

Η Ενημέρωση του Καταναλωτή

Θέματα Καταναλωτή, Οδική Ασφάλεια,
Ασφάλεια Τροφίμων και Περιβάλλον

Μια Μηνιαία Ηλεκτρονική Έκδοση της Ελληνικής
Καταναλωτικής Οργάνωσης (Ε.ΚΑΤ.Ο.) Φλώρινας

Τεύχος 09
Ιούλ-Αύγ
2009

Περιεχόμενα

Δελτίο Τύπου του ΚΕΠΚΑ.....	2
Νέα Πρότυπα Ασφαλείας της ΕΕ για τα Προϊόντα Παιδικής Φροντίδας.....	3
Καταναλωτισμός και Ποιότητα Δια- τροφής - Μέρος 4ο.....	4
Ο Σχεδιασμός και οι Προτάσεις για να Γίνει η Πάτρα μια Πράσινη Πόλη - Μέρος 1ο.....	4
Στο Μυαλό του Καταναλωτή.....	6
Ειδήσεις για τον Καταναλωτή.....	7

Από τη Σύνταξη

Εν όψει των θερινών διακοπών και της γενικότερης χαλάρωσης που αυτές συνεπάγονται, το 9ο ηλεκτρονικό τεύχος της οργάνωσής μας καλύπτει τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο και περιέχει πολλές και σημαντικές μελέτες και ανακοινώσεις αλλά και ειδήσεις που ενδιαφέρουν τον καταναλωτή.

Συγχαίρουμε το ΚΕ.Π.ΚΑ., το Συντονιστικό Κέντρο Μ.Κ.Ο. και τον κ. Δάγκο Κων/νο, τακτικό εκπρόσωπο των Ελληνικών Καταναλωτικών Οργανώσεων στην Ευρωπαϊκή Συμβουλευτική Ομάδα Καταναλωτών (Ε.Σ.Ο.Κ.), για την συνεχή δράση τους και την ενημέρωση που μας παρέχουν.

Για το Δ.Σ. της Ε.ΚΑΤ.Ο. Φλώρινας

Ο Γενικός Γραμματέας - Στυλιάδης Κων/νος - styliadis@sch.gr

Μέλη Δ.Σ. της Ε.ΚΑΤ.Ο. Φλώρινας

Πρόεδρος : Χρυσοχοϊδης Βασίλειος
Γεν. Γραμματέας : Στυλιάδης Κων/νος
Αντιπρόεδρος : Χατζής Γεώργιος
Ταμίας : Μαροκοπούλου Ελένη

Επικοινωνήστε μαζί μας :

e-mails : styliadis@sch.gr,
g_hatzis@yahoo.com, algob@hol.gr,
ekatoflorinas@yahoo.gr

Ταχυδρομική Διεύθυνση

Ελληνική Καταναλωτική Οργάνωση
(Ε.ΚΑΤ.Ο.) Φλώρινας
Ι. Καραβίτη 2 - Κτίριο "ΔΙΕΘΝΕΣ"
531 00 Φλώρινα



ΓΓΚ ΥπΑΝ - Ενημέρωση

Εκδόθηκε ο Ν. 3758/2009 (ΦΕΚ 68/Α/5.5.2009), που αφορά τις Εταιρείες Ενημέρωσης οφειλετών για ληξιπρόθεσμες απαιτήσεις. Σκοπός του νόμου είναι η θέσπιση αρχών συναλλακτικής συμπεριφοράς, κανόνων λειτουργίας και κρατικής εποπτείας των Εταιρειών Ενημέρωσης οφειλετών για ληξιπρόθεσμες απαιτήσεις, η ρύθμιση των σχέσεών τους με τους δανειστές και τους οφειλέτες αυτών, καθώς και η απαγόρευση της εκχώρησης ληξιπρόθεσμων οφειλών σε τρίτους. Η αρμόδια για την τήρηση του Μητρώου Υπηρεσία του άρθρου 11, βρίσκεται ήδη στη διαδικασία σύστασής της. Για κάθε περαιτέρω εξέλιξη, ιδιαίτερα σε ό,τι αφορά τις λεπτομέρειες εφαρμογής των διατάξεων του άρθρου 7 «Μητρώο εγγραφής Εταιρειών», θα υπάρξει έγκαιρη ενημέρωση μέσω της ιστοσελίδας μας και σχετικών Δελτίων Τύπου.

<http://ekatoflorinas.blogspot.com>

Δελτίο Τύπου του ΚΕΠΚΑ

Αναθεώρηση του Ευρωπαϊκού Κεκτημένου

Θεσσαλονίκη, 19 Ιουνίου 2009, Αρ. Πρωτ.: 1135

Αναθεώρηση του Ευρωπαϊκού Κεκτημένου :

Μεγάλη Νίκη των Καταναλωτών

Πραγματοποιήθηκε, την Πέμπτη 18 Ιουνίου 2009, στην Αίθουσα Γερουσίας του Μεγάρου της Βουλής, η κοινή Συνεδρίαση της Διαρκούς Επιτροπής Παραγωγής και Εμπορίου και της Ειδικής Διαρκούς Επιτροπής Ευρωπαϊκών Υποθέσεων του Ελληνικού Κοινοβουλίου, με θέμα : "Εξέταση της Πρότασης Οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για τα Δικαιώματα των Καταναλωτών [COM(2008) 614]". Η Βουλή των Ελλήνων προσκάλεσε τον Γενικό Γραμματέα Καταναλωτή, κ. Γ. Οικονόμου, τον Συνήγορο του Καταναλωτή, κ. Ε. Ζερβέα και εκπροσώπους Ενώσεων Καταναλωτών, για να συζητήσουμε την πρόταση.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. απέστειλε στη Βουλή λεπτομερή εισήγηση καθώς και στοιχεία και παραδείγματα καταγγελιών που δεχόμαστε από καταναλωτές και τα οποία υποστήριζαν τις απόψεις μας για την πρόταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Πρέπει να τονίσουμε ότι η πρόταση αυτή υποβαθμίζει σημαντικά την προστασία των καταναλωτών και σε περίπτωση έγκρισής της, τόσο η ελληνική νομοθεσία όσο και οι νομοθεσίες άλλων κρατών-μελών θα αναγκαστούν να τροποποιηθούν σε πολλά σημεία, με αποτέλεσμα την υποβάθμιση των κεκτημένων δικαιωμάτων μας σε εθνικό επίπεδο.

Δημοσιεύουμε την πρόταση οδηγίας :

(http://kepka.org/index.php?option=com_content&task=view&id=1087&Itemid=27).

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. εκπροσωπήθηκε από την κ. Ε. Κεκελέκη, Γενική Γραμματέα, η οποία ανέλυσε στα μέλη του Ελληνικού Κοινοβουλίου το ιστορικό της πρότασης αυτής (από το 2005) και τα προβλήματα που θα δημιουργήσει στους καταναλωτές. Εδώ μπορείτε να διαβάσετε όλη την εισήγηση :

(http://kepka.org/index.php?option=com_content&task=view&id=1085&Itemid=27).

Τα μέλη των δυο επιτροπών του Ελληνικού Κοινοβουλίου εξέδωσαν ομόφωνη γνώμη, με την οποία καλούν την Κυβέρνηση :

"Να απορρίψει την Πρόταση Οδηγίας στο Συμβούλιο".

"Να προβεί στις απαραίτητες ενέργειες ώστε να προχωρήσει η διαδικασία αναθεώρησης του κοινοτικού κεκτημένου για τα Δικαιώματα των Καταναλωτών προς την κατεύθυνση της απλούστευσης και ενοποίησης των εν ισχύει Οδηγιών, λαμβάνοντας υπ' όψιν την ανάγκη περαιτέρω ενίσχυσης των μηχανισμών προστασίας των Δικαιωμάτων των Καταναλωτών, ιδίως στα πλαίσια των νέων μορφών συναλλαγών που η τεχνολογία κατέστησε εφικτές και διαδεδομένες".

"Να επιδιώξει η ανωτέρω αναφερόμενη αναθεώρηση να υλοποιηθεί με τη μορφή Οδηγίας ελάχιστης εναρμόνισης ώστε τα Κράτη-Μέλη να έχουν τη δυνατότητα επιβολής αυστηρότερων όρων για την προστασία των δικαιωμάτων της εθνικής τους νομοθεσίας".

Μπορείτε να διαβάσετε ολόκληρη την απόφαση εδώ (http://kepka.org/index.php?option=com_content&task=view&id=1086&Itemid=27). Ο Γενικός Γραμματέας Καταναλωτή, κ. Ι. Οικονόμου, δεσμεύτηκε ότι η Ελληνική Κυβέρνηση θα απορρίψει την πρόταση Οδηγίας στο Συμβούλιο και θα προσαπείσει να δημιουργήσει τις κατάλληλες συμμαχίες για την έγκριση της απόρριψης της πρότασης από το Συμβούλιο.

Η Αντιπρόεδρος της Βουλής των Ελλήνων και Πρόεδρος της συνεδρίασης των δυο επιτροπών, κ. Έλσα Παπαδημητρίου, δεσμεύτηκε ότι θα ενημερώσει τους προέδρους των Κοινοβουλίων των 27 χωρών-μελών και θα ζητήσει να απορρίψουν και τα υπόλοιπα κοινοβούλια την πρόταση.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ. θέλει να ευχαριστήσει τα μέλη του Ελληνικού Κοινοβουλίου που συμμετείχαν στη συνεδρίαση και κυρίως την κ. Ε. Παπαδημητρίου, τους εισηγητές των κομμάτων, κ. Μανούσο Βολουδάκη (Ν.Δ.), κ. Μαρία Δαμανάκη (ΠΑ.ΣΟ.Κ.), κ. Κ. Αλυσανδράκη (Κ.Κ.Ε.), κ. Α. Φιλίνη (ΣΥ.ΡΙΖ.Α.) και κ. Κ. Αϊβαλιώτη (Λ.Α.Ο.Σ.), τον κ. Ι. Οικονόμου και τον κ. Ε. Ζερβέα, για την υποστήριξή τους στις απόψεις και τους προβληματισμούς των καταναλωτών. Όλοι στάθηκαν αρωγοί στην προσπάθειά μας να διασφαλίσουμε την πραγματική προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών.

Η ΕΕ Θέτει Νέα Πρότυπα Ασφαλείας για τα Προϊόντα Παιδικής Φροντίδας - Μέρος 1ο

Καταναλωτές : Η ΕΕ Θέτει Νέα

Πρότυπα Ασφαλείας για τα Προϊόντα Παιδικής Φροντίδας

Τα κράτη μέλη σε όλη την ΕΕ φαίνονται αποφασισμένα να εγκρίνουν την επόμενη Δευτέρα δύο νέα πρότυπα ασφαλείας για τα παιδιά – συστήματα κλειδώματος για παράθυρα και μπαλκονόπορτες και παιδικά είδη μπάνιου για την ασφάλεια των παιδιών - στο πλαίσιο μιας ευρύτερης κίνησης επικαιροποίησης των προτύπων ασφαλείας σε μια σειρά προϊόντων παιδικής φροντίδας σε ολόκληρη την ΕΕ. Προς το παρόν δεν υπάρχουν πρότυπα για τα είδη αυτά στην ΕΕ. Τα νέα πρότυπα θα διασφαλίζουν ότι τα συστήματα κλειδώματος για παράθυρα και μπαλκονόπορτες είναι πλήρως ασφαλή για τα παιδιά και ενισχύουν τα συνολικά πρότυπα ασφαλείας.

Όσον αφορά τα είδη μπάνιου για παιδιά βρεφικής ηλικίας, για παράδειγμα, καθίσματα μπάνιου για νεογνά, τα πρότυπα θα βελτιώνουν τις απαιτήσεις σταθερότητας και ασφάλειας και θα επιβάλλουν νέες σαφείς προειδοποιήσεις για όσους ασχολούνται με τη φροντίδα παιδιών. Τα κράτη μέλη θα ψηφίσουν, ώστε να επιτρέψουν την ανάπτυξη των νέων προτύπων, σε ψηφοφορία που θα διεξαχθεί στο πλαίσιο της επιτροπής για τη γενική ασφάλεια προϊόντων τη Δευτέρα 15 Ιουνίου.

Η Επίτροπος της ΕΕ η αρμόδια για θέματα καταναλωτών κυρία Meglena Kucneva δήλωσε ότι «κάθε γονέας ή φροντιστής θα πρέπει να αποφασίζει πώς θα διαχειρίζεται κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο την ασφάλεια των παιδιών του. Ενδιαφερόμαστε για τους γονείς που επιθυμούν να χρησιμοποιούν αυτά τα προϊόντα και γι' αυτό πρέπει να είναι ασφαλή.

Πρέπει να παρέχονται σαφέστατες οδηγίες, τα προϊόντα πρέπει να είναι πράγματι ασφαλή για τα παιδιά από τη στιγμή που δηλώνουν κάτι τέτοιο και πρέπει να περνούν με επιτυχία όλες τις αναγκαίες δοκιμές ασφαλείας.

Ο σκοπός της χρήσης των προϊόντων αυτών είναι να προστατεύουν ορισμένους από τους πιο πολύτιμους και ευάλωτους καταναλωτές μας και ως εκ τούτου έχουμε κάθε λόγο να είμαστε εξαιρετικά προσεκτικοί όταν πρόκειται για την ασφάλειά τους».

Η Διαδικασία

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, συνεργαζόμενη με τα κράτη μέλη, αναβαθμίζει προς το παρόν τα πρότυπα ασφαλείας για μια σειρά προϊόντων παιδικής φροντίδας – στους τομείς όπου προς το παρόν δεν υπάρχουν πρότυπα ΕΕ ή εάν υπάρχουν δεν καλύπτουν όλους τους κινδύνους.

Το προσεχές έτος θα υποβληθούν προτάσεις για την ανάπτυξη πρόσθετων προτύπων για τα προϊόντα βρεφονηπιακής ηλικίας – μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται για παράδειγμα καρεκλάκια, καθίσματα υποστήριξης, κρεβατάκια και στρώματα.

Συστήματα κλειδώματος για παράθυρα και μπαλκονόπορτες που είναι ασφαλή για τα παιδιά

Αυτά τα συστήματα κλειδώματος έχουν σχεδιαστεί ώστε να περιορίζουν ή να αποτρέπουν τα ατυχήματα : 1) εμποδίζοντας το άνοιγμα του παράθυρου ή της μπαλκονόπορτας πέρα από ένα ορισμένο σημείο και 2) ασφαρίζοντας την κλειδαριά ώστε να μην μπορεί να την ανοίξει ένα παιδί κάτω των 4 ετών.

Τρέχουσα Κατάσταση

Τα ατυχήματα από πτώσεις από ψηλά, όπως από παράθυρα ή μπαλκόνια αντιπροσωπεύουν την κυριότερη αιτία θανάτων ή πρόκλησης σκελετικών βλαβών σε παιδιά κάτω των 5 ετών (*Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας - European Report on Child Injury Prevention, 2008*). Στην περιοχή της Γαλλίας Ile de France, από το Μάιο έως το Σεπτέμβριο του 2005 είχαν καταγραφεί 67 ανάλογα περιστατικά. Στη Δανία και στη Σουηδία καταγράφονται κάθε χρόνο 20 έως 60 περιστατικά.

Σύμφωνα με τα υπάρχοντα στοιχεία, στο διάστημα από το 1996 έως το 2003, καταγράφηκαν στην Ελλάδα 79 ατυχήματα ετησίως, 130 στην Ολλανδία και 25 στο Ηνωμένο Βασίλειο (*Commission de la Securite des Consommateurs-, France Avis relatif la securite des fenetres et balcons (10/05)*). Κάθε χρόνο στις Ηνωμένες Πολιτείες 15-20 παιδιά ηλικίας κάτω των 10 ετών πεθαίνουν και περισσότερα από 4.000 νοσηλεύονται στο τμήμα επειγόντων περιστατικών εξ αιτίας τραυματισμών από πτώσεις από παράθυρα (*US Consumer Product Safety Commission, Consumer Product Safety Review, τόμος 5 (2000)*).

(συνεχίζεται)

Καταναλωτισμός και Ποιότητα Διατροφής

Ρασάικος Λάζαρος, Μέλος Ε.ΚΑΤ.Ο. Φλώρινας - Μέρος 4ο

Προϊόντα light. Αυτό σημαίνει ότι το τρόφιμο έχει 1/3 λιγότερες θερμίδες ή 1/2 λιγότερο λίπος ή 1/2 λιγότερο νάτριο απ' ό,τι το κανονικό τρόφιμο. Προσέξτε γιατί ο όρος "light" μπορεί να αναφέρεται στο χρώμα ή στην υφή του τροφίμου.

Υγιεινά τρόφιμα. Τα τρόφιμα αυτά είναι χαμηλής περιεκτικότητας σε ολικό λίπος και κορεσμένο λίπος. Επιπρόσθετα δεν πρέπει να περιέχει μεγαλύτερη ποσότητα χοληστερόλης ή νατρίου απ' ό,τι συστήνει ο οργανισμός τροφίμων και φαρμάκων. Η ονομασία αυτή δεν σημαίνει ότι το τρόφιμο δεν περιέχει ζάχαρη, ούτε επίσης ότι είναι απαραίτητα κατάλληλο για το διαιτολόγιό σας.

Φυσικά τρόφιμα. Προσέχετε αυτόν τον όρο. Δεν υπάρχει ακόμη σαφής χαρακτηρισμός του τι σημαίνει "φυσικό". Το φυσικό δεν έχει καμιά σχέση με το υγιεινό.

Υδρογονωμένο ή μερικώς υδρογονωμένο λίπος. Αυτό σημαίνει ότι το ακόρεστο λίπος έχει γίνει με προσθήκη υδρογόνου πιο κορεσμένο, έτσι ώστε να είναι στερεό σε θερμοκρασία δωματίου.

Συσκευασμένα σε νερό. Οι κονσέρβες τόνου ή σολωμού με νερό αντί για λάδι, περιέχουν λιγότερο λίπος.

Αλεύρι σίτου (wheat flour). Αυτό αναφέρεται στο άσπρο αλεύρι και όχι στο αλεύρι ολικής αλέσεως. Τα ολικής αλέσεως τρόφιμα είναι καλύτερες επιλογές, γιατί περιέχουν περισσότερες φυτικές ίνες.

Εν κατακλείδι διαπιστώνουμε ότι εκεί στα "ψιλά γράμματα", στα οποία συνήθως δεν δίνουμε την δέουσα σημασία, των προϊόντων στα supermarkets κρύβονται πολλά σημαντικά πράγματα για την ποιτική και υγιεινή διατροφή μας.

Ο Σχεδιασμός και οι Προτάσεις για να γίνει η Πάτρα μια Πράσινη Πόλη - Μέρος 1ο

Του Βασίλη Τακτικού - info@edo-mko.gr
(Υπεύθυνου Επικοινωνίας του
Συντονιστικού Κέντρου Μ.Κ.Ο.)

"Καταλύτης η υπογραφή μνημονίου συνεργασίας με τις περιβαλλοντικές οργανώσεις"

"Προγραμματίζεται το φθινόπωρο Πανελλήνιο Συνέδριο με θέμα : "Τοπική Αυτοδιοίκηση - Περιβάλλον και Πράσινη Επιχειρηματικότητα"

Καταλύτης για την οριζόντια συνεργασία Τοπικής Αυτοδιοίκησης και οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών μπορεί να εξελιχθεί η υπογραφή του μνημονίου συνεργασίας μεταξύ του Δήμου Πατρών και του κρατικού οργανισμού "Έργο Πολιτών", που πραγματοποιήθηκε την Τετάρτη 3 Ιουνίου 2009. Οι στόχοι που τέθηκαν και από τις δύο πλευρές είναι άμεσα σχέδια δράσης καθώς και η διεξαγωγή Συνεδρίου το φθινόπωρο.

Με την υπογραφή του μνημονίου συνεργασίας διατυπώθηκε, πάνω από όλα, η πολιτική βούληση του Δήμου Πατρών (ο οποίος έχει μια προϊστορία στην πράσινη επιχειρηματικότητα) και μπορεί τώρα να προχωρήσει πιο δυναμικά στο ζήτημα της Πράσινης

Ανάπτυξης στην πόλη, έχοντας ως κινητήρια δύναμη τη συμμετοχή των οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών.

Κι αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία, γιατί αναγνωρίζει το ρόλο του πολίτη, της συμμετοχικής οικολογίας και του εθελοντισμού για τις πράσινες πόλεις και συμπορεύεται με ένα παγκόσμιο ρεύμα και όραμα για τον μετασχηματισμό των μεγάλων αστικών κέντρων σε πράσινες πόλεις με βιοκλιματικά κτίρια, πράσινες στέγες, πράσινες συγκοινωνίες και εν γένει πράσινη επιχειρηματικότητα, κλειδί της οποίας είναι η συμμετοχικότητα των ενεργών πολιτών.

Το σχέδιο αυτό ανταποκρίνεται σε μια γενικότερη πρωτοβουλία κινητικότητας των Δήμων σε ευρωπαϊκό επίπεδο για τις πράσινες πόλεις. Έτσι, η "κοινοπραξία" των Δήμων σε επίπεδο προγραμματισμού, μαζί με το κρατικό φορέα εθελοντισμού Έργο Πολιτών, στοχεύει στη μεγαλύτερη δυνατή συμμετοχή των δικτύων περιβαλλοντικών οργανώσεων για την πολλαπλασιαστικότητα των αποτελεσμάτων, μέσα από ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα δημοσιότητας και επικοινωνιακών γεγονότων και συμμετοχής των

Ο Σχεδιασμός και οι Προτάσεις για να γίνει η Πάτρα μια Πράσινη Πόλη - Μέρος 1ο

Οργανώσεων της Κοινωνίας των Πολιτών για πράσινες πόλεις, με κινητήρια δύναμη τους πολίτες και την πράσινη επιχειρηματικότητα.

Οι συνέργειες αυτές αποσκοπούν σε επενδύσεις στην πράσινη οικονομία και την πράσινη επιχειρηματικότητα, για να εξασφαλιστεί ο ρεαλισμός των στόχων, ώστε να προχωρήσουν άμεσα πιλοτικές επενδύσεις στους τομείς της ενέργειας στις πράσινες στέγες, τα βιοκλιματικά κτίρια και την ανακύκλωση. Το κλίμα στην Πάτρα είναι αρκετά πρόσφορο, καθώς υπάρχει πολύχρονη δραστηριότητα στην περιβαλλοντική εκπαίδευση.

Με αυτά τα δεδομένα, οι δύο πλευρές συμφώνησαν :
"Διαβουλεύσεις των Δήμων, με τη συμμετοχή των Οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών και του Έργου πολιτών".

"Επέκταση του θεσμού των Εκθέσεων Περιβάλλοντος σε κάθε Δήμο με βάση την συνεργασία Μ.Κ.Ο. και Έργου Πολιτών".

"Συνεργασία του Δήμου με τις Μ.Κ.Ο., για την εφαρμογή πιλοτικών σχεδίων εθελοντικής και περιβαλλοντικής δράσης".

"Δημιουργία μιας βάσης δεδομένων για την προώθηση του πράσινου, ενδεχομένως μέσα από πρόγραμμα δικτύωσης της Κοινωνίας της Πληροφορίας".

"Υποβολή Διακρατικών Προγραμμάτων για το Περιβάλλον".

"Συνεργασία με τα Γραφεία Εθελοντισμού του Δήμου, για την προώθηση θεματικών εργαστηρίων για το περιβάλλον, με στόχο την εκπαίδευση στελεχών, που καλούνται να οργανώσουν και να εφαρμόσουν σχετικές πολιτικές".

Ο Δήμος και το Έργο Πολιτών αναλαμβάνουν να κωδικοποιήσουν το υλικό, το οποίο έχουν συγκεντρώσει 50 από τις πιο δραστήριες Οργανώσεις, ώστε να αποτελέσει μια συμβουλευτική βάση δεδομένων, στη διάθεση όχι μόνο των πολιτών για περιβαλλοντική ενημέρωση και ευαισθητοποίηση, αλλά και υλικό για τη διαμόρφωση εφικτών προγραμμάτων υλοποίησης - προγραμμάτων για τα οποία χρειάζονται φορείς υλοποίησης μέσα από συμπράξεις Δήμων και Οργανώσεων της Κοινωνίας των Πολιτών, για να διαμορφωθούν και να κατατεθούν σχετικές προτάσεις.

Αναλαμβάνουν να εκπονήσουν τα απαραίτητα Στρατηγικά Σχεδία (Master Plan) για την πλοήγηση των σχετικών δράσεων, που πρέπει να υλοποιηθούν με βάση την παραδοχή ότι οι Οργανώσεις της Κοινωνίας των Πολιτών μπορούν να γίνουν αρωγοί και προπομποί στην εφαρμογή της πράσινης επιχειρηματικότητας.

Οι πρωτοβουλίες αυτές συμβαδίζουν με σχετική διακήρυξη στο πλαίσιο του προγράμματος των Ηνωμένων Εθνών για το περιβάλλον, που έχουν υπογράψει 50 από τους μεγαλύτερους Δήμους του κόσμου, για την περίοδο 2005-2012. Κι αυτή η διακήρυξη γίνεται περισσότερο επίκαιρη σήμερα από την καθολική απάντηση για την πράσινη ανάπτυξη, ως μοναδική λύση για διέξοδο από την κρίση, καθώς η πράσινη επιχειρηματικότητα, πέρα όλων των άλλων ωφελημάτων, είναι μια προληπτική διαδικασία για την προστασία του περιβάλλοντος.

Η Σημασία της Σύμπραξης Τοπικής Αυτοδιοίκησης και Οργανώσεων της Κοινωνίας των Πολιτών

Η σημασία της σύμπραξης πολιτών με την Τοπική Αυτοδιοίκηση είναι στρατηγικής σημασίας για την προώθηση του μοντέλου για τις πράσινες πόλεις και την απασχόληση που θα δημιουργηθεί μέσω της πράσινης ανάπτυξης. Γιατί η πράσινη ανάπτυξη, χωρίς τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας, είναι μονομερής και ατελής.

Αυτές είναι και οι προσδοκίες από την υπογραφή σχετικού μνημονίου του Δήμου Πατρών με το Έργο Πολιτών, που λειτουργεί ως δομή στήριξης των περιβαλλοντικών οργανώσεων.

Σύμφωνα με μελέτες σε άλλες χώρες, οι επενδύσεις, που γίνονται από τις μεγάλες επιχειρήσεις και το κράτος, στην πράσινη επιχειρηματικότητα προσφέρουν μειωμένες θέσεις απασχόλησης σε σχέση με τις παραδοσιακές επενδύσεις.

Αντίθετα, οι επενδύσεις στην πράσινη επιχειρηματικότητα, μέσα από την Τοπική Αυτοδιοίκηση και τις μικρές επιχειρήσεις, αποδίδουν σημαντικά στην τοπική απασχόληση και συμβάλλουν στον εκδημοκρατισμό της οικονομίας.

(συνεχίζεται)

Στο Μυαλό του Καταναλωτή

Ελένη Στεργίου - Από *kathimerini.gr*

Ημερομηνία : 23-12-08 Επιμέλεια : Ελένη Στεργίου
e-mail : hstergiou@kathimerini.gr

Στο μυαλό του καταναλωτή

Η τάση για επίδειξη, η ψυχολογική κατάσταση, οι εκπτώσεις, η φήμη και εικόνα του προϊόντος ωθεί στην κατανάλωση.

Σε μια περίοδο που οι καταναλωτικές δαπάνες καταγράφουν σημαντική κάμψη, λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, πολλοί θα ήθελαν να εξερευνήσουν τι ωθεί έναν άνθρωπο στο να αγοράσει κάποιο προϊόν. Η εικόνα, λοιπόν, ενός προϊόντος διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο, ενώ οι καταναλωτικές μας αποφάσεις επηρεάζονται από τα συναισθήματά μας, αποκαλύπτει έρευνα Γερμανών ερευνητών με επικεφαλής τον νευρολόγο, Μπέρντ Βέμπερ.

Ποιος ο ρόλος των εκπτώσεων;

Όταν ο καταναλωτής δει σε ένα προϊόν την επιγραφή "έκπτωση", νιώθει ιδιαίτερη χαρά και ενεργοποιείται ίδια περιοχή του εγκεφάλου με την αντίστοιχη κατά τη διάρκεια της σεξουαλικής επαφής ή της κατανάλωσης σοκολάτας.

"Πολλά από αυτά που ζητούν οι επιχειρήσεις είναι παράλογα" επισημαίνει ο Ριντ Μοντατζ, Αμερικανός νευρολόγος και πρόσθεσε ότι "παλαιότερα είχαμε ερωτηθεί από έναν εκδοτικό οίκο πώς πρέπει να σχεδιαστεί το εξώφυλλο ενός βιβλίου για να αυξήσει τις πωλήσεις του". Πάντως η επιστημονική κοινότητα δηλώνει ότι στόχος των ερευνών δεν είναι να οδηγήσει τον καταναλωτή στην αγορά προϊόντων που δεν τον ενδιαφέρουν, αλλά να ψυχολογήσει τον τρόπο που αγοράζει.

Ο εγκέφαλος εξαπατάται πολύ εύκολα με αποτέλεσμα να γίνονται αγοραστικές κινήσεις χωρίς να ληφθεί το πόσο κοστίζει το προϊόν. "Οι άνθρωποι τείνουν στον υπέρμετρο καταναλωτισμό καθώς υπερεκτιμούν τις αγοραστικές τους δυνατότητες ακόμη και αν γνωρίζουν την άσχημη οικονομική τους κατάσταση", αναφέρει ο Μπέρντ Βέμπερ.

Μας ωθεί στην αγορά προϊόντων :

1) Η επίδειξη

Όπως δείχνουν άλλες έρευνες, βασικό κίνητρο για την αγορά ενός προϊόντος είναι η επίδειξη, καθώς το να μπαίνει ο άνθρωπος στη διαδικασία να συγκ-

ρίνεται με άλλα άτομα είναι βασικό γνώρισμα της προσωπικότητάς του. Αυτή η σύγκριση και το αίσθημα της υπεροχής ωθεί πολλές φορές τον καταναλωτή στην αγορά περιττών προϊόντων.

2) Οι εκπτώσεις

Όταν ο καταναλωτής δει σε ένα προϊόν την επιγραφή "έκπτωση", νιώθει ιδιαίτερη χαρά και ενεργοποιείται ίδια περιοχή του εγκεφάλου με την αντίστοιχη κατά τη διάρκεια της σεξουαλικής επαφής ή της κατανάλωσης σοκολάτας. Όμως, οι ερευνητές ισχυρίζονται ότι, αν δούμε για παράδειγμα ένα πακέτο με πέντε ζευγάρια κάλτσες θα το αγοράσουμε, ακόμη και αν το κάθε ζευγάρι είναι φθηνότερο. Τέτοιες στιγμές καταναλωτισμού δεν είναι ενεργοποιημένο το "πεδίο ελέγχου του εγκεφάλου", που κανονικά θα έπρεπε να μας προστατεύει από την απερισκεψία και τα επιπόλαια συναισθήματα.

3) Η φήμη και εικόνα του προϊόντος

Πόσο πολύ επηρεαζόμαστε από τα αισθήματά μας σε οικονομικές αποφάσεις απέδειξε και το 2003 ο σπουδαίος Αμερικανός νευρολόγος Ριντ Μοντατζ, που πραγματοποίησε ένα πείραμα που απέδειξε ότι η φήμη και η εικόνα ενός προϊόντος επηρεάζουν τις επιλογές των καταναλωτών και παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο για την αγορά του. Στην πρώτη φάση του πειράματος έδωσε στους εθελοντές να δοκιμάσουν Coca-Cola και Pepsi και μετά να επιλέξουν μια από τις δύο. Στη δεύτερη φάση έγινε ακριβώς το ίδιο με τους εθελοντές να έχουν κλειστά τα μάτια τους. Παρατήρησε, ότι στην πρώτη φάση το μεγαλύτερο ποσοστό επέλεξε την Coca-Cola από την Pepsi. Όταν όμως διάλεξαν με κλειστά μάτια προτίμησαν την Pepsi.

4) Η ψυχολογική μας κατάσταση

Σε άλλη έρευνα οι Αμερικανοί επιστήμονες, διαπίστωσαν πως η στεναχώρια επηρεάζει τον τρόπο που καταναλώνουμε. Δηλαδή, τα άτομα που αισθάνονται λυπημένα ξοδεύουν περισσότερα χρήματα όταν ψωνίζουν απ' ό,τι άτομα που βρίσκονται σε ουδέτερη κατάσταση.

<http://www.kathimerini.gr>

με πληροφορίες από Spiegel.de, National Science Foundation.

Ειδήσεις που Ενδιαφέρουν τον Καταναλωτή

Από Δημοσιεύματα του Ελληνικού Τύπου

Οι Ημερομηνίες Λήξης των Προϊόντων

Πολλές επιχειρήσεις στη Βρετανία που αποφάσισαν να πωλούν σε αρκετά χαμηλότερες τιμές τρόφιμα που έχουν λήξει, λόγω κυρίως της οικονομικής κρίσης, διαπίστωσαν μια πολύ θερμή ανταπόκριση του καταναλωτικού κοινού. Πάντως, η διάθεση ληγμένων προϊόντων δεν θεωρείται παράνομη ενώ οι αρμόδιες αρχές είναι σχεδόν καθησυχαστικές, ισχυρίζόμενες ότι ένα προϊόν που έχει λήξει δεν είναι και απαραίτητα επικίνδυνο για την υγεία μας. Η ημερομηνία λήξης ενός προϊόντος είναι δείκτης ποιότητας και όχι ασφάλειας.

Σχετικά με την ημερομηνία κατανάλωσης ενός προϊόντος, θα πρέπει να γνωρίζουμε ότι είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σε προσυσκευασμένα προϊόντα που χαλάνε γρήγορα, όπως είναι το φρέσκο γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα, τα φρέσκα τυριά, το φρέσκο κρέας και τα ψάρια. Στη χώρα μας απαγορεύεται η πώληση ενός προϊόντος μία ημέρα μετά από την ημερομηνία λήξης του.

Όσον αφορά τα τρόφιμα που διατηρούνται λιγότερο από 3 μήνες, είναι υποχρεωτική η αναγραφή της ημέρας και του μήνα λήξης, για τα τρόφιμα που διατηρούνται περισσότερο από 3 μήνες, αρκεί μόνο ο μήνας και το έτος, ενώ για τα τρόφιμα που διατηρούνται περισσότερο από 18 μήνες, αρκεί μόνο η αναγραφή του έτους λήξης.

Επίσης, υπάρχουν δύο τύποι αναγραφής της ημερομηνίας λήξης, μια με την ένδειξη "*κατανάλωση έως...*", όπου μετά την παρέλευση της ημερομηνίας το προϊόν δεν πρέπει να καταναλωθεί και μια με την ένδειξη "*κατανάλωση κατά προτίμηση έως...*", όπου μετά την παρέλευση της ημερομηνίας χάνει τα ποιοτικά του χαρακτηριστικά, αλλά δεν απαγορεύεται η κατανάλωσή του.

"TA NEA" 14 Ιαν 2009

Διαλέξτε :

Κινητό Τηλέφωνο ή Οδήγηση

Ενδιαφέροντα στοιχεία για το πόσο επικίνδυνη είναι η χρήση του κινητού τηλεφώνου κατά την οδήγηση ανακοίνωσαν Αμερικανοί ερευνητές, οι οποίοι διαπίστωσαν ότι ακόμη και η χρήση μιας συσκευής handsfree αποσπά την προσοχή του οδηγού το ίδιο

αν ο οδηγός κρατάει τη συσκευή του κινητού του ενώ μιλάει. Επίσης, οι έρευνες έδειξαν ότι ένας οδηγός που συνομιλεί μ' έναν επιβάτη εμποδίζεται λιγότερο στην οδήγησή του απ' ό,τι ένας οδηγός που μιλάει στο κινητό.

Στη Γαλλία ανακοινώθηκε ότι η χρήση του κινητού τηλεφώνου κατά την οδήγηση ευθύνεται για τον θάνατο 270 ανθρώπων κατά το έτος 2007, δηλ. για το 6% του συνόλου των θανάτων από τροχαία ατυχήματα, κάτι που την καθιστά την τέταρτη αιτία θνησιμότητας από τροχαία, μετά το αλκοόλ, την υπερβολική ταχύτητα και τη μη χρήση ζώνης ασφαλείας.

Μια καναδική εταιρεία δημιουργίας προγραμμαμάτων υπολογιστών ανακοίνωσε τη διάθεση ενός πρωτοπόρου προγράμματος που μπορεί να εγκατασταθεί σε συσκευές κινητής τηλεφωνίας και η δουλειά του θα είναι να εντοπίζει αν η συσκευή μετακινείται με ταχύτητα αυτοκινήτου, οπότε ειδοποιεί το δίκτυο κινητής τηλεφωνίας να διακόψει αυτόματα την επικοινωνία με τη συσκευή.

Ενώ σε πολλές χώρες, όπως και στη χώρα μας, είναι παράνομο και επισύρει μεγάλο πρόστιμο το να μιλάει κάποιος στο κινητό του τηλέφωνο και ταυτόχρονα να οδηγεί, είναι όμως νόμιμο να ομιλεί στο κινητό του τηλέφωνο χρησιμοποιώντας μια συσκευή handsfree. Ο κίνδυνος, όμως, παραμένει ο ίδιος και αυτό γιατί το πρόβλημα όταν οδηγούμε δεν εντοπίζεται στα χέρια μας αλλά στο μυαλό μας.

Οι ειδικοί επισημαίνουν ότι οι συζητήσεις στο κινητό τηλέφωνο, άσχετα αν γίνονται ή όχι με handsfree, αποσπούν έντονα την προσοχή του οδηγού και μονοπωλούν μεγάλο τμήμα της προσοχής του και της ικανότητας του εγκεφάλου του για επεξεργασία των εικόνων που "συλλαμβάνει" το μάτι. Ήδη σε πολλά πανεπιστήμια των ΗΠΑ γίνονται εκτεταμένες έρευνες με προσομοιωτές οδήγησης για να μελετηθούν οι επιπτώσεις της χρήσης του κινητού τηλεφώνου κατά την οδήγηση.

Το Εθνικό Συμβούλιο Ασφαλείας των ΗΠΑ, που είναι ένας μη κερδοσκοπικός θεσμός που έχει προωθήσει τους νόμους για τη ζώνη ασφαλείας και για την απαγόρευση της οδήγησης υπό την επήρεια αλκοόλ, απηύθυνε έκκληση για την αυστηρή απαγόρευση της χρήσης του κινητού τηλεφώνου κατά την οδήγηση.

Ειδήσεις που Ενδιαφέρουν τον Καταναλωτή

Από Δημοσιεύματα του Ελληνικού Τύπου

Το συμπέρασμα είναι ένα : οι οδηγοί που μιλούν (α-πασχολούνται) στο κινητό τους τηλέφωνο έχουν τετραπλάσιες πιθανότητες να εμπλακούν σ' ένα τροχαίο ατύχημα, που είναι το ίδιο επίπεδο κινδύνου που εμφανίζει κάποιος που οδηγεί υπό την επήρεια αλκοόλ.

"TA NEA" 2 Δεκ 2008

"Η Καθημερινή" 25 Ιαν 2009

Δωρεάν Διανομή Φρούτων και Λαχανικών σε Μαθητές

Πρόγραμμα δωρεάν διανομής φρούτων και λαχανικών σε μαθητές σχολείων εγκαινιάζουν από τον Σεπτέμβριο του 2009 τα υπουργεία Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων και Παιδείας. Στόχοι του ευρωπαϊκού αυτού προγράμματος είναι η καταπολέμηση της παιδικής παχυσαρκίας, η προαγωγή του προτύπου της υγιεινής διατροφής, η ενίσχυση της τοπικής παραγωγής και η τόνωση της αγοράς.

Από έρευνα που έγινε από την Σχολή ΤΕΦΑΑ του ΑΠΘ σε μαθητές ΣΤ' τάξης δημοτικών σχολείων, προκύπτει ότι ένα 76% των μαθητών τρώνε πίτσες, κρουασάν και τυρόπιτες στα διαλείμματα των μαθημάτων, ένα 7% φέρνει φαγητό από το σπίτι, ένα 16% δεν τρώει καθόλου στο σχολείο και ένα 12% των παιδιών ηλικίας 3-12 ετών δεν καταναλώνει φρούτα σε μόνιμη βάση.

Οι ειδικοί ευελπιστούν ότι αυτό το ευρωπαϊκό πρόγραμμα δωρεάν διανομής φρούτων και λαχανικών σε μαθητές σχολείων θα αποτελέσει το πρώτο βήμα για την σωστή διατροφή των μαθητών, οι οποίοι επηρεάζονται πολύ από την τηλεόραση και τις διαφημίσεις και αγνοούν βασικούς κανόνες της υγιεινής διατροφής.

"TA NEA" 19 Ιουν 2009

"ΠΟΛΙΤΗΣ" (Φλώρινα) 19 Ιουν 2009

"Ελεύθερο ΒΗΜΑ της Φλώρινας" 19 Ιουν 2009

Προσοχή στις Αναλήψεις στις ATM

Σε 5 εκατομμύρια ευρώ τον χρόνο υπολογίζεται ότι ανέρχεται στη χώρα μας ο τζίρος της απάτης στις ATM (Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές) των τραπεζών και στο e-banking. Ειδικά το καλοκαίρι ο κίνδυνος να πέσει κανείς θύμα απάτης στις ATM εί-

ναι ακόμα μεγαλύτερος καθώς πολλές συναλλαγές γίνονται σε μηχανήματα που βρίσκονται εκτός τραπεζικών καταστημάτων και είναι απροστάτευτα.

Ο νέος τρόπος που έχουν σκαρφιστεί οι επιτήδαιοι απατεώνες προβλέπει την παρακολούθηση και την καταγραφή του μυστικού αριθμού (pin) της κάρτας του πελάτη της τράπεζας και την απόσπαση της προσοχής του καθώς κάποιος από την σπείρα ρίχνει κάτω ένα χαρτονόμισμα. Οι δράστες πείθουν τον πελάτη να σκύψει και να πάρει το δήθεν δικό του χαρτονόμισμα και κάποιος άλλος αποσπά την κάρτα από το μηχανήμα και τοποθετεί μια άλλη παρόμοια αλλά πλαστή ή κλεμμένη κάρτα. Το άδειασμα του λογαριασμού του ανυποψίαστου πελάτη είναι απλά θέμα χρόνου.

Η Ελληνική Ένωση Τραπεζών συμβουλεύει στους συναλλασσόμενους τα εξής :

- Να καλύπτετε το πληκτρολόγιο της ATM όταν γράφετε τον κωδικό και βεβαιωθείτε ότι δεν υπάρχει κάποιος άλλος πελάτης της τράπεζας δίπλα σας.
- Βεβαιωθείτε ότι δεν σας παρακολουθεί κάποιος και μην αφήσετε κανέναν να σας πλησιάσει και να αποσπάσει την προσοχή σας.
- Να μην έχετε γραμμένο τον κωδικό αριθμό pin πάνω στην κάρτα σας.
- Να προτιμάτε τις ATM που βρίσκονται σε εσωτερικούς χώρους.
- Να ελέγχετε μετά την συναλλαγή αν η κάρτα που σας επέστρεψε το μηχανήμα είναι η δική σας.
- Σε περίπτωση κλοπής ή απώλειας της κάρτας, να ενημερώσετε αμέσως την τράπεζα καλώντας στα τηλέφωνα που υπάρχουν στην οθόνη της ATM.

"TA NEA" 1 Ιουλ 2009

Περιβαλλοντικό Προφίλ

Το περιβαλλοντικό προφίλ των κατοίκων της Θεσ/νίκης σκιαγράφησε έρευνα της εταιρείας Interview, απ' όπου φάνηκε ότι περισσότεροι από τους μισούς κατοίκους της πόλης δεν χρησιμοποιούν καθόλου τα μέσα μαζικής μεταφοράς, ενώ ένα εντυπωσιακό ποσοστό 87% χρησιμοποιούν μόνοι τους το αυτοκίνητο και όχι με συναδέλφους για να πάνε στη δουλειά. Επίσης, ο μέσος κάτοικος της Θεσσαλονίκης ανακυκλώνει σπάνια τα απορρίμματα που παράγει.

"Μακεδονία" 20 Νοε 2008