

II

(Προπαρασκευαστικές πράξεις)

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

398η ΣΥΝΟΔΟΣ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑΣ ΤΗΣ 26ης ΚΑΙ 27ης ΜΑΡΤΙΟΥ 2003

Γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής για τη «Διαπαιδαγώγηση των καταναλωτών»

(2003/C 133/01)

Στις 18 Ιουλίου 2002 και σύμφωνα με την παράγραφο 2 του άρθρου 29 του Εσωτερικού Κανονισμού της, η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή αποφάσισε να καταρτίσει πρωτοβουλίας σχετικά με το ανωτέρω θέμα.

Το ειδικευμένο τμήμα «Ενιαία αγορά, παραγωγή και κατανάλωση», στο οποίο ανατέθηκε η προετοιμασία των σχετικών εργασιών, υιοθέτησε τη γνωμοδότησή του στις 5 Μαρτίου 2003 με βάση την εισηγητική έκθεση του κ. Hernandez Bataller.

Κατά την 398η σύνοδο ολομέλειάς της, της 26ης και 27ης Μαρτίου 2003 (συνεδρίαση της 26ης Μαρτίου), η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή υιοθέτησε ομόφωνα την ακόλουθη γνωμοδότηση.

1. Εισαγωγή

1.1. Η εφαρμογή μιας κατάλληλης και αποτελεσματικής πολιτικής για την προστασία των καταναλωτών προϋποθέτει τη λήψη μίας σειράς μέτρων διαφορετικής φύσεως με σκοπό την εγγύηση της ασφάλειας και της ευζωίας των καταναλωτών, ιδίως από την άποψη του οικονομικού βίου και της υγείας. Η ποιότητα, η σύνθεση και οι συνθήκες παρασκευής, διατήρησης και ασφάλειας των προϊόντων και των υπηρεσιών, η ακρίβεια και η σαφήνεια των εμπορικών ανακοινώσεων και των δράσεων προβολής, οι εγγυήσεις και οι συμβάσεις, η προστασία της προσωπικής ζωής και της ιδιωτικότητας, η υπεράσπιση του κοινού συμφέροντος, η προοδευτική εναρμόνιση της νομοθεσίας, η ανάπτυξη διαφόρων διαδικασιών συρρύθμισης και εξωδικαστικής διευθέτησης των διαφορών και η υποστήριξη των οργανώσεων καταναλωτών συνιστούν βασικά στοιχεία αυτής της πολιτικής.

1.2. Παράλληλα, οι ευρωπαίοι καταναλωτές πρέπει να αποκτήσουν ικανότητες και γνώσεις που θα τους επιτρέπουν να ενεργούν κατάλληλα σε μία αγορά όλο και πιο σύνθετη, συγκλίνοσα και περίπλοκη. Πρέπει να αποκτήσουν ικανότητες και γνώσεις που θα τους επιτρέπουν να ασκούν αποτελεσματικά τα δικαιώματά τους, να εκπληρούν τις υποχρεώσεις τους και να αξιοποιούν όλες τις δυνατότητες και τα εχέγγυα που τους προσφέρει η ΕΕ για την υπεράσπιση των συμφερόντων τους. Υπό αυτή την έννοια, η διαπαιδαγώγηση των καταναλωτών αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την εγκαθίδρυση και την πραγματικά αποτελεσματική λειτουργία όλων των μέτρων προστασίας των καταναλωτών, καθώς και για τη λειτουργία της ενιαίας αγοράς και άλλων πολιτικών.

1.3. Η σημασία της εκπαίδευσης των καταναλωτών ορίζεται σαφώς στο άρθρο 153 της ΣΕΕ, το οποίο αναφέρεται στην προώθηση των δικαιωμάτων των καταναλωτών για ενημέρωση και διαπαιδαγώγηση, και σχετίζεται άμεσα με την προστασία των καταναλωτών σε έγγραφα όπως η Πράσινη Βίβλος. Βεβαίως, σύμφωνα με την αρχή της επικουρικότητας η αρμοδιότητα στον τομέα της διαπαιδαγώγησης εναπόκειται, κατά μεγάλο μέρος, στις εθνικές, περιφερειακές και τοπικές αρχές, γεγονός το οποίο δεν παρεμποδίζει τη δυνατότητα και την υποχρέωση εξέτασης του εν λόγω θέματος σε κοινοτικό επίπεδο, με σκοπό τον σχεδιασμό δράσεων για τη βελτίωση της κατάρτισης των καταναλωτών. Η εξέταση αυτή σε κοινοτική κλίμακα επιβάλλεται ιδίως εάν ληφθούν υπόψη η προοδευτική υλοποίηση της ενιαίας αγοράς και τα προβλήματα που εγείρει, όπως οι διασυννοριακές συναλλαγές, η ευρωπαϊκή διάσταση των δικαιωμάτων των καταναλωτών ή η ανάγκη ανταλλαγής μεταξύ των κρατών μελών εμπειριών χρήσιμων για το σύνολο της ΕΕ. Η ανάπτυξη κοινών πολιτικών κατάρτισης των καταναλωτών καθίσταται ακόμη πιο απαραίτητη, λαμβανομένης υπόψη της επικείμενης διεύρυνσης και της ανάγκης προετοιμασίας των πολιτών των υποψήφιων χωρών με ειδικά προγράμματα διαπαιδαγώγησης και κατάρτισης σχετικά με την Ευρωπαϊκή Κοινότητα, τα οποία υλοποιούνται και θα τύχουν ενισχύσεως μετά την προσχώρηση των νέων κρατών μελών.

1.4. Από την πλευρά της, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επισημαίνει στο αιτιολογικό της ανακοίνωσής της προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών με θέμα «Στρατηγική για την πολιτική υπέρ των καταναλωτών 2002-2006»⁽¹⁾ την

⁽¹⁾ COM(2002) 208 τελικό.

ανάγκη διάθεσης περισσότερης ενημέρωσης στο κοινό όσον αφορά την κατανάλωση. Για την επίτευξη των στόχων αυτής της νέας στρατηγικής, η Επιτροπή υπογραμμίζει την ανάγκη «ενίσχυσης της διαπαιδαγώγησης των καταναλωτών, ώστε να μπορούν να προβάλουν σε αγορές με εμπιστοσύνη και με πλήρη επίγνωση των δικαιωμάτων τους». Η ΕΟΚΕ πιστεύει ότι θα πρέπει να εμβαιβυνθούν πτυχές που πρέπει να αποτελέσουν αντικείμενο αυτής της ενισχυμένης ενημέρωσης, όπως οι τιμές, η ποιότητα και η ασφάλεια των προϊόντων και των υπηρεσιών και οι διαδικασίες παραγωγής τους, καθώς και άλλα στοιχεία, όπως ο περιβαλλοντικός τους αντίκτυπος.

2. Η σημασία του «καταρτισμένου καταναλωτή»

2.1. Είναι σημαντικό να ληφθεί υπόψη η σημαντική προστιθέμενη αξία που έχει η έννοια του «καταρτισμένου καταναλωτή», η οποία είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την ύπαρξη ενός «ενημερωμένου καταναλωτή», προκειμένου να διασφαλισθεί η κατάλληλη προστασία των καταναλωτών. Σημαντικό μέρος των περιγραφικών και προοπτικών μελετών, που πραγματοποιήθηκαν τα τελευταία έτη για την κατάσταση των καταναλωτών στους κόλπους της ΕΕ, προβάλλουν:

- α) την ανάγκη ενίσχυσης του βαθμού εμπιστοσύνης μεταξύ των καταναλωτών, προκειμένου να παρακινηθούν να διαδραματίσουν ενεργότερο ρόλο έναντι των καινοτομιών της προσφοράς και επίσης προκειμένου να επιτευχθεί υψηλότερος βαθμός συμμετοχής της οργανωμένης κοινωνίας των πολιτών και αξιοποίησης της ύπαρξης μιας ενιαίας αγοράς,
- β) την ανεπάρκεια της απλής ενημέρωσης για να αποκτηθεί από τους καταναλωτές αυτός ο απαραίτητος βαθμός εμπιστοσύνης, καθώς και για να προαχθεί μεταξύ των πολιτών (τόσο των νέων όσο και των ενηλίκων) μια κριτική και υπεύθυνη στάση σε θέματα κατανάλωσης.

2.2. Όσον αφορά την εμπιστοσύνη, είναι αναγκαίο να υπενθυμιστεί ότι ορισμένα σκάνδαλα που εκδηλώθηκαν τελευταία σε σχέση με τον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα της διατροφής υπονόμισαν σε μεγάλο βαθμό την αίσθηση ασφάλειας των καταναλωτών. Σε αυτά προστίθεται και η αβεβαιότητα όσον αφορά την αξιολόγηση της ποιότητας και της καταλληλότητας των σύνθετων προϊόντων και υπηρεσιών, όπως είναι τα «λειτουργικά» τρόφιμα (novel foods), το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι επιγραμμικές τραπεζικές υπηρεσίες. Ένα άλλο σχετικό παράδειγμα είναι η εμπειρία από την καθιέρωση του ευρώ, που αποκάλυψε καθαρά την ανάγκη μεγαλύτερης προσπάθειας στον τομέα της πληροφόρησης και της κατάρτισης και τον κίνδυνο ότι η έλλειψη σ' αυτόν τον τομέα θα μπορούσε να δημιουργήσει σκεπτικιστικές στάσεις έναντι της ενιαίας αγοράς. Γι' αυτό, η εκπαίδευση πρέπει να θεωρείται, επίσης, σημαντικό μέρος της συνολικής πολιτικής για την προστασία των καταναλωτών, καθώς και καίριο στοιχείο για την ενίσχυση της εμπιστοσύνης και της αποδοχής εκ μέρους των πολιτών του συστήματος της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, πάντοτε βάσει της ικανότητας συμμετοχής και κριτικής αξιολόγησης των σχετικών διαδικασιών.

2.3. Καθόσον η ενημέρωση θεωρείται θεμελιώδης παράγοντας για την προστασία των καταναλωτών, κρίνεται απολύτως σκόπιμος ο στόχος της Επιτροπής να αναπτύξει «μία σύγχρονη πολιτική ενημέρωσης, η οποία να είναι αποτελεσματική και αξιόπιστη». Πρέπει, εντούτοις, να επισημανθεί, πρώτον, ότι εξακολουθούν να υφίστανται πολυάριθμα εμπόδια για να επιτευχθεί πλήρης ενημέρωση των καταναλωτών και, δεύτερον, ότι η ενημέρωση

αποτελεί αναγκαίο, αλλά όχι επαρκές στοιχείο για την αποκατάσταση και την απόκτηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών. Η εμπιστοσύνη των καταναλωτών δεν κατακτάται απλά με την αύξηση της ποσότητας των διαθέσιμων πληροφοριών και τη διασφάλιση της πρόσβασης σε αυτές, ούτε καν με τη βελτίωση της ποιότητάς τους. Στην πραγματικότητα, είναι θεμελιώδους σημασίας να τεθούν στη διάθεση των πολιτών και τα παρακάτω στοιχεία:

- ένα σύνολο κεκτημένων γνώσεων που να τους επιτρέπει να κατανοούν τις πληροφορίες που λαμβάνουν, να τις ερμηνεύουν κριτικά, να κατανοούν τη σημασία τους, να τις αξιολογούν και να λαμβάνουν θέση έναντι αυτών των πληροφοριών. Οι γνώσεις αυτές περιλαμβάνουν, ειδικότερα, τους βασικούς κανόνες λειτουργίας της οικονομίας, αλλά και την ηθική και κοινωνική διάσταση της κατανάλωσης, τα πρότυπα βιώσιμης κατανάλωσης, την αλληλεγγύη, τη συνοχή και την ολοκλήρωση, τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των καταναλωτών κ.λπ.
- μία σειρά ικανοτήτων και πόρων που να τους επιτρέπουν να χρησιμοποιούν τόσο τις πληροφορίες όσο και τις εμπειρίες τους, προκειμένου να λαμβάνουν αποτελεσματικές αποφάσεις που να εξυπηρετούν το συμφέρον τους.

2.4. Η ενημέρωση δεν είναι παρά η «πρώτη ύλη» της επικοινωνίας. Η πρόσβαση σε αυτή συνεπάγεται την ύπαρξη μίας «λανθάνουσας γνώσης», αλλά αυτή μόνη της δεν διασφαλίζει ότι οι καταναλωτές «ενημερώνονται κανονικά», σύμφωνα με τα κριτήρια που έχει υιοθετήσει η ίδια η Ευρωπαϊκή Ένωση. Η ενημέρωση ωφελεί πραγματικά τους πολίτες, μόνο εάν, χάρη στη διαπαιγώγηση, αυτοί είναι σε θέση να κατανοήσουν το νόημά της και να την αξιοποιήσουν για να λάβουν αποφάσεις «κατά τρόπο δεόντως προσεκτικό και οξυδερκή», σύμφωνα με τη νομολογία του Δικαστηρίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (ΔΕΚ).

2.5. Οι καταναλωτές χρειάζονται κάτι περισσότερο από απλή ενημέρωση, για να είναι πραγματικά αποτελεσματικοί κατά την επιλογή και τη χρήση των προϊόντων και των υπηρεσιών. Θα πρέπει να είναι επίσης ικανοί να χρησιμοποιήσουν και να αξιοποιήσουν αυτήν την ενημέρωση. Δεδομένης της σημασίας της κατανάλωσης στο σύγχρονο κόσμο, οι ικανότητες των καταναλωτών αποτελούν απαραίτητη προϋπόθεση για την ενεργό άσκηση της ιδιότητας του πολίτη και την πλήρη συμμετοχή τους στην κοινωνία.

3. Το περιεχόμενο και οι τεχνικές διαπαιδαγώγησης των καταναλωτών

3.1. Από την άποψη του περιεχομένου, η κατάρτιση και η διαπαιδαγώγηση των καταναλωτών απαιτούν την καταβολή ειδικής προσπάθειας να παρασχεθεί ορθή κατανόηση των διάφορων κοινωνικών, τεχνικών και νομικών-κανονιστικών εννοιών που σχετίζονται με την υπεράσπιση και την προστασία τους. Αυτό σημαίνει:

- Επαρκή κατανόηση της σύνθεσης των προϊόντων και των υπηρεσιών, των κριτηρίων ασφάλειας και ποιότητας που ισχύουν για κάθε προσφορά, των τρόπων χρήσης, κατανάλωσης και συντήρησής τους και του σχετικού κόστους. Η αυξημένη πολυπλοκότητα και εκκίνηση των προσφορών καθιστά απαραίτητη μια επιστημονικά ορθή και αμερόληπτη ενημέρωση. Αυτό συμβαίνει, για παράδειγμα, με τα τρόφιμα τα αποκαλούμενα λειτουργικά (novel foods) ή με τον τομέα της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών.

- Επαρκή κατανόηση της εμπορικής επικοινωνίας, ιδίως για τη διάκριση των πληροφοριών για τα προϊόντα από τα πιο ρητορικά επίπεδα των μηνυμάτων διαφήμισης και προβολής. Στον τομέα αυτό, σημαντική πτυχή αποτελεί η όλο και δυσκολότερη αναγνώριση της εμπορικής επικοινωνίας, η οποία όλο και συχνότερα εντάσσεται σε έναν άλλο τύπο περιεχομένου που παρουσιάζεται ως ενημερωτικό ή ψυχαγωγικό: δημιουργία γεγονότων (newsmaking), χορηγία (patronage, sponsoring), τοποθέτηση προϊόντων (product placement), λανθάνουσα ή συγκεκαλυμμένη διαφήμιση κ.λπ.
- Επαρκή κατανόηση των συμβατικών ρητρών, οι οποίες σε πολλές περιπτώσεις παρουσιάζουν αυξανόμενο βαθμό δυσκολίας, εξαιτίας της ποικιλίας των επιλογών που συνδέονται με όλο και πιο εξατομικευμένες προσφορές. Οι προσφορές στον τομέα της τηλεφωνίας, με την πολυπλοκότητα των πακέτων, των διατιμήσεων και των όρων, αποτελούν χαρακτηριστικό παράδειγμα της απαραίτητης αυτής διάστασης της κατάρτισης.
- Επαρκή κατανόηση των δικαιωμάτων των καταναλωτών, όταν υποβάλλουν καταγγελία μέσω των διαφόρων διοικητικών, δικαστικών και εξωδικαστικών οδών. Από αυτή την άποψη, μόνο η ύπαρξη πραγματικά καταρτισμένων καταναλωτών μπορεί να εξασφαλίσει την πραγματική λειτουργία των μηχανισμών αυτορρύθμισης ή συρρύθμισης της αγοράς στο μέλλον και να ενισχύσει τη θέση τους ως παραγόντων της αγοράς.

3.2. Από τεχνικής απόψεως, είναι σημαντικό να αναπτυχθούν εκπαιδευτικά υλικά και εργαλεία με σαφή προορισμό την παροχή γνώσεων και ικανοτήτων αντίδρασης στους καταναλωτές. Αυτά τα υλικά και τα εργαλεία θα πρέπει, επιπλέον, να είναι ελκυστικά και ικανά να κινητοποιούν και να εγείρουν το ενδιαφέρον των δυνητικών χρηστών τους.

3.3. Ένας σημαντικός παράγοντας για την επίτευξη αυτού του στόχου είναι οι δυνατότητες που προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες για τη χορήγηση κατάρτισης όχι μόνο με άμεση φυσική παρουσία, αλλά και με εικονική. Η αμφίδρομη επιγραμματική διαπαιδαγώγηση μέσω του Διαδικτύου και του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-learning), τα οπτικοακουστικά υλικά (CD) και τα ψηφιακά μέσα επικοινωνίας αποτελούν εργαλεία που επιτρέπουν την υπέρβαση των παραδοσιακών μέσων (περιοδικά, δημοσιεύσεις, τύπος, ραδιόφωνο και τηλεόραση), αν και απαιτούν αποφασιστικότερες πολιτικές για την επίτευξη υψηλότερου επιπέδου εξοπλισμού και εκμάθησης αυτών των νέων τεχνολογιών.

3.4. Η κατάρτιση των καταναλωτών οφείλει, επίσης, να λαμβάνει υπόψη τις αρχικές ανισότητες των διαφόρων ομάδων της κοινωνίας, ιδίως όσον αφορά την ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο.

3.4.1. Έτσι, η διαπαιδαγώγηση των καταναλωτών κατά τη σχολική ηλικία πρέπει να σχεδιασθεί σε στενή συνεργασία με το επίσημο εκπαιδευτικό σύστημα, αν και θα ήταν δυνατόν να αναληφθούν και συμπληρωματικές πρωτοβουλίες στο επίπεδο της ανεπίσημης εκπαίδευσης. Είναι σημαντικό να αναπτυχθούν προγράμματα και σχέδια που να ευνοούν τόσο τη συνεργασία μεταξύ των αρμόδιων για την εκπαίδευση εθνικών και τοπικών

αρχών όσο και τη συνεργασία των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και τη συμμετοχή και την παρακίνηση των μαθητών μέσω, μεταξύ άλλων μέτρων, της απόδοσης μεγαλύτερης δημοσιότητας στα εν λόγω σχέδια. Και, βεβαίως, δεν πρέπει να λησμονείται, από την άποψη αυτή, και η κατάρτιση των εκπαιδευτικών σχετικά με τα διάφορα θέματα της κατανάλωσης, ώστε να είναι σε θέση να τα ενσωματώνουν, με οριζόντιο τρόπο, στην εκπαίδευση μέσω της επεξεργασίας διδακτικών ενοτήτων.

3.4.2. Θα ήταν σκόπιμο να επεκταθούν οι πρωτοβουλίες σχετικά με τη διαπαιδαγώγηση των καταναλωτών και στην τριτοβάθμια και την εξειδικευμένη εκπαίδευση, ώστε να συμπεριληφθεί στην εν λόγω κατάρτιση όλο και μεγαλύτερος αριθμός πολιτών. Από την άποψη αυτή, είναι θεμελιώδους σημασίας η συμμετοχή των πανεπιστημίων, με τη συμπερίληψη στα εκπαιδευτικά τους προγράμματα περιεχομένων σχετικά με την κατανάλωση (υπό τη μορφή είτε κύριου ή οριζοντίου μαθήματος είτε μαθήματος επιλογής), καθώς και με την επεξεργασία διδακτικών ενοτήτων, υλικών και μέσων προοριζόμενων ειδικά για τους φοιτητές αυτών των εκπαιδευτικών βαθμίδων.

3.4.3. Τέλος, δεν θα πρέπει να λησμονείται και η σημασία τόσο της κατάρτισης των ενηλίκων όσο και της συνεχούς επιμόρφωσης, οι οποίες θα πρέπει να επεκταθούν και σε άλλες ομάδες καταναλωτών που έχουν απομακρυνθεί πια από το σχολικό ή το ακαδημαϊκό περιβάλλον. Αυτό απαιτεί την καταβολή ιδιαίτερης προσπάθειας για την επεξεργασία υλικών και εργαλείων κατάρτισης με περιεχόμενο ιδιαίτερα πρακτικό και επικεντρωμένο στην επίλυση προβλημάτων της καθημερινής ζωής. Στο πλαίσιο αυτό, η συμμετοχή των ενώσεων καταναλωτών και άλλων κοινωνικών οργανώσεων φαίνεται να αποτελεί τον αποτελεσματικότερο τρόπο για την αποκεντρωμένη διάδοση των εν λόγω υλικών. Θα πρέπει, επίσης, να ληφθεί υπόψη η ανάγκη προσέγγισης των περισσότερο ευάλωτων ομάδων καταναλωτών, οι οποίες, εξαιτίας της κατάστασης διαβίωσής τους, απαιτούν ιδιαίτερη προσπάθεια προστασίας και κατάρτισης σχετικά με την ενιαία αγορά, το νέο πλαίσιο της τεχνολογικής σύγκλισης και τις βιοδιατροφικές καινοτομίες. Συνεπώς, έχει ιδιαίτερη σημασία η διαπαιδαγώγηση που προορίζεται για:

- τους μετανάστες, για να γνωρίζουν σαφώς τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις τους ως πολίτες και, ιδιαίτερα ως καταναλωτές σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση, γεγονός που θα διευκολύνει τη μετεγκατάστασή τους σε άλλα κράτη μέλη για την αναζήτηση εργασίας ή καλύτερων επαγγελματικών προοπτικών,
- τους νέους που δεν έχουν φθάσει στην τριτοβάθμια εκπαίδευση και για τους οποίους οι εγγύτερες δομές είναι οι οργανώσεις νεολαίας των διάφορων κρατών μελών.

4. Ο παιδαγωγικός ρόλος των ενώσεων καταναλωτών

4.1. Η προαναφερθείσα ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με την «Πολιτική υπέρ των καταναλωτών 2002-2006» παραθέτει μεταξύ των στόχων της νέας προς ανάπτυξη στρατηγικής την «ορθή συμμετοχή των οργανώσεων των καταναλωτών στις πολιτικές της ΕΕ», η οποία συνεπάγεται την απόδοση ιδιαίτερης προσοχής στην κατάρτιση του προσωπικού αυτών των οργανώσεων σε ειδικές πτυχές όπως οι διασυννοιακές συναλλαγές, οι χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες ή τα δικαιώματα των καταναλωτών της ΕΕ στην εσωτερική αγορά.

4.2. Στις αρχές του 2002 η Επιτροπή έθεσε σε εφαρμογή ένα σχέδιο με τον τίτλο «Προετοιμασία δράσεων κατάρτισης για το προσωπικό των οργανώσεων των καταναλωτών», το οποίο περιλαμβάνει μία πρώτη φάση επεξεργασίας του υλικού και κατάρτισης των επιμορφωτών, η οποία θα συνεχιστεί το 2003 με τη διοργάνωση κύκλων μαθημάτων για το αυτό το προσωπικό.

4.3. Υπό αυτή την έννοια, εκτιμάται ότι η κατάρτιση που απευθύνεται στις ενώσεις καταναλωτών δεν θα πρέπει να περιορίζεται μόνο στην επίτευξη στόχων εσωτερικής φύσεως, όπως η βελτίωση των ικανοτήτων διαχείρισης, η ενίσχυση του δυναμισμού, της διάρθρωσης και των δυνατοτήτων τους ή η διευκόλυνση των δράσεων άσκησης πίεσεων υπέρ των καταναλωτών, αλλά να περιλαμβάνει και τη συμμετοχή τους στη χάραξη των κοινοτικών πολιτικών και την ενδυνάμωσή τους ως παραγόντων της αγοράς στο επίπεδο της οργάνωσης της ζήτησης.

4.4. Ο ρόλος των ενώσεων των καταναλωτών στην ανάπτυξη στρατηγικών κατάρτισης θα πρέπει να προσανατολίζεται επίσης προς τους καταναλωτές γενικότερα, δεδομένου του σημαντικού ρόλου τους για την παροχή συμβουλών στους πολίτες και την καθοδήγησή τους προς τη λύση των προβλημάτων τους.

4.5. Με αυτή την έννοια, οι οργανώσεις των καταναλωτών θα μπορούσαν, με την κατάλληλη υποστήριξη, να διευρύνουν τη δραστηριότητά τους πέρα από την παροχή συμβουλών ή την απλή διάδοση και διανομή των υλικών και των εργαλείων κατάρτισης που έχουν αναπτυχθεί από τους εμπειρογνώμονες ή στους κόλπους των κοινοτικών οργάνων. Θα μπορούσαν να διαδραματίζουν, επιπλέον, βασικό ρόλο ως ενεργοί πάροχοι κατάρτισης στο σύνολο των καταναλωτών. Η αποτελεσματικότητά τους ως «πολλαπλασιαστών», με υψηλό βαθμό αξιοπιστίας και σύνδεσης με τους καταναλωτές, για τη διάδοση και την προβολή των πρωτοβουλιών της Επιτροπής, θα πρέπει να αξιοποιηθεί και να ληφθεί επίσης υπόψη στο πλαίσιο της διαπαιδαγώγησης των καταναλωτών. Αυτό το «πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα» απαιτεί να θεωρούνται τα μέλη των οργανώσεων των καταναλωτών πρωταρχικοί αποδέκτες των δράσεων κατάρτισης της Επιτροπής, προκειμένου να εξασφαλιστεί ότι μέσω αυτής της «επιμόρφωσης των επιμορφωτών» η εκπαίδευση των καταναλωτών αποτελεί πραγματικότητα στους κόλπους της ΕΕ.

5. Ειδικές παρατηρήσεις

5.1. Θα ήταν σκόπιμο να καταβληθεί μεγαλύτερη προσπάθεια για τον σχεδιασμό και άλλων πρωτοβουλιών, συμπληρωματικών των υφισταμένων, με προορισμό τόσο τους ανηλικούς σχολικής ηλικίας όσο και τους καταναλωτές που συμμετέχουν στην εκπαίδευση των ανηλίκων. Είναι επίσης επιθυμητή μια προσπάθεια διάδοσης, που θα δώσει τη δυνατότητα να επιτευχθεί μεγαλύτερη δημοσιότητα αυτών των πρωτοβουλιών.

5.2. Οι πρωτοβουλίες για τη διαπαιδαγώγηση των καταναλωτών και την εκπαίδευση σχετικά με την κατανάλωση πρέπει να επεκταθούν στην τριτοβάθμια και την εξειδικευμένη εκπαίδευση, με τη συμμετοχή των πανεπιστημίων και την επεξεργασία υλικών και εργαλείων προοριζόμενων ειδικά για τους φοιτητές αυτών των εκπαιδευτικών βαθμίδων.

5.3. Δεν πρέπει να λησμονείται, επίσης, η σημασία της συνεχούς επιμόρφωσης, η οποία επιτρέπει την ενσωμάτωση στην κατάρτιση και άλλων ομάδων καταναλωτών που έχουν απομακρυνθεί πια από το σχολικό ή το ακαδημαϊκό περιβάλλον. Αυτό απαιτεί την καταβολή προσπάθειας για την επεξεργασία υλικών και εργαλείων κατάρτισης με περιεχόμενο ιδιαίτερα πρακτικό και επικεντρωμένο στην επίλυση προβλημάτων της καθημερινής ζωής, με ειδική προσοχή σε εκείνες τις ομάδες καταναλωτών που είναι ιδιαίτερα ευάλωτες ή που χρειάζονται χρήσιμη κατάρτιση σε αυτή τη συγκλίνουσα και όλο και πιο τεχνολογική ενιαία αγορά.

5.4. Οι οργανώσεις των καταναλωτών θα πρέπει να υποστηριχθούν από την Επιτροπή, προκειμένου να μπορέσουν να διαδραματίσουν θεμελιώδη ρόλο στη διαπαιδαγώγηση όλων των πολιτών, δεδομένων των δυνατοτήτων τους ως «πολλαπλασιαστικών» παραγόντων για τη διάδοση των περιεχομένων της κατάρτισης με υψηλό βαθμό αξιοπιστίας και σύνδεσης με τους πολίτες.

5.5. Θα ήταν, επομένως, επιθυμητή μια μεγαλύτερη οικονομική στήριξη των σχετικών σχεδίων των οργανώσεων των καταναλωτών από την Επιτροπή, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για διεθνικά σχέδια με την προστιθέμενη αξία της ευρωπαϊκής τους διάστασης.

6. Συμπεράσματα

Βάσει των ανωτέρω, μπορεί να εξαχθεί το συμπέρασμα ότι έχει φθάσει η ώρα να αναπτυχθούν σε κοινοτική κλίμακα:

6.1. Η οργάνωση και η ενδυνάμωση των εργασιών μίας ομάδας σταθερών εμπειρογνομώνων, με ειδικότητα στην εκπαίδευση και βαθιές γνώσεις στον τομέα της παιδαγωγικής, αλλά και της κατανάλωσης, οι οποίοι θα μπορούν να συστηματοποιήσουν κατά τρόπο συνεχή τις εργασίες που έχουν πραγματοποιηθεί σε κάθε χώρα και να καταρτίσουν τις απαιτούμενες εκδόσεις για την προώθηση και την εμφάνιση της εξέλιξης της Συνθήκης του Άμστερνταμ όσον αφορά τη διαπαιδαγώγηση των καταναλωτών.

6.2. Η παρουσίαση από την Επιτροπή ενός προγράμματος για την εδραίωση των ευρωπαϊκών δικτύων που προωθούν τη διαπαιδαγώγηση των καταναλωτών με σημαντικά και σταθερά σχέδια.

6.3. Η δημιουργία μιας τράπεζας δεδομένων, η οποία να συμπεριλαμβάνει όλους τους πειραματισμούς που χρηματοδοτήθηκαν από την Επιτροπή κατά τα τελευταία έτη και, εάν συντρέχει περίπτωση, τους σημαντικότερους πειραματισμούς που αναπτύχθηκαν στα κράτη μέλη, ούτως ώστε να είναι δυνατή η μελέτη τους από άλλες χώρες (συμπεριλαμβανομένων των υποψήφιων χωρών) και να αναπτυχθεί ένα πνεύμα συνεργασίας, διάδοσης και ενίσχυσης, το οποίο να προωθεί τη διαπαιδαγώγηση των καταναλωτών.

6.4. Η μελέτη των δυνατοτήτων σύστασης ενός εικονικού σχολείου διαπαιδαγώγησης των καταναλωτών, με την αξιοποίηση του δυναμικού των νέων τεχνολογιών και των εμπειριών που ήδη υφίστανται στις διάφορες χώρες σε σχέση με αυτό το θέμα. Θα ήταν επιθυμητό να ληφθούν υπόψη, επίσης, οι εκπαιδευτικές εμπειρίες σε ευρωπαϊκό επίπεδο στις διάφορες εκπαιδευτικές βαθμίδες, όπως το πρόγραμμα Erasmus.

6.5. Να υποβληθούν από την Επιτροπή προτάσεις, οι οποίες:

- να καθιστούν δυνατή τη γενίκευση της διαπαιδαγώγησης των καταναλωτών, ούτως ώστε να μπορούν όλοι οι ευρωπαίοι

πολίτες να ασκούν το δικαίωμα και την υποχρέωση να διαπαιδαγωγούνται και να καταρτίζονται ως καταναλωτές,

- να καθιστούν δυνατό τον καλύτερο συντονισμό των δράσεων διαπαιδαγώγησης, καθώς και την έκδοση κατάλληλων διδακτικών υλικών, μεταξύ των άλλων και με τη χρήση του Διαδικτύου, προκειμένου να ληφθούν υπόψη τα διαφορετικά αρχικά χαρακτηριστικά των ευρωπαίων καταναλωτών,
- να επιτρέπουν την κατάρτιση των επιμορφωτών, των ενήλικων καταναλωτών και των ευάλωτων ομάδων του πληθυσμού,
- να εξασφαλίζουν τη συνεχή και ποιοτική επιμόρφωση των μελών των οργανώσεων των καταναλωτών και άλλων οργανισμών και ιδρυμάτων για την κατανάλωση.

Βρυξέλλες, 26 Μαρτίου 2003.

Ο Πρόεδρος

της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής
Επιτροπής

Roger BRIESCH

Γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής για την «Απλούστευση»

(2003/C 133/02)

Στις 18 Ιουλίου 2002, και σύμφωνα με το άρθρο 29, παράγραφος 2, του Εσωτερικού Κανονισμού της, η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή αποφάσισε να καταρτίσει πρόσθετη γνωμοδότηση πρωτοβουλίας για την «Απλούστευση».

Το ειδικευμένο τμήμα «Ενιαία αγορά, παραγωγή και κατανάλωση», στο οποίο ανατέθηκε η προετοιμασία των σχετικών εργασιών, υιοθέτησε τη γνωμοδότησή του στις 5 Μαρτίου 2002 με βάση εισηγητική έκθεση του κ. Simpson.

Κατά την 398η σύνοδο ολομέλειάς της, της 26ης και 27ης Μαρτίου 2003 (συνεδρίαση της 26ης Μαρτίου 2003), η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή υιοθέτησε με 81 ψήφους υπέρ και 2 αποχές την ακόλουθη γνωμοδότηση.

1. Εισαγωγή

1.1. Κατά την παρουσίαση του προγράμματος της σημερινής Επιτροπής στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο το Φεβρουάριο του 2000⁽¹⁾, ο Πρόεδρος κ. Romano Prodi χαρακτήρισε «την προώθηση νέων μορφών διακυβέρνησης», ως έναν από τους τέσσερις στρατηγικούς στόχους της τρέχουσας θητείας της Επιτροπής. Αυτό προϋποθέτει πιο ανοιχτό πνεύμα εκ μέρους της Επιτροπής, απλούστευση του κοινοτικού δικαίου και μείωση του όγκου του, την καλύτερη συμμετοχή της κοινωνίας των πολιτών στη νομοθετική διαδικασία και την ανάπτυξη των διασυνδέσεων μέσω δικτύωσης. Στόχος των μέτρων αυτών, είναι γενικά η βελτίωση της νομοθεσίας. Ωστόσο, η Επιτροπή ανεγνώρισε ότι δεν θα μπορούσε να δράσει μόνη στην προσπάθεια αυτή.

1.2. Από τον Οκτώβριο του 2000, η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή (ΕΟΚΕ) εξέδωσε τρεις γνωμοδοτήσεις⁽²⁾ σχετικά με την απλούστευση και τη βελτίωση της νομοθεσίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση, γεγονός που αντικατοπτρίζει τη σημασία που αποδίδει στο ζήτημα. Μία από τις γνωμοδοτήσεις αυτές καταρτίστηκε⁽³⁾ κατόπιν παραίνεσης του Προέδρου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, κ. Romano Prodi. Η ΕΟΚΕ εξέδωσε, επίσης, γνωμοδότηση για την Επισκόπηση από την Επιτροπή το 2002⁽⁴⁾ της στρατηγικής για την Ενιαία Αγορά η οποία αφορούσε, μεταξύ άλλων, τα ζητήματα της απλούστευσης και αναγνώριζε την καίρια σημασία τους για την ολοκλήρωση μιας πραγματικής εσωτερικής αγοράς.

⁽²⁾ ΕΕ C 14 της 16.1.2001, ΕΕ C 48 της 21.2.2002 και ΕΕ C 125 της 27.5.2002.

⁽³⁾ ΕΕ C 125 της 27.5.2002, σ. 105.

⁽⁴⁾ ΕΕ C 241 της 7.10.2002.

⁽¹⁾ COM(2002) 705 τελικό.