

I

(Ψηφίσματα, συστάσεις και γνωμοδοτήσεις)

ΓΝΩΜΟΔΟΤΗΣΕΙΣ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

495Η ΣΥΝΟΔΟΣ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑΣ ΤΗΣ ΕΟΚΕ ΤΗΣ 21ΗΣ ΚΑΙ 22ΑΣ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2014

Γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής με θέμα «Συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση: ένα βιώσιμο πρότυπο για τον 21ο αιώνα» (Γνωμοδότηση πρωτοβουλίας)

(2014/C 177/01)

Εισηγητής: ο **K. BERNARDO HERNÁNDEZ BATALLER**

Στις 14 Φεβρουαρίου 2013, και σύμφωνα με το άρθρο 29 παράγραφος 2 του Εσωτερικού της Κανονισμού, η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή αποφάσισε να καταρτίσει γνωμοδότηση πρωτοβουλίας με θέμα

Συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση: ένα βιώσιμο πρότυπο για τον 21ο αιώνα.

Το ειδικευμένο τμήμα «Ενιαία αγορά, παραγωγή και κατανάλωση», στο οποίο ανατέθηκαν οι σχετικές προπαρασκευαστικές εργασίες, υιοθέτησε τη γνωμοδότησή του στις 16 Δεκεμβρίου 2013.

Κατά την 495η σύνοδο ολομέλειας, της 21ης και 22ας Ιανουαρίου 2014 (συνεδρίαση της 21ης Ιανουαρίου 2014), η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή υιοθέτησε την ακόλουθη γνωμοδότηση με 121 ψήφους υπέρ, 2 κατά και 3 αποχές.

1. Συμπεράσματα και συστάσεις

1.1 Η συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση εξαπλώνεται σε ολόένα και περισσότερες κοινότητες και πόλεις σε ολόκληρο τον κόσμο, χάρη στη χρήση των τεχνολογικών δικτύων, με στόχο «περισσότερα αποτελέσματα με λιγότερα μέσα» και με αξιοποίηση της ενοικίασης, του δανεισμού, της ανταλλαγής, του αντιπραγματισμού (trac), της δωρεάς ή της από κοινού χρήσης, σε αδιανόητη μέχρι πρότινος κλίμακα.

1.2 Η οικονομική επίδραση⁽¹⁾ της πρακτικής αυτής συνοδεύεται από μία μεταβολή της αντίληψης περί εργασίας, που αντιμετωπίζει τη συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση ως σημαντική εν δυνάμει πηγή απασχόλησης κατά τα προσεχή έτη.

1.3 Κατά συνέπεια, η συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση αντιπροσωπεύει για την οικονομία της παραγωγής ένα συμπλήρωμα εποικοδομητικό, από άποψη καινοτομίας, οικονομίας και οικολογίας, με βάση την οικονομία της κατανάλωσης. Επιπλέον, αποτελεί λύση για την οικονομική και χρηματοπιστωτική κρίση, δεδομένου ότι παρέχει τη δυνατότητα ανταλλαγών σε περιπτώσεις ανάγκης.

1.4 Λόγω του σύνθετου χαρακτήρα και της μεγάλης σπουδαιότητας της εμφάνισης της συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης, οι αρμόδιοι θεσμοί πρέπει να αναλάβουν, με βάση ακριβείς μελέτες, τη ρύθμιση και οργάνωση των πρακτικών που αναπτύσσονται στα πλαίσια αυτής της μορφής κατανάλωσης, ώστε να είναι δυνατόν να οριστούν τα δικαιώματα και οι ευθύνες όλων των φορέων που συμμετέχουν. Η πρακτική αυτή μπορεί να καλύψει τις κοινωνικές ανάγκες όταν ο προσανατολισμός της δεν είναι εμπορικός, ενώ, ως κερδοσκοπική δραστηριότητα, μπορεί να συντελέσει στη δημιουργία απασχόλησης, συμμορφούμενη προς τους κανόνες περί φορολογίας, ασφάλειας, ευθύνης, προστασίας του καταναλωτή και τους λοιπούς αναγκαστικούς κανόνες.

⁽¹⁾ <http://www.web-strategist.com/blog/2013/07/27/collaborative-economy-industry-stats>.

1.5 Η Επιτροπή θα πρέπει να εντάξει την εξέταση της συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης στο πρόγραμμα εργασίας της και να μελετήσει το ζήτημα σε διαδοχικές φάσεις:

- Σε πρώτη φάση, να καταρτίσει κατάλογο των βασικών δικαιωμάτων και αρχών που κατοχυρώνονται ήδη από το δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης και προστατεύουν τους πολίτες, όπως έχει πράξει με τον Κώδικα επιγραμμικών δικαιωμάτων στην ΕΕ.
- Κατόπιν, να εκπονήσει σχετικές μελέτες, οι οποίες συνιστούν αναγκαία ενέργεια της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, προκειμένου να εντοπιστούν τυχόν εμπόδια που παρακωλύουν την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων αυτών ή προβλήματα που θα πρέπει να επιλυθούν, και να τονιστεί η ευρωπαϊκή προστιθέμενη αξία που θα μπορούσε να προσφέρει η υιοθέτηση σχετικών μέτρων σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Προς τούτο, θα πρέπει να διαθέσει η Επιτροπή επαρκείς δημοσιονομικούς πόρους, είτε από τη ΓΔ Υγείας και Καταναλωτών είτε από τη ΓΔ Δικαιοσύνης.
- Να συγκροτήσει, επίσης, βάση δεδομένων και ανταλλαγής εμπειριών και ορθών πρακτικών συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης, προσβάσιμη σε όλους τους καταναλωτές. Θα μπορούσε επίσης να διεξαγάγει εκστρατείες ευαισθητοποίησης και ενημέρωσης σχετικά με τη συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση.
- Τέλος, με βάση την αντληθείσα εμπειρία, να προβεί σε εναρμόνιση νομοθεσιών σχετικά με τα διασυνοριακά προβλήματα και με ό,τι θα μπορούσε να προσφέρει ευρωπαϊκή προστιθέμενη αξία στην πρακτική αυτή.

2. Εισαγωγή

2.1 Η βαθμιαία εξάντληση του ισχύοντος συστήματος και η αδυναμία του να ικανοποιήσει τις ατομικές και συλλογικές απαιτήσεις των πολιτών δημιουργεί πρόσφορο έδαφος για την εμφάνιση εναλλακτικών λύσεων που να προσαρμόζονται στις ανάγκες και τις προκλήσεις που θέτει ένα μέλλον οργανωμένο σε ψηφιακά δίκτυα.

2.2 Η παρούσα γνωμοδότηση πρωτοβουλίας συνάδει με τη στρατηγική «Ευρώπη 2020», όπου προτείνεται η κατανάλωση αγαθών και υπηρεσιών να συμβαδίζει με την έξυπνη, βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη, με θετική επίδραση επί της δημιουργίας απασχόλησης, της παραγωγικότητας και της οικονομικής, κοινωνικής και εδαφικής συνοχής. Υπάρχουν, επίσης, και άλλες στρατηγικές της ΕΕ που επηρεάζουν άμεσα ή έμμεσα το πεδίο της συνεργατικής κατανάλωσης, όπως η ανακοίνωση σχετικά με το «σχέδιο δράσης για τη βιώσιμη κατανάλωση και παραγωγή και τη βιώσιμη βιομηχανική πολιτική»⁽²⁾, η πρωτοβουλία για την κοινωνική καινοτομία στην Ευρώπη ή το ψηφιακό θεματολόγιο για την Ευρώπη.

2.3 Η συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση μπορεί να αποτελέσει συμπεριφορά ανθεκτική έναντι της τρέχουσας οικονομικής και δημοσιονομικής κατάστασης και να προσφέρει λύσεις για την αυξανόμενη αβεβαιότητα που προκαλεί η οικονομική κρίση. Μπορεί να αποτελέσει ευκαιρία για ανάκαμψη της πορείας προς μια ανάπτυξη βιώσιμη από οικονομική άποψη, ανθρώπινη από κοινωνική άποψη, σε αρμονία με τον πλανήτη μας από περιβαλλοντική άποψη.

2.4 Από την άλλη πλευρά, οι υπερβολές της υπερκατανάλωσης έχουν οδηγήσει στην εμφάνιση ενός χάσματος ανισότητας ανάμεσα σε παραγωγούς και καταναλωτές περιφέρειες, όπου, κατά συνέπεια, συναντώνται σε ανταγωνιστική συνύπαρξη ο κοινωνικός αποκλεισμός με την παχυσαρκία ή η κατασπατάληση με την ένδεια. Η συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση μπορεί να αποτελέσει ένα συμπληρωματικό εργαλείο αγοράς που θα δώσει νέα πνοή στην εσωτερική αγορά, εξυγιανοντάς την και καθιστώντας την πιο ισορροπημένη και βιώσιμη, αρκεί να αποκτήσει σταθερές δομές.

2.5 Σε αντίθεση με την καταφανή πλέον έλλειψη βιωσιμότητας της υπερπαραγωγής και της υπερκατανάλωσης, η συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση αναδεικνύει τις αξίες του συνεταιρισμού και την πρακτική της αλληλεγγύης. Το περιοδικό *Forbes* δημοσίευσε πρόσφατα την εκτίμηση ότι η ροή εσόδων μέσω της συνεργατικής κατανάλωσης θα υπερβεί τα 3,5 εκατομμύρια δολάρια το τρέχον έτος, με αύξηση ανώτερη του 25 %.

2.6 Αυτό ισχύει στο μέτρο που η προσφορά και η κατανάλωση δεν θεωρούνται ως αμιγής κατοχή αγαθών, αλλά ως από κοινού πρόσβαση στη χρήση τους, για την ικανοποίηση πραγματικών αναγκών και την προσωπική ολοκλήρωση που δεν προϋποθέτει συμβολική κατανάλωση και επιδίωξη επιθυμιών που επιβάλλονται και δημιουργούνται τεχνητά.

2.7 Τα προϊόντα της συμβατικής καταναλωτικής κοινωνίας έχουν σχεδιαστεί για ατομική ιδιοκτησία, ταχεία κατανάλωση και πρόωπη απόρριψη. Αντιθέτως, η δημιουργία ανθεκτικών προϊόντων, κατασκευασμένων για εντατική χρήση ώστε να μπορούν να χρησιμοποιούνται από πολλά άτομα ή καθ' όλη τη διάρκεια ζωής του ίδιου καταναλωτή ή χρήστη, αποτελεί χαρακτηριστικό στοιχείο της συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης, η οποία συμβάλλει στην υιοθέτηση πιο οικολογικής συμπεριφοράς όσον αφορά τον κύκλο ζωής των χρησιμοποιούμενων αγαθών. Οι νέες τεχνολογίες [διομότιμη επικοινωνία (peer to peer) και κοινωνικά δίκτυα] αναδεικνύουν τη σημασία της εικονικής και της πραγματικής κοινότητας.

⁽²⁾ COM(2008) 397 final.

2.8 Με την οικονομική κρίση εξαπλώνεται η τάση μείωσης της κατοχής αγαθών, προσοχής στις δαπάνες και προσεκτικής εξέτασης της αποκομισθείσας απολαβής, όσον αφορά την ανάγκη που καλύφθηκε ή ικανοποιήθηκε, με βάση την παραδοχή ότι για την απόλαυση της ευημερίας δεν χρειάζεται η σωρευση αγαθών.

2.9 Το ζήτημα έγκειται στη σύνδεση των ατόμων που χρειάζονται πρόσβαση σε έναν πόρο με εκείνα που διαθέτουν τον συγκεκριμένο πόρο, αλλά δεν τον χρησιμοποιούν πλήρως και μπορούν να τον δανείσουν, να τον δωρίσουν, να τον ανταλλάξουν, να τον ενοικιάσουν κ.λπ. Η σχέση αυτή βασίζεται σε μια αίσθηση κοινότητας, κοινής χρήσης, συμμετοχής μεταξύ χρηστών, όπου η εμπιστοσύνη συνιστά τον συνδετικό κρίκο που καθιστά δυνατή τη σύνδεση, την ανάπτυξη εναλλακτικής κατανάλωσης και, με την πάροδο του χρόνου, τη διατήρηση των σχέσεων που δημιουργούνται — όλα αυτά δε κατ' ανάγκη μέσα σε κλίμα διαφάνειας, ιδίως από οικονομική άποψη και από άποψη υπευθυνότητας της πλατφόρμας που προωθεί τη συνεργατική κατανάλωση.

2.10 Επί του προκειμένου, η ισχύς της συνεργασίας και της κοινής χρήσης χάρη στην τεχνολογία τείνουν να μεταβάλουν την αντίληψη περί ιδιοκτησίας και περί εμπορικών συναλλαγών⁽³⁾. Τα προϊόντα δεν μπορούν πλέον μόνο να πωλούνται, αλλά και να ενοικιάζονται, να ανακατανέμονται ή να χρησιμοποιούνται από κοινού, ενώ το ίδιο συμβαίνει και με τις υπηρεσίες.

2.11 Οι καταναλωτές επιθυμούν να κατέχουν λιγότερα αλλά να απολαμβάνουν περισσότερα. Τα αποκομιζόμενα ορθολογικά οφέλη επικεντρώνονται στον περιορισμό και στις πρακτικές πτυχές· η συναισθηματική πτυχή, όμως, προσφέρει προσωπική καταξίωση και το αίσθημα της συμμετοχής σε μια κοινότητα⁽⁴⁾. Οι πρωτοβουλίες συνεργατικής κατανάλωσης προσφέρουν βολικές και συχνά οικονομικότερες εναλλακτικές λύσεις, με αποτέλεσμα τη βελτιστοποίηση της χρήσης των διαθέσιμων πόρων και την αποφυγή της κατασκευής νέων μη αναγκαίων προϊόντων. Τελικά, η από κοινού χρήση είναι αποδοτική και βιώσιμη.

2.12 Αρκεί να συλλογιστεί κανείς την ψηφιοποίηση περιεχομένων (φωτογραφίες, μουσική, βίντεο, βιβλία κ.λπ.) για να διαπιστώσει ότι επέτρεψε σε πολύ κόσμο να αντιληφθεί ότι, συχνά, αυτό που επιθυμεί δεν είναι ο ίδιος ο δίσκος αλλά η μουσική που είναι καταγεγραμμένη σ' αυτόν. Εφόσον έχει τη δυνατότητα πρόσβασης τη στιγμή που το χρειάζεται, θα μπορεί να είναι ικανοποιημένος, ακόμη περισσότερο δε εάν αυτό απαιτεί μικρότερη διαθεσιμότητα ή χρήση του προσωπικού χώρου.

2.13 Η λύση της συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης παρέχει επίσης μια διέξοδο στις πιο ευάλωτες ομάδες, ιδίως δε στις οικογένειες που βρίσκονται σε δυσχερή οικονομική κατάσταση ή που θα μπορούσαν να αποκλεισθούν από τις συμβατικές οδούς πρόσβασης στην πίστωση για την απόκτηση των αγαθών που χρειάζονται, λόγω των σημερινών κοινωνικών συνθηκών. Αντιπροσωπεύει όμως, επίσης, μια επιλογή για όσους, ενώ έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης στην αγορά αγαθών και υπηρεσιών κατά τον παραδοσιακό τρόπο, αποφασίζουν εθελουσίως να μην την αξιοποιήσουν, δεσμευόμενοι από τις προσωπικές τους αρχές.

2.14 Η βιώσιμη κατανάλωση έχει αναγνωριστεί από το 1999 σε επίπεδο Ηνωμένων Εθνών ως θεμελιώδες δικαίωμα του καταναλωτή, ενώ στην Ευρωπαϊκή Ένωση, καθώς η νομοθεσία προστασίας των καταναλωτών είναι προγενέστερη, το δικαίωμα αυτό δεν εμφανίζεται ως τέτοιο, παρότι θα έπρεπε να αναγνωριστεί, όπως έχει ήδη ζητήσει ρητώς η ΕΟΚΕ⁽⁵⁾, μέσω τροποποίησης των Συνθηκών που θα πρέπει να περιλαμβάνει την «αρχή της ανάπτυξης μίας πολιτικής βιώσιμης κατανάλωσης».

Εξάλλου, η ΕΟΚΕ έχει επίσης υιοθετήσει γνωμοδοτήσεις σχετικά με την πράσινη οικονομία⁽⁶⁾ και με την τεχνητή γήρανση⁽⁷⁾. Πρόσφατα, επίσης, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, στο ψήφισμά του σχετικά με το Ευρωπαϊκό θεματολόγιο για τους καταναλωτές, ζήτησε ρητά από την Επιτροπή να ασχοληθεί με το ζήτημα.

3. Συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση: μία εννοιολογική προσέγγιση

3.1 Είδιται η αναφορά στη συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση ως τον παραδοσιακό τρόπο από κοινού χρήσης, ανταλλαγής, δανεισμού, ενοικίασης και δωρεάς, επαναπροσδιορισμένο μέσω της σύγχρονης τεχνολογίας και των κοινοτήτων.

Από την αναφορά αυτή συνάγεται ότι η συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση δεν αποτελεί καινούρια ιδέα, αλλά μάλλον αναβίωση μιας πρακτικής που αξιοποιεί τη σύγχρονη τεχνολογία ώστε η υπηρεσία να γίνει πολύ πιο αποδοτική και να αποκτήσει μεγαλύτερες δυνατότητες κλιμάκωσης. Ταυτόχρονα, η συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση πρέπει να βασίζεται στο πνεύμα πρωτοβουλίας και στην προαιρετική συμμετοχή.

⁽³⁾ Botsman Rachel, *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* (Ο, τι είναι δικό μου είναι και δικό σου: η γένεση της συλλογικής κατανάλωσης).

⁽⁴⁾ Μελέτη που εκπονήθηκε από την Carbonview Research, για λογαριασμό της Campbell Mithun, 2012.

⁽⁵⁾ EE C 185 της 8.8.2006, σ. 71.

⁽⁶⁾ EE C 271 της 19.9.2013, σ. 18.

⁽⁷⁾ CESE 1904/2013, «Προς μία βιώσιμη κατανάλωση: διάρκεια ζωής των βιομηχανικών προϊόντων και ενημέρωση των καταναλωτών με στόχο την ανάκτηση της εμπιστοσύνης τους» (δεν έχει ακόμη δημοσιευθεί στην Επίσημη Εφημερίδα).

3.2 Η συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση αντιπροσωπεύει ένα τρίτο κύμα του διαδικτύου, όπου οι άνθρωποι συναντώνται στο διαδίκτυο με στόχο να μοιραστούν πράγματα εκτός διαδικτύου. Επίσης, ορθά περιγράφεται ως τρόπος να τεθεί σε κυκλοφορία οτιδήποτε υπάρχει.

3.3 Χωρίς αμφιβολία, η εμφάνιση της συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης συνδέεται με τρεις παράγοντες: την οικονομική κρίση — και την κρίση αξιών —, την εξάπλωση των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης, και τις πρακτικές συνεργασίας ή συμμετοχής στο διαδίκτυο. Ωστόσο, για την ανάπτυξη της σε περιβάλλον ανεπτυγμένων οικονομιών, καθοριστική σημασία έχουν: η εμπιστοσύνη στο κοινό καλό, το αναξιοποίητο δυναμικό και η τεχνολογία ⁽⁸⁾.

3.4 Η εμπιστοσύνη μεταξύ αγνώστων είναι, ίσως, το κρίσιμο σημείο για την επιτυχία της συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης. Όσο για την τεχνολογία, παρέχει τη δυνατότητα πρόσβασης σε επιγραμμικές υπηρεσίες (online services), που με τη σειρά τους συμβάλλουν στη δημιουργία επαφών εκτός σύνδεσης (offline) με μεγαλύτερο βαθμό εμπιστοσύνης.

3.5 Η από κοινού χρήση πόρων απαιτεί εμπιστοσύνη και καλή φήμη, κυρίως όταν επιδιώκεται η προσέλκυση νέων χρηστών. Οι πρωτοβουλίες συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης οφείλουν να επιτύχουν την ασφάλεια των κοινοτήτων τους.

3.6 Μπορεί να προβλεφθεί ότι η από κοινού χρήση σε απευθείας σύνδεση αποτελεί αρκετά ασφαλή ένδειξη για την από κοινού χρήση και εκτός σύνδεσης. Σε περιβάλλον εκτός σύνδεσης, ο απλούστερος τρόπος για την κατάκτηση της εμπιστοσύνης είναι να περιορίζεται το μέγεθος της κοινότητας ή να αξιοποιείται κάποιο είδος προϋπάρχουσας κοινότητας, όπου υπάρχει ήδη ένας βαθμός εμπιστοσύνης και κοινών δεσμών. Ορισμένες πρωτοβουλίες συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης οδηγούν στη σύσταση κλειστών ομάδων για την κάλυψη των αναγκών των χρηστών και τη δημιουργία εμπιστοσύνης, η διαχείριση των οποίων είναι απλούστερη.

3.7 Όταν αναπτύσσεται αίσθημα κοινότητας μεταξύ των χρηστών μιας υπηρεσίας, ενισχύεται επίσης η εμπιστοσύνη στη συγκεκριμένη υπηρεσία και μεταξύ των χρηστών. Οι χρήστες είναι προσεκτικοί κατά τις δράσεις και τις αλληλεπιδράσεις τους, ώστε να οικοδομήσουν και να διαφυλάξουν την καλή φήμη τους, εφόσον αυτή είναι το στοιχείο που θα τους επιτρέψει την αλληλεπίδραση με την κοινότητα και την αξιοποίηση του συστήματος, όπως ισχύει σε όλες τις αγορές.

3.8 Όσον αφορά τους κινδύνους, η πλήρης εξάλειψή τους είναι αδύνατη. Οπωσδήποτε, οι πλατφόρμες που διευκολύνουν τις ανταλλαγές πρέπει να βεβαιώνονται ότι τα μέλη τους γνωρίζουν τους κινδύνους αυτούς και διαθέτουν επαρκή ενημέρωση ώστε να τους διαχειρίζονται αποτελεσματικά.

3.9 Από την άλλη πλευρά, η τεχνολογία αποτελεί αναγκαίο παράγοντα για τη βελτιστοποίηση του εντοπισμού των πόρων, τη δημιουργία ομάδων με κοινά συμφέροντα και την οικοδόμηση κοινοτήτων. Οι τεχνολογίες κινητών επικοινωνιών και πραγματικού χρόνου αυξάνουν την ταχύτητα και την ευχέρεια, τόσο για την παροχή πληροφοριών σχετικά με τον εντοπισμό όσο και για τη διάθεση ενός απλού συστήματος πληρωμής, όταν χρειάζεται.

3.10 Εντούτοις, όσον αφορά τον σχεδιασμό της ροής της υπηρεσίας, οι προσπάθειες θα πρέπει να επικεντρωθούν στο να καταστεί το σύστημα ευπρόσιτο και εύχρηστο· να προωθεί μια σχέση εγγύτητας και εμπιστοσύνης μεταξύ χρηστών και με τον φορέα που παρέχει την υπηρεσία· να προσφέρει επαρκή και καθησυχαστικά μέτρα ασφάλειας και να συγκεντρώνει εμπειρίες με κέντρο τον χρήστη για τη δημιουργία τραpezών καλής φήμης, μέσω των κατάλληλων κεντρικών βάσεων δεδομένων.

3.11 Η τελευταία αυτή πτυχή της φήμης έχει καίρια σημασία ως καταλύτης για την επίτευξη οικονομικών και κοινωνικών μετατροπών. Έχει διατυπωθεί η εκτίμηση ότι το «κεφάλαιο καλής φήμης» ⁽⁹⁾ θα μπορούσε ακόμη και να λειτουργήσει ως δεύτερο νόμισμα, η αξία του οποίου έγκειται στην προσφορά εμπιστοσύνης. Θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι το κεφάλαιο φήμης αναδεικνύεται σε κεντρικό στοιχείο για την οικονομία του 21ου αιώνα, εφόσον προεκτείνει το παραδοσιακό «από στόμα σε στόμα» στις δυνατότητες ευρείας διάδοσης που παρέχει η κοινωνία των δικτύων.

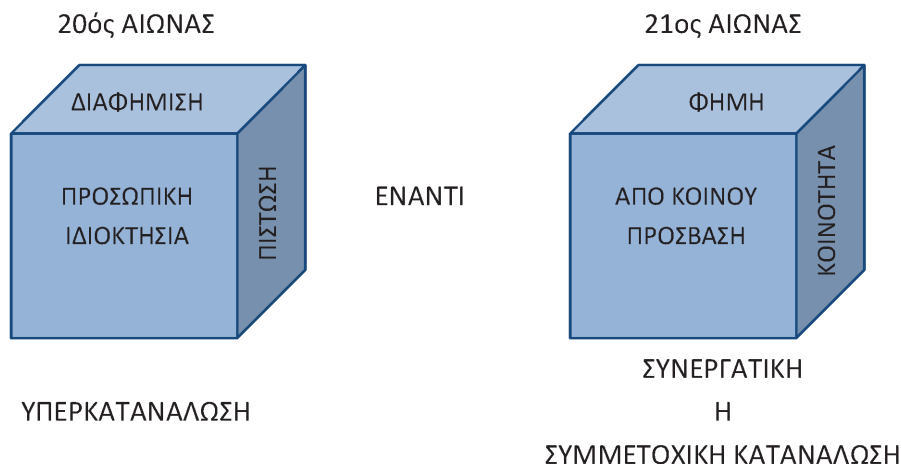
3.12 Οι πολίτες εκφράζουν ήδη τις ανάγκες τους και τα ενδιαφέροντά τους συμπεριφερόμενοι και καταναλώνοντας κατά τρόπο προσφορότερο και διαφανέστερο, συμπεριλαμβάνοντας στα κριτήρια αγοράς πτυχές με έντονο κοινωνικό χαρακτήρα και προσδίδοντας με τη συμμετοχή τους μια συναισθηματική διάσταση στις αποφάσεις τους.

3.13 Τέλος, ο καταναλωτής που δεσμεύεται προσφέρει την επιρροή του και τη στήριξή του στο σήμα που επιλέγει, αναλαμβάνοντας ενεργό ρόλο στην επιτυχία της κοινής πρωτοβουλίας, γεγονός που εδραιώνει και ανατροφοδοτεί τη διαδικασία.

⁽⁸⁾ Albert Cañigueral, www.consumocolaborativo.com.

⁽⁹⁾ Η Rachel Botsman αναφέρεται στο «κεφάλαιο φήμης», ως αξία της φήμης σε κοινότητες και αγορές, καθώς και σε όρους προθέσεων, ικανοτήτων και αξιών.

3.14 Με λίγα λόγια, η εξίσωση: πίστωση + διαφήμιση + ατομική ιδιοκτησία = υπερκατανάλωση — που χαρακτηρίζει το πνεύμα του 20ού αιώνα — μετατρέπεται σε μια νέα εξίσωση: φήμη + κοινότητα + από κοινού πρόσβαση = συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση, η οποία φιλοδοξεί να αποτελέσει το χαρακτηριστικό του νέου αιώνα.



3.15 Η συνεργατική κατανάλωση συμμερίζεται πολλούς στόχους των πολιτικών της Ένωσης, ιδίως δε της εσωτερικής αγοράς, όπως η αύξηση της αποδοτικότητας των πόρων, η πρόοδος της κοινωνικής καινοτομίας, με τη δημιουργία απασχόλησης και οικονομικής ευημερίας. Πολλές νέες επιχειρήσεις συνεργατικής κατανάλωσης λειτουργούν στο έδαφος της Ένωσης, συνεπώς η ευρωπαϊκή ήπειρος μπορεί να μετατραπεί σε εκκολλητήριο νέων επιχειρηματικών προτύπων που θα προωθή μια πιο βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη.

3.16 Καθώς η συνεργατική κατανάλωση συνιστά σημαντική οικονομική, κοινωνική και πολιτισμική αλλαγή, η Επιτροπή πρέπει να άρει τα τυχόν εμπόδια σε ευρωπαϊκό επίπεδο που ενδέχεται να ανακόψουν την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων αυτών, δημιουργώντας ένα ρυθμιστικό πλαίσιο που να δημιουργεί μακροπρόθεσμη ασφάλεια στον κλάδο.

4. Βέλτιστες πρακτικές συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης

4.1 Υπάρχει ήδη ευρύ φάσμα προτάσεων και εμπειριών συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης σε παγκόσμιο επίπεδο, που καθιστούν σαφές ότι ένας άλλος τρόπος κατανάλωσης όχι μόνο είναι εφικτός, αλλά και μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στη βελτίωση του κόσμου όπου ζούμε και, ακόμη πιο σημαντικό, στη διαφύλαξη του κόσμου που θα αφήσουμε στις μελλοντικές γενεές.

4.2 Με την οικονομική κρίση, εμφανίστηκαν πλατφόρμες, λόγου χάρη, για την αγοραπωλησία μεταχειρισμένων φορεμάτων και αξεσουάρ γάμου, για τη διαμονή σε σπίτια, την ενοικίαση οχημάτων ή επίσημων ενδυμάτων, ακόμη και ενδυμάτων σχεδιαστών μόδας ή πολυτελών αξεσουάρ, καθώς και κοινότητες όπου οι χρήστες δημοσιεύουν μια εργασία, όπως τη συναρμολόγηση ενός επίπλου ή τη μεταφορά ενός πακέτου, και την τιμή που προσφέρουν σε όποιον επιθυμεί να την αναλάβει.

4.3 Ένα ενδεικτικό παράδειγμα της αξίας της συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης είναι τα πολυάριθμα εργαλεία και σκεύη που ποτέ κανείς δεν χρησιμοποιεί συχνά, παρά την τιμή που έχει καταβάλει για να τα αποκτήσει, ή ακόμη — πράγμα που είναι το ίδιο — η υποεκμετάλλευση των αγαθών ή η ανεπαρκής αξιοποίηση της αποδοτικότητας κατά τη χρήση αγαθών ή υπηρεσιών. Ας σκεφτούμε τυπικά παραδείγματα, όπως: γιατί να αποκτήσει κανείς ένα γεωτρύπανο που θα το χρησιμοποιήσει μόνο είκοσι λεπτά σε ολόκληρη τη ζωή του, ή ακόμη γιατί να αγοράσει ένα αυτοκίνητο που θα μένει περισσότερο καιρό παρκαρισμένο παρά σε κίνηση.

4.4 Πενήντα πέντε τοις εκατό των Ευρωπαίων επιθυμούν την βιώσιμη κατανάλωση, ακόμη κι εάν χρειάζεται να πληρώσουν πιο ακριβά. Οι προθέσεις των καταναλωτών όσον αφορά τις εναλλακτικές μορφές κατανάλωσης για τα προσεχή έτη υπολογίζονται ως εξής ⁽¹⁰⁾:

- ανταλλαγή (19 %).
- ενοικίαση (22 % για την περίπτωση των εργαλείων).
- ομαδική αγορά (19 %).

⁽¹⁰⁾ Μελέτη «Los Consumidores Europeos en modo alternativo». Observatorio Cetelem, 2013.

- «φτιάχτο μόνος σου» (12 % όσον αφορά το ράψιμο)·
- αγορά εγγύτητας (μηδενικής χιλιομετρικής απόστασης) (το 75 % των καταναλωτών επιθυμούν την αποφυγή των υπέρμετρων δικτύων διανομής)·
- αγορά μεταχειρισμένων προϊόντων (19 %).

4.5 Παρά το γεγονός ότι η συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση αποτελεί ένα ευρύ και ανοιχτό φάσμα πρωτοβουλιών, όλες τους έχουν ένα κοινό γνώρισμα, όπως ήδη αναφέρθηκε: ότι διευκολύνουν τη σύνδεση εκείνων που διαθέτουν πόρους τους οποίους δεν χρησιμοποιούν πλήρως με εκείνους που χρειάζονται τους ίδιους αυτούς πόρους. Η πτυχή αυτή προβάλλεται άριστα εάν αντιληφθούμε ότι γίνεται όλο και περισσότερο λόγος για την κατασκευή πιο οικολογικών προϊόντων, ενώ είναι ακόμη πιο οικολογικό να χρησιμοποιούνται περισσότερα όσα ήδη υπάρχουν.

4.6 Η συνεργατική κατανάλωση έχει ορισμένες άμεσες συνέπειες (όπως: μικρότερη κατανάλωση πόρων και μειωμένες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα· αύξηση της ζήτησης προϊόντων καλής ποιότητας, εφόσον τα προϊόντα πρόκειται να δανείζονται ή να ενοικιάζονται και να επισκευάζονται· προώθηση του οικολογικού σχεδιασμού για τις εμπειρίες πολλαπλών χρηστών· μεγαλύτερη διάρκεια ζωής και επανάληψη της εξατομικευμένης προσαρμογής συμβατών προϊόντων· βελτίωση της κοινωνικής αλληλεπίδρασης, της συλλογικής ανάπτυξης και της εμπιστοσύνης μεταξύ πολιτών· προώθηση της πρόσβασης σε προϊόντα ποιότητας για τους καταναλωτές με χαμηλότερα εισοδήματα κ.λπ.), καθώς και πιθανές έμμεσες συνέπειες.

4.7 Από την άποψη του δικαίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση προσομοιάζει περισσότερο με την παροχή υπηρεσίας, σύμφωνα με το άρθρο 57 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ), εγείρονται όμως πολλά ερωτήματα. Ωστόσο, θα έπρεπε να εισάγεται μία διαφοροποίηση, στη συνεργατική κατανάλωση, μεταξύ των μη κερδοσκοπικών δραστηριοτήτων και εκείνων που έχουν ως στόχο την άντληση κάποιου κέρδους. Αυτές οι τελευταίες και μόνον, είναι οι δραστηριότητες που πρέπει να τύχουν της προσοχής του νομοθέτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

4.8 Σε μία προσπάθεια οργάνωσης της αυξανόμενης ετερογενούς ποικιλίας πρωτοβουλιών που εντάσσονται στην έννοια της συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης, εξετάζονται τέσσερις πτυχές της οικονομίας της από κοινού χρήσης: από καταναλωτή σε καταναλωτή (C2C), από καταναλωτή σε καταναλωτή, αλλά μέσω επιχείρησης (C2B), από επιχείρηση σε καταναλωτή (B2C) και από επιχείρηση σε επιχείρηση (B2B).

4.9 Από την άλλη πλευρά, προτείνεται μία κατηγοριοποίηση σύμφωνα με τρία συστήματα ⁽¹¹⁾: συστήματα με βάση το προϊόν· αγορές ανακατανομής· συνεργατικοί τρόποι ζωής.

4.10 Όπως αποδεικνύεται, οποιοσδήποτε τομέας της καθημερινής ζωής μπορεί να υπαχθεί σε πρακτικές συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης, όπως για παράδειγμα ⁽¹²⁾:

- η κινητικότητα (carsharing: από κοινού ενοικίαση και χρήση οχημάτων, ταξί, ποδηλάτων και θέσεων στάθμευσης, και carpooling: κάλυψη των κενών θέσεων οχημάτων με άλλους επιβάτες που πηγαίνουν στην ίδια κατεύθυνση)·
- η ενεργειακή αποδοτικότητα (από κοινού χρήση οικιακού εξοπλισμού)·
- η στέγαση και οι χώροι καλλιέργειας (ενοικίαση δωματίων, κοινή χρήση αστικών και αγροτικών κατοικιών και κήπων)·
- οι επιχειρήσεις (coworking: κοινή χρήση επαγγελματικής στέγης)·
- οι επικοινωνίες (κινητές πλατφόρμες όπου οι χρήστες μπορούν να αγοράζουν και να πωλούν αγαθά και υπηρεσίες σε άτομα που ζουν στην ίδια κοινότητα)·
- η εργασία (μικροδουλειές, πρόσληψη ατόμων για συγκεκριμένη εργασία, τεχνίτες κατ' οίκον με σύστημα όπου όποιος προσφέρει την καλύτερη τιμή αναλαμβάνει καθήκοντα που εκτείνονται από το κρέμασμα πινάκων έως τη συναρμολόγηση επίπλων)·
- ο πολιτισμός (bookcrossing και ανταλλαγή βιβλίων, προώθηση πολιτιστικών ανταλλαγών για νέους από διάφορες χώρες)·
- η παιδεία (ψηφιακές κοινότητες για την εκμάθηση γλωσσών)·

⁽¹¹⁾ Rachel Botsman.

⁽¹²⁾ Μερικές διευθύνσεις πρωτοβουλιών συλλογικής ή συνεργατικής κατανάλωσης:
<http://www.collaborativeconsumption.com/directory/>
<http://www.consumocolaborativo.com/directorio-de-proyectos/>
<http://consocollaborative.com/1704-100-sites-de-consommation-collaborative.html>
<http://collaboriamo.org/>
<http://www.kokonsum.org/plattformen>
<http://www.gsara.tv/~ouiishare/>

- ο χρόνος και οι ικανότητες («τράπεζες» χρόνου)·
- η ψυχαγωγία (από κοινού χρήση ψηφιακού περιεχομένου)·
- τα οικονομικά (δάνεια μεταξύ ιδιωτών, άμεσα δάνεια ιδιωτών προς μικρομεσαίες επιχειρήσεις, crowdfunding ή συλλογική χρηματοδότηση, συλλογική χρηματοδότηση για συλλογικά κέρδη)·
- ο τουρισμός (γαστρονομικές εμπειρίες σε σπίτια ιδιωτών και ανταλλαγές τροφίμων μεταξύ ομοτίμων)·
- η τέχνη, καθώς και υπαίθριες αγορές για ανταλλαγή και δωρεά παιδικού ρουχισμού και αντικειμένων, επίσκεψη και ανακάλυψη αντικειμένων, μεταξύ πολλών άλλων πρωτοβουλιών που θα μπορούσαν να προστεθούν, η εξαντλητική μελέτη των οποίων υπερβαίνει τους στόχους της παρούσας γνωμοδότησης·
- προώθηση της χρήσης των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, καθώς είναι δυνατό να μοιραστεί κανείς τη χρήση της πλεονάζουσας ενέργειας μέσω των έξυπνων δικτύων.

4.11 Γενικά, αρκεί να εντοπιστούν τα αγαθά, οι γνώσεις ή οι υπηρεσίες που εμφανίζουν πλεονάζον αναξιοποίητο δυναμικό και θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν από κοινού, σε μια συγκυρία που ευνοεί την ανάπτυξη της συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης, όπως είναι η συγκυρία όπου συνδυάζονται: επί μονίμου βάσεως ασθενής οικονομική κατάσταση· αυξανόμενη ζήτηση για ανάπτυξη σύμφωνα με δεοντολογικά και βιώσιμα πρότυπα· καθημερινότητα στην οποία οι πολίτες είναι ολοένα και περισσότερο συνδεδεμένοι. Όλες αυτές οι προϋποθέσεις σήμερα συνυπάρχουν.

5. Πρόταση πρωτοβουλιών και στρατηγική δράσης

5.1 Για όλους αυτούς τους λόγους, καλείται η Ευρωπαϊκή Επιτροπή να υιοθετήσει τα δέοντα μέτρα προστασίας του καταναλωτή, ώστε, με βάση τις κατάλληλες μελέτες, να μπορούν να αναπτυχθούν οι προτεινόμενες πρωτοβουλίες.

5.2 Συνοψίζονται σχηματικά παρακάτω οι κατευθύνσεις δράσης που εκτιμάται ότι θα πρέπει να συμπεριληφθούν σε μία στρατηγική για την οργανωμένη ανάπτυξη της συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης, ως μέτρα που θα στηρίζουν, θα συμπληρώνουν και θα επιτηρούν την πολιτική προστασίας των καταναλωτών που εφαρμόζουν τα κράτη μέλη:

- α) Καθορισμός του νομικού και φορολογικού πλαισίου των δραστηριοτήτων που περιλαμβάνονται σε μια οργανωμένη συνεργατική ή συμμετοχική κατανάλωση· ρύθμιση, κατά περίπτωση, πτυχών όπως η νομική ευθύνη, η διασφάλιση, τα δικαιώματα χρήσης, τα δικαιώματα έναντι της τεχνητής γήρανσης⁽¹³⁾, τα τέλη ιδιοκτησίας, οι προδιαγραφές ποιότητας, ο προσδιορισμός δικαιωμάτων και υποχρεώσεων και, ενδεχομένως, η εξάλειψη πιθανών συγκαλυμμένων περιορισμών και εμποδίων που παρακωλύουν το ενδοκοινοτικό εμπόριο, καθώς και ενδεχόμενης στρέβλωσης νομοθεσιών.
- β) Διάδοση των πρωτοβουλιών συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης και των ατομικών και συλλογικών πλεονεκτημάτων που παρουσιάζουν· ευαισθητοποίηση και συνειδητοποίηση του κοινού. Γνωστοποίηση των αναγκαστικών πτυχών του νομικού πλαισίου που ισχύουν για τα προϊόντα που μοιράζονται πολλοί χρήστες (ανακύκλωση, επαναχρησιμοποίηση, εκσυγχρονισμός, ανθεκτικότητα).
- γ) Ενημέρωση και πρόταση κατευθύνσεων στους καταναλωτές και τους χρήστες όσον αφορά την υπεύθυνη συμμετοχή στις πρωτοβουλίες, με προώθηση των πρότυπων σχεδίων και πρωτοβουλιών συνεργατικής κατανάλωσης.
- δ) Προώθηση της συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης με βάση εμπειρίες όπως ShareableCities, η συμμετοχική μεταφορά και άλλες πτυχές, όπως αυτές που σχετίζονται με τα τρόφιμα, τη στέγη, ακόμη και συμμετοχικές εργασίες.
- ε) Προώθηση σταθερών δομών μέσω της δημιουργίας χώρων για την ανάπτυξη της συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης, ιδίως όσον αφορά τεχνολογίες και δίκτυα.
- στ) Ενίσχυση και εξάπλωση της συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης χάρη στην ενεργοποίηση και την τόνωση του δυναμισμού των σχετικών δικτύων.

⁽¹³⁾ Ο προγραμματισμός της διάρκειας ζωής ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, με βάση σχεδιασμό που συντομεύει εσκεμμένα τη διάρκεια της δυνατότητας πραγματικής λειτουργίας ή χρήσης τους.

- ζ) Συμμετοχή των ευρωπαϊκών θεσμικών οργάνων σε πρωτοβουλίες συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης, είτε ως χρηστών είτε με τη διάθεση των δικών τους πόρων.
- η) Η κοινωνία πολιτών μπορεί να αναλάβει ενεργό ρόλο στην πρόσβαση στα αγαθά δημόσιας ιδιοκτησίας με στόχο την μέγιστη κοινωνική αξιοποίηση, με τη δημιουργία συλλογικών υποδομών κοινής χρήσης.
- θ) Ακόμη, προτείνεται να αναπτυχθεί όλως ιδιαίτερος η στρατηγική δράσης στους εξής τομείς:
- **Παιδεία:** Στον χώρο της παιδείας, η δράση πρέπει να είναι προορατική, δηλαδή το έργο που επιτελείται με παιδιά από πρώιμη ήδη ηλικία να προσανατολίζεται στην απόκτηση και την εδραίωση στάσεων, συνηθειών και αξιών που να ευνοούν τη δημιουργία πρωτοβουλιών συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης.
 - **Σύλλογοι καταναλωτών:** Οι οργανώσεις καταναλωτών και χρηστών που οικοδομούνται σε δίκτυο μπορούν να αναλάβουν διττό ρόλο στη στρατηγική: προδραστικό ρόλο για την ανάπτυξη πρωτοβουλιών, καθώς και ρόλο ανταπόκρισης, με τη συμμετοχή σε αυτές.
 - **Συνεταιρισμοί:** Οι συνεταιρισμοί μπορούν να αναδειχθούν σε κύριο σύμμαχο της συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης, δεδομένου ότι συνδυάζουν και μοιράζονται πολλές κοινές αρχές και αξίες. Επομένως, το συνεταιριστικό κίνημα μπορεί να ενισχύσει τις πρακτικές αυτές, είτε αναλαμβάνοντας πρωτοβουλίες είτε συμμετέχοντας εκ των υστέρων, ενώ επιπλέον μπορεί να εντάξει στους κόλπους του δίκτυα συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης που να είναι αμοιβαία επωφελή για τους στόχους αμφοτέρων ⁽¹⁴⁾. Οι καταναλωτικοί συνεταιρισμοί και οι λεγόμενοι συνεταιρισμοί μηδενικής χιλιομετρικής απόστασης ⁽¹⁵⁾ συνιστούν ένα πρότυπο που αποτελεί ήδη μέρος της πραγματικότητας.
 - **Πολίτες:** Ο ενήλικος πληθυσμός, και οι πολίτες γενικότερα, μέσω της αναζήτησης και της συμμετοχής σε πρωτοβουλίες συνεργατικής ή συμμετοχικής κατανάλωσης των οποίων είναι αποδέκτες, μπορούν να αναπτύξουν δράση ενεργού συμμετοχής η οποία, επιπλέον, να συμβάλλει στην προσωπική τους ολοκλήρωση χάρη στην ένταξη και να συντελεί στην κοινωνική συνοχή, χάρη στη συλλογική κοινή χρήση των κοινών αγαθών.

Βρυξέλλες, 21 Ιανουαρίου 2014

Ο Πρόεδρος
της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής
Henri MALOSSE

⁽¹⁴⁾ Salcedo Aznal, Alejandro, «Cooperativismo 3.0», *100 años de cooperativismo de consumidores y usuarios: historia y futuro*, UNCCUE, 2013, σ. 65-68.

⁽¹⁵⁾ Συνεταιρισμοί προϊόντων ή δραστηριοτήτων που σχετίζονται με την τοπική οικονομία και ελαχιστοποιούν τις επιπτώσεις από τη διανομή και τη μεταφορά σε μεγάλες αποστάσεις.