2251/1994 (ΦΕΚ Α' 191/16-11-1994), όπως έχει τροποποιηθεί, συμπληρωθεί και ισχύει με τον ν. 3587/2007 (ΦΕΚ Α' 152/10-7-2007). Βασικός στόχος της λειτουργίας της Αρχής είναι η άμεση προστασία των δικαιωμάτων του καταναλωτή και η υποστήριξη των δίκαιων αιτημάτων του μέσω μιας ευέλικτης, ανέξοδης και ταχείας διευθέτησης των διαφορών.

Η σπουδαιότητα της εδραίωσης αυτής της νέας μορφής νομικής εξουσιοδότησης των καταναλωτών έγκειται στο γεγονός ότι οι περισσότερες διαφορές κατανάλωσης λόγω της φύσης τους χαρακτηρίζονται από δυσαναλογία οικονομικού διακυβεύματος της υπόθεσης και κόστους της δικαστικής ρύθμισής τους. Παράλληλα, οι δυσχέρειες που ενδεχομένως συνδέονται με τις δικαστικές διαδικασίες μπορούν να αποτρέψουν τον καταναλωτή από την αποτελεσματική διεκδίκηση των δικαιωμάτων του. Στο πλαίσιο αυτό, η δυνατότητα ρύθμισης των διαφορών των καταναλωτών με αποτελεσματικό και ενδεδειγμένο τρόπο μέσω εξωδικαστικής διαδικασίας αποτελεί σαφή μέριμνα για

την ενίσχυση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στη λειτουργία της αγοράς και την αύξηση της ικανότητάς τους να εκμεταλλευθούν πλήρως τις δυνατότητες που τους προσφέρει.

Ο αρχικός εντοπισμός, βέβαια, της έννοιας των καταναλωτικών δικαιωμάτων σε θεσμικό επίπεδο μας πηγαίνει πίσω στο 1985 και την υιοθέτηση από τη Γενική Συνέλευση των Ηνωμένων Εθνών των «Οδηγιών για την Προστασία του Καταναλωτή» (Ψήφισμα 39/248), με σκοπό τη θεμελίωση ηθικής συμπεριφοράς από τους εκπροσώπους της αγοράς και την ανάπτυξη κανόνων ανταγωνισμού για τη συγκράτηση των τιμών, σε συνδυασμό με την προσφορά στους καταναλωτές ασφαλών και ποιοτικών προϊόντων. Η διαδικασία αναγνώρισης μιας σειράς βασικών δικαιωμάτων των καταναλωτών από τον Ο.Η.Ε. είναι πολύ σημαντικό γεγονός, καθόσον με τον τρόπο αυτό αναδεικνύονται σε εξίσου σημαντικά με τα ανθρώπινα δικαιώματα.

Γίνεται, ύστερα απ' όλα αυτά, φανερό ότι η έννοια του καταναλωτικού δικαιώματος αποκτά διακριτό περιεχόμενο και θέτει, ως εκ τούτου, κατά τρόπο λογικό και αναμενόμενο την απαίτηση για την σε υπέρτατο βαθμό πολιτική και νομική κατοχύρωσή του. Ο ισχυρισμός ότι τα καταναλωτικά αποτελούν δικαιώματα που δύνανται να συστηματοποιήσουν μια καινούργια τυπολογία δικαιωμάτων εντάσσεται αυτοδίκαια στο πλαίσιο της ιστορικής διαδρομής της προστασίας των δικαιωμάτων του ανθρώπου και της κατανόησης των προβλημάτων που προκύπτουν κατά την εφαρμογή τους.

Η πρώτη γενιά δικαιωμάτων (ατομικά και πολιτικά) προβλήθηκε στη σύγχρονη εποχή από την Αμερικανική Διακήρυξη της Ανεξαρτησίας (1776) και τη Γαλλική Διακήρυξη των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου και του Πολίτη (1791) και συνδέθηκε με τους δημοκρατικούς αγώνες των λαών για την εξασφάλιση μιας σειράς ελευθεριών απέναντι στο αντιπαρατιθέμενο κράτος. Η δεύτερη γενιά των δικαιωμάτων (κοινωνικά, οικονομικά και πολιτιστικά) αναπτύχθηκε ως αποτέλεσμα της αντίληψης της διεθνούς κοινότητας περί του αδιαίρετου των δικαιωμάτων, σύμφωνα με την οποία δεν μπορεί να υπάρξει πραγματική απόλαυση των ατομικών και πολιτικών ελευθεριών δίχως τη θετική παρέμβαση του κράτους σε διάφορα πεδία της δημόσιας ζωής (εκπαίδευση, υγεία, εργασία, κοινωνική ασφάλιση, κ.ά.) όπου απαιτούνται εξυπηρετικές παρεμβάσεις και παροχές. Και τέλος, η τρίτη γενιά δικαιωμάτων εξελίχθηκε τα τελευταία χρόνια μέσα από την ανάγκη να τεθεί ο άνθρωπος σαν σημείο αναφοράς ολόκληρου του πλανήτη και με κίνητρο την αλληλεγγύη των λαών να προαχθούν τα αιτήματα για καθαρό περιβάλλον, ανάπτυξη και ειρήνη.

Παρατηρούμε, δηλαδή, ότι η εξελικτική πορεία της προστασίας των δικαιωμάτων του ανθρώπου συνδέθηκε με τις αναγκαιότητες που ανέκυψαν κάθε ιστορική στιγμή, προβάλλοντας συγκεκριμένα αιτήματα για τη ρύθμιση πρώτα των σχέσεων του ατόμου με άλλα άτομα, κατόπιν με το κράτος και εσχάτως με το φυσικό περιβάλλον.

Κατά τον ίδιο τρόπο είναι δυνατός ο ισχυρισμός ότι οι οικονομικές και τεχνολογικές επιπτώσεις της παγκοσμιοποίησης στον τρόπο που μετεξελίσσεται ένα από τα μεγαλύτερα πεδία της δημόσιας ζωής, η αγορά και το συναλλακτικό εμπόριο, με προεκτάσεις μάλιστα όσον αφορά τον σεβασμό στοιχείων που επηρεάζουν την ευημερία (υλική και ψυχική), την ασφάλεια και ορισμένα άλλα βασικά ανθρώπινα δικαιώματα, δημιουργούν μια σύγχρονη ιστορική αναγκαιότητα για τη συστηματική ρύθμιση των σχέσεων του ατόμου με τον εμπορικό χώρο της αγοράς και τον σαφή προσδιορισμό και την κατοχύρωση αυτών των στοιχείων με την πολιτική και νομική σπουδή που έγινε και με τις υπόλοιπες γενιές δικαιωμάτων σε εθνικό, περιφερειακό και διεθνές επίπεδο.

Είναι σημαντικό να παρατηρήσουμε ότι, ως έχει, το Ελληνικό Σύνταγμα οριοθετεί μια σειρά ατομικών και κοινωνικών δικαιωμάτων που εμπεριέχουν ψήγματα των παραμέτρων μιας τέτοιας κατοχύρωσης. Η παρ. 5 του άρθρου 5 αναφέρει ότι καθένας έχει δικαίωμα στην προστασία της υγείας του, το άρθρο 5Α δίνει στους πολίτες το δικαίωμα στην πληροφόρηση, το άρθρο 9Α προστατεύει από τη συλλογή, επεξεργασία και χρήση, ιδίως με ηλεκτρονικά μέσα, των προσωπικών δεδομένων του ατόμου και τέλος η παρ. 1 του άρθρου 12 προβλέπει ότι οι πολίτες έχουν το δικαίωμα να συνιστούν ενώσεις και μη κερδοσκοπικά σωματεία, που περιλαμβάνει τη δυνατότητα σύστασης και καταναλωτικών ενώσεων.

Αν και οι Συνταγματικές αυτές διατάξεις διατυπώνονται με τρόπο γενικόλογο και δεν συγκροτούν ένα σώμα από κατηγορηματικές και απερίφραστες δικαιοδοτήσεις ως προς την προστασία της υπόστασης των πολιτών συγκεκριμένα ως καταναλωτών, ωστόσο είναι εμφανές ότι η καταναλωτική διάσταση της πολιτιότητας αναπτύσσεται παράλληλα προς τις Συνταγματικές διατάξεις που ρυθμίζουν τις σχέσεις του πολίτη με την κρατική εξουσία, αλλά και την οργανωμένη κοινωνική συμβίωση, αναφερόμενη κυρίως στη δυναμική που αναπτύσσεται στον χώρο της αγοράς δια των συναλλακτικών σχέσεων των πολιτών με εταιρείες-προμηθευτές και εμπόρους. Το είδος αυτών των σχέσεων συνιστά έναν κριτικό τομέα της δημόσιας πολιτικής, στο πλαίσιο της οποίας το κράτος παρεμβαίνει με ισχυρές νομοθετικές πρωτοβουλίες (π.χ. ν. 2251/1994 και ν. 3587/2007) και εκτελεστικές αρμοδιότητες (π.χ. επιβολή προστίμων).

Το σκεπτικό της θέσπισης του Ευρωπαϊκού Συντάγματος απαντά, μάλιστα, καταφατικά στην ερώτηση αν τα καταναλωτικά δικαιώματα χρήζουν περαιτέρω ειδικότερης Συνταγματικής προστασίας. Πιο συγκεκριμένα, το άρθρο III-235 του τμήματος 6 για την προστασία των καταναλωτών διατύπωνε την ανάγκη προώθησης των συμφερόντων των καταναλωτών και της προστασίας της υγείας, της ασφάλειας και των οικονομικών συμφερόντων τους, καθώς και την προαγωγή του δικαιώματος ενημέρωσης, εκπαίδευσης και οργάνωσής τους για την υπεράσπιση αυτών των συμφερόντων.

Τεκμαίρεται εύλογα ότι η Συνταγματική έκφραση της ανάγκης για την προστασία των καταναλωτών κρίθηκε επιβεβλημένη ακόμα και παρά το γεγονός της ύπαρξης πληθώρας νομικών κειμένων (Λευκή Βίβλος για την ασφάλεια των τροφίμων, απόφαση του Συμβουλίου για τη σύσταση εθνικών σωμάτων για την εξωδικαστική επίλυση των καταναλωτικών διαφορών, Πράσινη Βίβλος για την προστασία των καταναλωτών, Οδηγία 2001/95/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τη γενική ασφάλεια των προϊόντων, σχέδιο Οδηγίας για τις αθέμιτες πρακτικές προμηθευτών όσον αφορά τους καταναλωτές στην εσωτερική αγορά, κ.ά.), που ρυθμίζουν καταναλωτικά ζητήματα στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Από την πρώτη στιγμή της ίδρυσής του, ο Συνήγορος του Καταναλωτή συνέβαλε στη διαμόρφωση μιας νέας νοοτροπίας όσον αφορά την αντιμετώπιση των συναλλακτικών σχέσεων στο πεδίο της αγοράς προϊόντων και υπηρεσιών. Κυριότερο επίτευγμα του νέου θεσμού, που επιβεβαιώνεται από τις κατά πλειονότητα θετικές αντιδράσεις τόσο των προσφευγόντων καταναλωτών όσο και των καταγγελλόμενων προμηθευτών απέναντι στην αμεροληψία, το επιστημονικό βάθος και τη σοβαρότητα με την οποία γίνεται ο χειρισμός των υποθέσεων, είναι η προώθηση μιας ανοικτής, απροκατάληπτης και αμοιβαίας επικοινωνίας ανάμεσα στους ανθρώπινους συντελεστές της αγοράς, τους καταναλωτές και τους προμηθευτές, με την εγγύηση του κύρους που διαπνέει την Ανεξάρτητη Αρχή.

Η σπουδαιότητα του ρόλου που διαδραματίζει στα καταναλωτικά δρώμενα της χώρας ο Συνήγορος του Καταναλωτή έγκειται πρωτίστως στη λειτουργία της Αρχής ως θεσμού που, στο κοντινότερο επίπεδο για τον πολίτη-καταναλωτή, έρχεται πρώτος να συμπορευτεί και να εφαρμόσει τις κατά τακτά χρονικά διαστήματα εκσυγχρονιζόμενες διατάξεις της κείμενης νομοθεσίας, καθώς και να «νομολογήσει» στοχευμένα επί αναφορών που άπτονται ενός ευρέως φάσματος εμπορικών κλάδων και τύπου-περιεχομένου καταγγελιών. Έτσι, χάρη στον σχετικά γρήγορο ρυθμό ανταπόκρισής του, ο Συνήγορος του Καταναλωτή καταφέρει όχι μόνο τη συμβιβαστική επίλυση των διαφορών που επιλαμβάνεται κάνοντας χρήση των συνεχώς εκσυγχρονιζόμενων και εξειδικευόμενων νομοθετικών εργαλείων που του παρέχει η Πολιτεία, αλλά και την ενημέρωση σε πρώτο χρόνο τόσο του πολίτη-καταναλωτή όσο και του έμπορου-προμηθευτή για τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις τους, ώστε να καλλιεργείται και να εμπεδίδεται αδιάλειπτα μια σύγχρονη, υγιής καταναλωτική συνείδηση που θα εκφράζεται μέσα από πρότυπα ορθής-χρηστής καταναλωτικής-συναλλακτικής συμπεριφοράς.

Γίνεται αντιληπτό ότι η κατά τα ανωτέρω συμβολή του Συνηγόρου του Καταναλωτή είναι τεράστια και προς την κατεύθυνση της προώθησης του καταναλωτικού κινήματος, που αποτελεί φαινόμενο που μετεξελίσσεται και καταλαμβάνει ολοένα μεγαλύτερο και ευκρινέστερο χώρο στις δημόσιες -εγχώριες και διεθνείς- συζητήσεις, δείγμα της σημασίας που του αποδίδεται από κυβερνήσεις και άλλους διακρατικούς και λοιπούς μη κρατικούς οργανισμούς.

Το ήθος, οι αξίες, η λογική και η φιλοσοφία του σύγχρονου καταναλωτικού πολιτισμού μας αναπτύσσει μια έντονη δυναμική, προκαλεί περίπλοκους προβληματισμούς και μας τοποθετεί ενώπιον σημαντικών προκλήσεων όχι μόνο για ζητήματα της σημερινής εποχής, αλλά και για εκείνα που θα απασχολήσουν τις γενιές του μέλλοντος, υπό τα δεδομένα των νέων ηθών και προτύπων καταναλωτικής συμπεριφοράς, καθώς και των κινδύνων που διαμορφώνονται με την έλευση της παγκοσμιοποίησης, την εδραίωση των τεχνολογιών της πληροφορικής και της επικοινωνίας και την αλληλεπίδραση όλων αυτών με το εμπορικό περιβάλλον της αγοράς και τα συναλλασσόμενα μέρη του (καταναλωτές-προμηθευτές).

Αποτελεί ισχυρή πεποίθηση της Αρχής μας ότι η πολύτιμη γνώση και εμπειρία που συσσωρεύει μέσα από τη λειτουργία της διαμέσου: **(α)** της καθημερινής επαφής της με τους πολίτες-καταναλωτές και του μεθοδικού χειρισμού των καταγγελιών που υποβάλλουν, **(β)** της συλλογής και επεξεργασίας αναλυτικών στατιστικών στοιχείων που αφορούν καταναλωτικές διαφορές, **(γ)** της αυτεπάγγελτης δημόσιας παρέμβασής της για τον εντοπισμό και τη θεραπεία προβληματικών τομέων της αγοράς που θίγουν μεγάλο αριθμό καταναλωτών, **(δ)** της διασύνδεσης και της στενής συνεργασίας της με συναρμόδιους φορείς και εκπροσώπους του καταναλωτικού κινήματος, **(ε)** της εποπτείας και του συντονισμού του έργου των Επιτροπών Φιλικού Διακανονισμού που εδρεύουν στις κατά τόπους Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις της χώρας, **(στ)** της διαβουλευτικής και μελετητικής-ερευνητικής της δράσης σε εγχώριο και Ευρωπαϊκό επίπεδο, καθώς και **(ζ)** του εν γένει συμβουλευτικού της ρόλου στο πλευρό της Πολιτείας για κάθε ζήτημα που εμπίπτει στις αρμοδιότητές της, είναι σε θέση να εξυπηρετήσει κατά τον καλύτερο τρόπο την αποστολή και το έργο της Εθνικής Επιτροπής Δικαιωμάτων του Ανθρώπου, διευρύνοντας τις δυνατότητές της να παρακολουθεί και να παρεμβαίνει σε ένα πεδίο της ανθρώπινης δραστηριότητας που επηρεάζει, αλλά και επηρεάζεται από κάθε δημόσια ή ιδιωτική οικονομική απόφαση.

Κατόπιν των ανωτέρω, ο Συνήγορος του Καταναλωτή θέτει δια της παρούσας εισήγησης προς μελέτη και αξιολόγηση από την Εθνική Επιτροπή Δικαιωμάτων του Ανθρώπου το αίτημα της εκπροσώπησής του σε αυτή ως μέλος, αναμένοντας τις επ' αυτού του αιτήματος απόψεις και την τελική γνωμοδότηση της Επιτροπής.

Εισηγητής:

Αριστοτέλης Σταμούλας

Ειδικός Επιστήμονας

Με εκτίμηση

Ευάγγελος Ζερβέας
Συνήγορος του Καταναλωτή