

Αν είχε παραμείνει το 1984 πρόεδρος του Συμβουλίου Επικράτειας, προφανώς θα ήταν σήμερα – λόγω ηλικίας – υποψήφιος για υψηλά αξιώματα στο δικαστικό σώμα. Αν είχε παραμείνει το 1987 γενικός γραμματέας του Εθνικού Κέντρου Δημόσιας Διοίκησης, ενδεχομένως θα εξασφάλιζε προϋποθέσεις για πολιτική σταδιοδρομία. Αν είχε παραμείνει το 1995 στο αξίωμα του διευθυντή του Ευρωπαϊκού Ινστιτούτου Δημόσιας Διοίκησης, ασφαλώς θα ήταν σήμερα ο μόνος Έλληνας επικεφαλής διεθνούς οργανισμού. Όμως ο κ. Σπ. Παππάς, μόλις 44 ετών, πέρασε ταχύτατα από όλα αυτά τα αξιώματα – που το καθένα θα αποיעλούσε για κάποιον άλλον στόχο ζωής – και σήμερα είναι ο πιο υψηλόβαθμος Έλληνας στις Βρυξέλλες μετά τον επίτροπο κ. Χρ. Παπουτσιά. Είναι γενικός διευθυντής στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Ο μόνος Έλληνας γενικός διευθυντής.

ΣΠΥΡΟΣ ΠΑΠΠΑΣ Ο «άνθρωπός μας» στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή

ΣΠΟΥΔΑΣΤΕ... ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ!



ΤΟΥ ΠΑΝ. ΛΑΜΨΙΑ

Μέχρι τις αρχές Ιανουαρίου ήταν επικεφαλής στην 24η Γενική Διεύθυνση, υπεύθυνος για την προστασία των καταναλωτών. Από τις 15 Φεβρουαρίου – με απόφαση της Κομισιόν καιόπιν προτάσεως του Έλληνα Επιτρόπου – μεταίχθεται στη 10η Γενική Διεύθυνση. Αναλαμβάνει τον Πολιτισμό, την Ενημέρωση, τα Οπτικοακουστικά Μέσα και τις, κατά χώρα, Αντιπροσωπείες της Ευρωπαϊκής Ένωσης! Μέσα σε ένα χρόνο αναβαθμίσθηκε με ρυθμό που θα ζήλευε κάθε στέλεχος της Κομισιόν. Οι αριθμοί είναι εύγλωτοι. Στην 24η Γ.Δ. ο κ. Παππάς είχε στη διάθεση του 140 υπαλλήλους και προϋπολογισμό μόλις 25 εκατομμυρίων ECU. Στη νέα διεύθυνση θα προϊσταται 700 υπαλλήλων, και θα «φοιράζει» 250 εκατ. ECU ετησίως! Και μπορεί τα στελέχη της Επιτροπής να μην είναι «εθνικοί» αξιωματούχοι, για την Ελλάδα

όμως δεν παύει να είναι πολύ σημαντική η ανάληψη μια τέτοιας θέσης. Όσο να 'ναι, όποιος θέλει να βοηθήσει τη χώρα του, θα βρει τον τρόπο να το κάνει.

Ο κ. Παππάς έχει να υπερηφανεύεται και για κάτι άλλο. Η Γενική Διεύθυνση που αφήνει αναβαθμίζεται, χάρη στην προετοιμασία που έκανε ο ίδιος και οι συνεργάτες του, μεταξύ των οποίων δυο Έλληνες. Όταν ανέλαβε πριν από δεκατρείς μήνες αυτή τη θέση, η 24η Γ.Δ. ήταν μια σχετικά άγνωστη και μικρή υπηρεσία με περιορισμένη δραστηριότητα. Ο κ. Παππάς σ' ένα μικρό σχετικά χρονικό διάστημα, για τα δεδομένα της κοινοτικής γραφειοκρατίας, ανέδειξε μια νέα αντίληψη για την προστασία του καταναλωτή στην Ευρώπη και τη συνέδεσε με την προληπτική επίμβαση και την έρευνα. Για πρώτη φορά σ' αυτόν τον τομέα καταβάλλεται προσπάθεια να αποκτήσει ο καταναλωτής την αυτοεπίτευξη. Να κατανοήσει τις δυνατότητες που του

προσφέρει πλέον η Ενιαία Αγορά και η ελεύθερη διακίνηση. Και παρ' ότι ο κ. Παππάς είναι ήδη επικεφαλής της 10ης Γενικής Διεύθυνσης συζητηση μαζί του δεν μπορεί να παρακάμψει τη Γενική Διεύθυνση που αφήνει.

Κύριε Παππά στην Ελλάδα ακούστηκε ευχάριστα η μετακίνησή σας, αλλά δεν έχουμε και λάβει ακόμη τι ακριβώς συνέβη.

Για να πω την αλήθεια και εγώ αιφνιδιαστικά από αυτή την αλλαγή, όσο και αν με ικανοποίησε. Όταν προέρχεται από τη χώρα που γεννήσε τον πολιτισμό είναι μάλλον κολακευτικό αλλά και οικιαστικό, να αναλαμβάνεις τον ρόλο του Πολιτισμού στην Ευρώπη των 15, πού αύριο θα διευρυνθεί ακόμη περισσότερο. Οπότε είναι ουσιαστικός, και θα είναι όλο και περισσότερο στο εξής, ο τομέας της Ενημέρωσης, ο πλαίσιο της «κοινωνίας της πληροφορίας» πού ήδη διανύουμε. Η κατανόηση και η συμμετοχή στις εξελίξεις του τομέα των οπτικοακουστικών

Αν είχε παραμείνει το 1984 πρόεδρος του Συμβουλίου Επικράτειας, προφανώς θα ήταν σήμερα – λόγω ηλικίας – υποψήφιος για υψηλά αξιώματα στο δικαστικό σώμα. Αν είχε παραμείνει το 1987 γενικός γραμματέας του Εθνικού Κέντρου Δημόσιας Διοίκησης, ενδεχομένως θα εξασφάλιζε προϋποθέσεις για πολιτική σταδιοδρομία. Αν είχε παραμείνει το 1995 στο αξίωμα του διευθυντή του Ευρωπαϊκού Ινστιτούτου Δημόσιας Διοίκησης, ασφαλώς θα ήταν σήμερα ο μόνος Έλληνας επικεφαλής διεθνούς οργανισμού. Όμως ο κ. Σπ. Παππιάς, μόλις 44 ετών, πέρασε ταχύτατα από όλα αυτά τα αξιώματα – που το καθένα θα αποτελούσε για κάποιον άλλον στόχο ζωής – και σήμερα είναι ο πιο υψηλόβαθμος Έλληνας στις Βρυξέλλες μετά τον επίτροπο κ. Χρ. Παπουτσή. Είναι γενικός διευθυντής στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Ο μόνος Έλληνας γενικός διευθυντής.

ΣΠΥΡΟΣ ΠΑΠΠΙΑΣ Ο «άνθρωπός μας» στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή

ΣΠΟΥΔΑΣΤΕ... ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ!



ΤΟΥ ΠΑΝ. ΛΑΜΦΙΑ

Μέχρι τις αρχές Ιανουαρίου ήταν επικεφαλής στην 24η Γενική Διεύθυνση, υπεύθυνος για την προστασία των καταναλωτών. Από τις 15 Φεβρουαρίου – με απόφαση της Κομισιόν κατόπιν προτάσεως του Έλληνα Επιτρόπου – μετατίθεται στη 10η Γενική Διεύθυνση. Αναλαμβάνει τον Πολιτισμό, την Ενημέρωση, τα Οπτικοακουστικά Μέσα και τις, κατά χώρα, Αντιπροσωπείες της Ευρωπαϊκής Ένωσης! Μέσα σε ένα χρόνο αναβαθμίσθηκε με ρυθμό που θα ζηλευσε κάθε στέλεχος της Κομισιόν. Οι αριθμοί είναι εύγλωτοι. Στην 24η Γ.Δ. ο κ. Παππιάς είχε στη διάθεση του 140 υπαλλήλους και προϋπολογισμό μόλις 25 εκατομμυρίων ECU. Στη νέα διεύθυνση θα προΐσταιται 700 υπαλλήλων, και θα «φοιράζε» 250 εκατ. ECU ετησίως! Και μπορεί τα στελέχη της Επιτροπής να μην είναι «εθνικοί» αξιωματούχοι, για την Ελλάδα

όμως δεν παύει να είναι πολύ σημαντική η ανάληψη μια τέτοιας θέσης. Όσο να 'ναι, όποιος θέλει να βοηθήσει τη χώρα του, θα βρει τον τρόπο να το κάνει.

Ο κ. Παππιάς έχει να υπερηφανεύεται και για κάτι άλλο. Η Γενική Διεύθυνση που αφήνει αναβαθμίζεται, χάρη στην προετοιμασία που έκανε ο ίδιος και οι συνεργάτες του, μεταξύ των οποίων δύο Έλληνες. Όταν ανέλαβε πριν από δεκατρείς μήνες αυτή τη θέση, η 24η Γ.Δ. ήταν μια σχετικά άγνωστη και μικρή υπηρεσία με περιορισμένη δραστηριότητα. Ο κ. Παππιάς σ' ένα μικρό σχετικά χρονικό διάστημα, για τα δεδομένα της κοινοτικής γραφειοκρατίας, ανέδειξε μια νέα αντίληψη για την προστασία του καταναλωτή στην Ευρώπη και τη συνέδεσε με την προληπτική επέμβαση και την έρευνα. Για πρώτη φορά σ' αυτόν τον τομέα καθιερώνεται προσπάθεια να αποκτηθεί ο καταναλωτής την αυτοεπιλογή. Να καινοτομήσει τις δυνατότητες που του

προσφέρει πλέον η Ενιαία Αγορά και η ελεύθερη διακίνηση. Και παρ' ότι ο κ. Παππιάς είναι ήδη επικεφαλής της 10ης Γενικής Διεύθυνσης η συζήτηση μαζί του δεν μπορεί να παρακάμψει τη Γενική Διεύθυνση που αφήνει.

Κύριε Παππιά στην Ελλάδα ακούστηκε ευχάριστα η μετακίνησή σας, αλλά δεν έχουμε κατά λάβε ακόμη τι ακριβώς συνέβη.

Για να πω την αλήθεια και εγώ αιφνιδιάστηκα από αυτή την αλλαγή, όσο και αν με ικανοποίησε. Όταν προέρχεται από τη χώρα που γεννησε τον πολιτισμό είναι μάλλον κολακευτικό αλλά και ουσιαστικό, να αναλαμβάνεις τον τίτλο του Πολιτισμού στην Ευρώπη των 15, πού αργότερα θα διευρυνθεί ακόμη περισσότερο. Οκεί είναι ουσιαστικός, και θα είναι όλο και περισσότερο στο εξής, ο τομέας της Ενημέρωσης, στο πλαίσιο της «κοινωνίας της πληροφορίας» που ήδη διανύουμε. Η κατανόηση και η συμμετοχή στις εξελίξεις του τομέα των οπτικοακουστικών

μέσων είναι αποφασιστικής σημασίας για την Ευρώπη.

Έχετε κατά νου κάτι συγκεκριμένο καθώς οδεύετε προς τη νέα θέση σας;

Δεν θα ήθελα να πω πολλά αυτή την ώρα επί αυτού. Θέλω μόνο να τονίσω ότι ο πολιτισμός στην Ευρώπη είναι ένα νόημα με δυο όψεις. Υπάρχουν οι κοινοί παρονομαστές τους οποίους πρέπει να ενισχύσουμε και να αναπτύξουμε. Αλλά υπάρχουν και οι εθνικές ιδιαιτερότητες τις οποίες πρέπει να σεβαστούμε και να προστατεύσουμε. Η ενωμένη Ευρώπη είναι χώρος πολιτισμικός.

Αν θα αξιολογούσατε τους τομείς που αναλαμβάνετε σε ποιον θα δίνετε προτεραιότητα.

Εκτός από τον πολιτισμό που απαιτεί μια διαρκή προσπάθεια σε ένα ευρύτερο πλαίσιο, νομίζω ότι αυτή τη στιγμή προέχει η ενημέρωση. Η διακίνηση της πληροφορίας στις χώρες-μέλη, γιατί εκεί στηρίζεται εν πολλοίς το μεγάλο σίχνημα των Ευρωπαίων πολιτών. Οι αντιπροσωπείες της Επιτροπής σε κάθε χώρα έχουν να διαδραματίσουν σπουδαίο ρόλο στα επόμενα χρόνια. Όχι μόνο γιατί θα κληθούν να υλοποιήσουν ένα ευρύ πρόγραμμα ενημέρωσης. Αλλά κυρίως γιατί μπορούν να μας δώσουν την ενημέρωση για κάθε χώρα-μέλος. Είναι μια διαδικασία αμφίδρομη. Και έτσι θα μπορούσαμε να αναθεωρήσουμε τη στρατηγική μας, όπου χρειάζεται αλλά και να την προσαρμόσουμε ασφαλέστερα στις συνθήκες κάθε χώρας μέλους.

Σε τι εξυπηρετεί την πορεία προς την ενωμένη Ευρώπη αυτή η στρατηγική.

Τίποτα δεν μπορεί να γίνει χωρίς τη συμμετοχή, άρα χωρίς τη ενημέρωση των Ευρωπαίων πολιτών. Η ενημέρωση όμως πρέπει να είναι αξιόπιστη και διαρκής. Οι Αντιπροσωπείες της επιτροπής στις χώρες-μέλη είναι ο μοχλός αυτής της προσπάθειας. Είναι οι μονάδες που θα δώσουν ιδιαίτερη ώθηση στη στρατηγική για την προώθηση της ευρωπαϊκής ιδέας. Έχουν να παίξουν κι ένα σημαντικό ρόλο στο γενικότερο πλαίσιο που διαμορφώνει η κοινωνία της πληροφορίας και στην ανάγκη να εξοικειωθούν οι πολίτες σ' αυτό το νέο πλαίσιο, όπου οι λεωφόροι της επικοινωνίας διευρύνονται όλο και περισσότερο και μας οδηγούν σε ένα νέο κόσμο. Πρέπει να αξιοποιήσουμε αυτά τα νέα δεδομένα για να πλησιάσουμε τους στόχους της Ένωσης, αλλά και για να βρούμε λύσεις στα νέα προβλήματα της ευρωπαϊκής κοινωνίας, σηριζόμενοι στον ενημερωμένο πολίτη. Στον ενεργό Ευρωπαίο πολίτη που δεν χάνει τη φυσιογνωμία και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της παράδοσης και της ιστορικής του προέλευσης στην πορεία προς την ενοποίηση. Αλλά μετέχει με εφόδιο αυτά τα στοιχεία, δηλαδή μετέχει συνειδητά και ενεργά, στην οικοδόμηση της ενιαίας Ευρώπης, που αποτελεί το μεγάλο κοινό όραμα.

Εκ των πραγμάτων θα σας ρωτήσω για το αντικείμενο που αφήνετε, ενώ την προστασία των καταναλωτών. Πάρτε το και σαν απολογισμό σας. Πολλοί δεν καταλαβαίνουν τι ακριβώς εί-

ναι αυτό που αποκαλείτε πολιτική για τους καταναλωτές.

Δικαίως δεν καταλαβαίνουν διότι ως τώρα ενώ η Επιτροπή είχε αναπτύξει αξιόλογη δραστηριότητα σ' αυτόν τον τομέα, αυτή δεν ήταν ευρύτερα γνωστή. Να γιατί έχει σημασία η ενημέρωση που είπαμε πριν. Σε όλες σχεδόν τις χώρες-μέλη υπάρχουν ομάδες πληθυσμού που ίσως δεν γνωρίζουν πολλά πράγματα γι' αυτή τη δραστηριότητα της Επιτροπής, παρ' ότι είναι μια δραστηριότητα που τους αφορά άμεσα. Δεν νομίζω ότι εξαιρείται κανείς από την πολιτική για τους καταναλωτές. Όλοι κινούνται στην ενιαία αγορά. Και συνεπώς όλοι πρέπει να έχουν υπόψη τους ότι υπάρχει νομοθεσία - την οποία προσπαθούμε να επεκτείνουμε - η οποία θέτει κανόνες στις σχέσεις τους με αυτούς που προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες.

Λέτε κάτι που στην Ελλάδα δεν είναι πράγματι πολύ διαδεδομένο.

Δεν είναι μόνο η Ελλάδα. Ολόκληρη η Ευρωπαϊκή Ένωση υστερεί σ' αυτόν τον τομέα, αν τη συγκρίνουμε π.χ. με τις ΗΠΑ. Αν εξαιρέσουμε δύο τρεις χώρες του Βορρά, στις υπόλοιπες το καταναλωτικό κίνημα βρίσκεται σε εμβρυσική μορφή. Είναι πολύ λίγοι οι καταναλωτές που μετέχουν σε καταναλωτικές οργανώσεις. Και αυτό σημαίνει ότι η θέση τους είναι πολύ εξαθνημένη..

Αυτό ποιες πρακτικές επιπτώσεις έχει.

Προσέξτε. Κάθε φορά που γίνεται στην Ευρωπαϊκή Ένωση μια διαπραγμάτευση, για να ληφθεί μια απόφαση, για να θεσπισθεί μια πολιτική, συρρέουν στις Βρυξέλλες πλήθος ομάδων πίεσης. Οι Βιομήχανοι, οι αγρότες, τα συνδικάτα έχουν παρουσία και φωνή και υποστηρίζουν τα αιτήματά τους. Οι καταναλωτές απουσιάζουν από αυτή τη διαδικασία. Σε μερικές περιπτώσεις δεν διατυπώνουν καν αιτήματα. Κι αυτό όπως αντιλαμβάνεσθε δημιουργεί ένα έλλειμμα στη λειτουργία της Ενιαίας Αγοράς.

Τι έχει κάνει η Επιτροπή προς αυτή την κατεύθυνση.

Θα σας θυμίσω ότι το άρθρο 129Α της συνθήκης του Μάαστριχτ που προβλέπει ότι πρέπει να οδηγηθούμε σε ένα πολύ υψηλό επίπεδο προστασίας των καταναλωτών. Να αναφέρω επίσης την ανακοίνωση της Επιτροπής με τίτλο «Προτεραιότητες της πολιτικής καταναλωτών 1996-98», με την οποία αρχίζει ένα τριετές πρόγραμμα δράσης δέκα σημείων που ήδη εφαρμόζεται. Είναι σημαντικά ντοκουμέντα αυτά στα οποία προσθέστε και κάτι ακόμη. Τα μέτρα που λαμβάνει ήδη η Επιτροπή, ώστε να μπορέσουν να επωφεληθούν και ταυτόχρονα να προστατευθούν οι καταναλωτές από τις δυναμότητες που παρέχει ελεύθερη διακίνηση στην ενιαία αγορά. Και χαιρώ ιδιαίτερα διότι η σημασία της προστασίας του

καταναλωτή αναγνωρίζεται πλέον και η 24η Γ.Δ. πρόκειται να ενισχυθεί ακόμη περισσότερο, αξιοποιώντας πλέον την έρευνα για την ανάληψη πρωτοβουλιών. Νομίζω ότι η αρμόδια επιτροπή η κ. Μπουνίνο, έχει σημαντικά σχέδια για την πολιτική καταναλωτών.

Τι ακριβώς εννοείτε;

Είναι προφανές ότι οι εξελίξεις που συνδέονται με την ευκερή διάχυση της πληροφορίας, με την εμβάθυνση της ενιαίας αγοράς, με τη διεύρυνση της Ένωσης θα οδηγήσουν σε σημαντικές αλλαγές του τρόπου ζωής των ανθρώπων, αλλά και σε αλλαγές της αγοράς. Όχι μόνο νέα προϊόντα και υπηρεσίες, αλλά και νέοι τρόποι προβολής, και προώθησής τους, και νέοι τρόποι προσφοράς και πώλησής τους - όπως είναι π.χ. οι τηλεαγορές και οι εξ αποστάσεως πωλήσεις -

εδραιώνονται καθημερινά. Αυτό σημαίνει ότι η συνεχής σύξηση προϊόντων και υπηρεσιών, μπορεί να προσφέρει μεγάλα οφέλη στους καταναλωτές. Από την άλλη πλευρά όμως υπάρχει κίνδυνος να αποδειχθούν ορισμένες δραστηριότητες επιβλαβείς για τα συμφέροντα τους. Συνεπώς πρέπει να αναλάβουμε προληπτικά δράση. Και για να δράσουμε πρέπει πριν να μπορούμε να ερευνησουμε.

Και πώς μπορεί να προστατευθεί ο καταναλωτής σ' ένα τέτοιο σύστημα ελεύθερης διακίνησης και συναλλαγών.

Κατ' αρχήν με την ενημέρωση. Τόσο η ευρωπαϊκή νομοθεσία όσο και οι εθνικές νομοθεσίες έχουν προβεί σε σημαντικές ρυθμίσεις υπέρ των καταναλωτών. Οι ρυθμίσεις αυτές είναι προσβάσιμες στον καθένα. Π.χ. η Επιτροπή έχει κυκλοφορήσει ένα βιβλίο με τον τίτλο «Οδηγός του Ευρωπαίου καταναλωτή στην ενιαία αγορά», το οποίο μπορεί να προμηθευτεί ο καθένας. Οι υπηρεσίες κάθε χώρας παρέχουν εύκολα πληροφορίες. Και φυσικά το ίδιο κάνουν και οι καταναλωτικές οργανώσεις. Αρκεί να συνειδητοποιήσει κάποιος ότι ο ρόλος του ως καταναλωτή είναι ειδικός ρόλος, που θα προστατεύεται ακόμη περισσότερο στο μέλλον. Και να φροντίσει να ενημερωθεί για τα δικαιώματά του, τα οποία είναι πολύ περισσότερα από όσα φαντάζεται. Π.χ. μπορεί να ζητήσει επανόρθωση και αποζημίωση για υπηρεσίες και προϊόντα που απεδείχθησαν ελαττωματικά ή τον έβλαψαν. Στον τομέα της ασφάλειας των προϊόντων, της ποιότητας, της τήρησης των όρων ο καταναλωτής είναι αρκετά καινοχρωμένος. Αρκεί να γνωρίζει και να διεκδικεί τα δικαιώματά του.

Υπάρχει αυτή η ενημέρωση;

Σε γενικές γραμμές στην Ευρώπη υπάρχει και σταδιακά θα γίνεται πιο συστηματική. Όμως εδώ πρέπει να σημειώσω κάτι. Καθώς βαδίζουμε προς την πλήρη διαμόρφωση της ενιαίας

*Ανάγκη
ο κάθε
Έλληνας να
οργανωθεί
σε Ομάδα
Καταναλωτών*

➤ αγοράς, αλλά και καθώς εξελίσσεται η ίδια η ζωή, η ενημέρωση από μόνη της δεν αρκεί. Υπάρχουν περιπτώσεις επαρκούς ενημέρωσης που δεν αποδείχθη ικανή να προστατεύσει τους καταναλωτές. Εκείνο που χρειάζεται πλέον είναι η εκπαίδευση. Στο μέλλον ο σωστός καταναλωτής, θα είναι ο εκπαιδευμένος καταναλωτής.

Θα «σπουδάσουμε» καταναλωτές δηλαδή;

Κάπως έτσι. Για να το θέσω στη σωστή βάση καταναλωτική αγωγή πρέπει να αρχίζει από τα παιδικά χρόνια και να αρχίζει από το σχολείο, μέσα από το εκπαιδευτικό σύστημα. Η επιτροπή έχει περιορισμένες αρμοδιότητες σ' αυτόν τον τομέα, αφού η εκπαίδευση αποτελεί αποκλειστική αρμοδιότητα των κρατών-μελών. Ήδη όμως άρχισε να γίνεται συνείδηση. Και χαιρόμαι διότι το πρώτο πιλοτικό πρόγραμμα εισαγωγής του μαθήματος της καταναλωτικής αγωγής στα σχολεία αρχίζει από την Ελλάδα. Είναι, όπως ενδεχομένως θα θυμάστε, το πρόγραμμα που ανακοίνωσε, εδώ στην Αθήνα, η επιτροπή κ. Μισονίνο. Το είχε εισηγήσει ο τότε υπουργός Παιδείας κ. Γ. Παπανδρέου και όπως είχα την ευκαιρία να διαπιστώσω, το αναβαθμίζει και το συνεχίζει σήμερα ο κ. Γερ. Αρσένης που έχει αξιολογήσει σωστά τη σημασία του. Νομίζω ότι έχει την αξία του ότι αυτό αρχίζει από τη χώρα στην οποία γεννήθηκε η έννοια της παιδείας, αλλά και η έννοια της προστασίας του καταναλωτή. Σας θυμίζω ότι ο πρώτος που θέσπισε νόμους υπέρ των καταναλωτών ήταν ο Σόλων.

Αυτό δεν το γνώριζα. Θα ήθελα όμως να μου πείτε κάτι πρακτικό για την προστασία του καταναλωτή.

Ο καλύτερος τρόπος να υλοποιήσει κανείς την έννοια της προστασίας του καταναλωτή, είναι να μετέχει σε μια καταναλωτική οργάνωση. Επιμένω στην οργάνωση των καταναλωτών, γιατί έτσι ο καταναλωτής ενημερώνεται, έχει την ευχέρεια να αντιδράσει και αποκτά και μια συγκεκριμένη συμπεριφορά και νοοτροπία. Σ' αυτόν τον τομέα η κατάσταση δεν είναι καθόλου καλή. Αν εξαιρέσουμε τις Κάτω χώρες, τη Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, ίσως και το Βέλγιο όπου οι οργανώσεις καταναλωτών είναι ιδιαίτερα δομημένες και αποτελεσματικές, στα υπόλοιπα κράτη το καταναλωτικό κίνημα είναι κατακερματισμένο και ανίσχυρο. Γι' αυτό καταβάλλουμε κάθε προσπάθεια ώστε να πείσουμε τις υπάρχουσες οργανώσεις να συντονισθούν καλύτερα και να πείσουν τους καταναλωτές να γίνουν μέλη τους. Η Ευρώπη είναι ένα τραπέζι διαλόγου, στο οποίο απαιτούνται αξιόπιστοι συνομιλητές. Το εμπόριο και βιομηχανία προσέρχονται στο διάλογο με ισχυρά επιχειρήματα και καλή εκπροσώπηση. Το ίδιο πρέπει να κάνουν και οι καταναλωτές. Για να το κάνουν όμως πρέπει ο απλός πολίτης να είναι ενεργός καταναλωτής, οργανωμένος και ενημερωμένος. Αυτό προσπαθήσαμε να κάνουμε το τελευταίο διάστημα στην Πολιτική Καταναλωτών και νομίζω ότι θα γίνουν ακόμη περισσότερα. □