



ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ



**ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ**

**Ημερίδα με θέμα:**  
**“Το μέλλον της Ταχυδρομικής Αγοράς:**  
**Ρυθμιστικές Προκλήσεις & Εργαλεία Ανάπτυξης”**

**Τετάρτη, 21 Απριλίου 2010**

**Ξενοδοχείο “Divani Caravel”**



## **ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ**

### **Καλωσόρισμα**

**κ. [Μιχάλης Σακκάς](#),**

Αντιπρόεδρος ΕΕΤΤ για τον τομέα παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών

### **Χαιρετισμός**

**Καθηγητής κ. Δρ. Λεωνίδας Κανέλλος**, Πρόεδρος ΕΕΤΤ

### **Κεντρική Ομιλία**

**κ. Νίκος Σηφουνάκης**, Υφυπουργός Υποδομών Μεταφορών και Δικτύων

**1<sup>η</sup> Ενότητα:**

***“Απελευθέρωση της Ταχυδρομικής Αγοράς:  
Ευρωπαϊκές Κατευθύνσεις και Εθνικές Πρακτικές”***

**Συντονιστής: κ. Άγγελος Συρίγος,**

Αντιπρόεδρος ΕΕΤΤ για τον τομέα των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών

· **κ. Ulrich Dammann,**

Υπεύθυνος Διεθνών Ταχυδρομικών Θεμάτων Γερμανικής Ρυθμιστικής Αρχής (FNA)

&

Πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τη Ρύθμιση Ταχυδρομικών Θεμάτων (CERP)

· **Dr. Robert Pochmarski,**

Στέλεχος Ταχυδρομικού Τομέα Ευρωπαϊκής Επιτροπής

· **κ. Χρήστος Βαρσάμης,** Διευθύνων Σύμβουλος ΕΛΤΑ ΑΕ

· **κ. Νικόλαος Δημοσθένους,**

Γενικός Διευθυντής & Μέλος Δ.Σ. DELTA POST ΑΕ

· **κ. Χρήστος Αποστόλου,**

Προϊστάμενος Διεύθυνσης Ταχυδρομείων ΕΕΤΤ

**Συζήτηση - Ερωτήματα**

**2<sup>η</sup> Ενότητα:**

**“Ταχυδρομικές Υπηρεσίες με Επίκεντρο τον Πολίτη”**

**Συντονιστής: κ. Μιχάλης Σακκάς,**

Αντιπρόεδρος ΕΕΤΤ για τον τομέα παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών

**Κεντρική Ομιλία**

**κ. Δημήτριος Σπυράκος,** Γενικός Γραμματέας Καταναλωτή

- **κ. Ευάγγελος Ζερβέας,** Συνήγορος του Καταναλωτή
- **κ. Ιωάννης Κουρνιώτης,**  
Πρόεδρος Ένωσης Επιχειρήσεων Πωλήσεων από Απόσταση και  
Άμεσου Marketing (ΕΠΙΑΜ)
- **κα Αγγελική Κορωνιώτη,** Ειδική Επιστήμων ΕΕΤΤ
- **κ. Σάββας Ανδρεάδης,**  
Συντονιστής Τομέα Εξυπηρέτησης Καταναλωτών ΕΕΤΤ

**Συζήτηση - Ερωτήματα**

**3<sup>η</sup> Ενότητα:**

***“Νέες Υπηρεσίες – Νέες Συνεργασίες – Νέες Τεχνολογίες:  
Ευκαιρίες και Στρατηγικές για Πράσινη Ανάπτυξη”***

**Συντονιστής: κ. Γεώργιος Παπαπαύλου**, Μέλος ΕΕΤΤ

- **Δρ. Τάσος Βασιλόπουλος**,  
Διευθυντής Μηχανογράφησης και Περιβάλλοντος, Μέλος Δ.Σ. DHL  
Express (ΕΛΛΑΣ) ΑΕ
- **κ. Adrian Humbel**, Διευθύνων Σύμβουλος SwissSign AG
- **κ. Σταμάτιος Ανδριανόπουλος**,  
Executive Consultant PLANNING A.E.
- **κ. Απόστολος Τζιμούρτας**,  
Γενικός Διευθυντής ΟΡΦΕΥΣ ΒΕΪΝΟΓΛΟΥ ΑΕ
- **κ. Σωτήριος Τριχάς**, Πρόεδρος Ελληνικής Εταιρίας Logistics

**Συζήτηση – Συμπεράσματα**

## ***ΕΝΑΡΞΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΗΜΕΡΙΔΑΣ***

***Τετάρτη, 21 Απριλίου 2010***

***“Το μέλλον της Ταχυδρομικής Αγοράς:  
Ρυθμιστικές Προκλήσεις & Εργαλεία Ανάπτυξης”***

***Master of Ceremonies: Μιχάλης Σακκάς –  
Αντιπρόεδρος ΕΕΤΤ  
για τον τομέα παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών***

### **Καλωσόρισμα**

**ΣΑΚΚΑΣ Μ. - MC:** Κύριε Υφυπουργέ Υποδομών Μεταφορών και Δικτύων, κύριοι Πρόεδροι των Ανεξάρτητων Αρχών, κύριοι εκπρόσωποι των Παρόχων, κυρίες και κύριοι...

Με ιδιαίτερη ικανοποίηση πραγματοποιούμε, σήμερα, την ετήσια Ημερίδα του κλάδου των Ταχυδρομικών Υπηρεσιών της ΕΕΤΤ, που είναι αφιερωμένη στο μέλλον της ταχυδρομικής αγοράς, στις ρυθμιστικές προκλήσεις και στα εργαλεία ανάπτυξης αυτής της αγοράς.

Το 2010, όπως ξέρετε, είναι μια χρονιά ορόσημο, τόσο για τη χώρα μας, που καταβάλει δύσκολες και επίπονες προσπάθειες για να συνέλθει από την οικονομική κρίση, όσο και για την Ευρώπη, στην οποία η πλήρης απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς αρχίζει από την 01<sup>η</sup> Ιανουαρίου 2011.

Μολονότι η Ελλάδα έχει πάρει παράταση για την απελευθέρωση, μέχρι το τέλος του '12, εντούτοις ευελπιστούμε ότι θα προετοιμαστούμε για

την κοινοτική εναρμόνιση νωρίτερα, ώστε να έχουμε έγκαιρα την απαραίτητη σύγκλιση με τις άλλες χώρες.

Στα πλαίσια, λοιπόν, της σημερινής Ημερίδας, εξετάζουμε σε τρεις ενότητες τις ευρωπαϊκές κατευθύνσεις και τις εθνικές πρακτικές:

α. σε σχέση με την απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς,

β. τις ταχυδρομικές υπηρεσίες σε σχέση με την εξυπηρέτηση του πολίτη – καταναλωτή,

γ. τις νέες υπηρεσίες, τις νέες συνεργασίες και τις νέες τεχνολογίες που αναπτύσσονται στη συγκεκριμένη αλλά και σε παραπλήσιες αγορές, δίνοντας ευκαιρίες και δημιουργώντας στρατηγικές για την πράσινη ανάπτυξη.

Αισιοδοξώντας ότι από τη σημερινή ημερίδα θα βγουν χρήσιμα συμπεράσματα, καλωσορίζουμε όλους τους συνέδρους και τους προσκεκλημένους και μεταφέρουμε τη λύπη των ομιλητών και των εκπροσώπων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι οποίοι, λόγω των τελευταίων γεγονότων, όπως ξέρετε, των αεροπορικών συγκοινωνιών, δεν μπόρεσαν να παραστούν. Παρά ταύτα, θα έχουμε την ομιλία τους ζωντανά και την παρουσίασή τους, επίσης, ζωντανά. Απλώς, δε θα τους δούμε στο πρόσωπο.

Ευχαριστώ πολύ και καλώ τον Πρόεδρο της ΕΕΤΤ Δρ. Λεωνίδα Κανέλλο για την ομιλία του.

### **Χαιρετισμός**

**Δρ. ΚΑΝΕΛΛΟΣ Λ.:** Κύριε Υπουργέ, κύριοι Πρόεδροι των Ανεξάρτητων Αρχών, κυρίες και κύριοι...

Θα ήθελα, με τη σειρά μου, να σας καλωσορίσω στη σημερινή Ημερίδα του Τομέα των Ταχυδρομείων της ΕΕΤΤ και να σας εκδηλώσω τη βεβαιότητά μου ότι θα παρακολουθήσουμε με μεγάλο ενδιαφέρον τις

εργασίες της Ημερίδας, δεδομένης της μεγάλης σημασίας του κλάδου στην οικονομική και κοινωνική συνοχή της χώρας, ιδιαίτερα στην κρίσιμη περίοδο που διανύουμε.

Όπως γνωρίζετε, σήμερα, βρισκόμαστε στο τελευταίο στάδιο της απελευθέρωσης, μίας διαδικασίας η οποία έχει αρχίσει, σε πανευρωπαϊκό επίπεδο, από το 2008. Βάσει της 3<sup>ης</sup> Ταχυδρομικής Οδηγίας, της υπ' αριθμόν 6/2008, όλα τα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης θα πρέπει να ανοίξουν την αγορά τους πλήρως στον ανταγωνισμό: από 01<sup>ης</sup>/01/2011 τα παλαιά κράτη και από 01<sup>ης</sup>/01/2013 τα νέα κράτη-μέλη, η Ελλάδα και το Λουξεμβούργο.

Όπως γνωρίζετε, χώρες με σημαντικές ταχυδρομικές αγορές, όπως το Ηνωμένο Βασίλειο ή η Γερμανία, έχουν ανοίξει την αγορά τους πολύ νωρίτερα από αυτήν την καταληκτική ημερομηνία.

Πριν ακούσουμε, λοιπόν, τους διακεκριμένους ομιλητές μας, εκ των οποίων, όπως εξήγησε και ο Αντιπρόεδρος κύριος Σακκάς, οι συνάδελφοι από την Ευρωπαϊκή Ένωση δεν μπόρεσαν να είναι μαζί μας εξαιτίας της ηφαιστειακής τέφρας από το ηφαίστειο με το παράξενο όνομα Eyjafjallajökull (Εϊγιαφιατλαγιόκουλ), που τους εμπόδισε να έχουν φυσική παρουσία δίπλα μας, θα ήθελα να εξετάσουμε και να δούμε συνοπτικά ποια είναι η κατάσταση στην ελληνική ταχυδρομική αγορά σήμερα, σε ποιες ενέργειες προέβη η ΕΕΤΤ το 2009 και ποια μέτρα προωθούμε κατά το τρέχον έτος 2010.

Η ελληνική ταχυδρομική αγορά σήμερα...

Σύμφωνα με την πρώτη ανάλυση των στοιχείων, τα οποία έχουμε συλλέξει για το έτος 2009, κυρίαρχο μερίδιο αγοράς από πλευράς εσόδων κατέχει ο Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας, τα Ελληνικά Ταχυδρομεία (ΕΛΤΑ ΑΕ), με μερίδιο 59,4% περίπου της συνολικής ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς. Το υπόλοιπο ποσοστό αφορά στους παρόχους οι



οποίοι δραστηριοποιούνται στην αγορά υπό καθεστώς Γενικής Άδειας με μερίδιο 40,2% ή Ειδικής Άδειας με μερίδιο 0,4%.

#### Αγορά Ταχυμεταφορών...

Η αγορά αυτή περιλαμβάνει τους παρόχους οι οποίοι έχουν Γενική Άδεια. Πρόκειται, κυρίες και κύριοι, για επί σειρά ετών αναπτυσσόμενη αγορά με ετήσιο μέσο όρο ανάπτυξης 12,6% για τα έτη 2000 έως 2008, αλλά με μείωση ποσοστού ύψους 1,9% για το 2009 σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά.

Πρόκειται για μια αγορά η οποία λειτουργεί σε ανταγωνιστικό περιβάλλον με μεγάλη διαπραγματευτική ισχύ των πελατών. Η μέση τιμή ανά αντικείμενο ταχυμεταφοράς παρέμεινε σχετικά σταθερή, +0,29% το 2009 σε σχέση με το 2008, ενώ παραμένει χαμηλότερη από τη μέση τιμή του 2005.

Παρατηρείται υψηλός βαθμός συγκέντρωσης και μεγάλος αριθμός μικρών επιχειρήσεων. Συνολικά, δραστηριοποιούνται περίπου 1.250 επιχειρήσεις, εκ των οποίων 450 είναι εγγεγραμμένες στο Μητρώο της ΕΕΤΤ, ενώ 800 άλλες επιχειρήσεις ή πρόσωπα είναι μέλη του δικτύου αυτών των επιχειρήσεων.

Οκτώ επιχειρήσεις από αυτές δηλώνουν έσοδα άνω των 5 εκατομμυρίων ευρώ και κατέχουν πάνω από το 88% της αγοράς. Οι επιχειρήσεις που δηλώνουν έσοδα κάτω των 200.000 ευρώ είναι πάνω από 350 και μοιράζονται το 3,5% της αγοράς.

#### Αγορά Καθολικής Υπηρεσίας...

Εδώ δραστηριοποιούνται τα ΕΛΤΑ και πέντε πάροχοι με Ειδική Άδεια. Πρόκειται για επί σειρά ετών αναπτυσσόμενη αγορά, με 7,4% ετήσιο μέσο όρο ανάπτυξης τα έτη 2000 έως 2008, αλλά με μείωση ποσοστού κατά 3,6% για το 2009 σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά.

Διακινείται, ακόμη, ιδιαίτερα μικρός αριθμός αντικειμένων ανά κάτοικο και το ποσοστό της χώρας μας είναι κάτω του 30% του ευρωπαϊκού μέσου όρου.

Η συντριπτική πλειονότητα, δηλαδή πάνω από 80% των διακινούμενων επιστολών, εμπίπτει στα αποκλειστικά δικαιώματα, δηλαδή στο μονοπώλιο του Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας. Χαρακτηρίζεται, ακόμη, από σχετικά υψηλές τιμές της Καθολικής Υπηρεσίας, ενώ υπάρχει πολύ περιορισμένος ανταγωνισμός, από 1% έως 4% στις απελευθερωμένες υπηρεσίες, δηλαδή στα αντικείμενα άνω των 50 γραμμαρίων, όπως είναι οι εφημερίδες και τα περιοδικά. Χαρακτηρίζεται από συνεχώς βελτιούμενη ποιότητα, αλλά υπολείπεται αισθητά των στόχων ακόμα.

Σημαντικό ποσοστό του ελληνικού πληθυσμού εξαιρείται των ποιοτικών χαρακτηριστικών της Καθολικής Υπηρεσίας για πενήνήμερη κατ' οίκον διανομή.

Ποιες είναι οι δράσεις της ΕΕΤΤ για το 2009..;

Πέραν των παγίων εργασιών της Διεύθυνσης Ταχυδρομείων της ΕΕΤΤ, όπως η τήρηση του Μητρώου των Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων, η διερεύνηση των καταγγελιών των καταναλωτών, ο κοστολογικός έλεγχος των ΕΛΤΑ, η ανταπόκριση σε αιτήματα εταιριών, διεθνών οργανισμών και πολιτών, ο τομέας Ταχυδρομείων της ΕΕΤΤ, ο οποίος είναι πάρα πολύ ενεργός, ολοκλήρωσε και πλήθος έργων με στόχο την εμπέδωση του ανταγωνισμού στην αγορά και την προστασία των καταναλωτών!

Επιτρέψτε μου να σας αναφέρω συνοπτικά τα κυριότερα έργα...

Τροποποίηση του κανονιστικού πλαισίου...

Το 2009, η ΕΕΤΤ έθεσε σε ισχύ το νέο κανονιστικό πλαίσιο, δηλαδή προώθησε νέους Κανονισμούς Γενικών – Ειδικών Αδειών, με στόχο την αποτελεσματικότερη λειτουργία της αγοράς και την -κατά το δυνατό-

συμμόρφωση του κανονιστικού πλαισίου της χώρας μας στις υφιστάμενες ευρωπαϊκές οδηγίες.

Οι νέοι Κανονισμοί Γενικών και Ειδικών Αδειών, τους οποίους διαβουλευτήκαμε με τους περισσότερους από εσάς, νομίζουμε ότι επιλύουν σημαντικά προβλήματα, κάτι το οποίο πιστοποιείται από τα θετικά σχόλια που αυτοί έγιναν δεκτοί από το σύνολο σχεδόν της ταχυδρομικής αγοράς.

Εκτός από τις νομικές κανονιστικές δράσεις της ΕΕΤΤ, αναπτύξαμε και ελεγκτικές δράσεις. Το 2009 συγκεκριμένα, ολοκληρώσαμε 450 αυτεπάγγελτους ελέγχους, τους οποίους είχαμε ξεκινήσει από το 2008. Κλιμάκια της ΕΕΤΤ διενήργησαν επιτόπιους ελέγχους σε 57 μη αδειοδοτημένες επιχειρήσεις σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη και, ως αποτέλεσμα των ελέγχων αυτών, 14 εταιρίες κλήθηκαν σε ακρόαση, ενώ τα πορίσματα για 11 εταιρίες διαβιβάστηκαν στο Υπουργείο Μεταφορών, Υποδομών και Δικτύων για τις περαιτέρω ενέργειες.

Έλεγχος Ποιότητας της Καθολικής Υπηρεσίας...

Η ΕΕΤΤ, με Απόφασή της, υπέβαλε στο Υπουργείο Υποδομών γνώμη επί του σχεδίου Υπουργικής Απόφασης για τον επανακαθορισμό των ποιοτικών προδιαγραφών της Καθολικής Υπηρεσίας.

Νέο κοστολογικό σύστημα των ΕΛΤΑ...

Μετά από μια κοπιαστική και χρονοβόρα διαδικασία, η ΕΕΤΤ ενέκρινε το νέο κοστολογικό σύστημα των ΕΛΤΑ, για χρήση από τις αρχές του 2010 και με χρονικό ορίζοντα τριών ετών.

Κατάρτιση Κώδικα Δεοντολογίας...

Μετά από διεξαγωγή δημόσιας διαβούλευσης, η ΕΕΤΤ κατάρτισε ένα σχέδιο κώδικα δεοντολογίας για την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών στους καταναλωτές, το οποίο εστάλη στο Υπουργείο Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων προς έγκριση, ώστε, στη συνέχεια, να προχωρήσουμε στην έκδοση της οικείας κανονιστικής απόφασης.

Ετήσια μελέτη – ανάλυση της ταχυδρομικής αγοράς - την οποία, όπως γνωρίζετε, η ΕΕΤΤ διενεργεί κατ’ έτος.

Δράσεις ενημέρωσης, δηλαδή διεξαγωγή Ημερίδας στην Αθήνα, συναντήσεις με εκπροσώπους του κλάδου, δημοσίευση δελτίων τύπου και ανακοινώσεων και εμπλουτισμός των πληροφοριών του δικτυακού τόπου της ΕΕΤΤ.

Παράλληλα, λάβαμε τις απαιτούμενες δράσεις και μέτρα, για να προετοιμάσουμε τη χώρα μας -στο βαθμό που είναι δική μας αρμοδιότητα- για το πλήρες άνοιγμα της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς. Συγκεκριμένα, υποβάλαμε, το 2009, στο Υπουργείο Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων πρόταση σχεδίου νόμου για την πλήρη ενσωμάτωση της 3<sup>ης</sup> Ταχυδρομικής Οδηγίας με τις απαραίτητες μεταβατικές προβλέψεις, με στόχο να αποτελέσει τη βάση για ένα γόνιμο διάλογο μεταξύ όλων των παρόχων της αγοράς και, φυσικά, να επιταχύνει τη διαδικασία προς την πλήρη απελευθέρωση της αγοράς μέσω της έκδοσης του νέου νόμου.

Παράλληλα, προωθήσαμε κάποια αιτήματα των παρόχων για την άρση δυσχερειών στη διεκπεραίωση του έργου τους σε τρίτους αρμόδιους φορείς, όπως το Υπουργείο Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων, για θέματα χορήγησης αδειών φορτηγών ΙΧ και για τη χάραξη μιας εθνικής στρατηγικής.

Αυτές ήταν οι δράσεις τις οποίες κάναμε κατά το έτος 2009. Θα μου επιτρέψετε να σας εκθέσω συνοπτικά και τις δράσεις τις οποίες προωθούμε κατά το τρέχον έτος, το 2010.

Το 2010, κύριος στόχος μας είναι η βελτίωση της ποιότητας της Καθολικής Υπηρεσίας και η προετοιμασία για την ομαλή μετάβαση σε καθεστώς πλήρους απελευθέρωσης. Η βελτίωση της ποιότητας της Καθολικής Υπηρεσίας περνάει, όπως γνωρίζετε, μέσα από μετρήσεις ποιότητας. Βάσει της νέας Υπουργικής Απόφασης του 2010 “Περί επανακαθορισμού των ποιοτικών προδιαγραφών της Καθολικής Υπηρεσίας”, θα συμμετάσχουμε στην Επιτροπή

Παρακολούθησης του έργου "Μέτρηση του χρόνου διακίνησης για την αλληλογραφία εσωτερικού Α' προτεραιότητας", που, ήδη, υλοποιούν τα ΕΛΤΑ.

Το ποσοστό της αλληλογραφίας εσωτερικού Α' προτεραιότητας, που επιδίδεται από τον Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας την επόμενη ημέρα, ανήλθε το 2008 σε ποσοστό 79,9%, από 78,8% το 2007, αλλά παραμένει σημαντικά χαμηλότερο από τον στόχο του 87% που είχε τεθεί στην Υπουργική Απόφαση η οποία ίσχυε έως το 2008.

Ενδεικτικά, αναφέρουμε ότι μόνο πέντε κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης των 27 έχουν αντίστοιχο δείκτη ποιότητας κάτω του 80%, ενώ 15 κράτη-μέλη έχουν αντίστοιχο δείκτη πάνω από 90%. Συνεπώς, αναφερόμαστε σε έναν σημαντικό τομέα, στον οποίο τα περιθώρια βελτίωσης είναι σημαντικά.

Έλεγχος κανονικότητας διανομής της Καθολικής Υπηρεσίας...

Θα προχωρήσουμε από κοινού με το Υπουργείο Υποδομών, Μεταφορών & Δικτύων και με τα ΕΛΤΑ σε αξιολόγηση των περιοχών που εξαιρούνται της κανονικότητας της Καθολικής Υπηρεσίας, δηλαδή της διανομής και περισυλλογής της αλληλογραφίας πέντε μέρες την εβδομάδα, σύμφωνα με τις προβλέψεις της οικείας Υπουργικής Απόφασης.

Επισημαίνουμε και τονίζουμε ότι η Ελλάδα αποτελεί τη μοναδική χώρα μεταξύ των 27 κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η οποία έχει υψηλό ποσοστό εξαιρέσεων, ύψους 7%, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για όλες χώρες υπάρχουν εξαιρέσεις είναι μικρότερο του 1%.

Ένα πολύ σημαντικό τμήμα του πληθυσμού, λοιπόν, το οποίο εκτιμάται σε πάνω από 20%, εξαιρείται της διανομής των ταχυδρομικών αντικειμένων στο σπίτι και η επίδοση πραγματοποιείται σε υπαίθριες γραμματοθυρίδες ή σε άλλες εγκαταστάσεις, σε δημοτικά καταστήματα ή, ακόμα, σε καφενεία χωριών κτλ, καταστάσεις τις οποίες, νομίζω, γνωρίζουμε όλοι!..

Το θέμα, βέβαια, της διανομής σε γραμματοθυρίδες είναι ιδιαίτερα σημαντικό, αφού προκύπτουν μεγάλα ζητήματα κοινωνικής σημασίας, όπως η προβληματική παροχή της Καθολικής Υπηρεσίας σε πολίτες, σε ομάδες χρηστών με κινητικά προβλήματα, άτομα με αναπηρίες, ηλικιωμένους κλπ, η προβληματική παροχή υπηρεσιών συστημένων και δεμάτων, η αδυναμία πρόσβασης των ιδιωτικών παρόχων στους παραλήπτες - πολίτες, κάτι το οποίο συνεπάγεται την παρεμπόδιση της ανάπτυξης του υγιούς ανταγωνισμού μεταξύ εταιριών και άλλα σημαντικότερα προβλήματα, τα οποία προκύπτουν όταν ο πολίτης χάσει, πλέον, τη φυσική του διεύθυνση, με αποτέλεσμα να μην ξέρουν όλοι οι συναλλασσόμενοι με αυτόν πού να του επιδίδουν τις επιστολές τους.

Στόχος μας για την αντιμετώπιση του σημαντικού αυτού προβλήματος είναι να υποβάλλουμε συγκεκριμένες προτάσεις στο Υπουργείο Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων, ώστε να περιοριστούν οι εξαιρέσεις μόνο όπου αυτές είναι δικαιολογημένες και οι διαδικασίες οι οποίες θα εφαρμόζονται να καλύπτουν σε κάθε περίπτωση τις ανάγκες των χρηστών.

Ενημέρωση για την Καθολική Υπηρεσία...

Προχωρούμε στη σύνταξη και την πανελλαδική διανομή ενημερωτικού φυλλαδίου για την Καθολική Υπηρεσία και για τους τρόπους βελτίωσής της.

Έχουμε κάνει μια έρευνα αγοράς για την Καθολική Υπηρεσία και προχωρούμε σε δημόσια διαβούλευση για την αποτύπωση της γνώμης των χρηστών σχετικά με τις υπηρεσίες και την ποιότητα της Καθολικής Υπηρεσίας.

Ένα πολύ σημαντικό μέτρο είναι το σχέδιο της νέας Υπουργικής Απόφασης -μετά από σχετική πρωτοβουλία του Υπουργείου Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων- για την αποζημίωση των καταναλωτών. Στέκομαι και το τονίζω ιδιαίτερα αυτό· θα προβλέψουμε διατάξεις αποζημίωσης των

καταναλωτών σε περίπτωση παροχής μη κατάλληλης υπηρεσίας από την πλευρά των παρόχων της Καθολικής Υπηρεσίας.

Το 2010, επίσης, είναι η πρώτη χρονιά που θα εφαρμοστεί το νέο κοστολογικό μοντέλο των ΕΛΤΑ.

Θα ήθελα, κλείνοντας την ενότητα των δράσεων για την Καθολική Υπηρεσία, να αναφέρω ότι, αντίθετα με ό,τι ισχύει για τους ιδιωτικούς ταχυδρομικούς παρόχους, η ΕΕΤΤ δεν έχει -τυπικά- την αρμοδιότητα επιβολής άμεσα κυρώσεων στα ΕΛΤΑ, αλλά έχει τη δυνατότητα εισήγησης στον Υπουργό Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων, ο οποίος λαμβάνει και τις σχετικές αποφάσεις.

Κυρίες και κύριοι, συνεχίζουμε -και το 2010- τις ενέργειές μας για την αποτελεσματική εποπτεία της αγοράς και τη διασφάλιση ενός υγιούς ανταγωνιστικού περιβάλλοντος, ιδιαίτερα σε θέματα και καταγγελίες που μας έχουν κατατεθεί σε σχέση με διακριτική μεταχείριση από την πλευρά του Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας και των θυγατρικών του.

Είναι γνωστό σε όλους ότι σε οποιονδήποτε τομέα, είτε αυτός είναι η ενέργεια είτε είναι οι ηλεκτρονικές επικοινωνίες είτε είναι τα ταχυδρομεία, βάσει του ευρωπαϊκού δικαίου, δεν επιτρέπεται στον κυρίαρχο φορέα, δηλαδή στο πρώην μονοπώλιο, να μεταχειρίζεται τις θυγατρικές του με διαφορετικό τρόπο από ό,τι αυτός μεταχειρίζεται τους ανταγωνιστές.

Πριν ολοκληρώσω, θέλω να επισημάνω τη μεγάλη έμφαση που δίνουμε, το 2010, στην ενημέρωση και τη βελτίωση της εξυπηρέτησης του κοινού, είτε είναι εταιρίες είτε είναι καταναλωτές, με ένα πλήθος δράσεων, όπως η υλοποίηση διαδικτυακής εφαρμογής για την ηλεκτρονική υποβολή αιτημάτων των επιχειρήσεων - ουσιαστικά, δηλαδή, την ηλεκτρονική διακυβέρνηση, στην πράξη, την υλοποιούμε στην ΕΕΤΤ.

Διαχειριζόμαστε τις καταγγελίες των χρηστών από ένα εξειδικευμένο τμήμα εξυπηρέτησης καταναλωτών της ΕΕΤΤ, εμπλουτίζουμε συνεχώς την

ιστοσελίδα μας με περιεχόμενο για τις ταχυδρομικές υπηρεσίες, προβαίνουμε σε εκδόσεις ενημερωτικών εντύπων, δελτίων τύπου και ανακοινώσεων σχετικά με τις δράσεις της ΕΕΤΤ και με τις νεότερες εξελίξεις στον τομέα των ταχυδρομικών υπηρεσιών και, επίσης, μέσω κατάλληλου γεωγραφικού συστήματος πληροφοριών, προβαίνουμε στη διάθεση χρήσιμων για τον καταναλωτή πληροφοριών.

Τέλος, επιθυμούμε να συμβάλουμε στη χάραξη εθνικής στρατηγικής για την ανάπτυξη της Ελλάδας ως διαμετακομιστικού κόμβου (hub) των Βαλκανίων. Η δημιουργία ομάδας εμπειρογνομόνων με πρωτοβουλία του Υπουργείου Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων και εκπροσώπων των αρμόδιων φορέων είναι ένα πολύ σημαντικό πρώτο βήμα προς αυτή την κατεύθυνση.

Κυρίες και κύριοι, με την ευχή η σημερινή Ημερίδα να αποδειχθεί ενδιαφέρουσα και παραγωγική, θα ήθελα να σας διαβεβαιώσω ότι όλες οι απόψεις οι οποίες θα εκφραστούν στο πλαίσιο της σημερινής Ημερίδας, όλες οι συζητήσεις θα ληφθούν υπ’ όψιν από την ΕΕΤΤ, θα καταγραφούν και θα αξιοποιηθούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο από την ΕΕΤΤ προς όφελος του πολίτη και των επιχειρήσεων!

Με αυτή τη σύντομη εισαγωγή, θα ήθελα να σας ευχαριστήσω και να καλέσω στο βήμα τον Υφυπουργό Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων, τον κύριο Νίκο Σηφουνάκη, για να κάνει την κεντρική ομιλία.

Σας ευχαριστώ πολύ.

### **Κεντρική Ομιλία**

**ΣΗΦΟΥΝΑΚΗΣ Ν.:** Κύριε Πρόεδρε της ΕΕΤΤ, κύριε Πρόεδρε και Διευθύνοντα Σύμβουλε των ΕΛΤΑ, κύριοι Πρόεδροι των Ανεξάρτητων Αρχών, κύριε Ρακιντζή και κύριε Γεραρή, κυρίες και κύριοι...



Τα Ελληνικά Ταχυδρομεία είναι βαθιά ριζωμένα στη συνείδηση του Έλληνα πολίτη ως ένας οργανισμός που, όχι μόνο φτάνει παντού, σε όλη την Ελλάδα, αλλά μπαίνει και σε κάθε σπίτι. Ο ταχυδρόμος αποτελεί τη γνώριμη και φιλική μορφή για κάθε έναν από εμάς. Η παρουσία του δεν είναι μόνο ανθρώπινη αλλά και τακτικότερη από την παρουσία οποιουδήποτε άλλου δημόσιου λειτουργού. Το ανθρώπινο δυναμικό των ΕΛΤΑ όπως, επίσης, το δίκτυο διανομής τους, που καλύπτει όλη την επικράτεια με καθολικές υπηρεσίες, είναι τα ισχυρότατα σημεία των Ελληνικών Ταχυδρομείων.

Από τη φύση του, το ταχυδρομικό έργο είναι έργο καθολικής υπηρεσίας -αφού καλύπτει όλη τη χώρα- και έργο εντάσεως εργασίας. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με τις ελλείψεις προσωπικού στα ΕΛΤΑ, που προσπαθούμε και, ήδη, ως ένα βαθμό αντιμετωπίζονται και θα συνεχίσουν να αντιμετωπίζονται με μακροχρόνιες λύσεις, που είναι η πιο ενδεδειγμένη περίπτωση, αποτελεί εγγενή αλλά και αντιμετωπίσιμη αδυναμία. Θέλω να πω ότι η νέα διοίκηση των ΕΛΤΑ, ήδη, δραστηριοποιείται ενεργά προς αυτή την κατεύθυνση.

Παράλληλα, τα τελευταία χρόνια, σε όλη την Ευρώπη, παρατηρείται μείωση του επιστολικού όγκου εξαιτίας της αύξησης της χρήσης άλλων μέσων επικοινωνίας των πολιτών. Το γεγονός αυτό παρουσιάζει μια απειλή, εφόσον δεν αναγνωριστεί έγκαιρα και δεν γίνουν οι κατάλληλες κινήσεις για την αντιμετώπισή του.

Ωστόσο, η διαφανόμενη αυτή απειλή μπορεί να μετατραπεί σε μια μοναδική ευκαιρία για όσους ταχυδρομικούς οργανισμούς μετεξελιχθούν έγκαιρα προκειμένου να συμπληρώσουν το παραδοσιακό ταχυδρομικό έργο με την παροχή άλλων υπηρεσιών (χρηματοοικονομικών, ασφαλιστικών, τραπεζικών, ηλεκτρονικών κτλ).

Πρόθεση της πολιτικής ηγεσίας είναι να ενισχυθούν τα ΕΛΤΑ, με κάθε τρόπο, προκειμένου να επανέλθουν στην περίοδο της κερδοφορίας τους, να

αναστρέψουμε τα αρνητικά αποτελέσματα της τελευταίας χρονιάς, που οφείλονται σε μεγάλο βαθμό στη μείωση του επιστολικού όγκου, πέρα από τις εγγενείς λειτουργικές αδυναμίες που συνοδεύουν την οικονομική κρίση, αλλά και στην πολύμηνη απουσία ουσιαστικής και αποτελεσματικής διοίκησης.

Σκοπεύουμε, συνάμα, να ενισχύσουμε ακόμα περισσότερο τη στρατηγική συνεργασία των ΕΛΤΑ με το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο και τις Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ και να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις εκείνες που θα κάνουν τα Ελληνικά Ταχυδρομεία ικανά να αναπτύξουν και να προσφέρουν μια μεγάλη γκάμα υπηρεσιών στο νέο περιβάλλον της απελευθέρωσης της ταχυδρομικής αγοράς.

Όπως είναι γνωστό, η απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς αποτελεί ευρωπαϊκή υποχρέωση και για τη χώρα μας. Η σχετική Οδηγία πρέπει να ενσωματωθεί στην ελληνική έννομη τάξη μέχρι το τέλος του 2010 και να εφαρμοστεί μέχρι το 2013.

Ήδη, στο Υπουργείο μας έχει συσταθεί ομάδα εργασίας, που θα αξιοποιήσει τη σχετική εισήγηση της ΕΕΤΤ και θα παραδώσει το προσχέδιο νόμου για δημόσια διαβούλευση μέσα στον ερχόμενο Σεπτέμβριο, ώστε να καταστεί δυνατό να κατατεθεί στη Βουλή ένα μήνα μετά, δηλαδή περί τις αρχές του φθινοπώρου, τον Οκτώβριο -περίπου- του 2010.

Όπως σε άλλες περιπτώσεις απελευθέρωσης αγορών, παραδείγματος χάριν στην αγορά των τηλεπικοινωνιών, η απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς αναμένεται να αποφέρει οφέλη στους καταναλωτές με τη μορφή χαμηλών τιμών και καλύτερης ποιότητας υπηρεσιών.

Η επικείμενη απελευθέρωση αποτελεί, λοιπόν, μια πρόκληση για τα Ελληνικά Ταχυδρομεία, τα οποία μπορούν να την αξιοποιήσουν επ' ωφελεία τους αλλά και επ' ωφελεία του κοινωνικού συνόλου, προτάσσοντας τα δυνατά τους σημεία, διορθώνοντας τις όποιες αδυναμίες τους, εκμεταλλευόμενα τις νέες ευκαιρίες και αντιμετωπίζοντας τις αναπόφευκτες απειλές της εποχής.

Στο νέο αυτό τοπίο, ο ρόλος της ΕΕΤΤ, ως ρυθμιστή της απελευθερωμένης ταχυδρομικής αγοράς, είναι κρίσιμος και ουσιαστικός. Η εμπειρία έχει δείξει ότι, όταν ο ρυθμιστής έχει τα χαρακτηριστικά της αληθινής ανεξαρτησίας και επιτελεί το έργο του με γνώση, αίσθημα ευθύνης και επαγγελματισμό, τότε μπορεί να παίξει έναν καταλυτικό ρόλο, τόσο στη μετάβαση προς την απελευθέρωση της αγοράς όσο και στη διατήρηση και στη μετέπειτα εύρυθμη λειτουργία της.

Αυτά, νομίζω, πρέπει να είναι -και πιστεύω ότι είναι- τα χαρακτηριστικά της ΕΕΤΤ.

Ολοκληρώνοντας, θέλω, για άλλη μια φορά, να εκφράσω τη χαρά μου γι' αυτήν την πρωτοβουλία και γι' αυτήν την Ημερίδα. Θα είναι χρήσιμα για εμάς τα πορίσματα και όσες απόψεις και προτάσεις κατατεθούν σήμερα εδώ. Με χαρά, κύριε Πρόεδρε, θα τις έχουμε. Έχουμε, νομίζω, μια συνεργασία στους επιμέρους τομείς που αφορούν τις τηλεπικοινωνίες. Αυτή θα συνεχιστεί.

Θέλω, λοιπόν, να σας ευχαριστήσω, για άλλη μια φορά, για την πρόσκληση, να ευχηθώ καλή συνέχεια και καλή ολοκλήρωση και να ζητήσω, θα μου επιτρέψετε, την κατανόησή σας, διότι για λόγους που έχουν να κάνουν με την καθημερινότητα, πρέπει -ενώ σε λίγο θα έχουμε ξανά τηλεδιάσκεψη με τους άλλους συναρμόδιους Υπουργούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης για το θέμα που έχει προκύψει με το ηφαιστειο και τη στάχτη- να αποχωρήσω λίγο πρόωρα.

Σας ευχαριστώ πολύ και καλή επιτυχία!

***1<sup>η</sup> Ενότητα***

**“Απελευθέρωση της Ταχυδρομικής Αγοράς:  
Ευρωπαϊκές Κατευθύνσεις και Εθνικές Πρακτικές”**

**Συντονιστής: κ. Άγγελος Συρίγος**

**Αντιπρόεδρος ΕΕΤΤ**

**για τον τομέα των Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών**

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συντονιστής:** Κύριε Υπουργέ, κύριοι Πρόεδροι των Ανεξάρτητων Αρχών, κύριε Πρόεδρε και Διευθύνοντα Σύμβουλε των Ελληνικών Ταχυδρομείων, κυρίες και κύριοι...

Αρχίζουμε τη σημερινή Ημερίδα με την πρώτη ενότητα, η οποία έχει ως αντικείμενο την απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς, τις ευρωπαϊκές κατευθύνσεις και τις εθνικές πρακτικές.

Όπως θα δείτε στο πρόγραμμά μας, επρόκειτο να βρίσκονται στο βήμα, για να μιλήσουν, τρεις Έλληνες και τρεις ξένοι. Οι τρεις ξένοι, για τους προφανείς λόγους που είπαμε, σε σχέση με το “ακατονόμαστο” ηφαιστειο της Ισλανδίας, δεν μπόρεσαν να έρθουν. Θα τους ακούσουμε, όμως, τηλεφωνικά και θα έχουμε τη δυνατότητα να ανταλλάξουμε στο τέλος κάθε ομιλίας απόψεις, να τεθούν ερωτήματα σχετικά με αυτά τα οποία θα πουν.

Ήταν να ξεκινήσουμε με τον κύριο Kamil Kiljanski, ο οποίος είναι υπεύθυνος ταχυδρομικού τομέα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Στη θέση του, θα μιλήσουμε με τον κύριο Robert Pochmarski, ο οποίος τον αντικαθιστά.

Τα προβλήματα με την ηφαιστειακή τέφρα, φαίνεται, πλήττουν και τις τηλεπικοινωνίες, κύριε Πρόεδρε της ΕΕΤΤ. Κάτι πρέπει να κάνετε... Δε θα μπορούσαμε να ξεκινήσουμε με τον κύριο Pochmarski, υπάρχει πρόβλημα στην τηλεφωνική επικοινωνία. Θα ξεκινήσουμε με τον κύριο Ulrich

Dammann, ο οποίος είναι Υπεύθυνος Διεθνών Ταχυδρομικών Θεμάτων της Γερμανικής Ρυθμιστικής Αρχής και Πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τη Ρύθμιση Ταχυδρομικών Θεμάτων.

**DAMMANN U.:** Hello.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συνομιστής:** Hello, welcome. Welcome to our Conference, unfortunately not to our country.

**DAMMANN U.:** Yes.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συνομιστής:** There is a room full of people who are eager to listen to you.

**DAMMANN U.:** Yes, that sounds good, a room full of people. I hope that all of them arrived well, not as me, not arriving.

Good morning to everybody. It is really a pity that I could not attend the Conference personally. I would have really enjoyed that, all the discussions which are not so easy to do by telephone but hopefully we can have a little discussion after my presentation.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συνομιστής:** OK, we are waiting.

**DAMMANN U.:** You have reminded me to say something about the experience we have here in Germany since our market has been liberalized in 2008. So therefore, the title of this presentation is “liberalisation of the German mail market”, but before going to the situation we have experienced from 2008 onwards, I would like to draw your attention to the

fact that already prior to that date we had a bilateral liberalization in Germany.

As most of you may know, we have these higher qualities services which were beginning with the same-day delivery services; then some companies developed an overnight delivery with special quality requirements. Also, time-certain deliveries and later on, we had some services with track-and-trace and integrated logistics services which is a kind of one stop shopping.

So why to mention that? And if you take the next slide, then you see that already there is this higher quality services, the pricing structure was like that, that a competition not only in quality but also in price has taken place prior to 2008.

If we compare in that time and reference date is 2005 here, I have chosen. The price for a 50 gram letter of Deutsche Post AG was then 95 cents. But the competitors had for 80% lower prices at that time, then Deutsche Post AG even offering better quality, same-day delivery or time-certain delivery or whatever.

So you see here, from 440 competitors, there was a minimum price of 34 cents only and the median was still below, it was 70 cents compared to these 95 cents. So we had at that time already a competition of about 10% due to better quality and lower prices.

And if you go then to the next slide - that is slide 4 - you see where have the licence, the private licence holders established their companies and from that size, that of Germany, you see that it is not only in the big towns but mainly in the densely populated areas, especially in the federal countries of the eastern part of Germany where there was a higher degree of unemployment and people looking for possibilities to get a job at all, so they have on the incentive of private people, new companies popped up

and also nowadays there is a big range of private licence holders in these areas, in the structural weak areas.

If we go then to the next slide, you see from that time, from 1998 until 2008, within these ten years, from these gradual openings, we get a very good understanding what will happen when opening the market totally. And that is also related to interconnection. The question, for example, of return of mail was a big problem. So items delivered from private operators which then the addressee wanted to send back and just throw it into the drop box of Deutsche Post again. How to handle that, which price to take for that, and so on and so on.

Also, we noticed that in a couple of years from the first foundation of private companies that they began to create networks. Not networks covering the total of Germany but regional areas, areas of economic interest. And also joint ventures between smaller ones and bigger private licence holders.

We also faced that the incumbent was not happy with the situation or the development in that private letter market and they had a lot of actions in court, not against licence holders, against us as a regulatory authority where they claimed the right, for example, to issue higher quality licences for next-day delivery. But there was no final judgement until the end of 2007 and from that time onwards, these claims were not valid any longer.

And from all that history we have a very good knowledge of what skills are needed in an open market, which manpower do you need, not only for licence grants but what is much more important, the control of the licences and especially when you open fully, the market observation.

Next slide, please. That is slide 6. Here you have another view of the situation just prior to the full liberalization in Germany. Roundabout

14 billion euro in the area outside of the reserved area, which was from the courier, express mail and parcel services and in addition to that, newspapers and magazines and the monopoly area, the reserved area, the area subject to licence, was about 10 billion, where half of this area was theoretically, we have to say, liberalized. So there was opportunity in the market to have half of this area in competition, but actually it was only, as I mentioned before, up to 10%.

On the next slide - slide 7 – you see the situation then from 2008 onwards, where you have all the areas open to competition. Letter mail up to 1,000 grams, you need a licence, an individual licence and for the other services, as before, a registration.

So, now I come the actual point and that is slide 8: what happened since 2008 onwards? Normally we would have expected a big increase in activities and market share for private operators and so on and so forth but, I have to say unfortunately, just at that time or short before, a minimum wage was introduced in the postal area which lead to insecurity on the one hand for the private licence holders and also some bankruptcy of companies so it decreased in number and in turnover. The biggest one was a bankruptcy of the PIN AG which, at that time, together with TNT was one of the very very big companies in the postal market.

Just at the beginning of this year, end of last year, the minimum wages, there was a decision of the Highest Court that minimum wages are no longer applicable because of failure in the juridical way to implement it. So, from this year on, there is bigger security in the market. Still higher wages are paid then in 2008.

But now the market is increasing again. And you see that with the two new networks that are established recently. One network is established by smaller postal operators and those who have their origin in



newspapers distribution. That is P2, it's called "P2 Network" and the other one is "Mail Alliance" which is also a network of regional operators, TNT - the Dutch company - and also big newspaper companies.

At the moment there are also some negotiations whether or not these two networks will work together, separate the total area between regions or work in parallel in regions. So that is not clear but at the moment, they cover already 95% of the total area of Germany. So they are really full competitive networks to the network of Deutsche Post AG.

On slide 9, you see these developments in 2008 onwards in figures. So at the end of 2007 – so just prior to the liberalisation – the volumes between Deutsche Post AG and competitors, they shared 15.6 billion to 1.9 and in total it was 17.5.

If you compare to the 2009 figures now, you see that Deutsche Post AG still managed to have an increase in that time while the competitors had a little decrease. And that is partly – at least partly – because of this minimum wages case where a lot of – some companies at least – gave their business up.

In turnover, again Deutsche Post AG had an increase where the competitors had a standstill in these two years.

If you now go to slide 10, please, where you see the future developments. The title of this page is not totally right because there are already developments included that happened recently. You know, there was a ruling on the VAT exemption by the EC court last year and based on that, the German ministry, the government has just adopted an amendment to the VAT law saying that from the 1st of July this year onward, all universal services, according to the postal directive, are exempted from VAT but any of such exemptions requires a statement from the right authority of course, working together with us, with the regulatory

authority, that these providers who claim to be exempted, they choose to offer the universal service or part of these services in the whole territory.

That does not mean that they really have to provide themselves these services in the whole territory. The main point is that they offer for the customer the delivery. They can either do it themselves in the whole territory or have to guarantee that somebody else does it on behalf of them and even if they give it then to the Deutsche Post AG, that is enough to be exempted.

On the other hand, all these services are not exempted from the VAT which are based on individual contracts, which is exactly the wording from the ruling of the EC Court. And then, the amendment to the German VAT law says explicitly that not exempted are services that are based on general terms and conditions with a different quality or lower price than the common tariffs which are accessible by everybody.

So, any tariff, for example for bulk mail, which offers discount for a number of items, presortation and so on and so forth, all these services from 1<sup>st</sup> of July onward are no longer exempt from VAT.

In consequence, Deutsche Post AG will have to add this VAT on their bulk mail products. At the moment already and in the last years, the competitors have this VAT on their services, bulk mail services, special services and so on and so forth. And they have been already cheaper before, so it is to be expected that, because of its price difference between Deutsche Post and the private ones, it will get bigger the gap, so customers will test these cheaper products of the private sector and of course, only if the quality is good enough, the market share of the private operators will increase.

You will see, it is a very interesting point this change of VAT regulation and we are really looking forward and we are very much waiting how the markets will react on that.

So much I can say on what happened since 2008 and a little view in the future but as you all know, you can never say what the future brings and even a volcano can destroy all your plans.

Thank you for your attention.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συνομιστής:** Thank you very much for your presentation. I would like to ask you to stay online...

**DAMMANN U.:** Yes.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συνομιστής:** And see if there are any questions from the audience. Υπάρχουν καθόλου ερωτήσεις που θέλουμε να θέσουμε στον κύριο Dammann;

Well, it seems that you were very clear and everybody is very satisfied with your presentation. There are no questions.

**DAMMANN U.:** Thank you very much.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συνομιστής:** So, we would like to thank you for your presentation and hope to see you soon in Greece, next time without the volcanic ash.

**DAMMANN U.:** Yes. Thank you very much and have a good rest of the Conference.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συντονιστής:** Thank you very much indeed.

Ωραία. Τώρα θα συνεχίσουμε με τον κύριο Robert Pochmarski, ο οποίος, όπως σας είπα και προηγουμένως, αντικαθιστά τον κύριο Kamil Kiljanski.

Με συγχωρείτε, υπάρχει άλλη μία αλλαγή. Βλέπετε, μας έχει αναστατώσει γενικώς η ηφαιστειακή τέφρα, τελικώς.

Ο κύριος Pochmarski, λοιπόν. Δεν ξέρω αν ο κύριος Pochmarski μας ακούει. Μου έχουν δώσει εντολή να κρατήσω λίγο το ενδιαφέρον ζωηρό μέχρι να κατορθώσουμε να αποκαταστήσουμε την τηλεφωνική επαφή.

**Dr. POCHMARSKI R.:** Pochmarski hello. Good morning.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συντονιστής:** Hello, Mr. Pochmarski. We would like to welcome you to this Conference, unfortunately via telephone.

**Dr. POCHMARSKI R.:** Yes.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συντονιστής:** And there is a room full of people very eager to listen to your presentation.

**Dr. POCHMARSKI R.:** Thank you. Thank you very much. So, you have my slide on the screen eventually.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συντονιστής:** Yes, we do have everything apart from you. You are the only person who is missing.

**Dr. POCHMARSKI R.:** Thank you. I first want to say that I regret not to be there physically. It would have been really a pleasure to come to the

Conference but as you know, yesterday my flight to Athens was cancelled and therefore we have to do it in this, more modern, way.

So you seen on my first slide two dates, 2010 – 2012. As you know, for Greece, 2012 is the more relevant date. However, 2010 is the date where 95% of the volume of the EU internal mail will be opened up to competition in 16 member states. Eleven member states have a derogation from that. So I will speak a bit on the general situation, state of play of implementation. I will speak a bit on the substance.

Passing maybe to the second slide which is a quite interesting picture coming the country where I am originating from, from Austria, you see here a letterbox which is locked by key and accessible only to the incumbent operator. So this picture gives a glance of some barriers to entry, some obstacles for the free postal market that still exist. This is a quite long story with the Austrian letterboxes and I will not bother you with this story too much, but it is one of the examples.

By the way, the letterbox that you see here, the number 11 on the left side, is the letterbox of my parents. So, it is a letterbox that I know quite well because it has been installed when I was six years old, in 1972, and has been there from that time.

So, on the next slide there is an overview on some facts and figures relating to the postal sector on the importance of the postal sector for the European economy. It is a sector which is considered to be of utmost importance, a service of general economic interest.

These figures that you see here, 135 billion items come from our studies and are also published in our biannual application report. We have an application report on the postal directive and we have done the last report in 2008. We are preparing for a new report basically so these figures might be a bit different from the figures that you will see today. However,

there is not so much change. A big turnover, about 1% of the GDP of Europe; we have five million people employed and 1.7 million are directly employed in the postal sector. We have a big sector that is surrounding the postal sector.

Next slide, page number 4, reminds us where we were when the Green Paper in 1992 set out the objectives of postal policy, the need for higher quality, to have more choices for consumers, to safeguard also the provision of the universal postal service in terms of affordability and availability.

So this is Article 3 of the Postal Directive which has not been changed. The universal service has not been changed ever since. So this is a concept which is of utmost importance certainly and we will come to that a bit later on. One needs to look at the needs, the actual needs of users and to see the universal postal service in the framework of the Directive, not as a static concept but as a dynamic concept. The objectives were also to cope with rationalization. Rationalization is something happening independently of liberalization but certainly stimulated even more by liberalization.

If you remember the letterboxes I have shown on slide 2, these letterboxes have been installed also to rationalize operations of Austrian Post in the beginning of the 1970's due to the fact that postmen did not need to go up three floors or more to each individual door. Austrian Post could save between 300 and 500 postmen. So this was also a rationalization in days even far before postal reform took place.

So, next slide is page number 5. Here you see the evolution of the postal market. We have seen that still competition is not replacing the incumbent postal operators but we have market shares of around 10% in Germany, Netherlands, Sweden and Spain. Sweden, as you know, has

opened up its postal market already at the beginning of the 1990's, so before the Postal Directive of 1997 took place. Germany has opened up to a large extent before with a certain authorization system, the D license and the Netherlands have also opened up last. Last is Spain with the opening up of certain sectors. Universal service: I have been speaking about that. Quality levels: also here you see a huge improvement.

And if you look at the next slide, you see that our conclusion is that EU postal reform has provided the framework. One word of caution here: it is a framework directive, so it is not a directive regulating every detail. This is certainly an advantage but also inconvenient in some circumstances. An advantage because member states have room for maneuver, to adapt the situation to their national circumstances, but at the same time, we have seen also divergent evolutions.

So, we see that postal reform has set the right incentives for modernization of the incumbents. They are now far better placed than they had been in the beginning of the 1990's or even ten years ago. The EU postal reform has strengthened and safeguarded the role of the postal services. We have to see in the wider communications dimension. Today we see there are big challenges, as you know, and you will certainly speak about this today, following the economic crisis but just increased by that probably, electronic substitution is gaining a certain pace.

On the other hand, evolutions such as the delivery of internet commerce by mail, which is a growth factor. So the postal sector is changing rapidly and one needs to take that into account.

On slide 7, you see a number of issues that have been dealt by the Postal Directive in one or the other way. Here the role of the regulator is very important. I just want to pinpoint two things: first, the licensing system. You have a licensing system which is possible so you can impose a

license outside the universal service. As you know, under Article 9, only to safeguard eventual requirements, and in the form of a general authorization by preference, inside the universal service scope, also to safeguard the universal service.

Therefore it is other aspects which will play an even greater role in market opening such as accounting. So, accounting is of importance, also linked to price control. And price control, Article 12, is an Article that will certainly be more relevant in the years to come.

So, there are now some slides which are a bit more specific on some of these elements of the regulatory toolbox. One, the universal service obligation. I have already said that the universal service obligation is at the core of the postal directive, the universal service obligation is to be delivered at least five times a week throughout the entire territory and at an affordable price.

However - and this is something which has changed in Directive 2008/6 - the obligation to provide universal service is not on a specific provider in the first place but the attention is focused on the universal service. So it is an obligation that falls under the member states and in second resort, under the regulator's authority and there are different solutions to provide the universal service.

One solution, which is the classic solution, the historic solution is by designation. However, you cannot designate a universal service operator for certain parts of the territory, so not only for the entire territory or for certain specific products.

Other solutions are public procurement or as we know, the solution in Germany, which is not a classic designation but which is a provision in principle by market forces but the obligation to the operator to notify in time, in advance, in a procedural manner, if he does intend not to fulfill



this obligation for a certain segment or area, with a fallback option also in form of designation. So there are different solutions now to guarantee the universal service.

The second element that I was speaking about a bit earlier is the licensing regime. So, this is linked - the first point is linked - to what I have said in relation to Germany. You might designate but it is not compulsory as before to designate. We have also to distinguish the designation according to the postal directive from the designation in the context of the UPO, which is a different thing.

I have said that there are two concepts: one is the concept of the individual licenses for services within the universal service. So, this is to ensure the essential requirements which are inter alia also, the respect of working conditions. This has been framed in Article 2.9 of the postal directive, in the definitions. So, this was an important element of the political compromise rising to the postal directive. And as you know, the postal directive has been adopted with a large majority of member states in favor, 25 out of the 27, with one abstention in addition and only one vote against, by Luxemburg, and also broad majority in the European Parliament which was, I think, 568 or 562 votes, if I recall well, and only 50 votes against.

The second element is then general authorization for services outside the universal service area only to guarantee the compliance with essential requirements.

Another slide on the licensing principles. Here, the conditions that are imposed on market players must be limited so to avoid market entry barriers. Therefore, it is important to define essential requirements very clearly and not to go further than that and - this is in Article 9.3 of the Postal Directive - licensing requirements and licensing conditions have to

respect also some general principles such as transparency, necessity, non-discrimination, proportionality and objective justification.

For example, the necessity and the proportionality would be in question, if, for example, you have an obligation already on one operator to provide the universal service for the whole territory and then you would oblige another operator, who in a certain area provides postal services, also to provide similar services, not equal services because this is anyway prohibited according to Article 9.2, but shadow USO obligations, as one might say, because this would certainly not be necessary if there is already one operator providing these and would not be proportionate equally and they would also not be objectively justified, I would say.

So these general principles need to be taken into account.

On the next slide, this is a slide relating to Article 11.a. This is access to certain elements of the network. So you have solutions to certain elements, you have access to certain elements of infrastructure. It is clear and this is related to my second slide, that if you have post boxes in multi-storey houses, for example, that they need to be accessed by everybody in a non-discriminatory way.

And this was also one element mentioned in Article 11.a that needs to be tackled. You can also have downstream access solutions which are not compulsory, you can have negotiated issues. So there is a leeway for the regulator and for the legislator to deal with these issues but the result is given.

On the next box you see the link between tariffs and cost accounting principles. Article 12 departs from the premise that prices need to be cost oriented. This in view of non-misuse of significant market power, of the dominant position. And also - this is the second point - to give incentives for an efficient service provision.

There is a possibility of a uniform tariff, certainly for single piece mail but also for some other postal items in the public interest. So these items, where it is allowed - it is not compulsory I must say - to have a uniform tariff in this regard, but it is allowed to have it in the public interest, for example for newspapers, also for publicity in electoral campaigns and things like these. So there are clear items that are in the public interest.

I will not speak so much about terminal dues here. As you know, there is a link to quality which relates to terminal dues and there should also be a transparent, non-discriminatory application. It becomes more interesting if the market is open than before.

Slide 13 is something which is of key importance. As you know, we have undertaken a study last year on the role of regulators. This study has confirmed that the regulatory authorities play the key role - if I may say so - in this crucial phase where you go from a market with a still quite huge monopoly area to a fully opened market. They play a role in a number of fields that are mentioned on this slide. It is therefore important and this has also been mentioned in the Postal Directive that the regulator has not only the competences to do so but that he has also the resources to fulfil this mission.

So I would strongly encourage you and Greece to give enough resources in terms of personal and of material, even in difficult economic situations to the regulator because this is really of key importance.

Now I am coming a bit to the state of play where we are. Slide 14, as you see, is a graphic illustration of the European Union where you have the countries that have opened up their markets already and you know, in some cases, as I said, Sweden, this dates back to 1993, in other cases 2006 or April 2009 as in the Netherlands.

Then you have those countries which are opening up their market at the end of this year. It will probably happen on the 1<sup>st</sup> January 2011 but as you know, the obligation is on the 31<sup>st</sup> December 2010. I will not make a big fuss about these 24 hours or some hours of time difference.

And then you have the group of countries where Greece makes part of, which open up their market two years later.

The next slide is sort of a different view on that. It is on the legislative implementation. So, here you see, for example, Germany has liberalized its market on the left side but is in the consultation phase before a draft law. Why is that? German legislation is basically compliant already with the Postal Directive but they need to undertake some elements relating to Article 11.a, for example, to adapt them still.

There are some countries which have adopted legislation in the last months. France in January, Austria last November, Bulgaria, Slovenia, Latvia. Belgium is in the ultimate stages of the legislation. There are then countries in January 2011. Here, this is the first group of countries opening, then the second group.

So, page 16, my next slide sums up a bit in prosaic form what is happening and you see there is a quite long period from those who have already opened up their markets and where markets are already open. We have some which have undertaken legislative steps, are opening up in the coming months and some that will open later on. And I must say also here, there are still some countries which have not have undertaken legislation.

So I will advance to the next slide which you will like. It is a Greek temple. Legislation is not the only element; you need also to apply by the NRA and has a framework.

I advance to slide 18. But we can bypass slides 18 and 19 and go immediately to slide 20 where you see that our activities. I have been

speaking about application report. So, we will issue a new application report in some time to come. There is a conference taking place in Valencia next week, 29<sup>th</sup> and 30<sup>th</sup> of April and some participants from Greece will come. I think it is a very important conference.

We will go to slide 21. This reassumes what we are doing and what we have been doing in the last year. Equally slide 22. So we will continue meetings, we will also continue to participate in conferences. I hope also physically to participate at such conferences, not only over the phone.

My last slide is a nice picture. Equally, in the previous slide, there was a picture from Syntagma Square in Athens and this is now another slide on a letterbox in Austria.

So, I hope that you will certainly distribute the presentation to all. I hope that this gives you sufficient information about the state of play, about the obligations. This is an important phase and we are looking ahead at cooperating with you to implement the Postal Directive.

Thank you very much for your attention.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συυττοιιστής:** Thank you very much, Mr. Pochmarski. I would like to ask you to remain online and see if there are any questions regarding your speech.

Υπάρχουν κάποιες ερωτήσεις για τον κύριο Pochmarski;

Well, there are no questions. So, I would like to thank you very much for your speech.

**Dr. POCHMARSKI R.:** Thank you very much and I wish the conference a good continuation.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συυττοιιστής:** Thank you very much indeed.

**Dr. POCHMARSKI R.:** Have a good day. Bye.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συntonιστής:** Κυρίες και κύριοι, λόγω προβλήματος στις τηλεφωνικές επικοινωνίες, δεν είναι πάρα πολύ καθαρή η γραμμή. Δε θα μπορούσαμε να μιλήσουμε με τον κύριο Bart Henry, που είναι Επικεφαλής Ευρωπαϊκών Θεμάτων της TNT Post.

Θα παρακαλούσα τον κύριο Χρήστο Βαρσάμη, Διευθύνοντα Σύμβουλο των Ελληνικών Ταχυδρομείων, να πάρει το λόγο.

Κύριε Βαρσάμη...

**ΒΑΡΣΑΜΗΣ Χ.:** Κύριε Πρόεδρε, εκλεκτοί προσκεκλημένοι, κυρίες και κύριοι.

Κατ' αρχήν, θα ήθελα να ευχαριστήσω την ΕΕΤΤ για την πρόσκληση να συμμετέχω στη σημερινή Ημερίδα σας σαν ομιλητής. Το θέμα που έχουμε διαλέξει είναι η απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς και η βιώσιμη παροχή της καθολικής υπηρεσίας.

Κατ' αρχήν, επειδή, φαντάζομαι, δεν είμαι γνωστός στο χώρο σας, σας ενημερώνω ότι αναλάβαμε μαζί με τον κύριο Βουρνά, που είναι Πρόεδρος, τη διοίκηση των ΕΛΤΑ περίπου ένα μήνα πριν, άρα είμαστε καινούργιοι στα ΕΛΤΑ.

Προσωπικά, προέρχομαι από τον χώρο των τηλεπικοινωνιών, με μια προϋπηρεσία περίπου 15 χρόνων, οπότε έχω βιώσει την πορεία προς την απελευθέρωση στον χώρο αυτό. Κατά συνέπεια, οι διαδικασίες απελευθέρωσης μου είναι πολύ οικείες, οπότε κατανοώ ακριβώς και τη φάση που βρισκόμαστε και τις διαδικασίες στις οποίες θα πρέπει να μπούμε.

Αυτά, έτσι, για ενημέρωση, για να ξέρετε ποιος μιλάει.

Για όσους γνωρίζουν τα ευρωπαϊκά θέματα, θα πρέπει να υπενθυμίσω ότι, ήδη, από το 1990, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έθεσε το θέμα της ανάπτυξης των ταχυδρομικών υπηρεσιών αναγνωρίζοντας πόσο σημαντικό ρόλο παίζουν οι ταχυδρομικές υπηρεσίες σε μια σύγχρονη κοινωνία και, γενικότερα, σε μία κοινωνία όπως είναι η ευρωπαϊκή· ξεκίνησε τη διαβούλευση προκειμένου να μπει σε διαδικασία να αναπτύξει και, στη συνέχεια, να απελευθερώσει τη συγκεκριμένη αγορά.

Όλες αυτές οι προσπάθειες συγκεκριμενοποιήθηκαν το 1994 -και, ουσιαστικά, μπήκαν οι βάσεις για την ευρωπαϊκή πολιτική στο χώρο των ταχυδρομικών υπηρεσιών- και βασίστηκαν σε δύο κυρίως άξονες:

α. ο πρώτος άξονας είναι η πλήρης απελευθέρωση της αγοράς, δηλαδή η ελευθερία της επιλογής, οι προσιτές τιμές και η ποιότητα των υπηρεσιών

β. ο δεύτερος άξονας είναι η προστασία της καθολικής υπηρεσίας, για την οποία θα μιλήσω κατά βάση, που σημαίνει προσβασιμότητα σε όλους, προστασία του καταναλωτή και, βέβαια, οικονομική βιωσιμότητα για τα ταχυδρομεία.

“Εδώ” αποτυπώνονται οι τρεις ταχυδρομικές Οδηγίες, που εκδόθηκαν από το 1997 μέχρι το 2008, προκειμένου να διευκολύνουν τη διαδικασία προς την απελευθέρωση. Νομίζω, μπορείτε να τις διαβάσετε, ώστε να μη χάνουμε χρόνο να τις αναλύσουμε και να δώσουμε έμφαση -γιατί τα είπε και ο κύριος Πρόεδρος προηγουμένως- στην τρίτη ταχυδρομική Οδηγία, που είναι και η πιο σημαντική και η πιο ουσιαστική, η οποία εκδόθηκε το 2008 και, ουσιαστικά, έβαλε τις βάσεις για την απελευθέρωση της αγοράς, ορίζοντας συγκεκριμένα χρονοδιαγράμματα.

Ουσιαστικά, λοιπόν, η τρίτη ταχυδρομική Οδηγία προσδιόρισε τις καταληκτικές ημερομηνίες απελευθέρωσης της ταχυδρομικής αγοράς και καθόρισε τη βάση για την οριστική μετάβαση στις απελευθερωμένες αγορές.

Πέρα από αυτό, όμως, κάτι πολύ σημαντικό... Διατήρησε αναλλοίωτο το εύρος και τα χαρακτηριστικά της καθολικής υπηρεσίας, εφαρμόζοντας την αρχή της επικουρικότητας. Μπορεί να την έχετε ακούσει, αναφέρεται συχνά στην Ευρωπαϊκή Ένωση και, ουσιαστικά, είναι η δυνατότητα να επιλέγουν τα κράτη ποιο μοντέλο ταιριάζει περισσότερο, το οποίο να βασίζεται στα χαρακτηριστικά που έχει η κάθε χώρα· όπως θα δούμε και παρακάτω, η κάθε χώρα έχει δικά της χαρακτηριστικά, άρα υπάρχει η δυνατότητα πρωτοβουλίας με βάση την αρχή της επικουρικότητας, ώστε και να επιλέγεται ο Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας και, επιπλέον, ο τρόπος που θα χρηματοδοτείται, εάν προκύπτει κάποιο κόστος στην παροχή της υποχρέωσης αυτής.

Με λίγα λόγια, δεν υπάρχει ένα μοντέλο το οποίο να ταιριάζει σε όλους. Δεν υπάρχει ένα μοντέλο που να ταιριάζει σε όλες τις χώρες. Υπάρχουν μεγάλες διαφορές από χώρα σε χώρα και, έτσι, ο χρόνος της απελευθέρωσης, όπως θα δούμε και παρακάτω, είναι διαφορετικός. Έχουν ομαδοποιηθεί οι χώρες και, επίσης, λαμβάνεται υπ’ όψιν το μέγεθος της αγοράς της ταχυδρομικής σε κάθε χώρα, ο όγκος αλληλογραφίας ανά κάτοικο, η συγκέντρωση και η διασπορά της αλληλογραφίας κλπ. Τα λέω όλα αυτά, γιατί η Ελλάδα έχει πάρα πολλές ιδιαιτερότητες και θα τις δούμε στη συνέχεια.

Ας δούμε, λίγο, πού βρίσκεται η απελευθέρωση, αυτή τη στιγμή, στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Έχουν, ουσιαστικά, δημιουργηθεί τρεις ταχύτητες:

α. η πρώτη ταχύτητα είναι χώρες -κατά βάση- της βόρειας Ευρώπης και, ήδη, εκεί η αγορά έχει απελευθερωθεί - είναι οι χώρες με το “πράσινο” και, μεταξύ αυτών, βλέπετε τη Μεγάλη Βρετανία, τη Γερμανία, τη Σουηδία κλπ.



β. η δεύτερη ταχύτητα αφορά τις χώρες που ετοιμάζονται να απελευθερωθούν την 01<sup>η</sup>/01/2011 και είναι αρκετές χώρες της νότιας Ευρώπης και, μάλιστα, μεγάλες χώρες όπως η Γαλλία, η Ισπανία, η Ιταλία.

γ. με τα "κόκκινα" είναι οι χώρες των οποίων η αγορά θα απελευθερωθεί την 01<sup>η</sup>/01/2013 - βλέπετε ότι από τις παλιές χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει μείνει μόνο η Ελλάδα λόγω των ιδιαιτεροτήτων της και το Λουξεμβούργο· είναι μια πολύ μικρή χώρα, άρα έχει την πολυτέλεια να μπορεί να το καθυστερήσει. Επίσης, βλέπετε ότι είναι όλες οι νέες χώρες, οι πρώην ανατολικές χώρες.

Προσπαθώντας, λοιπόν, να σας δείξω αυτό που είπα προηγουμένως, τις διαφορές μεταξύ των κρατών, το πρώτο κομμάτι το οποίο μελετάται -όταν πρόκειται να συζητήσουμε για απελευθέρωση- είναι ο κατά κεφαλήν όγκος επιστολικού ταχυδρομείου. Έκανε, νομίζω, μία αναφορά και ο Πρόεδρος και είναι πάρα πολύ σημαντικό να δούμε ότι η Ελλάδα είναι πολύ κάτω και από το μέσο όρο και, ουσιαστικά, είναι προς το τέλος της κατάταξης μεταξύ των χωρών της Ευρώπης. Βλέπετε ότι υπάρχουν αρκετές χώρες με πάνω από 200 αντικείμενα ανά κάτοικο, ενώ βλέπετε και κάποιες, πολύ λίγες σε αριθμό, που έχουν χαμηλότερο όγκο ανά κάτοικο.

Εδώ, βέβαια, υπάρχει μια εξήγηση. Δηλαδή, δεν είναι, ξαφνικά, η Ελλάδα χώρα υπανάπτυκτη!.. Μία σημαντική εξήγηση είναι το ότι στην Ελλάδα δεν έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα το διαφημιστικό ταχυδρομείο -νομίζω, θα γίνει και ιδιαίτερη παρουσίαση μετά- και αυτό σίγουρα μειώνει τον όγκο (κατά κεφαλήν) της παραδιδόμενης αλληλογραφίας.

Οι λόγοι, βέβαια, είναι πάρα πολλοί. Πρώτα - πρώτα, είναι το ότι υπάρχει έλλειψη υποδομών. Γνωρίζουμε πάρα πολύ καλά ότι οι αστικές περιοχές αναπτύσσονται πολύ άναρχα. Δεν υπάρχει οδονομασία. Υπάρχει μια αναρχία γενικά στο κομμάτι αυτό, το οποίο δεν διευκολύνει τη διανομή τέτοιου είδους αλληλογραφίας. Το πιο σημαντικό είναι ότι, επειδή έχουμε

από τις φθηνότερες τηλεοράσεις σαν διαφημιστικό κόστος στην Ευρώπη, θεωρείται η τηλεόραση πολύ πιο αποδοτικό μέσο διαφήμισης και επιλέγεται αντί του διαφημιστικού ταχυδρομείου, που στην Ευρώπη κάνει θραύση αυτή τη στιγμή, όπου η τηλεόραση είναι πολύ πιο ακριβή, βέβαια.

Άλλος τομέας στον οποίο παρατηρούνται διαφοροποιήσεις μεταξύ των κρατών στα ταχυδρομικά είναι το από πού προέρχονται τα έσοδα. Βλέπετε ότι, στην Ελλάδα, ένα πολύ σημαντικό ποσοστό προέρχεται από το επιστολικό ταχυδρομείο. Υπάρχουν χώρες με αντίστοιχο ποσοστό, αλλά βλέπετε ότι υπάρχουν και χώρες οι οποίες έχουν αναπτύξει και άλλες υπηρεσίες -νομίζω, οι παρουσιάσεις των κυρίων προηγουμένως έδειξαν κάποιους τομείς- και, πλέον, εξαρτώνται σε πολύ μικρότερο ποσοστό από το επιστολικό ταχυδρομείο.

Άλλος σημαντικός τομέας είναι τα σταθερά κόστη -όταν λέμε “σταθερά κόστη”, εννοούμε αυτά στα οποία δεν μπορούμε να παρέμβουμε εύκολα- και στις ταχυδρομικές εταιρίες είναι το κόστος προσωπικού. Βλέπουμε ότι στην Ελλάδα φτάνει το 79%, ενώ υπάρχουν και χώρες οι οποίες έχουν πολύ μικρότερο κόστος. Επαναλαμβάνω, σε αυτήν την κατηγορία είναι χώρες οι οποίες, ήδη, έχουν επεκταθεί και σε άλλες δραστηριότητες. Σίγουρα, όμως, είναι ένας παράγοντας, μία παράμετρος, που δεν μπορεί να αγνοηθεί στην πορεία προς την απελευθέρωση.

Όλα αυτά που σας έδειξα προηγουμένως, ουσιαστικά, τεκμηριώνουν το γιατί προέκυψε η αρχή της επικουρικότητας, η οποία εφαρμόζεται στις χώρες που μπαίνουν σε διαδικασία απελευθέρωσης. Αυτό, όπως σας είπα, το προέβλεπε η 3<sup>η</sup> ταχυδρομική Οδηγία, δηλαδή τη δυνατότητα το κάθε κράτος να λάβει υπ’ όψιν τις ιδιαιτερότητες που υπάρχουν, προκειμένου να φτιάξει το πλαίσιο· συμβατό, βέβαια, πάντα με τις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά σίγουρα να λαμβάνει υπ’ όψιν και τις ιδιαιτερότητες που υπάρχουν.

Δε έφταναν, βέβαια, όλα αυτά· πλέον, έχουμε και τη διεθνή οικονομική κρίση! Σε μια αγορά η οποία, ήδη, όσον αφορά τη βασική δουλειά, δηλαδή το επιστολικό, ήταν σε πτώση -νομίζω, το ανέφεραν προηγουμένως και ο Πρόεδρος και ο Υπουργός-, έχουμε και τη διεθνή οικονομική κρίση, η οποία είχε επηρεάσει, ήδη, από το 2009, τις ταχυδρομικές εταιρίες. Βλέπουμε, εδώ, διάφορες χώρες με σύγκριση ολόκληρου και μισού έτους και βλέπετε ότι έχουμε πτώση από 4% ως 10%, που είναι πάρα πολύ σημαντική. Η εκτίμηση που υπάρχει είναι ότι, στα επόμενα 10 χρόνια, ο ταχυδρομικός όγκος θα μειωθεί περίπου στο 50%.

Τώρα, όσον αφορά την επίπτωση στα οικονομικά των ταχυδρομείων, θα μπορούσε να πει κάποιος: «...από τη στιγμή που μειώνεται ο όγκος του ταχυδρομικού έργου, για ποιο λόγο δεν μπορεί -που, φυσικά, έχει επίπτωση στα έσοδα- να μειωθεί και το κόστος;». Δυστυχώς, δεν υπάρχει αυτή η δυνατότητα, δεν είναι εύκολο· από τη στιγμή που υπάρχει η υποχρέωση της παροχής της καθολικής υπηρεσίας, και σε μία εταιρία εντάσεως εργασίας, όπως είναι ένα ταχυδρομείο, δεν μπορείς να μην έχεις ταχυδρόμους.

Βλέπετε τι γίνεται, αυτή τη στιγμή, με την προσωρινή έλλειψη που παρατηρείται σε κάποιες περιοχές της χώρας, πόσο σημαντικό θέμα είναι για τον πολίτη και πώς έχει αναδειχθεί σε ένα από τα κύρια θέματα σε όλες τις πρωινές εκπομπές ενημέρωσης, εφημερίδες, κλπ. Αυτό, βέβαια, έχει να κάνει με το ότι ο ταχυδρόμος, σε πάρα πολλές περιοχές, ουσιαστικά, είναι η μόνη επαφή που έχει ο πολίτης με το κράτος ή, αν όχι η μόνη, μία από τις ελάχιστες.

Άρα, η έλλειψή του ή η αραιή παρουσία του, η περιοδική, ουσιαστικά, εκλαμβάνεται από τον πολίτη ως ότι λείπει το κράτος, οπότε είναι πάρα πολύ έντονες οι διαμαρτυρίες του. Γι' αυτό, δεν είναι εύκολο η μείωση του ταχυδρομικού έργου να οδηγήσει άμεσα και σε μείωση αντίστοιχα δαπανών.

Πρέπει, βέβαια, προκειμένου να πάμε στην απελευθέρωση, να διαμορφωθεί το νέο κανονιστικό πλαίσιο. Σαφέστατα, δεν το διαμορφώνουμε εμείς. Διαμορφώνεται από το Υπουργείο σε συνεργασία με την Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων. Η δική μας άποψη είναι -και, βέβαια, το είπα και προηγουμένως- ότι, σαφέστατα, θα πρέπει να ληφθούν υπ’ όψιν στη διαμόρφωση του νέου κανονιστικού πλαισίου όλες αυτές οι ιδιαιτερότητες τις οποίες έχει η ελληνική αγορά.

Κατ’ αρχήν, το μέγεθος της αγοράς, που εξηγήσαμε προηγουμένως ότι, τελικά, ούτως ή άλλως, είναι συρρικνωμένο. Επίσης, η συγκέντρωση ή η διασπορά της αγοράς. Νομίζω, οι περισσότεροι από εσάς γνωρίζετε ότι το 70% του ταχυδρομικού έργου είναι συγκεντρωμένο στην Αθήνα, στη Θεσσαλονίκη και σε άλλες δύο – τρεις μεγάλες πόλεις. Άρα, στην υπόλοιπη Ελλάδα είναι ένα πάρα πάρα πολύ μικρό ποσοστό και, βέβαια, αυτό, όπως καταλαβαίνετε, επηρεάζει και το πόσο ελκυστική θα είναι η είσοδος στα προσοδοφόρα κομμάτια της αγοράς.

Ένα άλλο πολύ σημαντικό που διατυπώθηκε -το αναφέρω κι εγώ ξανά- είναι η ηλεκτρονική υποκατάσταση του ταχυδρομικού έργου. Ήδη, τα τελευταία χρόνια, αρκετοί φορείς επιλέγουν, αντί να στέλνουν επιστολές, να στέλνουν e-mails (παραδείγματος χάριν, οι τράπεζες). Επίσης, αρκετοί -και, κυρίως, οι νέοι άνθρωποι- έχουν πάψει να χρησιμοποιούν το ταχυδρομείο για να ανταλλάσσουν ευχές ή μηνύματα κλπ. Άρα, βλέπετε μία σημαντική υποχώρηση του ταχυδρομικού έργου και αντικατάστασή της από το e-mail (από το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο).

Σαφέστατα, πολύ σημαντικό ρόλο παίζει η οικονομική κρίση - τα είπαμε και προηγουμένως. Αυτή τη στιγμή, είμαστε μέσα στην οικονομική κρίση, είμαστε σε “δίνη”, οπότε καταλαβαίνετε ότι μιλάμε και για συνεχόμενη πτώση του όγκου και των εσόδων.

Σαφέστατα, ρόλο παίζει το πώς επηρεάζεται το μοναδιαίο κόστος. Σας είπα προηγουμένως τι συμβαίνει με τους παρόχους καθολικής υπηρεσίας, όταν μεταβάλλεται ο διακινούμενος όγκος αλληλογραφίας. Αυτά τα δύο δεν είναι σε αναλογική σχέση μεταξύ τους και το εξηγήσαμε προηγουμένως.

Όπως, επίσης, ειπώθηκε, τον πρώτο ρόλο στη διαμόρφωση του νέου κανονιστικού πλαισίου, σε εθνικό επίπεδο, τον έχει το κράτος, στην προκειμένη περίπτωση το Υπουργείο Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων. Από κει και πέρα, όμως, θεωρούμε ότι πολύ σημαντικός ρόλος είναι ο ρόλος της Ρυθμιστικής Αρχής, για δύο λόγους: κατ' αρχήν, γιατί η Ρυθμιστική Αρχή βιώνει την πραγματικότητα της εθνικής ταχυδρομικής αγοράς, γνωρίζει από πρώτο χέρι τις δυσκολίες που υπάρχουν, τα προβλήματα που υπάρχουν, μπορεί να τα αξιολογήσει και, βέβαια, ταυτόχρονα γνωρίζει και το πώς πρέπει να κινηθεί σε σχέση με τους περιορισμούς που επιβάλλει το Ευρωπαϊκό Κανονιστικό Πλαίσιο.

Άρα, ο ρόλος που αναμένεται και πρέπει να παίζει -και θα παίζει, είμαι σίγουρος- η Ρυθμιστική Αρχή είναι πάρα πολύ σημαντικός, γιατί μπορεί να συνδυάσει και τις δύο ιδιαιτερότητες - και, βέβαια, η συμβολή θα είναι πάρα πολύ μεγάλη.

Όσον αφορά, τώρα, τη στρατηγική που θα πρέπει να ακολουθηθεί στη μετάβαση προς την απελευθέρωση...

Η στρατηγική αυτή, κατά τη γνώμη μας, θα πρέπει να υπηρετεί τρεις βασικούς στόχους.

Ο πρώτος είναι η βιώσιμη παροχή της καθολικής ταχυδρομικής υπηρεσίας, χωρίς περιορισμούς στο εύρος της, με υψηλή ποιότητα και προσιτές τιμές. Αυτή είναι η βούληση του κράτους, φαντάζομαι και της Ανεξάρτητης Αρχής· είναι πάρα πολύ σημαντικό να γίνει προσπάθεια να μην πληγεί η βιωσιμότητα ή να μην επηρεαστεί η καθολική υπηρεσία γιατί, σας είπα, είναι πάρα πολύ σημαντική για τους πολίτες.

Ο δεύτερος είναι η ανάπτυξη ενός υγιούς ανταγωνισμού προς όφελος της κοινωνίας και οικονομίας· όταν απελευθερώνεις μία αγορά, σαφέστατα, είναι πολύ βασικός στόχος και πολύ βασική επιδίωξη.

Ο τρίτος, που είναι σημαντικός, είναι ότι, όταν θα είμαστε σε μία απελευθερωμένη αγορά, θα πρέπει να έχουν εξασφαλιστεί ενιαία ελάχιστα εργασιακά και ασφαλιστικά δικαιώματα για όλους τους εργαζόμενους σε όλες τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις ούτως ώστε να μη νοθεύεται ο ανταγωνισμός ή να μην υπάρχει αθέμιτος ανταγωνισμός!

Επίσης, το νέο κανονιστικό πλαίσιο θα πρέπει να εξασφαλίζει:

α. την ενιαία παροχή της καθολικής υπηρεσίας σε όλη την ελληνική επικράτεια.

β. την επαρκή χρηματοδότηση της καθολικής υπηρεσίας.

Είναι απαραίτητο αυτό· όταν θα απελευθερωθεί η αγορά, θα προκύψει η ανάγκη χρηματοδότησης της καθολικής υπηρεσίας. Εδώ προτείνουμε τη δημιουργία ενός συστήματος ανταπόδοσης, στο οποίο θα συμμετέχει τόσο το κράτος όσο και οι ιδιώτες οι οποίοι θα επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν μόνο στα κερδοφόρα τμήματα της καθολικής υπηρεσίας.

Άρα, κάποιος πρέπει να πληρώσει την υποχρεωτική παροχή της καθολικής υπηρεσίας.

γ. το δίκαιο περιβάλλον ανταγωνισμού, όπου θα κληθεί να κινηθεί ο Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας· ο οποίος, τελικά, σ’ αυτό το θέμα, θα είναι και ο πιο αδύναμος σε σχέση με τους ανταγωνιστές του, γιατί δεν μπορεί να λειτουργήσει πέρα και έξω από αυτά που προβλέπουν οι νόμοι και οι συμβάσεις.

Τελειώνω, ουσιαστικά, με μία διαφάνεια όπου συνοψίζω όλα όσα είπα προηγουμένως. Θεωρώ ότι η περίοδος που διανύουμε είναι πάρα πολύ κρίσιμη· ξεκινάει η διαδικασία, όπως ειπώθηκε και προηγουμένως, για να διαμορφωθεί το κανονιστικό πλαίσιο και, ουσιαστικά, μπαίνουν οι βάσεις για

να καταλήξουμε στο τελικό πλαίσιο, στο τελικό περιβάλλον, μέσα από το οποίο θα προέλθει η απελευθέρωση της αγοράς.

Σας ευχαριστώ πολύ.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συντονιστής:** Ευχαριστούμε πολύ τον κύριο Βαρσάμη.

Καλώ τον κύριο Νικόλαο Δημοσθένους, Γενικό Διευθυντή και Μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου της DELTA POST ΑΕ, να ανέβει στο βήμα.

Στο μεταξύ, να σας μεταφέρω τους χαιρετισμούς του κυρίου Jan Bart Henry, ο οποίος λυπάται διπλά· αφενός διότι δεν μπόρεσε να έρθει στην Ελλάδα λόγω της ηφαιστειακής τέφρας, αφετέρου διότι δεν μπόρεσε να έχει τη δυνατότητα επαφής σήμερα μαζί μας. Η τηλεφωνική σύνδεση ήταν, δυστυχώς, κακή. Λυπάμαι και ευελπιστεί ότι κάποια άλλη στιγμή, στο μέλλον, θα μπορέσει να έρθει στην Αθήνα.

Κύριε Δημοσθένους...

**ΔΗΜΟΣΘΕΝΟΥΣ Ν.:** Χαίρετε και από την πλευρά μου.

Εκπροσωπώ την DELTA POST· ασχολούμαστε πάνω από μια δεκαπενταετία στον χώρο του direct marketing και του letterbox marketing. Είμαστε μέλη της ELMA, που είναι η European Letterbox Marketing Association, όπου ανήκουν οι θυγατρικές των Ολλανδικών και των Γαλλικών Ταχυδρομείων.

Το θέμα μου είναι η εφαρμογή του direct marketing από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην ευρωπαϊκή και την ελληνική αγορά, με δεδομένη την παρούσα οικονομική κρίση.

Η αγορά, σήμερα, διακατέχεται από υπέρμετρο ανταγωνισμό, ο οποίος είναι απόρροια της παγκοσμιοποίησης, της καινοτομικότητας, της δυναμικής εισόδου της Κίνας στην ευρωπαϊκή αγορά και άλλων παραγόντων.

Η οικονομική κρίση που μασιτίζει την Ευρώπη, την τελευταία τριετία, έχει δυσκολέψει ακόμη περισσότερο τη θέση των επιχειρήσεων, ειδικά των μικρών και των μεσαίων. Ουσιαστικά, η ανάγκη των επιχειρήσεων αναφέρεται στην παραδοσιακή τους επιθυμία, από τη μια να προβάλουν και να προωθούν τις δράσεις τους, κάνοντας αυτές γνωστό στο σύνολο της αγοράς και, από την άλλη, με βάση την οικονομική δυσχέρεια η οποία τις χαρακτηρίζει, να βρίσκουν άμεσες, φθηνές αλλά και αποτελεσματικές λύσεις διαφήμισης.

Σήμερα, υπάρχουν νέοι τρόποι προσέγγισης του πελάτη, οι οποίοι δίνουν τη δυνατότητα σε μια επιχείρηση, μικρή ή μεγάλη, να προβληθεί χωρίς να χρειάζεται να προβεί σε υψηλές διαφημιστικές επενδύσεις.

Παρακάτω, στο σχήμα 1, παραθέτουμε τη σημερινή μορφή των ταχυδρομικών υπηρεσιών, σε ό,τι αφορά τις οποίες, εάν εστιάσουμε στο basic letterbox post, δίνεται η δυνατότητα σε μια επιχείρηση, χρησιμοποιώντας ένα από τα παρακάτω είδη ή συνδυασμό αυτών, να προβεί σε μια καλά οργανωμένη και στρατηγικά αποδεκτή διαφημιστική προβολή.

Η τακτική του bulk letters αποτέλεσε και αποτελεί μια προσωποποιημένη αποστολή διαφημιστικών, τα οποία είχαν και έχουν ως στόχο την προσέγγιση ενός εύρους πελατών, που αναφέρονται στα προϊόντα ή στις υπηρεσίες μιας εταιρίας. Όπως βλέπουμε και στο σχήμα, ανήκει στην κατηγορία basic letter post και αναφέρεται στη στρατηγική της ταχυδρόμησης ενός όγκου επιστολών προς ομάδες πελατών χωρίς, όμως, να είναι εστιασμένη ως προς τα στοιχεία του πελάτη.

Η τακτική αυτή παραμένει και στις μέρες μας μία εκ των βασικών, όπως αναπτύσσεται και βελτιώνεται. Η DELTA POST προσπαθεί να δώσει σήμερα μια νέα πνοή στη συγκεκριμένη στρατηγική, επιδιώκοντας να κάνει πιο συνδυασμένη τη διανομή, συνδυάζοντάς την με την τμηματοποίηση της αγοράς αλλά και με την προσωποποίηση, όχι του πελάτη ως μονάδα, αλλά ως



μέλους μιας ευρύτερης ομάδας ανθρώπων σχετικών με το αντικείμενο μιας εταιρίας.

Η βελτιωμένη αυτή μορφή της DELTA POST μετουσιώνει τη στρατηγική του bulk letters σε μια πιο διαφορετική προσέγγιση, η οποία είναι πιο σχετική με τα σύγχρονα διαχειριστικά δεδομένα που χρησιμοποιεί το direct marketing, τα οποία και θα αναπτύξουμε στη συνέχεια της ομιλίας μας.

Θα ξεπεράσω κάποιες ενότητες, γιατί ειπώθηκαν από τους προηγούμενους κυρίους. Ήδη, ανέπτυξε ο κύριος Βαρσάμης τους μέσους όρους της ποσότητας των επιστολών στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Θα ξεπεράσω την ενότητα "ταχυδρομική αγορά", η οποία και ειπώθηκε.

Πάμε, λιγάκι, στο direct marketing. Αποτελεί, σήμερα, στην Ευρώπη αλλά και στη χώρα μας, μια φθηνή και άμεση λύση προσέγγισης πελατών. Αν θα θέλαμε να οροθετήσουμε καλύτερα τον όρο, θα λέγαμε ότι είναι μια επιχειρησιακή φιλοσοφία με βάση την οποία οι επιχειρήσεις αποκτούν τη δυνατότητα αλλά και την ικανότητα να κατανοήσουν καλύτερα τις ανάγκες των πελατών.

Συγχρόνως, τους δίνεται η ευκαιρία, μέσα από την καλύτερη προσέγγιση των αναγκών, να τους ικανοποιήσουν καλύτερα και αποτελεσματικότερα μέσα από την παροχή καλύτερης προσέγγισης και ενημέρωσης σε σχέση με νέα προϊόντα αλλά και πιο ανταγωνιστικές υπηρεσίες.

Το direct marketing αποτελεί μια επιχειρησιακή δραστηριότητα που δίνει την ευκαιρία σε μια εταιρία να αξιολογήσει, να αναπτύξει αλλά και να διατηρήσει ικανοποιημένο τον πελάτη της, προσφέροντας το σωστό προϊόν στον σωστό πελάτη την κατάλληλη στιγμή μέσα από το κατάλληλο κανάλι διανομής και σωστό κόστος.

Το direct marketing βοηθά στην οικοδόμηση μακροχρόνιων και σταθερών σχέσεων με τους πελάτες. Στόχος της εφαρμογής του είναι να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να οικοδομήσουν μακροχρόνιες και επικερδείς σχέσεις με τους πελάτες τους, έχοντας βελτιστοποιήσει τις διαδικασίες πωλήσεων, marketing και εξυπηρέτησης πελατών.

Έχει αποδειχθεί ότι μια εταιρία μπορεί να αυξήσει την αποδοτικότητά της μειώνοντας τα έξοδα των πωλήσεων έως και 20% όταν οι front office λύσεις είναι απολύτως συνδεδεμένες με το επιχειρησιακό back down σύστημα.

Με βάση τα παραπάνω, όλα συγκλίνουν στο ότι το direct marketing, σαν θεωρία, μπορεί να δώσει τη δυνατότητα και την ευκαιρία σε μια οποιαδήποτε εταιρία να διατηρήσει αλλά και να αυξήσει το πελατολόγιό της· έχοντας αυτό σαν άμεσο αποτέλεσμα την αύξηση των πωλήσεων και της κερδοφορίας της.

Αυτό που είναι αρκετά σημαντικό να τονίσουμε είναι ότι το direct marketing, προκειμένου να βοηθήσει την εταιρία να αναπτύξει τους στόχους της, θα πρέπει να υποστηριχθεί και από άλλες θεωρίες τους marketing, όπως, για παράδειγμα, της τμηματοποίησης, του marketing mix αλλά και της γενικότερης στρατηγικής της εταιρίας.

Μέσα από το direct marketing, η εταιρία πρέπει να εστιάσει στον πελάτη, αναγνωρίζοντας τις ανάγκες του και, συγχρόνως, να “αποκρυπτογραφήσει” μηνύματα τα οποία λαμβάνει για τις παρεχόμενες υπηρεσίες προς αυτόν.

Μια από τις βάσεις για ένα σωστό direct marketing είναι η τμηματοποίηση της αγοράς προκειμένου να προσδιορίσει η εταιρία ποιες ανάγκες έχει το κάθε τμήμα και ποιος είναι ο καλύτερος τρόπος επικοινωνίας για το κάθε τμήμα ξεχωριστά.

Όλες οι λειτουργίες του direct marketing ξεκινούν έχοντας σαν βάση τη γνώση των τμημάτων της αγοράς, το μείγμα marketing με βάση τις ανάγκες των πελατών, την αγοραστική συμπεριφορά η οποία προσδιορίζεται μέσα από την έρευνα, τη σωστή δομημένη έρευνα αγοράς.

Ένα από τα βασικά εργαλεία του direct marketing είναι το direct mail. Συγκεκριμένα, το direct mail αποτελεί σήμερα ένα βασικό μέσο "one to one" επικοινωνίας και χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις προκειμένου να προσεγγίσουν με διαφορετικό και προσωποποιημένο τρόπο τους πελάτες τους.

Ένα direct mail πρέπει να απαιτεί μια σημαντική υποδομή πληροφορικής, data management, εκτυπώσεων και εμφακέλωσης. Εκτός από μια επιστολή και κάποια ένθετα, μπορεί να περιλαμβάνει δωροεπιταγές, ταχυπληρωμές και εκπαιδευτικά κουπόνια. Μπορεί, ακόμα, να διαφέρει σε περιεχόμενο ανάλογα με τις διαφορετικές ομάδες των πελατών.

Το direct marketing χωρίζεται, σήμερα, σε δυο κατηγορίες:

α. από τη μια, έχουμε το κλασικό, όπου χρησιμοποιούνται φακέλοι και σε οποιαδήποτε διάσταση, επιτυπώνονται σε αυτούς μεταβλητά στοιχεία, όπως τα στοιχεία του παραλήπτη, διάφορα κείμενα κλπ.

β. από την άλλη, έχουμε τη διαδικασία με την ονομασία "έξυπνο direct mail", με παραγωγή φακέλου τύπου "info pack", με προσωποποιημένα έντυπα και επιτύπωση στοιχείων παραλήπτη στην επιφάνεια του φακέλου, παραγωγή εντύπων ανεξάρτητα από το σχήμα, τη βιβλιοδεσία, τις διαστάσεις και την ποιότητα του χαρτιού, επιτύπωση μεταβλητών στοιχείων στην επιστολή, επικόλληση δείγματος, matching και συμφακέλωση δύο και περισσότερων σελίδων, εμφακέλωση πολλαπλών προσωποποιημένων επιστολών και αποστολή.

Με βάση τα παραπάνω, κατανοούμε ότι το direct mail είναι ένας τύπος διαφήμισης, ώστε να επικοινωνήσει μια επιχείρηση με ένα

συγκεκριμένο και επιλεγμένο κοινό. Μέσω της χρήσης ενός καταλόγου διευθύνσεων, μια μικρή επιχείρηση μπορεί, σήμερα, να στείλει διαφημίσεις υπό μορφή διπλών καρτών, φυλλαδίων, επιστολών, ημερολογίων, βιβλιαρίων, καρτών χαιρετισμού, ενημερωτικών δελτίων.

Η χρήση στην Ευρώπη και στην Ελλάδα...

Το direct mail χρησιμοποιείται προκειμένου να πετύχουν τη διατήρηση της πίστης των πελατών (πιστοί πελάτες). Βασίζεται σε χρήση χρωμάτων, εύστοχων κειμένων κλπ. Αναφέρεται σε προσωπικούς παραλήπτες. Είναι εστιασμένο και αποτελεσματικό. Αποτελεί μέσο ενημέρωσης και διαφήμισης. Ενδείκνυται για κερδοσκοπικούς και μη οργανισμούς και έχει ελεγχόμενο κόστος.

Στα περισσότερα κράτη-μέλη της δυτικής Ευρώπης αντιστοιχούν από 60 έως 80 αντικείμενα ανά κάτοικο, με εξαίρεση την Ιρλανδία και τη Δανία. Στις χώρες της νότιας Ευρώπης, ο αριθμός των αντικειμένων ανά κάτοικο κυμαίνεται από 20 έως 30, ενώ τα περισσότερα κράτη-μέλη της ανατολικής Ευρώπης έχουν λιγότερο από 10.

Παρατηρείται μια άνοδος του διαφημιστικού ταχυδρομείου σε πολλά κράτη-μέλη, ιδίως αυτά της ανατολικής Ευρώπης. Όμως, στις χώρες αυτές, το ποσοστό επί της συνολικής ευρωπαϊκής αγοράς είναι μικρό. Οι λόγοι έχουν να κάνουν με το γεγονός ότι η βιομηχανία διαφήμισης μέσω του διαφημιστικού ταχυδρομείου είναι λιγότερο αναπτυγμένη στις χώρες αυτές. Το διαφημιστικό ταχυδρομείο δεν έχει εμποδωθεί στη συνείδηση των διαφημιζόμενων ως ένα αποτελεσματικό μέσο διαφήμισης και, τέλος, δεν υφίσταται η απαραίτητη υποδομή -όπως, επίσης, υπάρχει έλλειψη εξελιγμένων και ενημερωμένων βάσεων διευθύνσεων- όπως γραμματοκιβώτια στο εξωτερικό των κατοικιών, κάτι που συμβαίνει και σε εμάς, εδώ, στη χώρα μας.

Στα κράτη-μέλη της δυτικής Ευρώπης, η υιοθέτηση πιο στοχευμένων διαφημιστικών εκστρατειών, βάσει εισοδήματος ή άλλων δεδομένων, επηρεάζει τους όγκους του διαφημιστικού ταχυδρομείου. Επιπλέον, η αυστηρότερη νομοθεσία προστασίας προσωπικών δεδομένων και η χρήση κανόνων opt-in για την καταχώρηση ενός ατόμου σε βάση δεδομένων, σε κάποια κράτη-μέλη περιορίζουν το δυναμικό ανόδου του συγκεκριμένου τμήματος της αγοράς.

Με βάση τα παραπάνω, κατανοούμε ότι το direct marketing, μέσω του direct mail, δίνει πολλές δυνατότητες στις επιχειρήσεις και, με δεδομένο το χαμηλό του κόστος, δίνει τη δυνατότητα στους χαλεπούς καιρούς τους οποίους βιώνει η αγορά, μια μικρή και μεσαία επιχείρηση, με πολύ μικρό κόστος, να προβεί σε μια πετυχημένη και άκρως ανταγωνιστική στρατηγική!

Να πάμε λιγάκι σε κάποια στατιστικά δεδομένα και σχετικές μελέτες... Σύμφωνα με μελέτη της Bellwether Report, η οποία παρουσιάστηκε στο περιοδικό Marketing Week, μέσα στην επόμενη διετία θα υπάρξει μια πτωτική τάση στις δαπάνες των επιχειρήσεων σε σχέση με το direct marketing. Παρ' όλα αυτά, η πώση θα είναι σχετικά μικρή και θεωρείται λογική με βάση την ευρύτερη οικονομική κρίση.

Σύμφωνα, πάλι, με αναφορές στο περιοδικό Marketing Week, ο Πρόεδρος της OgilvyOne Mike Dodds ανέφερε στο βρετανικό περιοδικό Marketing Direct ότι το direct marketing θα υποστεί τις λιγότερες ζημιές από την επερχόμενη οικονομική κρίση.

Την ίδια στιγμή, η αγορά εκφράζει τη σκέψη ότι μπορεί να υπάρξει μια ενδεχόμενη στροφή των διαφημιζόμενων στο digital direct marketing χάριν του μειωμένου κόστους, ακόμη κι αν είναι εις βάρος της συνολικής διαφημιστικής αποτελεσματικότητας.

Όπως δημοσιεύει το Marketing Direct, μέσα στο 2008, ο αριθμός των direct marketing pitches έχει μειωθεί κατά 40% σε σχέση με το

προηγούμενο έτος, ενώ ο αριθμός των digital pitches αυξήθηκε κατά 47% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Από την άλλη μεριά, η ετήσια έρευνα της Alterian κατέγραψε ότι το 65% των marketers σκοπεύουν να αυξήσουν τα ποσά που δαπανούν για τη συγκέντρωση πληροφοριακών δεδομένων για το χτίσιμο βάσεων δεδομένων, ενώ το 37% προτίθεται να αυξήσει τις δαπάνες του digital advertising.

Σύμφωνα με έρευνα της TNS, για την αγορά direct mail στην Ευρώπη, έχουμε αναλυτικά:

α. το 68% των κατοίκων της Δυτικής Ευρώπης λαμβάνει διαφημιστικό ταχυδρομείο μια φορά και περισσότερο την εβδομάδα.

β. το 42% αυτών που λαμβάνουν διαβάζει τακτικά το περιεχόμενο του διαφημιστικού ταχυδρομείου, ενώ το 23% ανταποκρίνεται τουλάχιστον μία φορά το χρόνο και το 75% αυτών ενδιαφέρεται για το προϊόν.

γ. το 12% των ερωτηθέντων σχετικά με τον πλέον δημοφιλή τρόπο διαφήμισης των προϊόντων απάντησε ότι προτιμά το direct mail, έναντι 14% της τηλεόρασης και 21% των εντύπων ή περιοδικών.

δ. το 13% των ερωτηθέντων σχετικά με την αξία πληροφόρησης της διαφήμισης απάντησε ότι θεωρεί καλύτερο το διαφημιστικό ταχυδρομείο, έναντι 14% της τηλεόρασης.

Σήμερα, στην Ελλάδα και στην Ευρώπη, υπάρχει η τάση για το συνδυασμό “above και below the line” επικοινωνίας αλλά και το συνδυασμό του “direct marketing με ATL εργαλεία” επικοινωνίας. Σύμφωνα με την ομιλία του Richard Rosen στο Διεθνές Διαφημιστικό Φεστιβάλ των Καννών, οι καταναλωτές αντιδρούν ταχύτατα στην μέσω direct marketing προϊόντική επικοινωνία και η σχέση μεταξύ της ταχύτητας ανταπόκρισης του κοινού και του κόστους ανά πώληση είναι αντιστρόφως ανάλογη.

Για το mail marketing, συγκριτικό πλεονέκτημα αποτελεί η εμπιστοσύνη με την οποία το περιβάλλουν διαχρονικά οι καταναλωτές.

Παραδείγματα ανάπτυξης έχουμε, κυρίως, από τη Μεγάλη Βρετανία, όπου εκεί τα βρετανικά ταχυδρομεία συνεργάστηκαν με την εταιρία Brand Sense στην αποστολή επιστολών με οσφρητικά, ακουστικά ή γευστικά ερεθίσματα.

Μέσω των διαφημιστικών επιστολών νέου τύπου, οι ταχυδρομικές εταιρίες φιλοδοξούν να αποκτήσουν συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι του διαδικτύου με το σκεπτικό ότι τα αισθητικά ερεθίσματα δεν μπορούν να μεταδοθούν μέσω internet.

Στα πλαίσια του εκσυγχρονισμού των υπηρεσιών mail marketing, στην Ελλάδα, έχουμε επενδύσει σε εργαλεία νέας γενιάς, όπως είναι το υβριδικό ταχυδρομείο, αλλά και σε δημιουργικές mail marketing καμπάνιες.

Στο εξωτερικό και στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια, πραγματοποιούνται καμπάνιες mail marketing, οι οποίες είναι εξαιρετικά δημιουργικές και απευθύνονται στις πέντε αισθήσεις και οι οποίες κινούνται έξω από το παραδοσιακό πλαίσιο του φακέλου επιστολής και διαφημιστικού εντύπου.

Βέβαια, σε πολλές περιπτώσεις και σε κάποια προϊόντα ή υπηρεσίες (παραδοσιακό mailing), ένα δυνατό και σωστά στοχευμένο μήνυμα είναι η ιδανικότερη λύση.

Τελειώνοντας, το σημερινό περιβάλλον χαρακτηρίζεται από πληθώρα και κορεσμό μέσων. Ο πελάτης “βομβαρδίζεται” καθημερινά από πληροφορίες, ενώ, ταυτόχρονα, αυτή η ανοικτή πρόσβαση έχει ενισχύσει την διαπραγματευτική του δύναμη και έχει καταστήσει ιδιαίτερα σύνθετη τη διαδικασία επιλογής.

Σε ένα τέτοιο πλαίσιο, οιαδήποτε επιχείρηση δεν μπορεί να στηρίζεται σε ένα και μόνο μέσο της επικοινωνίας της· πρέπει να χρησιμοποιήσει το βέλτιστο συνδυασμό που έχει στη διάθεσή της προκειμένου να πείσει.

Όπως, επίσης, καμιά επιχείρηση δεν έχει την πολυτέλεια να αφήσει το direct mail έξω από το marketing mix που έχει επιλέξει.

Όλες, ανεξαιρέτως, οι μεγάλες επιχειρήσεις που διακρίνονται για την αποτελεσματικότητα των επικοινωνιακών τους προγραμμάτων, όχι μόνο έχουν συμπεριλάβει το direct mail ως αναπόσπαστο στοιχείο της επικοινωνιακής τους στρατηγικής, αλλά ενισχύουν συνεχώς τη βαρύτητά του στο συνολικό μείγμα.

Τα παραδείγματα είναι πολλά, όπως και τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του direct mail που συμπληρώνουν και ενδυναμώνουν την απόδοση των άλλων μέσων. Η απελευθέρωση της αγοράς, η παγκοσμιοποίηση, ο ανταγωνισμός και η υψηλή διεισδυτικότητα της ψηφιακής τεχνολογίας θα συνεχίσουν να οδηγούν τις αλλαγές στο παγκόσμιο ταχυδρομικό σύστημα και στα επόμενα χρόνια.

Σας ευχαριστώ.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συντονιστής:** Ευχαριστώ πολύ τον κύριο Δημοσθένους, που, όπως και ο κύριος Βαρσάμης, τήρησε με θρησκευτική ευλάβεια το όριο των 15 λεπτών.

Να παρακαλέσω τον κύριο Αποστόλου, Προϊστάμενο της Διευθύνσεως Ταχυδρομείων της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων, να ανέβει στο βήμα...

**ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Χ.:** Κυρίες, κύριοι, καλημέρα.

Είναι φανερό, νομίζω, από όλα όσα ακούσαμε -έστω και με δυσκολία- νωρίτερα ότι η περίοδος που διανύουμε είναι ιδιαίτερα σημαντική και ενδιαφέρουσα για τον ταχυδρομικό τομέα, έναν τομέα όπου η Ευρώπη πρωτοπορεί -μπορούμε να πούμε- παγκοσμίως και φέρνει μεγάλες ανακατατάξεις στην ευρωπαϊκή ταχυδρομική αγορά.

Παρ' όλα αυτά, όμως, θα ήθελα να σας μιλήσω, σύντομα, για προβλήματα που υπάρχουν και εμποδίζουν ακόμα και την απελευθερωμένη



αγορά, όπως υπάρχει σήμερα, τα οποία, πιστεύουμε, θα πρέπει να επιλυθούν άμεσα.

Θα ήθελα να δούμε συνοπτικά τις δυσχέρειες που υπάρχουν σήμερα στην ελληνική αγορά των ταχυμεταφορών, κάποιες σημαντικές νομοθετικές ρυθμίσεις που ίσχυσαν πρόσφατα και κάποιες προτάσεις της ΕΕΤΤ για περαιτέρω βελτιώσεις.

Αναφορικά με το πρώτο θέμα, η ΕΕΤΤ βρίσκεται κοντά στην αγορά, ακούει τις απόψεις και τα προβλήματα των φορέων, ενώ ο Πρόεδρος και ο Αντιπρόεδρος της ΕΕΤΤ πραγματοποιούν συναντήσεις με τους εκπροσώπους της αγοράς των ταχυμεταφορών. Σαν αποτέλεσμα, είχαμε την υποβολή ενός υπομνήματος εκ μέρους τους με τα κύρια θέματα που πιστεύουν ότι προκαλούν τις σημαντικότερες δυσχέρειες στη λειτουργία τους και, κατά συνέπεια, στους καταναλωτές.

Η αλήθεια είναι ότι τα περισσότερα από αυτά τα θέματα δεν είναι αρμοδιότητα της ΕΕΤΤ. Παρ' όλα αυτά, η ΕΕΤΤ, θέλοντας να βοηθήσει την αγορά, προωθεί τα θέματα σε τρίτους φορείς, όπου κρίνει σκόπιμο.

Υπέβαλαν, λοιπόν, αυτό το υπόμνημα, του οποίου τα κύρια σημεία μπορούμε να τα δούμε τώρα...

Κατ' αρχήν, υπάρχει η μη-δυνατότητα απόκτησης φορητών ΙΧ από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις: βάσει κάποιας Υπουργικής Απόφασης, δεν υπάρχει δυνατότητα έκδοσης αδειών φορητών έως τεσσάρων τόνων σε επιχειρήσεις που είναι μέλη ταχυδρομικών δικτύων, εάν δεν έχουν γραφτεί οι ίδιες στο Μητρώο της ΕΕΤΤ.

Η θέση της ΕΕΤΤ, εδώ, όπως έχει δηλωθεί και στο Υπουργείο, αλλά και στα πλαίσια παραπομπής της Ελλάδας στο Ευρωπαϊκό Δικαστήριο για το θέμα αυτό, είναι ότι, όπως προβλέπεται και στον Κανονισμό των Γενικών Αδειών (της ΕΕΤΤ), είναι θεμιτή -και επιθυμητή, θα έλεγα- η χρήση των ταχυδρομικών δικτύων, γιατί πιστεύουμε ότι βοηθάει τη λειτουργία των

εταιριών, την εξυπηρέτηση των καταναλωτών αλλά και τις ελεγκτικές δραστηριότητες της ΕΕΤΤ.

Έτσι, έχουμε καταθέσει τη θέση μας στο Υπουργείο, ως ότι θα πρέπει να παρέχεται η δυνατότητα έκδοσης αδειών φορτηγών και στα μέλη των δικτύων και, παράλληλα, στην τροποποίηση -που κάναμε- του Κανονισμού Γενικών Αδειών, έχουμε βγάλει τον περιορισμό που υπήρχε πριν, που έλεγε ότι μία επιχείρηση δεν μπορεί να είναι και μέλος δικτύου και να έχει και δική της Άδεια.

Βέβαια, σκοπός μας είναι να μην έχουμε περιορισμούς και να επιτρέψουμε σε μια επιχείρηση, αν θέλει να δραστηριοποιηθεί και αυτόνομα, να το κάνει και όχι να γίνει μια καταχρηστική χρήση της δυνατότητας αυτής, εις τρόπον ώστε να γράφεται κάποια επιχείρηση, απλά και μόνο, για να πάρει την άδεια του φορτηγού ενώ θέλει να είναι μέλος δικτύου!.. Τέλος πάντων, είναι μία λύση ανάγκης, στην οποία έχουν προχωρήσει κάποιες εταιρίες.

Ένα άλλο σημαντικό θέμα είναι το ανώτατο όριο βάρους των αντικειμένων ταχυμεταφοράς. Βάσει της ίδιας Υπουργικής Απόφασης, τα εν λόγω αυτοκίνητα μπορούν να μεταφέρουν ταχυδρομικά αντικείμενα μέχρι 20 κιλά. Βέβαια, αυτό το όριο υπήρχε και στον προηγούμενο Κανονισμό Γενικών Αδειών της ΕΕΤΤ, αλλά η διαφορά είναι ότι η ΕΕΤΤ θέτει ένα όριο για την περιοχή που ρυθμίζει κι όχι για το τι θα μπορεί να προσφέρει μια επιχείρηση στους πελάτες της. Η πάγια θέση μας προς το Υπουργείο είναι ότι οι ανάγκες για επείγουσα διαβίβαση αντικειμένων, προφανώς, δεν μπορούν να έχουν κάποιο συγκεκριμένο όριο.

Απ’ ό,τι γνωρίζουμε, η εν λόγω Υπουργική Απόφαση βρίσκεται σε διαδικασία τροποποίησης. Δεν ξέρουμε ακόμα ποιες θα είναι οι αλλαγές. Παράλληλα, εμείς, στον Κανονισμό των Γενικών Αδειών, έχουμε αυξήσει αυτό το όριο στα 35 κιλά υπό την έννοια ότι η ευρωπαϊκή πρακτική ορισμού των δεμάτων είναι ένα βάρος περίπου στα 30 κιλά, ώστε να το διαχωρίζει από τις

εμπορευματικές μεταφορές, καθορίζοντάς το ως το βάρος που μπορεί να σηκώσει ένας άνθρωπος μόνος του. Τονίζουμε -και πάλι- ότι η πρόθεσή μας δεν είναι να αυξήσουμε το όριο επέμβασης και ρύθμισης της ΕΕΤΤ, αλλά να δώσουμε μία πρακτική λύση για να μπορούν και οι εταιρίες να κάνουν τη δουλειά τους. Νομίζω, τις καλύπτουμε σε ένα πολύ μεγάλο ποσοστό υπάρχουν και πολλά πρακτικά θέματα, όπως, ας πούμε, επιβολή προστίμων από την Τροχαία, που σταματάει τα φορτηγά και, αν δει δέματα άνω των 20 κιλών, επιβάλλει σημαντικά πρόστιμα. Με τη ρύθμιση αυτή, σε περιπτώσεις που έχουμε επέμβει, έχει δοθεί λύση.

Ένα άλλο αίτημα των εταιριών είναι η έκδοση αδειών φορτηγών πάνω από τέσσερις τόνους. Ο περιορισμός αυτός υπάρχει στην ίδια Υπουργική Απόφαση και η πρόταση της ΕΕΤΤ είναι, εφόσον βλέπει αυτή τη δυσκολία έκδοσης αδειών μεγάλων φορτηγών, να γίνει μια αρχή με τις εταιρίες που έχουν περιφερειακή ή εθνική άδεια, οι οποίες, αποδεδειγμένα, έχουν ανάγκες μεταφοράς από κόμβο σε κόμβο μεταξύ των πόλεων.

Ένα πολύ σημαντικό θέμα είναι οι τελωνιακές διαδικασίες που ισχύουν. Στην Ελλάδα, η έλλειψη αυτοματοποίησης ηλεκτρονικής επικοινωνίας και η πολυπλοκότητα μεγάλου μέρους των τελωνιακών διαδικασιών δημιουργούν καθυστερήσεις, κόστος και ταλαιπωρία, τόσο στους παρόχους όσο και στους καταναλωτές, προφανώς. Το ζητούμενο θα πρέπει να είναι η άμεση απλοποίηση και η ηλεκτρονικοποίηση των τελωνιακών διαδικασιών. Σ' αυτό έχουμε παρέμβει και παλαιότερα, στα Υπουργεία Οικονομίας και Οικονομικών, αλλά θα το κάνουμε και στο μέλλον.

Υπάρχει μία πληθώρα άλλων λειτουργικών θεμάτων, όπως έλλειψης ειδικών θέσεων στάθμευσης, κυκλοφορίας στο δακτύλιο, μη-έκδοσης αδειών φορτηγών με diesel, που είναι πολύ σημαντικό. Άλλο, επίσης, πολύ σημαντικό θέμα είναι η μη-πρόσβαση ιδιωτικών παρόχων στο δημόσιο ταχυδρομικό δίκτυο των ΕΛΤΑ.

Η ΕΕΤΤ ενημερώνει τους παρόχους ότι τα ΕΛΤΑ, σαν πάροχος καθολικής υπηρεσίας, έχουν την υποχρέωση να δίνουν στους ιδιωτικούς παρόχους τις ίδιες υπηρεσίες που δίνουν και στη θυγατρική τους (Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ).

Υπήρξε μία αίτηση από μία ιδιωτική εταιρία για την παροχή αυτών των υπηρεσιών. Απ’ ό,τι καταλαβαίνουμε, δεν υπήρξε κάποια λύση σε εμπορική διαπραγμάτευση, οπότε το θέμα έχει έρθει τώρα στην ΕΕΤΤ και το εξετάζουμε.

Τώρα, θα ήθελα να αναφέρω εν συντομία κάποιες νέες νομοθετικές ρυθμίσεις που ίσχυαν πολύ πρόσφατα και είναι πολύ σημαντικές...

Ο Κανονισμός Αδειών, στα μέσα του 2009, τέθηκε σε εφαρμογή. Όπως συμβαίνει και με τον Κανονισμό των Γενικών Αδειών, προσπαθούμε να απλοποιήσουμε τη διαδικασία χορήγησης και τροποποίησης, καθώς και την άρση ενδεχομένων εμποδίων εισόδου που υπήρχαν, να κάνουμε πιο λογικά τα ανταποδοτικά τέλη που καταβάλλονται, προωθώντας, ταυτόχρονα, τις φιλικές προς το περιβάλλον τεχνολογίες.

Επίσης, πολύ σημαντική είναι η έκδοση της Υπουργικής Απόφασης για την ποιότητα της καθολικής υπηρεσίας: είναι πολύ σημαντικό να πούμε ότι, από κοινού, με τον ΕΛΤΑ έχουμε συμφωνήσει σε σημαντικές τροποποιήσεις, όπως την αξιολόγηση των περιοχών που εξαιρούνται από την πενθήμερη εξυπηρέτηση λόγω συγκεκριμένων κριτηρίων (όπως προβλέπονται στην Οδηγία), τη σταδιακή μείωση αυτών των περιοχών και την επανεξέτασή τους σε συγκεκριμένη ημερομηνία.

Έχουμε θέσει σαφέστερες προϋποθέσεις και υποχρεώσεις, τόσο του ΦΠΚΥ όσο και των χρηστών, για την απρόσκοπτη διανομή της αλληλογραφίας. Έχουμε βάλει κάποια αρχικά ποσοτικά μεγέθη σχετικά με την πυκνότητα των σημείων πρόσβασης στην καθολική υπηρεσία. Υπάρχει η υποχρέωση, πλέον, του ΦΠΚΥ να υποβάλει έκθεση με όλα τα σημεία

πρόσβασης που διαθέτει στην Ελλάδα και, επίσης, να καταγράφονται -βάσει και ευρωπαϊκού προτύπου που ισχύει- τα προβλήματα (από καταγγελίες των χρηστών) που παρουσιάζονται στην καθολική υπηρεσία.

Αυτή τη στιγμή, η ΕΕΤΤ έχει πρόσβαση μόνο σε καταγγελίες που δέχεται η ίδια, οι οποίες είναι περιορισμένες στον αριθμό. Η δημοσιοποίησή τους και η ανάλυσή τους θα βοηθήσει πολύ στη βελτίωση της καθολικής υπηρεσίας.

Στο τρίτο μέρος, για τις προτάσεις της ΕΕΤΤ, όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, έχουμε υποβάλλει στο Υπουργείο ένα σχέδιο νόμου, το οποίο έχει δύο σκέλη:

α. ενσωματώνει την 3<sup>η</sup> Οδηγία και προβλέπει ένα πλαίσιο για τον Ιανουάριο του 2013 και μετά

β. έχει πολλά σημεία που πρέπει να διορθωθούν άμεσα· θεωρούμε ότι θα πρέπει να τεθεί ο νόμος σε εφαρμογή το συντομότερο δυνατό, για να λυθούν προβλήματα που υπάρχουν σήμερα.

Τα κύρια σημεία που θέλουν άμεση τροποποίηση είναι η αναδιάρθρωση και το ύψος του τρόπου επιβολής των προστίμων από την ΕΕΤΤ. Αυτή τη στιγμή, υπάρχει ένα ελάχιστο όριο -εκείνο των € 15.000- σαν χρηματικό πρόστιμο, το οποίο, δεδομένης της δομής της ελληνικής αγοράς, όπου έχουμε πάρα πολύ μικρές επιχειρήσεις, πολλές φορές, αντιπροσωπεύει τον ετήσιο τζίρο μιας επιχείρησης και δεν μπορεί να χρησιμεύσει ως μέσο συμμόρφωσης!

Από την άλλη, η ιδιαιτερότητα -που αναφέρθηκε και από τον Πρόεδρο- είναι ότι η ΕΕΤΤ δεν μπορεί να επιβάλει πρόστιμα στα ΕΛΤΑ, αντίθετα με ό,τι ισχύει για τους άλλους παρόχους· μπορεί, μόνο, να εισηγηθεί στο Υπουργείο.

Ένα άλλο σημείο, παρ' όλο που έχουμε αρμοδιότητες Επιτροπής Ανταγωνισμού στον κλάδο, είναι να καταστεί ξεκάθαρο και από το νόμο ότι

μπορούμε να επιβάλουμε τα πρόστιμα που προβλέπει η νομοθεσία του ανταγωνισμού.

Περιγράφουμε μια καθαρή διαδικασία προσφυγής κατά των Αποφάσεων της ΕΕΤΤ, κάτι που είναι πολύ χρήσιμο για τους φορείς, καθώς και σύμφωνο με τη διαδικασία που ακολουθείται και στις τηλεπικοινωνίες.

Προτείνουμε το άμεσο άνοιγμα του διασυνοριακού και του διαφημιστικού ταχυδρομείου στον ανταγωνισμό. Η Οδηγία δεν επιβάλλει το μονοπώλιο στο διαφημιστικό ταχυδρομείο. Αυτό είναι απόφαση του κάθε κράτους-μέλους. Είδαμε πριν πόσο σημαντικό είναι το πρόβλημα των χαμηλών όγκων στην ελληνική αγορά και τα περιθώρια ανάπτυξης του διαφημιστικού ταχυδρομείου· μία τέτοια άμεση ενέργεια ενδεχομένως να έφερνε νέες υπηρεσίες που να ανέβαζαν την αγορά.

Επίσης, προτείνουμε τη δημιουργία Επιτροπής Εξωδικαστικής Επίλυσης Διαφορών, σύμφωνα και με τις προβλέψεις της Οδηγίας.

Τώρα, σχετικά με την ενσωμάτωση της 3<sup>ης</sup> Οδηγίας, προβλέπουμε ένα γενικό πλαίσιο -και ψυχολογικά θα είναι πολύ σημαντικό να μπει σε ένα νόμο η ημερομηνία του Ιανουαρίου του 2013 για το πλήρες άνοιγμα- για την ανάθεση, χρηματοδότηση και, εν γένει, διασφάλιση της καθολικής υπηρεσίας.

Παρ’ όλο που η Οδηγία δίνει τη δυνατότητα διεξαγωγής δημόσιου διαγωνισμού για την ανάθεση της καθολικής υπηρεσίας, δε νομίζουμε ότι θα πρέπει να ξεκινήσουμε έτσι, αφού θα πρέπει να “τρέξει” λίγο το άνοιγμα της αγοράς για να δημιουργηθούν νέες συνθήκες ανταγωνισμού.

Οπότε, λέμε ότι πρέπει να παραμείνουν τα ΕΛΤΑ το πρώτο διάστημα και να ξεκινήσει η διαδικασία με κάποιες προϋποθέσεις, είτε εφόσον το ζητήσουν τα ΕΛΤΑ είτε εφόσον κρίνει ο Υπουργός ότι υπάρχει μεγάλο κόστος είτε για κάποιον άλλο λόγο.

Επίσης, προβλέπουμε, σύμφωνα με τα όσα προβλέπει και η Οδηγία ενίσχυσης αρμοδιοτήτων της ΕΕΤΤ, κυρίως αναφορικά με τον καθορισμό της ποιότητας της καθολικής υπηρεσίας, τον υπολογισμό του καθαρού κόστους, την έγκριση των τιμολογίων και του εσωτερικού λογιστικού συστήματος του ΦΠΚΥ, τη διοίκηση του Ταμείου Αποζημίωσης, την παροχή γνωμοδοτήσεων σε ό,τι δεν είναι αρμοδιότητα της ΕΕΤΤ και επεμβάσεις της ΕΕΤΤ για τη διασφάλιση εργασιακών και ασφαλιστικών δικαιωμάτων υπό την έννοια τού να έχει η ΕΕΤΤ το δικαίωμα να επιβάλλει κυρώσεις, εφόσον οι αρμόδιοι φορείς έχουν διαπιστώσει παραβάσεις στα εργασιακά και ασφαλιστικά θέματα.

Επίσης, θα πρέπει να δούμε θέματα τροποποίησης του Κώδικα ΦΠΑ, περί συνολικής απαλλαγής του ΦΠΚΥ για τις ταχυδρομικές του υπηρεσίες. Για την ορθή εφαρμογή, έχουμε μία πρόσφατη Απόφαση του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου για το πώς πρέπει να απαλλάσσεται από το ΦΠΑ ο Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας και για ποιες υπηρεσίες. Είδαμε προηγουμένως ότι στη Γερμανία, από 1<sup>η</sup>ς Ιουλίου 2010, έχουν αλλάξει το νόμο και θα ισχύσει για την απαλλαγή της Deutsche Post.

Μία τελευταία πρόταση...

Με πρωτοβουλία του Υπουργείου, μελετάμε τις περιπτώσεις αποζημιώσεων, θα τις στείλουμε σύντομα στο Υπουργείο και ελπίζουμε να έχουμε και την Απόφαση, η οποία είναι αρκετά παρωχημένη, πολύ σύντομα.

Ευχαριστώ για την προσοχή σας.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συντονιστής:** Ευχαριστώ πολύ τον κύριο Αποστόλου, ο οποίος κράτησε ακόμα καλύτερα τα χρονικά όρια.

Έχουμε λίγα λεπτά... Είμαστε, βεβαίως, εκτός προγράμματος, πράγμα το οποίο είναι σύνηθες σε ημερίδες. Είμαστε, όμως, λίγα λεπτά εκτός προγράμματος, οπότε, με την άδεια και του κυρίου Κανέλλου, αν μπορούμε,

να προχωρήσουμε, για δέκα λεπτά, σε ερωτήσεις - αν υπάρχουν ερωτήσεις προς τους ομιλητές.

Ο κύριος... Αν μπορείτε, να απευθύνετε και σε ποιον τίθεται το ερώτημα.

**ΣΥΝΕΔΡΟΣ:** Η ερώτηση είναι προς τον κύριο Βαρσάμη...

Μας είπε ότι, κατά τη διάρκεια της απελευθέρωσης, πρέπει να κρατηθούν ενιαία τα εργασιακά δικαιώματα. Θα ήθελα να διευκρινίσει τι εννοεί. Θα πρέπει οι λοιποί πάροχοι ταχυδρομικών υπηρεσιών να προσαρμοστούν στον Κανονισμό Λειτουργίας των ΕΛΤΑ ή κάτι άλλο;

**ΒΑΡΣΑΜΗΣ Χ.:** Ευχαριστώ για την ερώτηση. Καλό είναι να διευκρινιστεί.

Δεν υπάρχει ανάγκη να “πάμε” στο εργασιακό καθεστώς των ΕΛΤΑ. Δεν εννοούσα αυτό. Όμως, εννοούσα -και μιλάω υποθετικά, χωρίς να αναφέρομαι συγκεκριμένα- να μην υπάρχουν περιπτώσεις ανασφάλιστης εργασίας, περιπτώσεις “μαύρης” εργασίας ή εργασίας με καθεστώς στο οποίο να χρησιμοποιούνται άτομα ή προσωπικό που δεν πληρούν συγκεκριμένες προδιαγραφές. Αυτό εννοούσα. Δε σημαίνει κατ’ ανάγκη ότι “πάμε” εκεί που είναι τα ΕΛΤΑ. Εννοούσα το μίνιμουμ επίπεδο· αυτά που, ουσιαστικά, επιβάλλει και η Πολιτεία.

**ΣΥΝΕΔΡΟΣ:** Η νομοθεσία.

**ΒΑΡΣΑΜΗΣ Χ.:** Η νομοθεσία, ακριβώς. Εντάξει;

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συντονιστής:** Άλλη ερώτηση..;

**ΣΚΑΛΑΙΟΣ Δ.:** Σκαλαίος από Ελληνικά Ταχυδρομεία.



Μια ερώτηση για τον κύριο Αποστόλου, αναφορικά με την επιβολή του ΦΠΑ σε ταχυδρομικές υπηρεσίες, που αναφέρθηκε στην πρόσφατη Απόφαση του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου.

Είναι κοινή άποψη πάρα πολλών ευρωπαϊκών ταχυδρομείων ότι η Απόφαση αυτή έχει αρκετές ασάφειες και ότι η ερμηνεία τού πώς πρέπει να εφαρμοστεί δεν είναι ξεκάθαρη. Επέλεξαν τα Γερμανικά Ταχυδρομεία, όπως ακούσαμε τώρα, μια συγκεκριμένη ερμηνεία. Έχει η ΕΕΤΤ κάποια άποψη για το πώς θα πρέπει να εφαρμοστεί η Απόφαση αυτή στην περίπτωση της Ελλάδας;

Ευχαριστώ.

**ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Χ.:** Ναι, έχετε δίκιο!

Υπάρχει ασάφεια στην Απόφαση του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου και υπάρχουν διευκρινιστικές συζητήσεις σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η ΕΕΤΤ δεν έχει επίσημη άποψη. Απλά, θέτουμε το θέμα ως ότι θα πρέπει να αντιμετωπιστεί για να ξεκινήσει η συζήτηση.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συντονιστής:** Ο κύριος...

*Prior in tempore, potior in jure...*

**ΔΑΝΔΟΛΟΣ Σ.:** Δάνδολος από Ελληνικά Ταχυδρομεία.

Είπε ο κύριος Αποστόλου ότι στην πρότασή σας, που έχει δοθεί προς το Υπουργείο, υπάρχει σημείο, ώστε -άμεσα, αν κατάλαβα καλά- να εξαιρεθεί του αποκλειστικού τομέα το διαφημιστικό και διασυνοριακό ταχυδρομείο.

Θα ήθελα να ρωτήσω αν έχει προηγηθεί σχετική μελέτη επιπτώσεων, ιδιαίτερα δε επιπτώσεων στη βιώσιμη παροχή καθολικής υπηρεσίας ή στην πιθανή χρηματοδότησή της για την περίοδο μέχρι το 2012.

**ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Χ.:** Ναι, αυτή είναι η πρόταση και το σκεπτικό ήταν η έλλειψη ανάπτυξης του συγκεκριμένου τομέα, όντας το μονοπώλιο, οπότε ο στόχος μας είναι να αναπτυχθεί η αγορά ανοίγοντας αυτή την υπηρεσία στον ανταγωνισμό. Είναι κάτι που το προβλέπει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή· το θεωρεί εκτός εξ’ ορισμού, αλλά λέει ότι μπορεί να μπει στο μονοπώλιο υπό κάποιες προϋποθέσεις.

Έχουμε δει τα νούμερα... Εδώ, όμως, στην Ελλάδα, έχουμε το παράδοξο ότι, μέχρι πέρσι, ο αποκλειστικός τομέας, δηλαδή το μονοπώλιο, το οποίο θα έπρεπε να χρηματοδοτεί τις υπόλοιπες υπηρεσίες, ήταν ζημιολόγο. Αυτό αναιρεί όλο το σκεπτικό της Οδηγίας, οπότε δεν έχει και νόημα να κάνεις μελέτες παραπάνω· όταν το προνόμιο που σου δίνεται είναι αρνητικό, μετά δεν έχει και πολύ νόημα να κάνεις περαιτέρω μελέτες.

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συντονιστής:** Ο κύριος Κανέλλος, Πρόεδρος της ΕΕΤΤ...

**Δρ. ΚΑΝΕΛΛΟΣ Α.:** Ευχαριστώ πολύ.

Θα ήθελα να κάνω μία ερώτηση στον κύριο Βαρσάμη...

Άλλα ταχυδρομεία, όπως τα Γερμανικά Ταχυδρομεία, έχουν υιοθετήσει νέες τεχνολογίες. Για παράδειγμα, μπορεί κάποιος να πάει σε ένα ταχυδρομικό γραφείο και, αντί να στείλει μια παραδοσιακή επιστολή, να καθίσει μπροστά σε μία οθόνη και να διαβιβάσει με συνθήκες ασφάλειας και χρήση ηλεκτρονικής υπογραφής το μήνυμά του προς κάποιον παραλήπτη.

Υπάρχουν αντίστοιχα παραδείγματα από άλλες αγορές. Σκοπεύετε -και σε ποιο ορίζοντα- να εισαγάγετε τις νέες τεχνολογίες στη διοίκηση, στη διαχείριση και στην εμπορική λειτουργία των ΕΛΤΑ;

**ΒΑΡΣΑΜΗΣ Χ.:** Ευχαριστώ πολύ, κύριε Πρόεδρε, για τη δυνατότητα που μου δίνετε, να πω πέντε πράγματα για το πού στοχεύουν να πάνε τα ΕΛΤΑ.

Εμείς, όπως σας είπα, βρισκόμαστε ένα μήνα στη διοίκηση των ΕΛΤΑ. Όντως, έχουμε βρει έργα που έχουν γίνει και τα οποία, ακριβώς, έχουν αναπτύξει τέτοιες τεχνολογίες. Αυτό που μένει, κατ' αρχήν, για κάποια -όπως αυτό που πολύ σωστά περιγράψατε προηγουμένως, που είναι ένα από αυτά- από αυτά, είναι να μπουνε στην διαδικασία της παραγωγής και της εκμετάλλευσης και να δοθούν στα σημεία επαφής με τον πολίτη.

Άρα, σίγουρα υπάρχουν πράγματα που έχουν γίνει προς την κατεύθυνση αυτή και, σίγουρα, ενόψει και της απελευθέρωσης, πρέπει εμείς να αναπτύξουμε επιπλέον υπηρεσίες σε διάφορους τομείς, π.χ. χρηματοοικονομικές ή υψηλής τεχνολογίας, όπως περιγράψατε, για να μπορέσουμε να πάμε προς την κατεύθυνση που έχουν πάει άλλα ταχυδρομεία, που, ήδη, έχουν περάσει από το στάδιο της απελευθέρωσης και είναι μέσα στην απελευθέρωση.

Όλα αυτά είναι μέσα στα πλάνα που έχουμε εκπονήσει, είναι σε φάση ανάπτυξης και θα βγουν και καινούργια, ενώ, σίγουρα, μέχρι το 2013, φιλοδοξούμε να τα έχουμε φέρει σε λειτουργία.

Ευχαριστώ.

**ΜΟΙΡΑΣ Κ.:** Λέγομαι Μοίρας κι εκπροσωπώ εφημερίδα της Αίγινας, συγκεκριμένα τη "Μάχη". Η αναφορά μου είναι ειδικά για τον κύριο Βαρσάμη και αφορά τις εκτός πόλεως περιοχές του νησιού μας (των 25.000 μονίμων κατοίκων), δηλαδή τα λεγόμενα -και μόνο κατ' όνομα- χωριά.

Πρόσφατα, τοποθετήθηκαν σε διάφορες τοποθεσίες των χωριών μας γραμματοθυρίδες για τους παραλήπτες επιστολών, συντάξεων, λογαριασμών ΟΤΕ, ΔΕΗ κλπ. Πλήθος των διάσπαρτων σε όλο το νησί κατοικιών των 25.000 κατοίκων απέχουν πάρα πολύ μακριά από τις γραμματοθυρίδες.

Το ερώτημα -και, ταυτόχρονα, παράπονο- είναι, γιατί καταργήθηκαν οι προηγούμενοι διανομείς των ΕΛΤΑ; Είναι δυνατόν ή πρέπει να

υποχρεώνονται οι κάτοικοι, από τους οποίους πολλοί είναι παρήλικες, να κάνουν καθημερινώς τη διαδρομή των χιλιομέτρων για να πάρουν το λογαριασμό της ΔΕΗ κλπ από τη γραμματοθυρίδα;

Αυτό είναι το ερώτημά μου.

**ΒΑΡΣΑΜΗΣ Χ.:** Όπως καταλαβαίνετε, τέτοια θέματα και αιτήματα υπάρχουν εκατοντάδες, αν όχι χιλιάδες. Σαφέστατα, ακούω με πολλή προσοχή αυτά που μου λέτε και εκείνο που μπορώ να δεσμευτώ είναι να το μεταφέρω στις υπηρεσίες μας, να το εξετάσουν και να δούμε τι, ακριβώς, έχει γίνει.

Το σίγουρο είναι ότι, σαν Ελληνικά Ταχυδρομεία, δεν στοχεύουμε στην ταλαιπωρία σας. Ό,τι γίνεται, γίνεται με σκοπό να εξυπηρετείτε καλύτερα. Εάν το μοντέλο που έχουμε επιλέξει δε σας εξυπηρετεί, τότε, σίγουρα, πρέπει να το ξαναδούμε. Δεσμεύομαι ότι θα το δούμε με μεγάλη προσοχή και, αν θέλετε, αφήστε ένα τηλέφωνο να μιλήσουμε ή να μιλήσει κάποιος συνεργάτης μου, για να δούμε τι μπορούμε να κάνουμε για να το λύσουμε.

Το σίγουρο, επαναλαμβάνω, είναι ότι δε σκοπεύουμε να σας ταλαιπωρούμε. Να δούμε τι μπορούμε να κάνουμε.

**ΚΟΤΣΑΡΙΝΗΣ:** Ευχαριστώ. Λέγομαι Κοτσαρίνης, από τις Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ και θέλω να ρωτήσω κάτι τον κύριο Αποστόλου.

Τι γίνεται σχετικά με τον “κανιβαλισμό” και με τις προσφερόμενες τιμές από εταιρίες courier στους πελάτες; Δηλαδή, υπάρχουν προσφορές σε πελάτες, της τάξης του ενάμιση ευρώ παραδείγματος χάριν, για τα 15 ή τα 18 κιλά. Είναι αυτό δυνατόν; Πιστεύω, πρέπει να μας προβληματίσει όλους.

Ένα δεύτερο θέμα, σχετικά με τις άδειες, όπου υπάρχει το πρόβλημα που αναφέρατε και θίξατε... Πότε βλέπετε να τελειώνει αυτό το θέμα.; Δεν είναι δυνατόν, ένας μικρός συνεργάτης, ένας μικρός επαγγελματίας να μην

μπορεί να έχει στη διάθεσή του ένα μικρό φορτηγό ιδιωτικής χρήσης για να κάνει τις μεταφορές των δεμάτων που χρειάζεται.

Ευχαριστώ.

**ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Χ.:** Αναφορικά με τον έλεγχο των τιμών, υπάρχει το όριο δυόμισι φορές του βασικού τέλους των ΕΛΤΑ, το οποίο το ελέγχουμε και το οποίο είναι περίπου στο 1,4· στιδήποτε πάνω από αυτό το όριο είναι νόμιμο και, βέβαια, εφόσον είναι κάτω από 50 γραμμάρια. Αν είναι πάνω από 50 γραμμάρια, δεν υπάρχει κάποιος έλεγχος τιμών βάσει αποκλειστικών δικαιωμάτων των ΕΛΤΑ.

Ο έλεγχος τιμών που μπορούμε να κάνουμε στην απελευθερωμένη αγορά των ταχυμεταφορών είναι μόνο βάσει ανταγωνισμού.

Τώρα, οι πολύ χαμηλές τιμές, από μικρές εταιρίες που δεν έχουν καν μερίδιο στην αγορά, δεν είναι κάτι που μπορούμε να ελέγξουμε άμεσα. Έχει να κάνει με το πώς θα ισορροπήσει η αγορά, πλέον. Σίγουρα, δεν μας αρέσει να βλέπουμε εταιρίες να κλείνουν, όπως έγινε πρόσφατα· δεν ξέρω αν ήταν αυτός ο λόγος, βέβαια, αλλά δεν μπορούμε να κάνουμε κάτι πολύ συγκεκριμένο σ' αυτόν τον τομέα.

Αναφορικά με την έκδοση των αδειών φορτηγών, η πληροφόρηση που έχουμε από το Υπουργείο είναι ότι προωθούν άμεσα -και με την πίεση του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου- την τροποποίηση της εν λόγω Υπουργικής Απόφασης· δεν μπορώ να σας πω κάτι άλλο.

*«Μέχρι τέλος Απριλίου...», λέει ο κύριος Σακκάς.*

**ΣΥΡΙΓΟΣ Α. - Συντονιστής:** Να ευχαριστήσω πάρα πολύ τους τρεις ομιλητές που ήταν εδώ μαζί μας, καθώς και τους δύο ομιλητές που ήταν στο εξωτερικό.

**“Το μέλλον της Ταχυδρομικής Αγοράς:  
Ρυθμιστικές Προκλήσεις & Εργαλεία Ανάπτυξης”**

Να ευχαριστήσω, πρωτίστως, όλους εσάς που είχατε την υπομονή να μας ακούσετε. Θα κάνουμε ένα δεκάλεπτο διάλειμμα και επιστρέφουμε για τη συνέχεια.

Ευχαριστώ πάρα πολύ.

***ΛΗΞΗ 1<sup>ης</sup> ΕΝΟΤΗΤΑΣ***

## **2<sup>η</sup> Ενότητα**

### **“Ταχυδρομικές Υπηρεσίες με Επίκεντρο τον Πολίτη”**

**Συντονιστής: Μιχάλης Σακκάς –**

**Αντιπρόεδρος ΕΕΤΤ**

**για τον τομέα παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών**

**ΣΑΚΚΑΣ Μ. – Συντονιστής:** Κυρίες και κύριοι, μπαίνουμε στη δεύτερη ενότητα της Ημερίδας, στις ταχυδρομικές υπηρεσίες με επίκεντρο τον πολίτη.

Όπως πολύ καλά θα ξέρετε και θα καταλαβαίνετε, όλες οι ρυθμίσεις, όλοι οι νόμοι, όλες οι οδηγίες και όλα όσα ακούσατε μέχρι τώρα έχουν μεν ως σκοπό να αναπτύξουν την αγορά στον υγιή ανταγωνισμό, αλλά με επίκεντρο τον πολίτη! Δηλαδή, ο στόχος είναι η εξυπηρέτηση του καταναλωτή, του χρήστη.

Στα πλαίσια αυτά, σήμερα, έχουμε την τιμή και τη χαρά, κεντρικός ομιλητής στην ενότητα αυτή να είναι ο Γενικός Γραμματέας Καταναλωτή κύριος Δημήτριος Σπυράκος, τον οποίο καλούμε στο βήμα να μας αναπτύξει τις απόψεις του.

### **Κεντρική Ομιλία**

**ΣΠΥΡΑΚΟΣ Δ.:** Κύριε Πρόεδρε, κύριοι Αντιπρόεδροι, αγαπητοί φίλοι...

Σας ευχαριστώ, κατ' αρχήν, θερμά για την πρόσκληση να συμμετάσχω στη σημερινή Ημερίδα σας. Είναι και για εμάς πάρα πολύ σημαντική αυτή η θεματική που συζητείται σήμερα εδώ, γιατί οι εξελίξεις, πράγματι, στον κλάδο των ταχυδρομικών υπηρεσιών είναι, τα τελευταία χρόνια, ραγδαίες. Είναι

πολύ σημαντικό να διασφαλίσουμε σ’ αυτές τις εξελίξεις την προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών, τους οποίους, εν τέλει, έρχονται και να υπηρετήσουν αυτές οι αλλαγές.

Παρακολουθώντας κι εγώ ένα μέρος της πρωινής συνεδρίασης, διαπίστωσα ότι έχει γίνει μια σημαντική παρουσίαση των τομέων που συγκροτούν σήμερα τον ελληνικό ταχυδρομικό κλάδο, ενώ έχει δοθεί και το περίγραμμα των προβλημάτων τα οποία τίθενται προς αντιμετώπιση.

Στον τομέα της καθολικής υπηρεσίας, όπως επισημάνθηκε ήδη, υπάρχει ένας βασικός φορέας, ο Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας, τα ΕΛΤΑ, τα οποία, κυρίως, διεκπεραιώνουν το έργο της παροχής αυτής της υπηρεσίας, έχοντας κάποια συμμετοχή και οι ιδιωτικές ταχυδρομικές επιχειρήσεις, που παρέχουν, όμως, εξειδικευμένες υπηρεσίες υπό καθεστώς Ειδικής Αδείας.

Από την άλλη πλευρά, στις ταχυμεταφορές, πράγματι, τα προβλήματα είναι διαφορετικά· είναι ένας νέος κλάδος, ο οποίος αναπτύσσεται, όπως και όλοι οι άλλοι κλάδοι της αγοράς, σε συνθήκες ανταγωνισμού. Οι συνθήκες, σε αυτόν τον τομέα, διαφέρουν σημαντικά σε σχέση με την παροχή της καθολικής υπηρεσίας.

Στην καθολική υπηρεσία, ο φορέας κατέχει το συντριπτικό μερίδιο επί των αντικειμένων και είναι, χωρίς αμφιβολία, ο απόλυτα κυρίαρχος, μη έχοντας να αντιμετωπίσει κάποιον ανταγωνισμό.

Εν όψει, όμως, του πλήρους ανοίγματος της ταχυδρομικής αγοράς στην Ελλάδα, από τον Ιανουάριο 2013 -που, όπως αναφέρθηκε, ενδεχομένως και να επέλθει σε νωρίτερο χρονικό σημείο-, αναμένονται πολύ σημαντικές εξελίξεις σ’ αυτόν τον χώρο.

Η απελευθέρωση της αγοράς οδηγεί, πράγματι, σε έναν επανακαθορισμό και των προσδοκιών των καταναλωτών. Όσο το κράτος είναι αυτό που παρείχε -μέσω ελεγχόμενων από το ίδιο νομικών προσώπων- τις



ταχυδρομικές υπηρεσίες, εξασφάλιζε, κατά την αντίληψη πολλών καταναλωτών, την εξυπηρέτηση του δημοσίου συμφέροντος και των συμφερόντων των χρηστών στην οργάνωση και παροχή της υπηρεσίας και, ιδίως, την καθολικότητα της υπηρεσίας.

Πλέον, με την υποχώρηση της παροχής διοίκησης, δημιουργείται ένα κενό και μία ανασφάλεια ως προς τον φορέα ικανοποίησης των προσδοκιών αυτών, καθώς οι ιδιωτικές επιχειρήσεις λειτουργούν με κριτήρια μεγιστοποίησης των κερδών με τον κίνδυνο να υποβαθμιστούν συμφέροντα και ανάγκες των χρηστών, ιδίως ως προς την καθολική πρόσβαση στις υπηρεσίες.

Αυτό, ακριβώς, είναι το κενό το οποίο έρχεται να καλύψει η Προστασία του Καταναλωτή, η πολιτική και η νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή, γι' αυτό και η απελευθέρωση των ταχυδρομικών υπηρεσιών συνδέεται με τη διαμόρφωση και ενός πλέγματος κανόνων, που θα υποχρεώνει τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ταχυδρομικό τομέα σε έναν προς όφελος του καταναλωτή ανταγωνισμό, σε έναν ανταγωνισμό για την εξυπηρέτηση των αναγκών όλων των καταναλωτών.

Οι καταναλωτές προσδοκούν, λοιπόν, τα οφέλη από την απελευθέρωση της αγοράς, την παροχή προηγμένων και ανταγωνιστικών ταχυδρομικών υπηρεσιών, τη βελτίωση της ποιότητας και του κόστους, συγχρόνως, όμως, τη διασφάλιση της καθολικότητας των υπηρεσιών και την προστασία από καταχρηστικές πρακτικές, που, συχνά, συναντώνται κατά την παροχή των υπηρεσιών αυτών στην αγορά.

Η ανάπτυξη ενός πραγματικά ανταγωνιστικού κλάδου προϋποθέτει ρυθμιστικές παρεμβάσεις που θα εξασφαλίσουν τον καθολικό -και στις ίδιες προσιτές τιμές- χαρακτήρα των υπηρεσιών και την οριοθέτηση του ανταγωνισμού στην εξυπηρέτηση των αναγκών του καταναλωτή. Προϋποθέτει

ότι στο επίκεντρο λειτουργίας της αγοράς αυτής θα τεθεί ο ίδιος ο καταναλωτής.

Δεν είναι, άλλωστε, τυχαίο ότι οι ανεξάρτητες Ρυθμιστικές Αρχές -που, πρωτίστως, σκοπό έχουν να εδραιώσουν τη διαδικασία της απελευθέρωσης των αγορών, τη διαφύλαξη στη διαδικασία αυτή της καθολικότητας των υπηρεσιών, την τήρηση των κανόνων ανταγωνισμού, την απρόσκοπτη ανάπτυξη και λειτουργία των ταχυδρομικών αγορών- αφιερώνουν κι ένα σημαντικό μέρος της δραστηριότητάς τους στο μικροσκοπικό έλεγχο, δηλαδή στην προστασία της ποιότητας και των δικαιωμάτων των καταναλωτών.

Έτσι, με τη σειρά της και η ΕΕΤΤ αναπτύσσει σημαντική δράση για την προαγωγή της διαφάνειας, την τήρηση των κανόνων τιμολόγησης των παρεχομένων καθολικών υπηρεσιών, την προστασία των δικαιωμάτων των χρηστών, την παρακολούθηση της τήρησης των συμβατικών υποχρεώσεων των εταιριών, την ενθάρρυνση υποδομών για τη διαχείριση παραπόνων, τη διευκόλυνση επίλυσης των διαφορών, την καθιέρωση συστημάτων αποζημίωσης των χρηστών.

Δυο βασικά εργαλεία σ' αυτή τη διαδικασία, τα οποία, πράγματι, παίζουν -και αναμένεται να διαδραματίσουν- σημαντικό ρόλο στη βελτίωση της θέσης του καταναλωτή, είναι η Χάρτα Υποχρεώσεων προς τους Καταναλωτές, που προβλέπεται σύμφωνα με τον Γενικό Κανονισμό Παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών της ΕΕΤΤ, όπως και η πρωτοβουλία της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων για την κατάρτιση Κώδικα Δεοντολογίας για την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών στους καταναλωτές. Δεν αναφέρομαι σ' αυτά· ασφαλώς, έχουν καλυφθεί στην προηγούμενη ενότητα.

Η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή συναντάται στο πρόβλημα έχοντας μία διαφορετική αφετηρία, δηλαδή προσεγγίζοντας τα θέματα μέσα από τις

ανάγκες του ίδιου του καταναλωτή και τη συναλλακτική σχέση που αυτός αναπτύσσει.

Είναι η Γενική Γραμματεία που έχει, κυρίως, ως στόχο και καθήκον τη χάραξη και εφαρμογή της πολιτικής στον τομέα της προστασίας του καταναλωτή και τη μέριμνα για τον έλεγχο της εφαρμογής της νομοθεσίας που αφορά την προστασία του καταναλωτή. Επιλαμβάνεται των προβλημάτων που οι καταναλωτές αντιμετωπίζουν στις συναλλαγές, τόσο με επιχειρήσεις του ιδιωτικού όσο και του ευρύτερου δημοσίου τομέα.

Βασικό δε εργαλείο, που έχει για την άσκηση αυτής της εποπτείας, αποτελεί ο Νόμος 2251/1994, όπως ισχύει σήμερα με τις διάφορες τροποποιήσεις που έχουν γίνει, ο οποίος δεν περιορίζεται, απλά, στο να ρυθμίσει αυτές τις σχέσεις ιδιωτικού δικαίου των καταναλωτών με τους προμηθευτές, αλλά αναγορεύει κι αυτούς τους κανόνες που εμπεριέχει σε κανόνες δημοσίου -εν τέλει- δικαίου, την τήρηση των οποίων εποπτεύει ο Υπουργός Οικονομίας, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας, με τη δυνατότητα που έχει να επιβάλει σημαντικά πρόστιμα και κυρώσεις.

Θα ήθελα να αναφερθώ σε ορισμένες διατάξεις, μέσα από τις οποίες εκδηλώνεται αυτή η εποπτεία του Υπουργείου μας και της Γενικής Γραμματείας και, ίσως, μπορούν να καταστήσουν και σαφέστερο το πεδίο κοινής δράσης -αν θέλετε και οριοθέτησης- των αντικειμένων που έχουν να διαδραματίσουν οι δύο Αρχές (το Υπουργείο και η Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων).

Ιδιαίτερα σημαντικές για την παροχή των ταχυδρομικών υπηρεσιών είναι, κατ' αρχήν, οι διατάξεις του Άρθρου 8 για την ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες, σύμφωνα με τις οποίες, ο παρέχων υπηρεσίες ευθύνεται για κάθε περιουσιακή ζημία ή ηθική βλάβη που προκάλεσε, παράνομα και υπαίτια, με πράξη ή παράλειψή του, κατά την παροχή των υπηρεσιών αυτών στον καταναλωτή.

Η εφαρμογή των διατάξεων αυτών προϋποθέτει υπαίτια και παράνομη συμπεριφορά και, ίσως, αυτό είναι μια σημαντική διαφορά σε σχέση με την αντίστοιχη αρμοδιότητα της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων. Το Υπουργείο δεν ελέγχει την τήρηση των συμβάσεων παρά μόνο στον βαθμό που αυτές μπορούν να αναχθούν και στην παράβαση μίας διάταξης αυτού του νόμου, ενώ, όπως ξέρουμε, η ΕΕΤΤ έχει τη δυνατότητα να ελέγχει, να παρακολουθεί την τήρηση των συμβατικών όρων και να εισηγείται -στην περίπτωση των ταχυδρομείων- και την επιβολή προστίμων.

Αυτή η διάταξη, για την ευθύνη του παρέχοντος υπηρεσίες, έχει ένα σημαντικό στοιχείο που διευκολύνει την εφαρμογή της. Πιο συγκεκριμένα, δεν χρειάζεται να αποδειχθεί η υπαιτιότητα, αρκεί να αποδειχθεί η αιτιώδης σχέση ανάμεσα στη ζημιά που προκαλείται και στη συμπεριφορά του υπαλλήλου της ταχυδρομικής εταιρίας· το βάρος αναστρέφεται ως προς την υπαιτιότητα.

Προϋποθέτει, όμως, παράνομη συμπεριφορά, για την οποία θα πρέπει να πούμε ότι τα δικαστήρια, πολύ συχνά, την καταφάσκουν, ακριβώς γιατί η υποχρέωση τήρησης των συμβατικών υποχρεώσεων, σε αρκετές περιπτώσεις, με αναφορά πάντα στις ιδιαίτερες περιστάσεις, μπορεί να στοιχειοθετεί μία παράβαση των γενικών κανόνων και των επιταγών της καλής πίστης. Πράγματι, σε περιπτώσεις -λόγου χάριν- απώλειας ή καθυστερημένης παράδοσης των αντικειμένων της αποστολής, δέχονται τα δικαστήρια ότι η συμπεριφορά αυτή είναι παράνομη, γιατί παραβιάζει τη γενική υποχρέωση πρόνοιας των συναλλασσομένων, που βαραίνει κάθε προμηθευτή.

Ένα σημαντικό στοιχείο -γι’ αυτό το λόγο, έχει και μια πιο αυξημένη σημασία να αναδείξει κάποιος τον παράνομο χαρακτήρα αυτών των συμπεριφορών- είναι ότι, με αυτόν τον τρόπο, γίνεται αποτελεσματικότερη η προστασία που παρέχει κάποιος, όχι μόνο στον συμβαλλόμενο, δηλαδή στον

αποστολέα ενός δέματος, αλλά και στον παραλήπτη, στο βαθμό που και αυτός υφίσταται μία ζημιά από αυτήν την παράνομη συμπεριφορά.

Ήδη, πρόσφατα, ο Άρειος Πάγος αναγνώρισε μία χρηματική ικανοποίηση ύψους δέκα χιλιάδων ευρώ, διότι ο Πάροχος της Καθολικής Υπηρεσίας, ενώ αναζήτησε και δεν βρήκε τον παραλήπτη, δεν απέδωσε πίσω το αντικείμενο της αποστολής.

Στη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή λειτουργεί μία τηλεφωνική γραμμή μέσα από την οποία αντλείται ένα μεγάλο μέρος των καταγγελιών που υποβάλλονται και, ήδη, η γραμματεία μας, επανειλημμένα, έχει ασχοληθεί με περιπτώσεις -τις οποίες και έχει επιλύσει σε πολύ μεγάλη έκταση- που συνδέονται με ταχυδρομικές υπηρεσίες. Τον προηγούμενο χρόνο είχαμε 86 καταγγελίες καταναλωτών για πλημμελή παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών εκ των οποίων οι 42 αφορούσαν τα ΕΛΤΑ και οι 44 τις υπηρεσίες ταχυμεταφορών.

Αναφορικά με τις καταγγελίες που αφορούν τα ΕΛΤΑ, το κυριότερο πρόβλημα ήταν η καθυστέρηση παράδοσης του ταχυδρομικού αντικειμένου, ενώ ακολουθεί η καταστροφή του ταχυδρομικού αντικειμένου και, σπανιότερα, η απώλειά του. Μάλιστα, πολλές φορές, υπάρχουν αναφορές οι οποίες δεν εντάσσονται, απαραίτητα, στις καταγγελίες. Αφορούν παράπονα για μη προσήκουσα παροχή, με την έννοια ότι, για παράδειγμα, στην περίπτωση των συστημένων, δεν εξαντλούνται οι δυνατότητες για τη χορήγηση της συστημένης επιστολής στον αποδέκτη της με αποτέλεσμα να υποβάλλεται σε μια χρονοβόρα διαδικασία, να υποχρεούται να προσέλθει στα καταστήματα, όπου η εξυπηρέτηση δε συμπίπτει πάντα να είναι η καλύτερη, από άποψης χρόνου.

Επίσης, πολλοί σημαντικοί -κι εκεί είναι και ένας τομέας στον οποίο διαπιστώνουμε πολλά προβλήματα και στον οποίο πρόκειται να αναλάβουμε, σύντομα, σχετική δράση- είναι οι διάφοροι όροι που χρησιμοποιούν οι

πάροχοι των υπηρεσιών, οι οποίοι ελέγχονται για το κύρος τους, δηλαδή κατά πόσον είναι έγκυροι, κατά πόσο δεν είναι καταχρηστικοί. Έτσι, βλέπουμε πολύ συχνά -κι αυτό ισχύει, ιδίως, για τις ταχυμεταφορές- να εμπεριέχονται στις σχετικές συμβάσεις, σ’ αυτά τα “ψιλά γράμματα”, όροι που περιορίζουν τις ανειλημμένες συμβατικές υποχρεώσεις ή οριοθετούν την ευθύνη των εταιριών αυτών απαλλάσσοντάς τις από περιπτώσεις που μπορεί να έχουν υπαιτιότητα οι ίδιες για την πρόκληση της ζημιάς ή την πλημμελή παροχή της υπηρεσίας.

Ένα, μάλιστα, πρόβλημα που έχει εντοπιστεί σ’ αυτές τις περιπτώσεις, έχει να κάνει με το ότι οι εταιρίες αυτές, συχνά, αρνούνται την αποκατάσταση της ζημιάς γιατί δεν υπάρχει ασφαλιστική κάλυψη. Η ασφαλιστική κάλυψη έρχεται να καλύψει, όμως, την περίπτωση που η εταιρία δεν έχει η ίδια υπαιτιότητα στην πρόκληση της ζημιάς και, μάλιστα, εδώ μπαίνει και το ζήτημα ότι, πολλές φορές, υποχρεώνονται οι καταναλωτές να αναλάβουν να πληρώσουν ένα υψηλότερο ασφάλιστρο σ’ αυτές τις περιπτώσεις που, στην πραγματικότητα, δεν αφορά υπηρεσία προς τους ίδιους, γιατί την ευθύνη για την πλημμελή παροχή των υπηρεσιών την έχει η εταιρία.

Στην πραγματικότητα, η υπηρεσία που παρέχουν σε αρκετές περιπτώσεις αυτά τα ασφαλιστήρια είναι υπηρεσία προς την εταιρία ταχυμεταφορών, η οποία θα πρέπει να αναλαμβάνει και το κόστος της ή, τουλάχιστον, να περιορίζεται η ασφαλιστική κάλυψη που καλείται να πληρώσει ο καταναλωτής μόνο στην περίπτωση που δεν συνιφέρει υπαιτιότητα της εταιρίας.

Η Γενική Γραμματεία έχει θέσει, όπως είπα, ως στόχο, στο πλαίσιο της παραπάνω εποπτικής δραστηριότητας, τη συστηματική και αυτεπάγγελτη έρευνα - διερεύνηση των όρων που χρησιμοποιούνται. Υπάρχουν και πολλοί άλλοι όροι σ’ αυτές τις συμβάσεις που θα μπορούσαν να ελεγχθούν ως καταχρηστικοί, όροι που βάζουν διάφορες προθεσμίες αποκλειστικές για την

άσκηση των δικαιωμάτων, που αναστρέφουν το βάρος απόδειξης ή καθιερώνουν αρμοδιότητα στο δικαστήριο της Αθήνας, ακόμη κι αν η διαφορά βρίσκεται πολύ μακριά από την Αθήνα, με αποτέλεσμα να επιβαρύνεται υπέρμετρα στην άσκηση των δικαιωμάτων του ο καταναλωτής.

Εμείς, με βάση αυτήν την πλούσια νομολογία που έχει δημιουργηθεί σε πολλούς άλλους τομείς σχετικά με την παροχή των υπηρεσιών, πιστεύουμε ότι θα πρέπει να περάσουν από ένα “φιλτράρισμα” αυτές οι συμβάσεις, ώστε να αποκατασταθεί η ισορροπία και, στον τομέα αυτό, να έχουμε σύντομα ανάληψη πρωτοβουλιών.

Υπάρχουν και πολλές άλλες διατάξεις με βάση τις οποίες παρεμβαίνει η Υπηρεσία μας. Να αναφέρω, ενδεικτικά μόνο, αυτές που συνδέονται με τις λεγόμενες αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, δηλαδή πρακτικές που είτε είναι επιθετικές είτε επηρεάζουν τη συμπεριφορά, την επιλογή του καταναλωτή μέσα από την παραπλάνηση ως προς διάφορα στοιχεία της συναλλαγής. Επίσης, υπάρχουν οι διατάξεις για τις συμβάσεις από απόσταση, στις οποίες, νομίζω, θα αναφερθεί και κάποιος από τους επόμενους εισηγητές.

Για όλες, λοιπόν, τις παραπάνω περιπτώσεις, προβλέπονται σοβαρές διοικητικές κυρώσεις, που στοιχειοθετούν και την αρμοδιότητα της Γενικής Γραμματείας να παρεμβαίνει για την αποκατάσταση της ομαλής λειτουργίας της αγοράς.

Μέσα στα παράπονα των καταναλωτών -που, ίσως, δεν προσλαμβάνουν την μορφή καταγγελίας, αλλά θα άξιζε να αναφερθούν- είναι κι αυτά του υψηλού κόστους ή των υπερβολικών χρεώσεων των υπηρεσιών.

Το υψηλό κόστος ελέγχεται με βάση τη νομοθεσία ως προς τις προϋποθέσεις διαφάνειας που πρέπει να το χαρακτηρίζουν, όμως, από αναφορές που γίνονται στη Γενική Γραμματεία, φαίνεται να υπάρχει πραγματικά ένα σημαντικό πρόβλημα και, συγκεκριμένα, οι αμοιβές να είναι ως προς τους καταναλωτές, σε αρκετές περιπτώσεις, υψηλές. Υπάρχει ένας

ανταγωνισμός που αναπτύσσεται, κυρίως στις ταχυμεταφορές, προς τους επαγγελματίες, αλλά οι αμοιβές που καλείται, σε κάποιες περιπτώσεις, να καταβάλει ο καταναλωτής είναι πολύ υψηλές, ειδικά όταν διαμεσολαβεί αποστολή σε άλλη χώρα - στο πλαίσιο, όμως, της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Μάλιστα, θα μπορούσε κάποιος να πει ότι, συγκρίνοντας τις τιμές και με αυτές άλλων χωρών, υψηλές τιμές υπάρχουν και στην καθολική υπηρεσία. Αν δεν κάνω λάθος, σύμφωνα με κάποια στοιχεία που παρατήρησα στο διαδίκτυο, πρέπει να είμαστε, μάλλον, η τρίτη χώρα στην Ευρωπαϊκή Ένωση όσον αφορά το κόστος των υπηρεσιών -νομίζω, μετά τη Δανία και την Ιταλία- για μια βασική αποστολή μέχρι 50 γραμμάρια.

Συνεπώς, σ’ αυτόν τον τομέα, μέσα από την απελευθέρωση και την ανάπτυξη του ανταγωνισμού, θα πρέπει να αναδειχθούν -και προσδοκούμε όλοι- οφέλη για τους καταναλωτές.

Η Γενική Γραμματεία, αντιλαμβανόμενη τον αυξημένο ρόλο που καλείται να διαδραματίσει στην προστασία των καταναλωτών, στον τομέα των καθολικών υπηρεσιών, έχει δρομολογήσει τις διαδικασίες για την αναβάθμιση της οργάνωσής της με την τροποποίηση του οργανισμού της με σκοπό τη δημιουργία ξεχωριστής διεύθυνσης για την προστασία των καταναλωτών στην παροχή υπηρεσιών, στο πλαίσιο της οποίας θα δημιουργηθεί και αυτοτελές τμήμα καθολικών υπηρεσιών ή υπηρεσιών γενικού οικονομικού συμφέροντος, που θα έχουν αντικείμενο τις ταχυδρομικές - τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες, την ενέργεια, τον ηλεκτρισμό.

Με σκοπό, μάλιστα, την αποτελεσματικότερη άσκηση της εποπτείας, η Γενική Γραμματεία επιδιώκει -και είχε, μάλιστα, τελευταία, μια συνάντηση και με τον Πρόεδρο της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων, για την οποία και τον ευχαριστούμε!- τη συνεργασία με όλες τις Αρχές που έχουν εποπτικές αρμοδιότητες στους ειδικότερους τομείς της αγοράς.



Για τον καλύτερο, μάλιστα, συντονισμό και λειτουργία αυτής της συνεργασίας, προχωρεί στη σύναψη Μνημονίων Συνεργασίας με τις εν λόγω Αρχές, που θα προβλέπουν, μεταξύ άλλων, τις διαδικασίες με τις οποίες θα διασφαλίζεται η ανταλλαγή πληροφοριών και ο συντονισμός μεταξύ της Γενικής Γραμματείας και της Αρχής, της ΕΕΤΤ εν προκειμένω, με σκοπό την -κατά το δυνατόν- αποφυγή επικαλύψεων ή σύγκρουσης αρμοδιοτήτων στο πεδίο της εποπτείας και της διενέργειας των ελέγχων καθώς και τη μείωση του διοικητικού κόστους της εποπτείας, αποφεύγοντας το φαινόμενο να ασχολούμαστε οι ίδιοι, παράλληλα, με την ίδια πτυχή της ίδιας υπόθεσης.

Μέσα από αυτά τα Μνημόνια Συνεργασίας, πιστεύουμε ότι θα υπάρχει η παροχή κάθε άλλης συνδρομής που είναι αναγκαία για την εκτέλεση των καθηκόντων και των δύο πλευρών. Προσβλέπουμε στην αμοιβαία ενημέρωση για τις κυρώσεις και για όλα τα θέματα τα οποία σχετίζονται με τη διαδικασία της εποπτείας και πιστεύουμε ότι, σύντομα, θα μπορούσαμε να υλοποιήσουμε μία τέτοια πρωτοβουλία.

Συνοψίζοντας, θα έλεγα ότι η αναμενόμενη απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς θα οδηγήσει, ασφαλώς, στην επίτευξη μιας ενιαίας εσωτερικής αγοράς μέσω της άρσης των αποκλειστικών δικαιωμάτων και των προνομίων στον τομέα της καθολικής υπηρεσίας.

Με την πλήρη απελευθέρωση, θα ολοκληρωθεί μια μακρά διαδικασία μεταρρυθμίσεων για το άνοιγμα των αγορών και την αποτελεσματική δραστηριοποίηση των επιχειρήσεων σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Ωστόσο, στο επίκεντρο όλων αυτών των εξελίξεων πρέπει να τεθεί ο καταναλωτής, έτσι ώστε η πλήρης απελευθέρωση να συμβάλλει σημαντικά στην περαιτέρω ανάπτυξη και στη βελτίωση των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Σας ευχαριστώ πολύ.

**ΣΑΚΚΑΣ Μ. – Συυττουισστής:** Ευχαριστούμε τον κύριο Γενικό Γραμματέα για τις απόψεις του αρμόδιου Υπουργείου που ανέπτυξε και τις διευκρινίσεις που έδωσε.

Μπαίνοντας την ουσία της ενότητας, δίνουμε το λόγο στον Πρόεδρο της Ανεξάρτητης Αρχής “Συνήγορος του Καταναλωτή” κύριο Ευάγγελο Ζερβέα.

**ΖΕΡΒΕΑΣ ΕΥ.:** Ευχαριστώ, κύριε Σακκά.

Ευχαριστώ για την πρόσκληση, με την οποία μου δίνεται η ευκαιρία να παρέμβω σε ό,τι αφορά το θέμα του οφέλους του διαμεσολαβητικού ρόλου του Συνηγόρου του Καταναλωτή για τους καταναλωτές και τους παρόχους στις υπηρεσίες αυτές.

Η σημασία του κλάδου των ταχυδρομικών υπηρεσιών για την οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνική συνοχή κάθε χώρας είναι αναμφισβήτητη και δεδομένη, καθώς, αφενός μεν συμβάλλει στη διακίνηση αντικειμένων και εμπορευμάτων εξυπηρετώντας έναν τεράστιο όγκο ιδιωτικών και δημοσίων συναλλαγών κάθε είδους, αφετέρου δε διευκολύνει την καθημερινή επικοινωνία των πολιτών με απλό, φθηνό και αποτελεσματικό τρόπο.

Η ελληνική ταχυδρομική αγορά είναι ένας δυναμικά αναπτυσσόμενος εμπορικός κλάδος υψηλής κερδοφορίας, που εμφανίζει προοδευτικό ρυθμό ετήσιας ανάπτυξης και διακριτά σημάδια ανταγωνισμού.

Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία που αφορούν το έτος 2008, στην ελληνική ταχυδρομική αγορά διακινήθηκαν 777 εκατομμύρια ταχυδρομικά αντικείμενα, τα οποία απέφεραν στις ταχυδρομικές επιχειρήσεις έσοδα της τάξης των 753 εκατομμυρίων ευρώ.

Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια ταχυδρομική αγορά, στο τέλος του 2008 ανέρχονταν σε 1.108 και απασχολούσαν πάνω

από 22.000 άτομα. Η επερχόμενη -βάσει ευρωπαϊκής Οδηγίας- πλήρης απελευθέρωση ταχυδρομικών υπηρεσιών στην Ελλάδα, έως το 2013, θα επηρεάσει με βεβαιότητα τα οικονομικά μεγέθη της εγχώριας ταχυδρομικής αγοράς και θα συμβάλλει στην ανακίνηση του υπάρχοντος ανταγωνισμού, ο οποίος αναμένεται να επιφέρει σειρά πλεονεκτημάτων για τους καταναλωτές, αναφορικά, κυρίως, με το κόστος και την ταχύτητα της διανομής των ταχυδρομικών αντικειμένων τους, όπως, επίσης, με τον σχεδιασμό και τη διάθεση στο κοινό ακόμα πιο εξελιγμένων υπηρεσιών.

Δίχως, ωστόσο, την ικανοποίηση ορισμένων βασικών απαιτήσεων, αυτά τα πλεονεκτήματα δεν μπορεί παρά μακροπρόθεσμα να αποδειχθούν κενά περιεχομένου. Σε μια αγορά με πληθώρα δραστηριοποιούμενων προμηθευτών, ποικιλία προσφερόμενων υπηρεσιών και διαβαθμίσεις των ποιοτικών τους χαρακτηριστικών, οι καταναλωτές χρειάζονται, πάνω από όλα, να είναι σίγουροι για την ασφάλεια της μεταφοράς των αποστολών τους, για την προστασία των προσωπικών τους δεδομένων, για την εμπιστευτικότητα των διαβιβαζόμενων πληροφοριών και, τέλος, για την προστασία της ιδιωτικής τους ζωής.

Γίνεται σαφές ότι η εύρυθμη λειτουργία ολόκληρης της ταχυδρομικής αγοράς, δηλαδή τόσο του τομέα της καθολικής υπηρεσίας όσο και του τομέα των ταχυμεταφορών, πρέπει να στηρίζεται στον επιδεικνυόμενο σεβασμό των προμηθευτών προς τις αρχές του ηθικώς επιχειρείν και του υγιούς ανταγωνισμού, στην εκ μέρους τους υιοθέτηση μιας πελατοκεντρικής επιχειρηματικής συμπεριφοράς, στην αδιαπραγμάτευτη συμμόρφωσή τους προς τις διατάξεις του εκάστοτε ισχύοντος κανονιστικού και ρυθμιστικού πλαισίου αλλά και σε εργαλεία και μεθόδους αυτορρύθμισης μέσω της θέσπισης και της εφαρμογής επίκαιρων -πάντοτε- και ουσιαστικών κωδίκων δεοντολογίας.

Οι επισημάνσεις αυτές, αν και αυτονόητες, έχουν ισχυρή σημειολογική σημασία από τη σκοπιά της προστασίας των δικαιωμάτων των καταναλωτών, καθώς δεν είναι απίθανο, στον “βωμό” της οικονομικής ανάπτυξης και του αγώνα για τη βιωσιμότητα κάθε ταχυδρομικής επιχείρησης ξεχωριστά, υπό συνθήκες εντόνου ανταγωνισμού, να παρατηρείται η εφαρμογή αθέμιτων και δολίων επιχειρηματικών πρακτικών και μεθόδων.

Απώτερο κέρδος για τις επιχειρήσεις του ταχυδρομικού κλάδου, μέσα από τον ορθό και σύννομο τρόπο λειτουργίας τους, θα πρέπει να εννοείται η αδιάλειπτη επιβεβαίωση της θετικής συμβολής τους στην κοινωνική συνοχή και την οικονομική ζωή της χώρας. Είναι, ακριβώς, αυτή η διάσταση της λειτουργίας τους που τους εξασφαλίζει περίοπτη θέση στο κέντρο της επιχειρηματικής ανάπτυξης και της οικονομικής προόδου της χώρας, με προφανή τα οφέλη για την επέκταση του κλάδου εργασιών τους και τη διεύρυνση της κερδοφορίας τους.

Από αυτή την άποψη, κρίνεται απολύτως προς όφελος των ταχυδρομικών παρόχων να μεριμνούν συστηματικά για την επιχειρηματική συμπεριφορά τους, για την εμπέδωση αισθήματος εμπιστοσύνης και την καλλιέργεια κλίματος εντιμότητας στις συναλλαγές με τους πελάτες τους.

Απολύτως σημαντικός, στο σημείο αυτό, είναι ο ρόλος που μπορούν να επιτελέσουν τα όργανα της κρατικής διοίκησης, που είναι υπεύθυνα για την προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών, όχι μόνο στο επίπεδο της θέσπισης κανόνων δικαίου ή της επιβολής κυρώσεων, αλλά, επιπλέον, στο επίπεδο της δυνατότητας που πρέπει να παρέχει η πολιτεία στους πολίτες, να διατυπώνουν παράπονα και ενστάσεις και να ζητούν τη δικαίωσή τους όταν οι κανόνες αυτοί παραβιάζονται από τους εκπροσώπους της αγοράς.

Έτσι, στο πλαίσιο αυτό, ο Συνήγορος του Καταναλωτή θεσμοθετήθηκε για να λειτουργεί ως εξωδικαστικό όργανο συναινετικής επίλυσης των καταναλωτικών διαφορών.

Η σπουδαιότητα της εξωδικαστικής επίλυσης και παρέμβασης για την επίλυση των καταναλωτικών διαφορών εντοπίζεται στη δυνατότητα που παρέχεται στα εμπλεκόμενα μέρη να επιλύσουν τη διαφορά τους με συμβιβαστικές υποχωρήσεις και να επιληφθούν τα δικαστήρια τότε μόνο όταν αυτοί οι ίδιοι, οι ενδιαφερόμενοι, δεν μπορούν να την επιλύσουν.

Για τους καταναλωτές που κάνουν χρήση αυτής της δυνατότητας, το κέρδος αντικατοπτρίζεται στο μηδενισμό του κόστους και στην ενίσχυση της ευελιξίας τους. Το όφελος είναι μεγάλο και για τους προμηθευτές, καθώς η δυνατότητα της εξωδικαστικής παρέμβασης εγγυάται τη διαφύλαξη του κύρους τους από το δυσφημιστικό πλέγμα που μπορεί να καταφέρει ένα αδίκως -δια της δικαστικής οδού- εκφρασμένο παράπονο.

Στην περίπτωση των ταχυδρομικών εταιριών, ο Συνήγορος του Καταναλωτή δεν έχει δεχτεί αξιοσημείωτο αριθμό αναφορών από καταναλωτές - και αυτό το επισημαίνω.

Υποθέτω -και δε διστάζω να το πω- ότι αυτό συμβαίνει, ίσως και διότι ασκείται η σωστή εποπτεία από την Ανεξάρτητη Αρχή, την ΕΕΤΤ.

Το ποσοτικό αυτό στοιχείο, βέβαια, δρα ανεξάρτητα από την ποιοτική διάσταση του αντικειμένου των αναφορών, από το οποίο μπορεί να προκύπτουν γενικότερες προβληματικές περιοχές που χρήζουν ξεκάθαρης επισήμανσης και ταχείας αποκατάστασης προς όφελος του συνόλου των καταναλωτών αλλά και της εύρυθμης λειτουργίας της ταχυδρομικής αγοράς.

Η επεξεργασία των αναφορών, που δέχεται η Αρχή, δείχνει ότι στην κορυφή των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές - χρήστες των ταχυδρομικών υπηρεσιών βρίσκεται η άρνηση των εταιριών να ικανοποιούν

ολοκληρωτικά απαιτήσεις αποζημιώσεων στην περίπτωση καταστροφής του περιεχομένου της αποστολής.

Η Αρχή έχει δεχτεί μικρό αριθμό αναφορών σχετικά, που έχουν να κάνουν, α. με ζητήματα απρεπούς συμπεριφοράς των εργαζομένων στις ταχυδρομικές επιχειρήσεις κατά την άσκηση των καθηκόντων τους, β. με την έλλειψη του αρμόζοντα σεβασμού έναντι του συναλλασσομένου κοινού και γ. αρκετά συχνά, με καταγγελία καθυστέρησης στη διανομή ή ακόμα και απώλειας ταχυδρομικών αντικειμένων.

Ο Συνήγορος του Καταναλωτή επιχειρεί, από την πρώτη στιγμή, τη φιλική διευθέτηση κάθε σχετικής ανακύψασας διαφοράς, καλώντας τις καταγγελλόμενες επιχειρήσεις να ικανοποιούν καλόπιστα όσα αιτήματα προβάλλουν οι καταναλωτές και είναι δίκαια.

Από εκεί κι έπειτα, αιτήματα που παραμένουν ανικανοποίητα, προκαλούν την περαιτέρω και σε βάθος διερεύνησή τους από την Αρχή με επιστημονικό, αμερόληπτο και μεθοδικό τρόπο, προκειμένου, εν κατακλείδι, να απευθυνθεί προς τα εμπλεκόμενα μέρη η δέουσα -κατά την κρίση του Συνηγόρου του Καταναλωτή- σύσταση, που θα επιφέρει την καλύτερη δυνατή επίλυση της διαφοράς.

Όπου απαιτείται, εξάλλου, σημαντικός είναι ο ρόλος που διαδραματίζει η συντονισμένη συνεργασία του Συνηγόρου του Καταναλωτή με άλλους συναρμόδιους φορείς: εν προκειμένω, με την ΕΕΤΤ, η οποία αναπτύσσει ελεγκτική και εποπτική δράση όσον αφορά την ποιότητα, τις τιμές και την καινοτομία των παρεχόμενων ταχυδρομικών υπηρεσιών στην αγορά.

Σε γενικές γραμμές, η διαχείριση -από το Συνήγορο του Καταναλωτή- καταγγελιών πολιτών κατά ταχυδρομικών επιχειρήσεων έρχεται να αποκαλύψει τον υψηλό βαθμό αποδοχής του διαμεσολαβητικού ρόλου του από τους προμηθευτές του κλάδου καθώς, επίσης, την ειλικρινή τους διάθεση για συμμόρφωση προς τις συστάσεις που τους απευθύνουν.

Προς αυτή την κατεύθυνση, βοηθά το κύρος που διαπνέει η λειτουργία της Ανεξάρτητης Αρχής, η οποία, ήδη, μετά από τρία - τέσσερα χρόνια ουσιαστικής λειτουργίας της στην καθημερινότητα των Ελλήνων πολιτών – καταναλωτών, έχει “ενηλικιωθεί”. η ποιότητα της παρέμβασης που ασκεί είναι το κεντρικό της μέλημα και, συνεχώς, κερδίζει την εμπιστοσύνη των μερών μιας διαφοράς για την αντικειμενική και δίκαιη αντιμετώπισή τους!

Από αυτήν την άποψη, η λειτουργία του Συνηγόρου του Καταναλωτή είναι προσανατολισμένη να έχει πολλαπλούς αποδέκτες και επωφελούμενους: από τη μια, οι καταναλωτές θα πρέπει να γνωρίζουν ότι δεν είναι απροστάτευτοι κι ότι η πολιτεία θέτει στη διάθεσή τους απλούς, ανέξοδους, αποτελεσματικούς τρόπους για την επίλυση της καταναλωτικής διαφοράς και, από την άλλη, οι προμηθευτές, με τη σειρά τους, θα πρέπει να γνωρίζουν ότι θα αντιμετωπίζονται με αμεροληψία και με αντικειμενικότητα, όπως και ότι διαθέτουν στο πρόσωπο της Αρχής έναν πάντα πολύτιμο σύμμαχο στον κοινό αγώνα για την πάταξη αθέμιτων επιχειρηματικών πρακτικών και τη “θεραπεία” προβληματικών τομέων, που μπορεί να θίγουν το κύρος τους και να δυσφημούν την αγορά.

Σας ευχαριστώ.

**ΣΑΚΚΑΣ Μ. – Συυτοιιστής:** Ευχαριστούμε τον Συνήγορο του Καταναλωτή και, συγκεκριμένα, τον κύριο Ζερβέα, για την εμπειριστατωμένη ανάλυσή του και δίνουμε το λόγο στον κύριο Ιωάννη Κουρνιώτη, Πρόεδρο της Ένωσης Επιχειρήσεων Πωλήσεων από Απόσταση και Άμεσου Marketing (ΕΠΑΜ) - είναι ένας κλάδος και μια διαδικασία που έχει δημιουργήσει αρκετό προβληματισμό και ενδιαφέρον στη σημερινή εποχή.

**ΚΟΥΡΝΙΩΤΗΣ Ι.:** Εκ μέρους της ΕΠΑΜ, θέλω να ευχαριστήσω την ΕΕΤΤ για τη σημερινή πρόσκληση προκειμένου να ακουστούν οι απόψεις της αγοράς, την οποία εκπροσωπεί η Ένωση Επιχειρήσεων Πωλήσεων από Απόσταση και Άμεσου Marketing.

Κύριε Γενικό Γραμματέα του Καταναλωτή, κύριοι Πρόεδροι των Ανεξάρτητων Αρχών, κυρίες και κύριοι...

Θέλω να πω, με δυο λόγια, τι αντιπροσωπεύει η ΕΠΑΜ.

Η ΕΠΑΜ είναι ο φορέας εκπροσώπησης για πωλήσεις που γίνονται από απόσταση. Ιδρύθηκε το 2001, για την αντιμετώπιση, κυρίως, των προβλημάτων που είχε η αγορά με τα Ελληνικά Ταχυδρομεία.

Συγκεκριμένα, για να σας θέσω το πόσο σοβαρή ήταν η κατάσταση τότε που δημιουργήθηκε η Ένωση, το 2001, τα ΕΛΤΑ απεφάσισαν την αύξηση του διαφημιστικού ταχυδρομείου κατά 82%. Φανταστείτε -όπως είπα και στον υπεύθυνο της ΕΕΤΤ, σήμερα, το πρωί- το γεγονός αυτό και θα αντιληφθείτε ότι θα έπρεπε να “παραδώσουμε τα κλειδιά” και να πάμε σπίτι μας!..

Η ΕΠΑΜ, εκτός από τις εταιρίες που πουλάνε από απόσταση, στους κόλπους της έχει δεχτεί και εταιρίες που ασχολούνται με το άμεσο μάρκετινγκ και εξυπηρετούν την αγορά μας, ήτοι εταιρίες διαφημιστικές, αποστολής αγαθών, διαφήμισης, τηλεφωνικής εξυπηρέτησης κλπ.

Στο κάτω μέρος της διαφάνειας βλέπετε μερικές από τις εταιρίες οι οποίες είναι μέλη της ΕΠΑΜ. Πρέπει να τονίσω ότι η ΕΠΑΜ είναι μέλος της ΕΜΟΤΑ (της Πανευρωπαϊκής Ένωσης Πωλήσεων από Απόσταση), καθώς και της FEDMA, αλλά και θεσμοθετημένο μέλος του Συμβουλίου Καταναλωτή και Αγοράς, που θεσμοθέτησε πριν από λίγα χρόνια το Υπουργείο Ανάπτυξης.

Θέλω να δώσω έναν ορισμό του τι εννοούμε όταν μιλάμε για πωλήσεις από απόσταση. Βασικά, πώληση από απόσταση είναι η πώληση όπου ο καταναλωτής και ο πωλητής δε βρίσκονται στο ίδιο μέρος. Άρα, οι πωλήσεις από απόσταση έχουν να κάνουν με ταχυδρομικές επιστολές που



αποστέλλονται, παραγγελίες που δίδονται μέσα από το διαδίκτυο, μέσα από καταλόγους, καταχωρήσεις σε έντυπα κλπ. Μπορεί να αφορούν φυσικό προϊόν ή υπηρεσία, όπως είναι ένα ταξίδι, μια κάρτα, δάνεια, ξενοδοχεία κλπ. Βλέπετε ότι οι πωλήσεις από απόσταση καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα της οικονομικής δραστηριότητας.

Δύο λόγια για το τι αντιπροσωπεύουν σε διάφορες χώρες οι πωλήσεις από απόσταση. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, όπου γεννήθηκαν εκ πρώτους οι πωλήσεις από απόσταση, υπερβαίνουν το 10% των λιανικών πωλήσεων. Άρα, μιλάμε για μια πολύ σημαντική αγορά. Στην Ευρώπη κινούνται μεταξύ 0,5% και 7,5%. Στην Ελλάδα, αν βάλουμε και τις διάφορες υπηρεσίες μέσα, αν και αυτά τα νούμερα δεν είναι πολύ ασφαλή, η αγορά μας πρέπει να κινείται γύρω στο 1% των λιανικών πωλήσεων. Άρα, βλέπουμε ότι η αγορά έχει μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης και, λόγω του διαδικτύου, στο μέλλον, υπολογίζουμε ότι η αγορά αυτή θα αναπτυχθεί πάρα πολύ.

Να πούμε τι κάνει η ΕΠΑΜ...

Βασικά, η ΕΠΑΜ ιδρύθηκε για να κατοχυρώσει τις πωλήσεις από απόσταση, να προασπίσει τη θετική εικόνα που πρέπει να έχουν οι πωλήσεις από απόσταση στο ευρύ καταναλωτικό κοινό - και ξέρετε, πιθανώς, όλοι σας παραδείγματα κακών πρακτικών στην αγορά αυτήν, την οποία σήμερα εκπροσωπώ.

Θέλουμε να προστατέψουμε τα μέλη μας -και τα συμφέροντα των μελών μας- από διάφορα προβλήματα που μπορεί η αγορά να έχει από μία Δημόσια Αρχή και να εκπροσωπούμε τις εταιρίες και τις επιχειρήσεις μας έναντι αυτών των Αρχών.

Η ΕΠΑΜ έχει καταθέσει έναν Κώδικα -δεσμευτικό για τα μέλη της- στο Υπουργείο Ανάπτυξης, ο οποίος έχει γίνει αποδεκτός και τηρείται απαρέγκλιτα από όλες τις επιχειρήσεις-μέλη μας. Είναι ένα σοβαρό εργαλείο, για να κρίνεται κατά πόσον οι εταιρίες εξυπηρετούν τους πελάτες τους σωστά

και υπεύθυνα ή παρεκτρέπονται. Έχουμε παραδείγματα -φυσικά, όχι πολλά- όπου η ίδια η Ένωση παρενέβη προκειμένου να υποστηρίξει το δικαίο κάποιου καταναλωτή.

Γίνεται προσπάθεια αναβαθμίσεως της ποιότητας των προσφερομένων υπηρεσιών από τις εταιρίες-μέλη μας προς τους καταναλωτές. Ταυτόχρονα, θέλουμε να αναπτύξουμε σε καλό βαθμό και τις υπηρεσίες που παίρνουν τα μέλη μας από τους προμηθευτές τους - στην περίπτωση αυτή, τη σημερινή, από τις εταιρίες που μας παρέχουν ταχυδρομικές υπηρεσίες.

Να δούμε, λίγο, εν τάχει, τα προβλήματα που έχει η ταχυδρομική αγορά. Δυστυχώς, δεν είναι ο κύριος Βαρσάμης εδώ. Θα ήταν ενδιαφέρον να άκουγε μερικά από τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κλάδος μας, ο οποίος, κυρίως, χρησιμοποιεί την υπηρεσία info post, δηλαδή το διαφημιστικό ταχυδρομείο.

Είναι σε όλους γνωστό ότι τα διαφημιστικά έντυπα δε χρησιμοποιούνται και δεν απολαμβάνουν της προσοχής όπως οι υπόλοιπες επιστολές - και αυτό είναι λάθος, διότι είναι μια μεγάλη αγορά για οποιονδήποτε πάροχο καθολικής υπηρεσίας.

Η υπηρεσία αυτή, όπως παρέχεται σήμερα, είναι πάρα πολύ ακριβή και είναι ένας από τους λόγους της μη εξάπλωσης της αγοράς μας. Σε περιπτώσεις αυξήσεως των τιμών, όπως πριν από λίγους μήνες είχαμε, εμείς παίρνουμε το “μερίδιο του λέοντος”, γιατί είναι η μεγαλύτερη αγορά την οποία έχουν τα ΕΛΤΑ σήμερα.

Ο Πάροχος Καθολικής Υπηρεσίας, λόγω κακής οργάνωσής του και λειτουργίας, δεν παραδίδει τα δέματα σωστά, έχει μεγάλες επιστροφές και, κυρίως, δεν μπορεί να παρακολουθήσει κάποιος το δέμα του από τη στιγμή που φεύγει από τις εγκαταστάσεις των δικών μας επιχειρήσεων μέχρι που πάει στον τελικό καταναλωτή. Είναι ντροπή, πραγματικά, εν έτη 2010, να μη

διαθέτει το ταχυδρομείο ένα στοιχειώδες σύστημα παρακολούθησης, όπως είναι ο γραμμικός κώδικας!

Πρέπει να τονίσω ότι οι εταιρίες μας ταξινομούν τις επιστολές που στέλνουν κατά κωδικό ταχυδρομείου, δηλαδή παραδίδουμε έτοιμο το πακετάκι στον διανομέα, για να το πάει στον καταναλωτή. Εν πολλοίς, υπηρεσίες τις οποίες έπρεπε να προσφέρει το ταχυδρομείο σ' εμάς, τις προσφέρουμε εμείς λόγω ελλιπούς οργάνωσης των ταχυδρομείων.

Όπως είναι διαμορφωμένη η αγορά, δεν είναι οικονομική η επέκταση των εναλλακτικών παρόχων στο επιστολικό. Αυτό μπορεί να συμβεί μόνο με την ολοκληρωτική απαλλαγή της αγοράς μας από το μονοπώλιο. Υπάρχει διοικητικό κενό. Πρόσφατα είπα -και στον κύριο Βαρσάμη, σήμερα- ότι έχουμε εννιά μήνες να δούμε το ταχυδρομείο στην πόρτα μας ή να μας μιλήσει. Προσπαθούμε να μιλήσουμε, αλλά δεν υπάρχει ηγεσία στο ταχυδρομείο -η οποία διορίστηκε πρόσφατα, πριν από ένα μήνα- και αυτό συμβαίνει σε κάθε αλλαγή πολιτικής ηγεσίας.

Δεν υπάρχει ανάπτυξη της αγοράς μας λόγω του μονοπωλίου. Το ταχυδρομείο "στέκεται" πάνω σε μονοπώλιο. Δεν ενδιαφέρεται να αναπτύξει τη δική μας αγορά και, πάρα πολλές φορές, έχει ασκήσει δεσποζούσα θέση στην αγορά - που θα έπρεπε, λογικά, οι Ανεξάρτητες Αρχές να έχουν σπεύσει να δουν το πρόβλημα.

Σήμερα, σε μερικές από τις παρουσιάσεις, παρακολουθήσαμε τι συνέβη στην υπόλοιπη Ευρωπαϊκή Ένωση και πώς ανταποκρίθηκε η αγορά στην απελευθέρωση. Από πληροφορίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, οι τιμές για το επιστολικό ιδιωτών, σε κάποιες χώρες, αυξήθηκαν. Οι τιμές για το εμπορικό ταχυδρομείο μειώθηκαν.

Ένα σημαντικό στοιχείο, που ο κύριος Βαρσάμης το υποτίμησε στη σημερινή παρουσίασή του, είναι πως, παρ' ότι το email και οι άλλες μοντέρνες υπηρεσίες κερδίζουν έδαφος σήμερα αναφορικά με την

επικοινωνία των επιχειρήσεων με τους πελάτες τους, οι εμπορικές επιστολές κρατάνε τον όγκο τους σε πολλές χώρες, διότι οι εταιρίες βρίσκουν το μέσο πολύ δυναμικό για ανάπτυξη των σχέσεων με τους πελάτες τους. Είναι τόσο πολύ σημαντικό, που θα πρέπει ο καθολικός πάροχος να δει το θέμα αυτό.

Γενικά, όπως ακούσαμε και σήμερα, η απελευθέρωση δημιουργήσε ένα ευνοϊκό επιχειρηματικό κλίμα με βελτιώσεις στην ποιότητα και στις τιμές αλλά και στην ανάπτυξη του όγκου των πωλήσεων από απόσταση.

Οι προτάσεις μας...

Ήδη, μας είπαν οι κύριοι ότι το 95% του όγκου της αγοράς θα έχει απελευθερωθεί εντός του 2010 ή στο τέλος του 2010, ενώ ακολουθούν οι υπόλοιπες δέκα χώρες μαζί με τη “βραδυπορούσα” Ελλάδα - και δεν είναι προς τιμήν της χώρας μας να είμαστε πάντα οι τελευταίοι που απελευθερώνουν οτιδήποτε ή να χρειαζόμαστε μια δικαστική εμπλοκή με την Ευρωπαϊκή Ένωση για να πάρουμε ένα μέτρο· δεν είναι προς το συμφέρον μας και, νομίζω, δεν είναι και υπέρ της φήμης της χώρας!..

Προς το συμφέρον της χώρας, νομίζω, είναι να επισπεύσουμε την πλήρη απελευθέρωση της αγοράς πριν το τέλος του 2012. Η πλήρης απελευθέρωση θα δημιουργήσει θετικές προοπτικές για ανάπτυξη της αγοράς, κατά το πρότυπο της τηλεφωνίας. Η χώρα έχει μία σημαντικότερη εμπειρία από τον χειρισμό της τηλεφωνίας στην Ελλάδα. Είναι προς τιμήν της ΕΕΤΤ, που κατάφερε, στο χρονικό διάστημα που έχει γίνει η απελευθέρωση της τηλεφωνίας, να φέρει τα πράγματα εκεί που έπρεπε να τα φέρει - και ξέρουμε ότι τα τελευταία δέκα χρόνια έχουμε σημαντικές μειώσεις, χρόνο με τον χρόνο, των τελών τηλεφωνίας στη χώρα, αυτή, που ζούμε.

Νομίζω ότι η εμπειρία της ΕΕΤΤ είναι χρήσιμη και πρέπει να δοθεί η αρμοδιότητα στην Ανεξάρτητη Αρχή να επιβάλει και να προωθήσει την απελευθέρωση και στον δικό μας κλάδο.

Ευχαριστώ πάρα πολύ.

**ΣΑΚΚΑΣ Μ. – Συυτουιστής:** Ευχαριστούμε τον κύριο Κουρνιώτη για την αναλυτική, πράγματι, εισήγησή του και παρακαλώ την κυρία Αγγελική Κορωνιώτη, Ειδική Επιστήμων στην Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων, να μας παρουσιάσει τις απόψεις της.

**ΚΟΡΩΝΙΩΤΗ Α.:** Κύριε Γενικό, κύριε Πρόεδρε, κυρίες και κύριοι...

Η Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων, όπως, ήδη, γνωρίζετε, ρυθμίζει και εποπτεύει την ταχυδρομική αγορά. Στα πλαίσια των αρμοδιοτήτων της, επιδιώκει τη διασφάλιση των δικαιωμάτων των χρηστών και ιδιαίτερα ότι, κατά την παροχή των ταχυδρομικών υπηρεσιών, εφαρμόζεται απόλυτα η σύμβαση μεταξύ του αποστολέα –χρήστη και του παρόχου της ταχυδρομικής υπηρεσίας.

Η ΕΕΤΤ είναι, εν τέλει, ο συνδετικός κρίκος ανάμεσα στο χρήστη ταχυδρομικών υπηρεσιών και στην ταχυδρομική αγορά. Στο πλαίσιο αυτό, η ΕΕΤΤ, μέσω των αρμόδιων διευθύνσεών της, εντοπίζει θέματα που απαιτούν την παρέμβασή της, προβαίνει σε ρυθμιστικές και ελεγκτικές δράσεις για την επίλυση των προβλημάτων και την εύρυθμη λειτουργία της αγοράς και, προς αυτήν την κατεύθυνση, διενεργεί ελέγχους και ακροάσεις των παρόχων, ενώ, στις περιπτώσεις που διαπιστώνει παραβάσεις, έχει τη δυνατότητα να επιβάλει συστάσεις, πρόστιμα ή διοικητικές κυρώσεις. Επιπλέον, σχεδιάζει ενημερωτικές δράσεις για τα ζητήματα που ενδιαφέρουν άμεσα τους καταναλωτές.

Το 2009, η ΕΕΤΤ, στο πλαίσιο των ρυθμιστικών αρμοδιοτήτων της και αποσκοπώντας στην καταγραφή και αξιοποίηση των απόψεων των ενδιαφερόμενων μερών – φορέων και των καταναλωτών, διεξήγαγε δημόσια διαβούλευση με αντικείμενο την έκδοση Κώδικα Δεοντολογίας για την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών.

Η δημόσια διαβούλευση έλαβε χώρα από 09 Νοεμβρίου έως 30 Νοεμβρίου 2009. Στη συνέχεια, η ΕΕΤΤ, το Δεκέμβριο του 2009, κατάρτισε το σχέδιο του Κώδικα Δεοντολογίας για την παροχή των ταχυδρομικών υπηρεσιών στους καταναλωτές, το οποίο έχει διαβιβάσει προς έγκριση στον Υπουργό Υποδομών, Μεταφορών & Δικτύων· αφού εγκριθεί, θα εκδοθεί η σχετική κανονιστική Απόφαση.

Με τον Κώδικα Δεοντολογίας, προσδιορίζεται με σαφήνεια η συμπεριφορά και οι υποχρεώσεις των ταχυδρομικών επιχειρήσεων απέναντι στους καταναλωτές, αναφορικά με ζητήματα όπως τα ελάχιστα σημεία για τα οποία πρέπει να ενημερώνονται οι καταναλωτές κατά τις συναλλαγές τους με τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, την εξυπηρέτηση και εξέταση των αιτημάτων των καταναλωτών, τη διαδικασία υποβολής καταγγελιών και επίλυσης διαφορών, την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και την παρουσίαση των χρεώσεων των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Ιδιαίτερης μνείας χρήζει η υποχρέωση τήρησης της κείμενης νομοθεσίας περί διαφήμισης και, ειδικότερα, η αποφυγή παραπλάνησης του καταναλωτή μέσω παραλείψεων, ασαφειών ή και υπερβολών της υπηρεσίας που προβάλλεται.

Σημαντικό στοιχείο προστασίας του καταναλωτή αποτελεί η δημοσιοποίηση της ύπαρξης και του περιεχομένου του Χάρτη Υποχρεώσεων Καταναλωτή (ΧΥΚ) στην ιστοσελίδα του παρόχου, στα σημεία εξυπηρέτησης της ταχυδρομικής επιχείρησης καθώς και στην επικοινωνία καταναλωτών με το τηλεφωνικό κέντρο της εταιρίας.

Μετά την έγκριση του Κώδικα, η ΕΕΤΤ θα ελέγχει την ορθή εφαρμογή του από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις και, σε περιπτώσεις που θα διαπιστώσει παραβίαση των διατάξεών του, δύναται να επιβάλει σε αυτές διοικητικές κυρώσεις.

Η Διεύθυνση Ταχυδρομείων της ΕΕΤΤ διενεργεί ελέγχους σε επιχειρήσεις που παρέχουν ταχυδρομικές υπηρεσίες με σκοπό τη διαπίστωση τυχόν παράβασης της κείμενης νομοθεσίας, την προστασία των χρηστών, βεβαίως και τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Μέχρι σήμερα, συνολικά, έχουν πραγματοποιηθεί περισσότεροι από 450 έλεγχοι, στο διάστημα 2003 έως και 2009, σε εγγεγραμμένες και μη επιχειρήσεις στο Μητρώο Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων της ΕΕΤΤ.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, έως το τέλος του 2008, ελέγχτηκαν όλες οι εγγεγραμμένες -έως και το 2006- στο Μητρώο της ΕΕΤΤ επιχειρήσεις, 276 τον αριθμό. Έχει πραγματοποιηθεί τακτικός έλεγχος και στις 5 εταιρίες οι οποίες παρέχουν υπηρεσίες υπό καθεστώς Ειδικής Αδείας, καθώς και στις 66 μεγαλύτερες επιχειρήσεις της αγοράς, οι οποίες κατέχουν και παράγουν το 98% του συνολικού τζίρου της ταχυδρομικής αγοράς με επιτόπου παρουσία στελεχών της ΕΕΤΤ και Ορκωτού Λογιστή – Ελεγκτή.

Το 2009, αφού τέθηκαν σε ισχύ νέοι Κανονισμοί Γενικών και Ειδικών Αδειών και προκειμένου να δοθεί στην αγορά ένα εύλογο χρονικό διάστημα για την εφαρμογή τους, η ΕΕΤΤ πραγματοποίησε, κυρίως, έκτακτους αυτεπάγγελτους ελέγχους.

Οι έλεγχοι αυτοί υλοποιήθηκαν σε συνέχεια της συνεργασίας που είχε ξεκινήσει, ήδη, από το 2008, με το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών και το Επαγγελματικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης με στόχο τη διερεύνηση της δραστηριότητάς τους και την ενδεχόμενη λήψη μέτρων συμμόρφωσής τους με το υφιστάμενο κανονιστικό πλαίσιο.

Από την έρευνα αυτή, προέκυψαν 57 επιχειρήσεις για τις οποίες κρίθηκε ότι έχρηζαν περαιτέρω διερεύνησης για παράνομη δραστηριότητα. Διενεργήθηκαν επιτόπιοι έκτακτοι έλεγχοι και, σε κάποιες περιπτώσεις, μάλιστα, οδήγησαν και σε έλεγχο δραστηριοτήτων και τρίτων επιχειρήσεων.

Επίσης, το 2009, διενεργήθηκαν πέντε επιτόπιοι έκτακτοι έλεγχοι σε επιχειρήσεις με Γενική Άδεια, οι οποίες είναι εγγεγραμμένες στο Μητρώο της ΕΕΤΤ και δραστηριοποιούνται στην ταχυδρομική αγορά, στα πλαίσια διερεύνησης καταγγελίας που υποβλήθηκε στην ΕΕΤΤ.

Ακόμα, έλαβαν χώρα δύο αυτεπάγγελτοι επιτόπιοι έκτακτοι έλεγχοι σε επιχειρήσεις που έχουν διαγραφεί από το Μητρώο της ΕΕΤΤ με αντικείμενο τη διερεύνηση για την επιβεβαίωση ή μη άσκησης παράνομης δραστηριότητας παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών.

Περαιτέρω, πραγματοποιήθηκαν έλεγχοι στο σύνολο της ταχυδρομικής αγοράς σχετικά με την ανταπόκριση των επιχειρήσεων στις υποχρεώσεις υποβολής στην ΕΕΤΤ των στατιστικών και των οικονομικών τους στοιχείων.

Συνοψίζοντας τα αποτελέσματα των ανωτέρω ελέγχων, εννέα επιχειρήσεις έλαβαν από την ΕΕΤΤ επιστολή συμμόρφωσης με το υφιστάμενο κανονιστικό πλαίσιο, δώδεκα εκλήθησαν σε ακρόαση για τη μη συμμόρφωση με την κείμενη νομοθεσία και οι υπόλοιπες ελεγμένες επιχειρήσεις, είτε διαπιστώθηκε ότι, πλέον, δεν δραστηριοποιούνται είτε ότι έχουν δραστηριότητες μη ταχυδρομικές.

Με στόχο την προστασία των χρηστών ταχυδρομικών υπηρεσιών και τη διασφάλιση του υγιούς ανταγωνισμού στην αγορά, η ΕΕΤΤ δημοσίευσε, επίσης, στο διαδικτυακό της τόπο, τον Φεβρουάριο του 2010, κατάλογο με όλες τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών που έχουν διαγραφεί από το Μητρώο Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων.

Ειδικότερα, κατά το 2009, διαγράφηκαν από το Μητρώο της ΕΕΤΤ 38 επιχειρήσεις. Εξ αυτών, οι 17 διαγράφηκαν μετά από αυτεπάγγελτους ελέγχους της Διεύθυνσης Ταχυδρομείων της ΕΕΤΤ, καθώς δεν επαληθεύτηκαν στοιχεία τα οποία είχαν συμπεριλάβει στη δήλωσή τους, ενώ



οι υπόλοιπες 21 επιχειρήσεις, κατόπιν αίτησής τους, λόγω παύσης της δραστηριότητάς τους στον κλάδο.

Επισημαίνεται ότι οι επιχειρήσεις που έχουν διαγραφεί από το Μητρώο δεν έχουν δικαίωμα να παρέχουν, πλέον, ταχυδρομικές υπηρεσίες και, αν υποπέσει κάτι τέτοιο στην αντίληψη του καταναλωτικού κοινού, παρακαλούμε και θα θέλαμε να αναφερθούν τέτοιες παραβάσεις στην ΕΕΤΤ για ενδεχόμενη επιβολή των νόμιμων κυρώσεων κατά των παραβατών.

Επισημαίνεται ότι ο ρόλος της ΕΕΤΤ είναι να εξακριβώνει και να διασφαλίζει ότι, κατά την παροχή των ταχυδρομικών υπηρεσιών, εφαρμόζονται οι όροι και οι προϋποθέσεις μεταφοράς κάθε αποστολής, όπως αυτά προβλέπονται στον Χάρτη Υποχρεώσεων Καταναλωτή, τον οποίον είναι υποχρεωμένος ο πάροχος να τηρεί.

Εάν η διαφορά του πελάτη – χρήστη με την ταχυδρομική επιχείρηση δε λυθεί σύμφωνα με τις υποχρεώσεις που προβλέπονται στον ΧΥΚ, κατά τους όρους της Ειδικής ή Γενικής Αδείας που κατέχει, αρχικά στο πλαίσιο του φιλικού διακανονισμού, τότε το ζήτημα παραπέμπεται ενώπιον της Επιτροπής Επίλυσης Διαφορών, που έχει συσταθεί και λειτουργεί σε κάθε ταχυδρομική εταιρία, συμπεριλαμβανομένων και των ΕΛΤΑ.

Εάν η υπόθεση δεν επιλυθεί και από την Επιτροπή Επίλυσης Διαφορών, τότε οι χρήστες ταχυδρομικών υπηρεσιών δύνανται να προσφύγουν στην ΕΕΤΤ, υποβάλλοντας αναλυτική επιστολή - καταγγελία της συγκεκριμένης υπόθεσης, προκειμένου αυτή να διερευνηθεί στα πλαίσια των αρμοδιοτήτων της ΕΕΤΤ.

Η Διεύθυνση Ταχυδρομείων, σε συνεργασία με τον Τομέα Εξυπηρέτησης Καταναλωτών της ΕΕΤΤ, το 2009, διερεύνησε πλήρως 219 καταγγελίες καταναλωτών, ενώ, αντίστοιχα, το 2008, οι καταγγελίες ήταν 167 - κι επρόκειτο για πλημμελή παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών τόσο από τον

Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας όσο και από τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, σε ίση περίπου αναλογία (50 – 50%).

Σύμφωνα με τα στοιχεία που δίνονται από τους ίδιους τους παρόχους, τα προβλήματα που καταγράφονται μεταξύ των καταναλωτών και των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα ταχυμεταφορών παρουσιάζουν αυξητική τάση -μικρή, βέβαια- και εξακολουθούν να αφορούν πολύ μικρό ποσοστό (0,014%) επί των συνολικών αντικειμένων που διακινούνται στον τομέα ταχυμεταφορών, ενώ δεν παρέχονται αντίστοιχα στοιχεία αναφορικά με το είδος των καταγγελιών και τον τρόπο αντιμετώπισής τους για τον τομέα καθολικής υπηρεσίας. Όμως, σύμφωνα με τις προτάσεις μας, αναμένεται -με το νέο νόμο- να υποχρεώνεται και ο Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας στη δημοσίευση αυτών των πληροφοριών.

Από τη σχετική έρευνα που πραγματοποιήθηκε για τη μελέτη της αγοράς, προκύπτει ότι, κατά το 2008, από τις δηλώσεις των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, κατεγράφησαν περίπου 7.100 περιπτώσεις κατά τις οποίες προέκυψε κάποιο πρόβλημα με τους καταναλωτές.

Η εν λόγω πλημμέλεια στην παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών αφορούσε, κατά κύριο λόγο, καθυστέρηση στην επίδοση του αντικειμένου στον παραλήπτη του, ενώ η απώλεια αποτελεί τη δεύτερη -σε συχνότητα- προβληματική παροχή υπηρεσιών.

Σημειώνεται ότι το 98% των περιπτώσεων επιλύθηκε μέσω φιλικού διακανονισμού, ενώ ελάχιστες ήταν οι περιπτώσεις οι οποίες απαιτήσαν είτε τη σύγκλιση Επιτροπής Επίλυσης Διαφορών είτε τη διεξαγωγή ακρόασης από την ΕΕΤΤ είτε διερευνήθηκαν δια της δικαστικής οδού προκειμένου να επιλυθούν οριστικά.

Τέλος, η ΕΕΤΤ διεξήγαγε περισσότερες από 100 ακρόασεις εντός του 2009 ως αποτέλεσμα πορισμάτων ελέγχων ή και διερεύνησης καταγγελιών. Τα

αποτελέσματα συνοψίζονται στον πίνακα. Σημειώνεται ότι επιβλήθηκε πρόστιμο σε μία μόνο περίπτωση, συνολικού ύψους είκοσι χιλιάδων ευρώ.

Για τον τρόπο λειτουργίας και τη διαχείριση των διαφόρων αιτημάτων - καταγγελιών του Τομέα Εξυπηρέτησης Καταναλωτών, θα σας ενημερώσει, στη συνέχεια, αρμοδίως, ο κύριος Ανδρεάδης.

Η ΕΕΤΤ, από την πλευρά της, με γνώμονα τον καταναλωτή, πραγματοποιεί τακτικά ενημερωτικές εκστρατείες για τις ταχυδρομικές υπηρεσίες.

Στο πλαίσιο αυτό, εντάσσεται και η διοργάνωση ημερίδων όπως και η σημερινή. Ενδεικτικά, σας αναφέρω και την περσινή μας ημερίδα, τον Μάρτιο του 2008, η οποία, κατά γενική ομολογία, πραγματοποιήθηκε με επιτυχία, διότι, πέρα από την ενημέρωση των παρόχων καθώς και των καταναλωτών για τις εξελίξεις στον κλάδο, την πορεία απελευθέρωσης και τις προοπτικές, παρουσιάστηκαν και προγραμματισμένες ενέργειες της ΕΕΤΤ· το βασικότερο είναι ότι καταγράφηκαν οι απόψεις όλων των μερών και αποτυπώθηκαν τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η ταχυδρομική αγορά, τα οποία δυσχεραίνουν τη δραστηριοποίηση των επιχειρήσεων με ανταγωνιστικούς όρους, θέτοντας, έτσι, επιπλέον θέματα για ρύθμιση και εποπτεία με απώτερο σκοπό τα πορίσματα των ημερίδων να αξιοποιηθούν από την ΕΕΤΤ για τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και την αναμόρφωση του ισχύοντος κανονιστικού πλαισίου προς όφελος των καταναλωτών.

Στο πλαίσιο αυτό, εντάσσεται και η έκδοση ενημερωτικών φυλλαδίων, αλλά η ΕΕΤΤ προχωρεί και στην ανάρτηση πληροφοριών στο δικτυακό της τόπο. Γενικά, στην ΕΕΤΤ, εκτιμούμε ότι ο ιδανικότερος τρόπος για την προστασία του πολίτη, πέραν των ελεγκτικών και των ρυθμιστικών μας ενεργειών, είναι η επιστημονικά ορθή, συγκροτημένη και αντικειμενική του ενημέρωση· πιστεύουμε στη δύναμη του ενημερωμένου πολίτη!

Σχετικά με τα φυλλάδια, ήδη, έχει κυκλοφορήσει -τον Ιανουάριο του 2008- το έντυπο “Γνωρίζω – Κερδίζω”. Σύντομα, θα κυκλοφορήσει και νέο έντυπο για την καθολική υπηρεσία ως ένα ακόμη χρήσιμο εργαλείο για εκείνους που ξέρουν ότι όχι, απλώς, έχουν δικαιώματα αλλά και την υποχρέωση να τα διεκδικούν.

Περνώντας στα δεδομένα της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς, σας ενημερώνω ότι η Διεύθυνση Ταχυδρομείων της ΕΕΤΤ διεξάγει την καθιερωμένη, πλέον, έρευνα της ταχυδρομικής αγοράς σε ετήσια βάση -στην οποία συμμετέχουν οι πάροχοι ταχυδρομικών υπηρεσιών- και εκπονεί, στη συνέχεια, τη μελέτη που προκύπτει από την επεξεργασία των αποτελεσμάτων της έρευνας, η οποία αποτελεί σημαντικό εργαλείο εργασίας στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων του Ρυθμιστή, διότι αφορά εξελίξεις του κλάδου.

Για το 2009, τα στοιχεία που θα σας παρουσιάσω είναι προσωρινά. Έχουν βασιστεί στην επεξεργασία των δεδομένων των μεγαλύτερων επιχειρήσεων, οι οποίες, σύμφωνα με τις μελέτες προηγούμενων ετών, αντιπροσωπεύουν, περίπου, το 90% του κύκλου εργασιών της ταχυδρομικής αγοράς.

Θα αναγκαστώ να περάσω τις διαφάνειες σχετικά γρήγορα...

**ΣΑΚΚΑΣ Μ. – Συυττουιστής:** Θα δημοσιευτούν, άλλωστε.

**ΚΟΡΩΝΙΩΤΗ Α.:** Να δώσουμε κάτι από τα ευρωπαϊκά δεδομένα...

Στην Ευρώπη, παρ’ όλο που συμβαίνουν κι εκεί σημαντικές αλλαγές, όπως είναι η απελευθέρωση των αγορών, η υποκατάσταση υπηρεσιών από νέες τεχνολογίες κλπ, αποτελεί γεγονός το ότι ο συνολικός όγκος του διασυνοριακού ταχυδρομείου σημείωσε πτώση, κατά μέσο όρο, 10% στο 2009 και ο αντίστοιχος της αλληλογραφίας στο εσωτερικό ήταν, περίπου, -5% για την ίδια χρονιά.

Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να αναφέρουμε ότι, εν μέσω ύφεσης, ο ταχυδρομικός κλάδος στην Ελλάδα δεν στάθηκε ανεπηρέαστος και οι ρυθμοί ανάπτυξης είναι μειωμένοι σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Έτσι, από τα πρώτα διαθέσιμα στοιχεία, το 2009 ήταν μια δύσκολη χρονιά με μείωση του όγκου της ταχυδρομικής αγοράς κατά 9,6%.

Προσπερνώντας αρκετά στοιχεία, όπου θα θέλαμε να αναφερθούμε, θα σας πω μόνο τα βασικά στοιχεία σε επίπεδο όγκων και εσόδων για το 2009, ανατρέποντας, ίσως, τα θετικά δεδομένα που παρουσίασε ο κύριος Ζερβέας, διότι αυτά είναι, ήδη, δημοσιευμένα, μέχρι τώρα, για το 2008.

Σε επίπεδο όγκου διακίνησης ταχυδρομικών αντικειμένων, η ελληνική ταχυδρομική αγορά, το 2009, κατ' εκτίμηση, μετρούσε περίπου 702 εκατομμύρια αντικείμενα από 777, περίπου, που ήταν το 2008, παρουσιάζοντας ετήσια μεταβολή -9%. Διαφοροποιημένη εικόνα εμφανίζει η ποσοστιαία κατανομή κάθε αγοράς στη συνολική ταχυδρομική αγορά σε όρους εσόδων. Ειδικότερα, το 2009, η ελληνική ταχυδρομική αγορά ανήλθε σε 730 εκατομμύρια ευρώ εκ των οποίων περί τα 434 εκατομμύρια ευρώ αφορούν την Καθολική Υπηρεσία μαζί με τις επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια σε ποσοστό 60% και 294 εκατομμύρια ευρώ αφορούν την αγορά ταχυμεταφορών σε ποσοστό 40%.

Ο Τομέας Καθολικής Υπηρεσίας -και, κυρίως, ο Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας- εξακολουθεί να διακινεί το μεγαλύτερο πλήθος των ταχυδρομικών αντικειμένων στην ελληνική ταχυδρομική αγορά, και το 2009, περίπου 644 εκατομμύρια αντικείμενα, αποτελώντας το 92% περίπου της αγοράς. Ο συνολικός κύκλος εργασιών για τα ΕΛΤΑ ανέρχεται σε 434 εκατομμύρια ευρώ.

Η αγορά των ταχυμεταφορών ανήλθε σε 49,6 εκατομμύρια ταχυδρομικά αντικείμενα, κατέχοντας ποσοστό 7% της συνολικής αγοράς,

έναντι 51 εκατομμυρίων αντικειμένων το 2008, ενώ σε όρους εσόδων το μερίδιο των ταχυμεταφορών ανέρχεται σε 40,2%.

Οι εγγεγραμμένες, όπως σας είπα, στο Μητρώο της ΕΕΤΤ ταχυδρομικές επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια είναι πέντε. Οι επιχειρήσεις αυτές διακίνησαν περί τα 6,7 εκατομμύρια αντικείμενα το 2009, ενώ το 2008 ήταν στα 7,3 εκατομμύρια αντικείμενα. Τα έσοδά τους ήταν περίπου 2,6 εκατομμύρια ευρώ, παρουσιάζοντας μείωση κατά 10,6% σε σχέση με το 2008.

Θα αναγκαστούμε να προσπεράσουμε όλα αυτά... “Εδώ” αναφέρονται τα δίκτυα των επιχειρήσεων με Γενική Άδεια. Βλέπετε ότι, διαχρονικά, αυξάνονται οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις καθώς και το δίκτυό τους. Υπάρχει μεγάλη κινητικότητα.

Αναφορικά με τα μερίδια, υπάρχει μεγάλη συγκέντρωση των επιχειρήσεων στον τομέα των ταχυμεταφορών. Οι πέντε εταιρίες, στην ουσία, αντιπροσωπεύουν το 73% των εσόδων.

Υπάρχει διαχρονική εξέλιξη του όγκου και των εσόδων του Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας. Παρ’ ότι εμφανίζεται μία σχετική μείωση για το 2009, παρατηρείται ότι η χρέωση παραμένει σχετικά υψηλή, γι’ αυτό και τα έσοδά του δεν μειώθηκαν, αναλογικά, το ίδιο με τους όγκους.

Για την Ειδική Άδεια, μιλήσαμε...

“Εδώ” είναι η Γενική Άδεια... Δεν είναι παραπλανητική ως προς τη μέση τιμή που φαίνεται στη διαφάνεια. Σαφώς, αυτή η τιμή -για όσους παραξενεύονται- αναφέρεται σε τιμή λιανικής· είναι γνωστό ότι στις ταχυμεταφορές υπάρχουν και οι τιμές με μεγάλους πελάτες κατόπιν συμβάσεων με μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη, όπου, σαφέστατα, οι τιμές είναι πολύ χαμηλότερες.

Η κατανομή όγκου δεμάτων και το επιστολικό· τα ΕΛΤΑ κατέχουν το μεγαλύτερο μερίδιο.

Τα αντικείμενα ανά κάτοικο στην Ελλάδα παραμένουν σε χαμηλό επίπεδο με δεδομένο ότι ο μέσος όρος των αντικειμένων ανά κάτοικο στην Ευρώπη των 27 ξεπερνάει τα 200 αντικείμενα, σε πολλές περιπτώσεις και τα 300.

Οι τιμές στην Καθολική Υπηρεσία -αναφερόμαστε στις Ειδικές Άδειες- έχουν τάση μείωσης. Μόνο στις εφημερίδες παρατηρείται ότι ήταν αμετάβλητες (οι τιμές) για το 2009. Στις ταχυμεταφορές, τώρα, παρατηρούμε αύξηση -φυσικά, μιλάω για τις τιμές της λιανικής πώλησης- με διάθεση στις υπόλοιπες κατηγορίες να μείνουν στα ίδια, περίπου, επίπεδα.

Θα ήθελα, πριν τη λήξη, να σας δώσω και κάτι θετικό, μια προοπτική! Στις μέρες μας, όλοι μιλούν για το γεγονός ότι την ύφεση πρέπει να τη δούμε όχι σαν απειλή αλλά σαν ευκαιρία ανάπτυξης και νέων δραστηριοτήτων. Θεωρούμε ότι η ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και των ηλεκτρονικών επικοινωνιών μάλλον συμπληρώνει παρά υποκαθιστά τις ταχυδρομικές υπηρεσίες και ότι τα δύο μέσα μπορούν να συνυπάρξουν και να αναπτυχθούν παράλληλα σε ένα πολυκαναλικό κόσμο.

Σε ό,τι αφορά το ηλεκτρονικό εμπόριο, εκτιμάται ότι η ανάπτυξή του θα επιφέρει σημαντική αύξηση στους διακινούμενους όγκους των δεμάτων, ενώ, πλέον, η ταχύτητα στη διακίνηση των δεμάτων θα αποκτήσει ιδιαίτερη σημασία - στη συγκεκριμένη περίπτωση, τα νούμερα από το παγκόσμιο ηλεκτρονικό εμπόριο “μιλούν από μόνα τους”.

Κυρίες και κύριοι, κλείνοντας, να τονίσουμε ότι, στο σύγχρονο περιβάλλον των ταχυδρομικών υπηρεσιών, η παροχή ποιοτικών και καινοτόμων υπηρεσιών από τις επιχειρήσεις, η προστασία των καταναλωτών από αθέμιτες πρακτικές, η επαρκής ενημέρωσή τους και η εδραίωση της εμπιστοσύνης τους στους κανόνες λειτουργίας των αγορών αποτελούν ζητήματα που συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τομέα.

Να είστε σίγουροι ότι η ΕΕΤΤ εργάζεται με συνέπεια και αφοσίωση για την υλοποίηση αυτού του στόχου.

Σας ευχαριστώ πολύ.

**ΣΑΚΚΑΣ Μ. – Συυτυουιστής:** Ευχαριστούμε την κυρία Κορωνιώτη.

Ο τελευταίος ομιλητής αυτής της ενότητας, ο κύριος Σάββας Ανδρεάδης, ο οποίος προΐσταται του συνολικού Τμήματος Εξυπηρέτησης Καταναλωτών, που έχει η ΕΕΤΤ.

**ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ Σ.:** Ευχαριστώ πάρα πολύ.

Κύριε Πρόεδρε, κύριε Γενικό Γραμματέα, κύριε Συνήγορε, ευχαριστούμε για την παρουσία σας.

Είναι μια αρκετά δυναμική Ημερίδα, η σημερινή. Αναφέρεται σε μια αγορά, η οποία, απ’ ό,τι φαίνεται, έχει και δυνατότητες αλλά έχει και μερικά αδύναμα σημεία.

Ο Ενιαίος Τομέας Εξυπηρέτησης Καταναλωτών είναι ο τομέας εκείνος που στέκεται δίπλα στον κύριο Ανουσάκη, δηλαδή δίπλα στις καταναλωτικές οργανώσεις. Έχει ως κύριό του στόχο να μπορέσει να βελτιώσει τις υπηρεσίες και την ποιότητα, όπως μας είπε ο κύριος Πρόεδρος σήμερα.

Ευτυχώς, για να μην καθυστερήσω, θα περάσω στα ταχυδρομεία...

Πρέπει να πούμε ότι ο Ενιαίος Τομέας Εξυπηρέτησης Καταναλωτών της ΕΕΤΤ εξυπηρετεί και τις τηλεπικοινωνίες και τα ταχυδρομεία και το φάσμα. Για τα ταχυδρομεία, υπάρχει ορισμένη ομάδα που ασχολείται με τις καταγγελίες. Εδώ, πρέπει να πούμε ότι ο κανονισμός και, γενικά, το νομοθετικό πλαίσιο είναι πολύ καλύτερα τακτοποιημένα στα ταχυδρομεία, έτσι ώστε να δίνουν τη δυνατότητα στον καταναλωτή να προστρέξει πρώτα στον πάροχο, έχοντας ως εργαλεία είτε τον φιλικό διακανονισμό είτε την επιτροπή επίλυσης διαφορών· εκεί λύνονται οι περισσότερες διαφορές, ενώ ένα μικρό



κομμάτι -η “υπερχειλίση” αυτών, τελικά, που δεν ικανοποιούνται- μπορεί να έρθει στον Τομέα Εξυπηρέτησης Καταναλωτών, που κύριο στόχο έχει να ακούσει, να ενημερώσει και, αν τελικά δεν καταφέρει να εμποδίσει την καταγγελία, η τελευταία να σταλεί προς διαχείριση.

Με έναν γρήγορο και αποτελεσματικό τρόπο, ο Ενιαίος Τομέας Εξυπηρέτησης Καταναλωτών θα συντάξει μία ενημερωτική επιστολή προς απάντηση του καταναλωτή ή θα τη διαβιβάσει προς τον πάροχο. Η διαβίβαση αυτή συνιστά και ένα “καμπανάκι” στον πάροχο και θα τον καλεί, σύμφωνα με τους κανόνες και τους κανονισμούς, να παρέμβει για την επίλυση του προβλήματος. Αν δεν τα καταφέρει και η απάντηση δεν ικανοποιήσει τον καταναλωτή ή, ουσιαστικά, ο πάροχος δεν συμμορφωθεί με τους Κανονισμούς, τότε αυτά τα στοιχεία θα έρθουν στη Διεύθυνση Ταχυδρομείων για περαιτέρω αξιολόγηση, όπου εκεί θα δούμε αν, τελικά, βεβαιωθεί κάποια παράβαση ή προκύψει κάποια ατέλεια στα ρυθμιστικά κείμενα για να μπορέσει να βελτιωθεί η ρύθμιση.

Έτσι, λοιπόν, ερχόμαστε στην προστασία του καταναλωτή, όπου, πρώτα, με ενημέρωση, καθοδήγηση, οδηγία, τον βοηθούμε να καταλάβει λίγο τι μπορεί να κάνει, τον ενημερώνουμε για τις αδειοδοτημένες εταιρίες, έτσι ώστε να προστατευτεί όσο γίνεται περισσότερο, για τα δικαιώματά του, για το τι προβλέπει ο ΧΥΚ. Αν, τελικά, δεν καταφέρει, μέσα από τη διαδικασία, να βοηθηθεί από το κανονιστικό πλαίσιο, τότε θα έρθει σ’ εμάς, θα επιληφθούμε του παραπόνου, θα το στείλουμε στον πάροχο, θα πάρουμε την απάντηση, θα την αξιολογήσουμε και, ανάλογα την αξιολόγηση, θα προκύψει η ανάλογη ενέργεια - η οποία θα είναι είτε να κινηθούν κάποιες ελεγκτικές δράσεις της ΕΕΤΤ είτε να γίνουν οι αλλαγές στους Κανονισμούς.

Εν συντομία, βλέπουμε ότι, παρ’ ότι μεγαλύτερος αριθμός καταγγελιών φτάνει ή διακινείται στους παρόχους, σε εμάς έχουν φτάσει, για

το 2009, περί τις 220 καταγγελίες και, στις αρχές του 2010, γύρω στις 50, που σημαίνει ότι, μάλλον, θα ακολουθήσουν και τον ίδιο αριθμό.

Βλέπουμε ότι τόσο τα ΕΛΤΑ όσο και οι Ταχυμεταφορές μοιράζονται τον αριθμό των καταγγελιών και βλέπουμε ότι η μηνιαία εισροή καταγγελιών είναι μεταξύ 10 και 20 (καταγγελιών) - σταθερή και όχι τόσο μεγάλη διαφοροποίηση, ο ένας με τον άλλον, οι τομείς.

Παρακολουθούμε έξι τομείς...

α. καθυστέρηση - που την έχετε επισημάνει κι εσείς και είναι ένα σημαντικό πρόβλημα

β. διανομή - δεν περνά ο ταχυδρόμος, χάνονται τα ειδοποιητήρια, καθυστερεί η επίδοση

γ. απώλεια, ζημιά

δ. πλημμελής εξυπηρέτηση - εντάθηκε, απ' ό,τι καταλαβαίνω, με την έλλειψη ταχυδρόμων

ε. χρέωση υπηρεσιών - κάποιες υπέρογκες χρεώσεις

στ. άλλες αρμοδιότητες

Ποσοτικά, για το 2009 και το πρώτο τρίμηνο του 2010, τι σημαίνει αυτό; Σημαίνει ότι η πλημμελής εξυπηρέτηση έχει 30 καταγγελίες, το πρόβλημα διανομής έχει κι αυτό τη σημαντικότητά του, η απώλεια επίσης, κυρίως, όμως, είναι η καθυστέρηση.

Μία σύντομη και καλή διαφάνεια, που επιμελήθηκε η κυρία Φίλλη και βοήθησε να το δείξουμε καλύτερα, είναι ότι η καθυστέρηση, τόσο για τα ΕΛΤΑ όσο και για τις Ταχυμεταφορές, αποτελεί έναν από τους κυριότερους φορείς προβλημάτων.

Επίσης, καταδεικνύεται πόσο οι Ταχυμεταφορές -που δεν ικανοποιούν, απ' ό,τι φαίνεται, τον ορισμό τους!..- καθυστερούν τα δέματα.

Η απώλεια, πάλι, με τις Ταχυμεταφορές έχει μια περισσότερη ένταση.

Το πρόβλημα διανομής φαίνεται να είναι πρόβλημα των ΕΛΤΑ.

Η πλημμελής εξυπηρέτηση αφορά και τις δύο εταιρίες.

Μπαίνοντας, λίγο, στα εσωτερικά μας, να σας πω ότι το μέσο διάστημα κατά το οποίο διαχειρίζεται η ΕΕΤΤ το αίτημα ή την καταγγελία έχει βελτιωθεί κατά πολύ και είναι γύρω στις 13 ημέρες, ενώ αυτοί που μας ξανακαλούν για μια δεύτερη ενημέρωση ή δεν κατάλαβαν κάτι αποτελούν πάρα πολύ μικρό ποσοστό· περίπου 100% των χρηστών, με την πρώτη, ενημερώνεται άμεσα για το πρόβλημά του.

Υπάρχει στο site μας η φόρμα της καταγγελίας. Έξω, ο κύριος Τζιγκουνάκης θα σας δείξει, ενδεχομένως, το νέο πρόγραμμα -το είχαμε δείξει και πέρσι, το οριστικοποιούμε φέτος- με το οποίο μπορεί κάποιος, μέσα από το γεωγραφικό σύστημα της ΕΕΤΤ, δίνοντας την περιοχή που μένει, να βρει τα περίξ αυτού ταχυδρομικά καταστήματα.

Ολοκληρώνω και λέω ότι τα οφέλη από τη λειτουργία του ΤΕΚ είναι τριπλά ή διπλά... Υπάρχει μια Αρχή η οποία συντρέχει τον χρήστη, τον ενημερώνει, τον εξυπηρετεί, με το ενδεχόμενο υποβολής καταγγελίας. Αμέσως-αμέσως, φαίνεται ότι η Ανεξάρτητη Αρχή, ουσιαστικά, προστρέχει στο να φέρει τον πάροχο στο σωστότερο δρόμο και προσπαθεί, με αυτόν τον τρόπο, να επισπεύσει την επίλυση του προβλήματος. Άρα, διαπιστώνουμε γρηγορότερη και επωφελή επίλυση της καταγγελίας της όποιας διαφοράς υπάρχει.

Υπάρχει άλλη μία διαφάνεια, η οποία, ουσιαστικά, δείχνει τα οφέλη για την αγορά. Όταν ξέρει η εταιρία ότι ο καταναλωτής έχει προστρέξει στην ΕΕΤΤ, τότε επιταχύνει λίγο την επίλυση του όποιου θέματος. Ξέρει ότι έχει “μπει στο μάτι”, δηλαδή ότι παρακολουθούμε την υπόθεση του καταγγέλλοντα ως μία ξεχωριστή υπόθεση, βλέπουμε πώς θα εξελιχθεί και, έτσι, συμβάλλουμε στο να έχουμε μικρότερο αριθμό καταγγελιών, στο να οργανώσουν οι πάροχοι καλύτερα τα τμήματα εξυπηρέτησης και επίλυσης διαφορών και, τέλος, στο να συμμορφωθούν (οι πάροχοι) με τους Χάρτες.

Θέλω να σας ευχαριστήσω για την προσοχή σας και να ευχηθώ καλή συνέχεια.

**ΣΑΚΚΑΣ Μ. – Συυττουισστής:** Ευχαριστούμε ιδιαίτερα τον κύριο Ανδρεάδη, για την πολύ σύντομη αλλά εμπειριστατωμένη και ενδιαφέρουσα παρουσίαση.

Θα επιτρέψουμε τρεις μόνο ερωτήσεις, εκ των οποίων η μία θα είναι του κυρίου Ανουσάκη, με μία μόνο παρατήρηση... Επειδή είστε πανταχού παρών σε όλες τις εκδηλώσεις, πρέπει να ξεκινάτε να τις παρακολουθείτε από την αρχή, για να ακούτε και τα προβλήματα των παρόχων· όχι μόνο των καταναλωτών!..

Ο κύριος Ανουσάκης.

**ΑΝΟΥΣΑΚΗΣ Ι.:** Έχουμε ανοίξει ένα μέτωπο με τις τράπεζες, κύριε Πρόεδρε, που είναι πολύ μεγάλο -ήρθε από παλιά και πάει για το μέλλον- και γι’ αυτό καθυστέρησα.

Για τον κύριο Κουρνώτη, η πρώτη παρέμβαση...

*«Δεν μπορούμε -είπε- να μιλήσουμε με τη διοίκηση των ΕΛΤΑ για να συνεργαστούμε ή για να αλλάξουμε και να τροφοδοτήσουμε ο ένας τον άλλο με τη χρησιμότητα που έχει ο καθένας μας από τη μεριά του, γιατί οι διοικήσεις αλλάζουν κάθε φορά που αλλάζει η πολιτική».*

Το να μην αλλάζουν οι διοικήσεις κάθε φορά που αλλάζει η πολιτική και η κυβέρνηση, είναι και παράπονο ημών και συμφωνούμε. Αν έχετε πρόταση, θα πάρω την κάρτα σας μετά, να απευθύνουμε κοινή πρόταση προς το Εθνικό Κοινοβούλιο, ώστε να έχουν ορισμένου χρόνου διάρκεια οι διοικήσεις, θετοί από την αρχή, και να αλλάζουν μόνο με Ολομέλεια του Κοινοβουλίου ή αν παραπέσουν σε αδίκημα. Αυτό θα βοηθήσει στο να υπάρχουν συνέχειες.

Κυρία Κορωνιώτη, όταν η ταχυδρομική επιχείρηση επικολλά ειδοποίηση τρίτης επισκέψεως στην πόρτα μου, ενώ είναι η πρώτη -διότι είμαι επιμελής και τα βλέπω όλα- επίσκεψη για εμένα, απαντά ότι ο υπάλληλός της παρακολουθείται με GPS. Με το δικό τους GPS, όμως, όχι με το “δικό μου”!.. Η απάντησή τους ότι παρακολουθείται και ότι ήρθε και τις προηγούμενες δύο φορές και ότι δεν είναι ψευδές που επικαλείται τρεις επισκέψεις, είναι δική τους τοποθέτηση, που δεν αποδεικνύεται. Σ' αυτό, εσείς, έχετε κάτι να κρατήσετε ή να χρησιμοποιήσετε;

Παράδοση μικρο-δέματος, μη συστημένου, που υπόκειται στον κίνδυνο υφαρπαγής ή σκισίματος του φακέλου και κλοπής από μέσα ενός ζευγαριού γυαλιών, που παράγειλα από το Australian Dollars, φθηνά και εγγυημένα· αγοράζω, συνήθως, τα τελευταία χρόνια, από το εξωτερικό όλα τα πράγματα λόγω της “αγριότητας” των τιμών της ελληνικής αγοράς.

Μου χτύπησε ο ταχυδρόμος...

- *«Σας αφήνω έναν φάκελο, που γράφει ότι έχει γυαλιά».*

- *«Ναι, παιδί μου, κατεβαίνω να το πάρω».*

Κατέβηκα σε ένα τέταρτο... Βρήκα το φάκελο ανοιγμένο, χωρίς γυαλιά μέσα. Πήγα στο ταχυδρομείο, έγινε η σχετική συνδιαλλαγή. Με παίρνει τηλέφωνο: *«Εγώ, κύριε Ανουσάκη, το άφησα εκεί».*

Ένας από τους καινούργιους ένοικους -ή ο γιος του, προφανώς- το πήρε.

Στην περίπτωση αυτή, καθ' υπέρβαση του επιβαλλόμενου ή του υποχρεωτικού, επειδή προκύπτει από το ίδιο το δέμα που γράφει απ' έξω “*γυαλιά ηλίου*” και υπάρχει η πιθανότητα να το πάρει κάποιος από τους ενοίκους, μπορεί ο τελευταίος που θα το παραδώσει στη διαδρομή από την Αυστραλία μέχρι εδώ, δηλαδή ο Έλληνας ταχυδρόμος, να επιμεληθεί με ένα σημειώμά του, ώστε να πάω να το πάρω από το γραφείο και να αποτραπεί αυτός ο κίνδυνος; Χωρίς, επαναλαμβάνω, να εμπεριέχεται αυτό στην

υποχρέωσή του... Αν μπορούμε, ας το υποδείξουμε· στις περισσότερες περιπτώσεις, οι διαφορές επιλύονται, όχι με νόμους ή με διαταγές, αλλά με συμφωνίες μεταξύ των κοινών εταίρων.

Τώρα, το τελευταίο...

Λέμε: «...προστασία του πολίτη». Δεν μειώνονται οι τιμές, γιατί είναι ανελαστική η χρήση της υπηρεσίας. Η ανάγκη του καταναλωτή να μετακινήσει ένα δέμα είναι ανελαστική. Δεν μπορεί να πει: «...άσ' το, δεν το στέλνω». Δεν χαμηλώνουν οι τιμές των ταχυδρομικών υπηρεσιών, της παραδόσεως δεμάτων εν προκειμένω, επειδή τα δέματα δεν μπορούν να μην σταλούν και να μην παραδοθούν. Καταλάβετε...; Αυτή είναι μια αιτία. Εκεί, λοιπόν, χρειάζεται και λίγο φιλότιμο ή, τουλάχιστον, περισσότερες εταιρίες.

Ευχαριστώ. Γεια καρά μας.

**ΣΑΚΚΑΣ Μ. – Συντονιστής:** Να ακούσουμε και τις άλλες ερωτήσεις, για να απαντήσετε συνολικά.

**ΜΗΤΡΟΣΙΛΗΣ:** Ονομάζομαι Μητροσίλης και είμαι Ειδικός Σύμβουλος των Ταχυδρομείων και Υπεύθυνος Προϊστάμενος του Customer Service.

Θέλω να δώσω δύο διευκρινήσεις...

Όσον αφορά το ότι «...δεν παρακολουθούνται τα δέματα», δεν είναι έτσι. Υπάρχει track and trace (σύστημα ηλεκτρονικό) στα ΕΛΤΑ, που παρακολουθεί και τα συστημένα και τα δέματα. Μπορείτε να μπείτε στο site ή να καλέσετε το 811 82000, που είναι η γραμμή επικοινωνίας, όπου δεχόμαστε περίπου χίλιες κλήσεις την ημέρα από πελάτες και, περίπου, οι 700 αφορούν πληροφορίες μέσω track and trace.

Μονοπώλιο... Στα δέματα δεν υπάρχει μονοπώλιο, κύριε Πρόεδρε, της ΕΕΤΤ. Ο Πάροχος Καθολικών Υπηρεσιών έχει μόνο σε επιστολές βάρους 50 γραμμαρίων, το οποίο, στην πράξη, δεν ισχύει. Θέτω ένα θέμα στην

Επιτροπή: αν έχει ελέγξει αντίστοιχες courier ή τα ΚΤΕΛ, αν αυτό το καταστρατηγούν. Μπορείτε να πάτε και να το δείτε.

Επιπλέον, άκουσα ότι τα ταχυδρομεία έχουν 11.730 υπαλλήλους, που το είπε η κυρία. Είναι 9.200, αυτή τη στιγμή. Είναι το πρόβλημα τού αν υπάρχει ευελιξία σε μια επιχείρηση που θέλει να λέγεται επιχείρηση, αλλά ελέγχεται από το κράτος για να παίρνει αποφάσεις.

Ευχαριστώ.

**ΚΟΥΡΝΙΩΤΗΣ Ι.:** Να απαντήσω, πρώτα, σχετικά με τα δέματα... Ξέρετε ότι εμείς δεν είμαστε καταναλωτές που δίνουμε ένα δέμα. Δίνουμε σωρεία δεμάτων, κάθε μήνα, κάθε χρόνο.

Αυτό που μου λέτε, δεν είναι σωστό. Τα δέματα δεν παρακολουθούνται.

Επειδή τυχαίνει, η εταιρία μας να είναι η μεγαλύτερη εταιρία πωλήσεων από απόσταση, να σας θέσω τη δική μας εμπειρία.

Κάθε μήνα, σας κάνουμε αυτόματες αναζητήσεις δεμάτων, τις οποίες δεν δύναστε να παραλάβετε ηλεκτρονικά· παραλαμβάνετε με χειρόγραφες καταστάσεις και ζητάτε ένα αντίγραφο να πάει στην κεντρική υπηρεσία σας και ένα αντίγραφο να σταλεί στο ταχυδρομικό γραφείο, το υπεύθυνο για την παράδοση.

Νομίζω ότι θα πρέπει, στην αίθουσα αυτή, να επικρατήσει η λογική και η αλήθεια!.. Εγώ δεν είπα κάτι το οποίο δεν το αντιμετωπίζω κάθε μέρα. Είπα κάτι που είναι καθημερινή πρακτική, εδώ και χρόνια, που δεν έχει αλλάξει στα ταχυδρομεία, στα δέματα εν προκειμένω, καθόλου.

Δεύτερον, δεν είπα ότι το μονοπώλιο είναι στα δέματα. Είπα κάτι για το επιστολικό. Το επιστολικό, το περισσότερο, είναι μέχρι τα 50 γραμμάρια. Άρα, είμαστε υποχρεωμένοι, στην εμπορική αλληλογραφία, να ακολουθούμε εσάς.

Τρίτον, τα ταχυδρομεία, στις συμβάσεις που υπογράφουν με μεγάλους πελάτες, μπλέκουν μαζί δύο υπηρεσίες -τα δέματα και τα επιστολικά- και απαιτούν αντίστοιχες κινήσεις και στα δύο, για να υπογραφεί σύμβαση. Σημειώστε το αυτό, μιας που το θίξατε. Στην παρουσίασή μου, αυτό, δεν το έθιξα· επειδή το λέτε, θέτω τώρα υπ’ όψιν της Επιτροπής ότι αυτή είναι η πρακτική του ταχυδρομείου - και δεν μπορείτε να μου την αρνηθείτε, θα σας φέρω συμβάσεις.

Ευχαριστώ.

**ΚΟΡΩΝΙΩΤΗ Α.:** Στο πλαίσιο των Κανονισμών, των Υπουργικών Αποφάσεων, των Κανονιστικών Αποφάσεων της ΕΕΤΤ κλπ, για κάθε εταιρία, έχουν προδιαγραφεί οι όροι και οι προϋποθέσεις στην παροχή των ταχυδρομικών υπηρεσιών.

Τώρα, η κάθε εταιρία, με τον Χάρτη Υποχρεώσεων Καταναλωτή που φτιάχνει η ίδια, που εκπονεί, προσαρμόζει τη δραστηριότητά της στην παροχή των ταχυδρομικών υπηρεσιών, σ’ αυτούς τους όρους και προϋποθέσεις που ορίζονται από τον Κανονισμό.

Τώρα, για την επίδοση δύο και τρεις φορές, που δε σας βρήκαν κλπ, θα έλεγα ότι δε διαθέτουν όλες οι εταιρίες GPS. Δηλαδή, αν έχετε πέσει θύμα κάποιας τέτοιας περίπτωσης, θα σας παρακαλούσα να έρθετε στην ΕΕΤΤ με συγκεκριμένη καταγγελία.

Μέσα στο πλαίσιο -που ανέφερα, εν τάχει, νωρίτερα- του φιλικού διακανονισμού, εσείς, σαν χρήστης, εφόσον έχετε κάποιο παράπονο ή κάτι διαπιστώσατε ότι δεν πάει καλά, κατ’ αρχάς, επικοινωνείτε με την εταιρία. Αν η εταιρία αρνηθεί την επικοινωνία μαζί σας ή σας αντιμετωπίσει με απαξιωτικό τρόπο, τότε μπορείτε, πράγματι, να έρθετε στην ΕΕΤΤ.

Όμως, για τις 7.100 περιπτώσεις, αν θυμόσατε, που ανέφερα για το 2008, κατ’ αρχάς, οι πάροχοι, για πολλές περιπτώσεις, έδωσαν συνολικά



πάνω από ένα εκατομμύριο ευρώ για αποζημιώσεις (1,1 εκατομμύρια ευρώ, που αντιστοιχούν σε 157 ευρώ ανά περίπτωση, ανά αποστολή) και οι περισσότερες από αυτές επιλύθηκαν με φιλικό τρόπο.

Σαφώς, όλα αυτά συμβαίνουν· θέλω να πιστεύω ότι οι εταιρίες δεν επιθυμούν αυτό να γίνεται, πρώτα απ' όλα για τη φήμη τους και την πελατεία τους.

Τώρα, για την παραλαβή και το να πάτε εσείς από το γραφείο των ταχυμεταφορών, είναι σαν να θέλετε η αγορά να γυρίσει πίσω!.. Δηλαδή, εμείς λέμε ότι θέλουμε παραλαβή στο σπίτι μας, έξω από την πόρτα μας, και γυρίζετε και λέτε: «...όχι, θέλω να πηγαίνω στο γραφείο να παραλαμβάνω».

Δε νομίζω ότι είναι απόλυτα σωστό. Αν σας καλούσαμε σε ακρόαση, χρήστη και πάροχο, θα έλεγε η εταιρία: *«Μα, καλά, όσον αφορά το συγκεκριμένο δέμα, γιατί δεν κατέβηκε ο ίδιος ο χρήστης να το πάρει επιτόπου; Γιατί δεν πήρε το συνοδευτικό δελτίο ταχυμεταφοράς σαν αποδεικτικό στοιχείο, παρά καλή τη πίστει...»*

Εσείς υποτίθεται ότι την πληρώσατε αυτή την υπηρεσία end to end, από την αρχή μέχρι το τέλος. Γι' αυτό καταλήγουμε, λοιπόν, στο ίδιο: *«...ναι μεν οι πάροχοι, αλλά και οι ενημερωμένοι καταναλωτές και χρήστες...»*.

Θα σας καλούσα να επισκεφτείτε την ιστοσελίδα μας, που είναι, πραγματικά, όσο το δυνατόν περισσότερο ενημερωμένη, με ειδικό κομμάτι για τους καταναλωτές.

Σε ό,τι αφορά τα στοιχεία των ΕΛΤΑ, έχω να πω στον κύριο που μίλησε ότι, εμείς, αυτά τα στοιχεία τα παίρνουμε από το ερωτηματολόγιο που στέλνουμε στα ΕΛΤΑ. Ενδεικτικά, να σας πω ότι, και για το 2008, αυτό το νούμερο ήταν μειωμένο, δηλαδή λίγο μικρότερο. Άρα, το 9.000 -αν θέλετε, ας μείνουμε στο 11.000, κατ' αρχάς- με το 11.000 απέχει πάρα πολύ. Όμως, αφήνω τους αριθμούς να "μιλάνε μόνοι τους". Δεν έχουμε κάνει οιαδήποτε παρέμβαση και δεν δικαιούμεθα, βέβαια.

**ΣΑΚΚΑΣ Μ. – Συυττοιισστής:** Ευχαριστούμε, κυρία Κορωνιώτη.

Ευχαριστούμε πολύ για την προσοχή σας. Ευχαριστούμε τους ομιλητές αλλά και τους υπόλοιπους συνέδρους, για τις πληροφορίες που έδωσαν. Θα κάνουμε τώρα ένα διάλειμμα για γεύμα και σας προτρέπω να παρακολουθήσετε όλοι, χωρίς καμία εξαίρεση, την επόμενη ενότητα, η οποία παρουσιάζει εξαιρετικό ενδιαφέρον, για πράγματα τα οποία πιθανόν και να μην έχετε υπ’ όψιν σας: για τις νέες τεχνολογίες, τις νέες υπηρεσίες και τις νέες στρατηγικές.

Ευχαριστούμε.

## **ΛΗΞΗ 2<sup>ης</sup> ΕΝΟΤΗΤΑΣ**

### 3<sup>η</sup> Ενότητα

#### **“Νέες Υπηρεσίες – Νέες Συνεργασίες – Νέες Τεχνολογίες: Ευκαιρίες και Στρατηγικές για Πράσινη Ανάπτυξη”**

**Συντονιστής: κ. Γεώργιος Παπαπαύλου (Μέλος ΕΕΤΤ)**

**ΠΑΠΑΠΑΥΛΟΥ Γ. – Συντονιστής:** Καλησπέρα. Παρακαλώ, να ξεκινήσουμε την απογευματινή συνεδρίαση.

Είχαμε, το πρωί, δύο ιδιαίτερα ενδιαφέρουσες συνεδριάσεις. Το απόγευμα, θα κλείσουμε με ένα θέμα που είναι επίσης πολύ ενδιαφέρον, γιατί “βλέπει” προς το μέλλον. Το θέμα μας είναι η χρήση νέων τεχνολογιών, νέων συνεργασιών και νέων υπηρεσιών για τις ταχυδρομικές υπηρεσίες.

Το πρόβλημα που είχαμε και που μας υποχρέωσε να έχουμε ορισμένους από τους ομιλητές μας σε απόσταση είναι και ένα καλό δείγμα της πιθανής εφαρμογής των νέων τεχνολογιών. Εκεί που τα αεροπλάνα δεν πετούν, τα ηλεκτρονικά μέσα πηγαίνουν - αυτό μπορεί να βοηθήσει και τις ταχυδρομικές υπηρεσίες, οι οποίες χρησιμοποιούν αυτά τα νέα μέσα.

Δε θα ήθελα να καθυστερήσω την έναρξη. Νομίζω ότι έχουμε στο τηλέφωνο τον πρώτο μας ομιλητή.

Mr. Humbel, we are very glad to have you on the phone. We regret that we do not have the opportunity to have you physically with us in sunny Athens. We hope this opportunity will be available in the future but we are very glad to have you on the phone. Our audience is ready to listen to you. We are very thankful for your participation. I think I would like to give you directly the floor. The general subject is the use of new technologies, new services in the postal services.

You have the floor.

**HUMBEL A.:** Thank you very much. First of all, I am very sorry that I could not attend due to this volcano in Iceland but that is life sometimes and I think it is as surprising as we had to learn of course ten years ago that it is possible to send a mail physically, maybe to Greece and back within a couple of minutes.

So the constant change happens within the postal business as well, and we do believe from the Swiss Post that the digital world is a fact and it is better to have operations in this area than just stay focused on the normal physical world.

Let us go to page two, please. Those are some examples. If we do research and the web and the solutions we have in the market place. We are very happy that we got excellent remarks from the Computerpress as well as from the normal press. We are quite proud that we were in the Washington Post and I think there is a quote where they say, “we work with, and not against, the internet”. And this seems to be really a reason for success.

In a nutshell, when we started to design our operations, we really looked at internet and looked at what was missing there. So what is missing in the internet a post could provide and we did not look at our operating in the physical world and try to put them in the web. This is what was going wrong. So, it is very – very important to look at what is missing in the internet a post could provide.

In a nutshell, we believe that with the web to all technology, every day new developments are coming up. There is a big – big need to for a trusted third party. If I send you a mail, you can tell me if you received, if you read it and so on. But with the solutions we have for example, we can

guarantee exactly that this happened, it was read and it was exactly this message.

So from a very high level to play this trusted third party, for business processes in the internet. That is what we want to do. And of course to be at the gate between the physical and the electronic world.

Can we go to page 3? Those the four offerings we have at the moment. That is a page in the internet of these offerings. On the upper right, you see the post certificate. That is the digital ID which we provide, which we can combine with the physical ID.

We have on the lower left, Incamail. That is the secure, received mail solution we have. We have on the lower right the Swiss Post Box, that is the hybrid mail. Basically, the physical mail which we can and we make available through the web to the recipients. And on the upper left, that is the SwissSign, everything operating around certificates.

Swiss Post decided to put all the offerings into a daughter company that is SwissSign, the 100% daughter company of Swiss Post, this with the goal that we really can focus 100% of the e-post, of solutions from Swiss Post and if there are other problems which are addressed too, we can offer everything I have showed here of our label, to other postal organizations. Because we believe it does not make sense that every post needs to develop everything on their own, that solutions here are available outside of Switzerland as viable solutions.

We go to page 4. That is from an architectural point of view, a picture I like quite nicely. If you look at the title, where it says, “Swiss Post protects and accelerates e-postal business processes with simple plug & play solutions”.

Whatever we are doing there, it needs to be very simple otherwise it does not get attractive. It needs to protect, so the security element is being

in there and accelerate. So a digital signature comes into play, complete accurate business processes, that is what we want to offer in a web.

There are three components to that. One is the positive identification. That is everything around strong authentication. Strong authentication is something you have and something you know and that is a lot more secure than using a password.

And especially in Switzerland we see that using a password to authenticate, that is the message which is getting less and less attraction and it is replaced by IDs, either certificates or other types of solutions.

On the lower right, that is what we provide as a post. That is the digital certificate, the digital signature. It does include a software plus a digital Suisse ID which is called “SuisseID”.

And on the lower left, that is the solutions we have in the market. That is the secure mail, the hybrid mail, we will have storage services in the future and these all are placed together so that at the end our customers have the possibility to do secure and efficient e-postal solutions.

It is very important that whatever you provide on the web, it needs to be globally trusted, it needs to be globally certified. The specific what we have, everything is Swiss made, so it is Swiss-made software behind everything and we think it is quite innovative and fairly well integrated among other.

If you go to page 6, that is the current post we have at the moment with the mail. So we have everything around certificates, SuisseID, a personal certificate, we have a team certificate, SSL certificate, and we do believe that being a CSP in a country, that is a very very good starting point for digital ID. So, a bit like in electronic processing, verifying digital ID, they will become more and more important in the future.

The second solution we have here is the SwissStick. We realized that it is not very easy to work with the digital certificate without being an expert. So, what we have done is, we have put everything on one stick, a USB stick, including its software. It does not need an installation. I will have an example later on. Unfortunately I cannot do a live demo at the moment but I have an example, I will present it later on so that you can imagine how it looks like.

The third solution is the Swiss PostBox, that is the hybrid mail or reverse hybrid mail. And the last one - we call it IncaMail - that is the secure mail solution from Swiss Post.

Page 7. We do see a really big trend towards digital IDs, towards certificates in the Swiss market. First, because the web through our technology has the possibilities there. It is not just, you get the credit card for something that is cheap. The processes you do with that are much more complicated or sophisticated for a software you can authorize someone to pay salary. You give a salary increase and more to buy our web solution in fact. This needs strong authentication and it needs the authentication of the ID itself, the big trigger for certificates.

Based on this web tool, you can do new business models, you get a lot of e-governance initiatives which will need this certificate, the digital certificate. There is a new upcoming security requirement, triggered from private clients and tight laws, to make stronger the authentication of a message. We see an explosion here, so I myself have six different tokens already to authenticate different applications. So we believe there will be a consolidation of IDs where you can authenticate doing magnification, if you want to make authentication a certificate thing.

The law is getting better, it is more complete, the digital signature, the need for a digital signature is becoming more and more real in

Switzerland. The demographics are changing so we have orders to make it, which really wants to do everything more and more certificate based.

If you go to page 8, that is a screenshot of what happens if you have a SwissStick, that is a USB stick. You see that the small picture there, if you have any type of computer, it could be an Apple, it could be any Windows machine, it could be Linux. And what comes up is this menu.

You see on the upper left, there is the signature software on it. There is access to SwissPostBox, you have IncaMail and even have to log-in, a certificated-based log-in to your PC. You have pictures, storing and so on.

So, the idea is that you have this stick with you and you have access to your key applications you need for business, some client-oriented applications. This stick does not need any installation, so you do not need any administration rights and it really works from any network, from any PC.

So nothing more easier than just entering a stick and you have digital signature. There is no profile; there is nothing you have to set up so that it works. And this really caught a lot of attraction.

Inside Swiss Post we use it with a thousand people in the management. So we do our own digital signature processes and we were just able to sell them to the Swiss government in all sections of Switzerland.

We go to page 9. Those are some screenshots from our hybrid and digital signature solution. Our SwissPostBox. On the left picture you see a letter from the outside. That is the way you get it and lets you decide by click if Swiss Post will open it and get it or Swiss Post should destroy it



immediately or it should be sent to home or someone else. So, a very nice interface where you can decide what is happening to your digital mail.

If you open it, then it has a picture on the upper right. If this is a contact, for example, you right-click, you open it with the signature software and you digitally sign it. And from there, you can immediately forward it using the Secure Mail you have.

That is a good example of how integrated e-solutions are, from hybrid mail, secure mail, digital signature and digital identity. And if you sign, it is really so easy, enter your PIN code and then digitally sign, which is the equivalent to the hybrid e- signature in Switzerland.

Go to page 10. Page 10 shows another way of integration we have with Outlook and the same we have with the IBM system as well. We get the Outlook because the two bottoms of the upper left, one is registered and the other one is encrypted. So, the only thing you need to do, you press one of these two buttons, with any Outlook mail, you can send it to anybody in the world and then you get a receipt back, that is the upper right, which then proves that I have send a note to someone else at this time, an email with a certain contact and if the other one opens it, I even get a receipt that it was opened and read.

The only thing we cannot do is that we cannot prove is that the other one wants to do it but we are still working on that. This is, I think, a good example, of how easy it needs to be the work with the current system, which in our case is the Outlook, and you have postal services as an add-on into these applications.

So you do not have to change your ordinary email, you do not need a new email address to do that, you do the same thing from your email address and you can send it to anybody in the world. That is the IncaMail.

And then, on the last slide, that is slide 11, these show a little bit of what we have already leading us to the future. We do believe that whatever we are doing in business, it needs to be extremely easy to use. It is not only on the PC that it needs to work; we need to have it on the iPod. We are working right now on an iPod application, where you can have registered mail and encrypted mail from your iPod as well, plus the additional services there.

With this I would like to conclude. I hope I am still on and that you were able to understand me and I hope I was a bit of a help to show you what we have as Swiss Post up and running at the moment.

**ΠΑΠΑΠΑΥΛΟΥ Γ. – Συυτιουιστής:** Thank you very much, Mr. Humbel. We only missed your last slide, for some reason, but the remaining slides were sufficiently convincing, at least for me. I was really impressed seeing what is possible with the new technologies and the internet.

Do not hang up, stay online. I would like to ask the audience if there are any questions to you.

Yes, the President of the Greek NRA Dr. Kanellos would like to ask you a question.

**Δρ. ΚΑΝΕΛΛΟΣ Λ.:** Thanks a lot. My question is the following. In order to implement such a solution, do you use an electronic signature certification scheme and what kind of scheme? Is this a hierarchic model? Is this a more flexible model? And who is administering in Switzerland this scheme? Thanks a lot.

**HUMBEL A.:** We use different types for certificates. As for the digital signature, that is a qualified signature which is defined by the Swiss

government how it needs to look like. It is the same one like in Greece. And we at Swiss Post, we are the CSP, so we are authorized to issue them. The management of the personal certificate we leave it to the user, of course.

For the encrypted mail, if we do the encryption, it is the track port where we encrypt the information but it stays as encrypted on the client's site and it is delivered unencrypted on the recipient side. I personally do not believe it encrypted data itself because that is very very difficult to repeat if the owner is not – maybe – living any more and if you search, there is no full picture of the encrypted document.

So, we believe in an encrypted platform, so that on the way from Switzerland to Greece no one can read but once you open it, it is unencrypted. And for this we are using our own certificate.

**Δρ. ΚΑΝΕΛΛΟΣ Α.:** Thank you very much. If I may add an additional question, do you have any liability thresholds in case of security breaches? And if so, which are those limits?

**HUMBEL A.:** On the qualified signature, which is the personal certificate, we are liable up to two million per case. So, two million Swiss francs is roughly 1,800,000 dollars. It is a very good question because if there is no liability, there is not much value to this certificate then.

**ΠΑΠΑΠΑΥΛΟΥ Γ. – Συντονιστής:** Thank you, Mr. Humbel. Let me see if there is any other question.

Yes, there is one.

**ΑΝΟΥΣΑΚΗΣ Ι.:** Γεια σας. Γιάννης Ανουσάκης από το Ινστιτούτο Καταναλωτών, INKA.

Τα database, οι βάσεις δεδομένων στον χρήστη της υπηρεσίας αυτής, είναι πάνω στα Windows της Microsoft ή σε κάποιο άλλο ανεξάρτητο πρόγραμμα; Εάν από έναν bad sector ή από κάποια διακοπή ρεύματος καθούν τα data, υπάρχει ένα σημείο backup στο οποίο να είναι αποθηκευμένα μόνο τα στοιχεία -μόνο, επαναλαμβάνω- της εισερχόμενης και εξερχόμενης αλληλογραφίας, ώστε να μπορεί να το τοποθετήσει ξανά σε μια ανεξάρτητη, καινούργια μηχανή που θα φτιάξει;

**HUMBEL A.:** The way we do it, we only do the transport and once a mail gets delivered, we put the receipts together and give it back to the sender. And then we delete the mail. So it does not reside with the Swiss Post. We only do the transport.

**ΑΝΟΥΣΑΚΗΣ I.:** Δεύτερον, σε σχέση με το πιστοποιητικό παραλαβής που εγκρίνει ο παραλήπτης της αλληλογραφίας, όπως του ζητείται, εάν δεν το παραχωρήσει, μπορεί να διαβάσει την αλληλογραφία ή δεσμεύεται, αναγκαστικά, για να τη διαβάσει, να εγκρίνει την ειδοποίηση ότι έλαβε την αλληλογραφία;

Ευχαριστώ.

**HUMBEL A.:** First, the receiver does not need a certificate. You do not need to have anything. If you are not defined as system, you get a code, a PIN code either by phone, by SMS, by fax, whatever and once the receiver entered his code, then we confirm that delivery.

The second way, where we deliver another information by bringing these two together, that is efficient proof that it is exactly the one which belongs to you. So that is the way we do it.

**ΠΑΠΑΠΑΥΛΟΥ Γ. – Συνομιστής:** Thank you, Mr. Humbel. Any other question? No.

So, thank you very much indeed. This was very useful to us. We hope to see you sometime in Athens in the future.

**HUMBEL A.:** Absolutely. And I am really very sorry that we had to use this way here. It was not easy for me talking to myself but I hope you will have a good continuation of your event this afternoon and hope to be with you next time.

Thank you.

**ΠΑΠΑΠΑΥΛΟΥ Γ. – Συνομιστής:** Thank you. Thank you very much. Good night.

Περνάμε στον επόμενο ομιλητή, είναι ο κύριος Βασιλόπουλος, Διευθυντής Μηχανογράφησης και Περιβάλλοντος στην DHL Express.

**Δρ. ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Τ.:** Κύριε Πρόεδρε της απογευματινής συνεδρίασης, κύριε Πρόεδρε της ΕΕΤΤ, κυρίες και κύριοι σύνεδροι, θα προσπαθήσω να είμαι σύντομος, σεβόμενος το χρόνο. Στα επόμενα, λίγα λεπτά, θα σας παρουσιάσω πώς μία πράσινη στρατηγική θα μπορούσε να προσδιορίσει κάποιες εξελίξεις στον τομέα της τεχνολογίας, να βοηθήσει τις εξελίξεις στον τομέα της τεχνολογίας και, οπωσδήποτε, να οδηγήσει σε ανασχεδιασμό ή σε δημιουργία νέων υπηρεσιών.

Είμαι ο Τάσος Βασιλόπουλος, Διευθυντής Πληροφορικής της DHL Ελλάδας και των Συστημάτων Ποιότητας και Προστασίας του Περιβάλλοντος για την Ελλάδα και την Κύπρο. Στο σημείο αυτό, θα ήθελα να σας μεταφέρω τους θερμούς χαιρετισμούς του Δ.Σ. της εταιρίας μας στην Ελλάδα, που εύχεται καλά αποτελέσματα στο Συνέδριο αυτό.

Τις τεχνολογίες και τις νέες υπηρεσίες, τις υποστηρίζουν η Πράσινη Ανάπτυξη, τα Γερμανικά Ταχυδρομεία· η Deutsche Post DHL έχει αναπτύξει ένα ολοκληρωμένο σχέδιο, δυνάμει του οποίου σκοπεύει να μειώσει τις εκπομπές του διοξειδίου του άνθρακα για κάθε αποστολή, για κάθε μεταφερόμενο κοντέινερ, για κάθε τετραγωνικό μέτρο των κτιριακών μας εγκαταστάσεων, κατά 30% μέχρι το 2020.

Με το στόχο αυτό, θεωρούμαστε μεταξύ των πρώτων εταιριών που έχουμε στοχοποιήσει και ποσοτικά δράσεις για την προστασία του περιβάλλοντος.

Ο κλάδος των μεταφορών και των logistics, τα τελευταία χρόνια, έχει επωφεληθεί από την οικονομική ανάπτυξη και την αύξηση των συναλλαγών σε παγκόσμιο επίπεδο. Ωστόσο, όμως, η ανάπτυξη αυτή αντισταθμίζεται με το κόστος του φαινομένου του θερμοκηπίου και όλες εκείνες τις αρνητικές παρεμβάσεις στο περιβάλλον.

Έχει υπολογιστεί ότι ο κλάδος των μεταφορών προκαλεί το 14% της παγκόσμιας εκπομπής διοξειδίου του άνθρακα· καταλαβαίνετε την ιδιαίτερη υπευθυνότητα του κλάδου μας.

Οι στόχοι μας...

Η Deutsche Post DHL θεωρείται μεταξύ των πρώτων εταιριών στον κλάδο μεταφορών και logistics με 54 δις ευρώ κύκλο εργασιών και 500.000 εργαζομένους σε 220 χώρες. Έχουμε θέσει, λοιπόν, το στόχο μείωσης εκπομπής του διοξειδίου του άνθρακα κατά 30% μέχρι το 2020, δηλαδή στο 1/3 για κάθε μεταφερόμενο αγαθό· πολύ είναι!

Αυτός, βέβαια, είναι ο μακροχρόνιος στόχος. Για να μπορέσουμε να φτάσουμε με επιτυχία σε αυτόν, υπάρχουν και ενδιάμεσες θέσεις και στρατηγικές, όπως είναι -τις δουλεύουμε σήμερα- η μείωση 10% μέχρι το 2012.

Η μεθοδολογία μας... Η μέθοδος που εφαρμόζουμε είναι απλή:

- α. αξιολόγηση της υπάρχουσας κατάστασης
- β. εφαρμογή μέτρων μείωσης
- γ. συνεχής παρακολούθηση
- δ. ορισμός δεικτών κατανάλωσης - μέτρησης και παρακολούθησή τους για όλη την αλυσίδα των δραστηριοτήτων...

Πιο συγκεκριμένα, για την παραλαβή της αποστολής του μεταφερόμενου αγαθού, όπου μπορούμε να υπολογίσουμε και -ανάλογα τις αποστάσεις, το βάρος και τον όγκο- να βρούμε τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα προς αποστολή και προς βάρος. Επίσης, στα κέντρα εξυπηρέτησης εξαγωγής ή στο linehaul (στους άξονες μετακίνησης, δηλαδή) ή στα κέντρα εξυπηρέτησης άφιξης και κατά τη διάρκεια της παράδοσης.

Έχουμε οριοθετήσει όλα εκείνα τα απαραίτητα εργαλεία τα οποία μπορούν να μετρήσουν τις εκπομπές αυτές. Βλέπουμε, σχηματικά, πώς οριοθετούμε τους δείκτες αυτούς. Έχουμε, για κάθε χώρα ή για κάθε επιχειρησιακή οντότητα, τα company cars, τους άξονες μεταφοράς σε επίπεδο domestic, δράσεις παραλαβής και παράδοσης, όπου έχουμε εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα ανά χιλιόμετρο.

Στην πρώτη περίπτωση, στα company cars, αν δεν “κοπούν”, οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα προς αποστολή / προς βάρος και, για το real estate και για τις κτιριακές εγκαταστάσεις, εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα προς τετραγωνικό μέτρο.

Ο δεύτερος άξονας δράσεων είναι να ασχοληθούμε με τους ίδιους δείκτες, για όλους μας τους συνεργάτες.

Οι μετρήσεις...

Οι βασικές αρχές των μετρήσεων, όπου βασιζόμαστε, είναι:

- α. κατανομή των αρμοδιοτήτων και ευθυνών, όπως είπαμε, όχι μόνο στην εσωτερική παραγωγική διάρθρωσή μας αλλά και στους συνεργάτες μας.

β. Βελτιστοποίηση του στόλου οχημάτων και του συστήματος μεταφοράς.

γ. Βελτιστοποίηση της χρήσης της ενέργειας.

δ. Καινοτόμες τεχνολογίες και λύσεις.

ε. Αλλαγή συμπεριφοράς των ανθρώπων.

Αναφορικά με τη βελτιστοποίηση του στόλου μεταφοράς και των δρομολογίων, και πάντα σκεπτόμενοι την περαιτέρω ανάπτυξη των συνεργαζομένων μεταφορών, μπορούμε να δούμε εναλλαγές “αέρα με δρόμο” ή “δρόμο με σιδηρόδρομο” ή “θαλάσσιες μεταφορές με αέρα”.

Έτσι, λοιπόν, σκεπτόμαστε νέους δρόμους, νέους άξονες. Αν δούμε τα δίκτυα μεταφοράς, αυτή τη στιγμή, στην Ευρώπη, παρατηρούμε ότι το οδικό δίκτυο βρίσκεται σε μεγάλη συμφόρηση και μπορούμε να πούμε ότι είναι σε οριακή κατάσταση εξυπηρέτησης, με πάρα πολλά προβλήματα, πολλά ατυχήματα, θέματα ασφάλειας κλπ.

Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν -εδώ, βέβαια, στο χάρτη θα γινόταν πολύ δύσκολο να το παρουσιάσω- και οι εναέριοι άξονες, που, στην κυριολεξία, εμείς κάνουμε. Βέβαια, εκεί υπάρχουν παράγοντες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, που θα μπορούσαν κι εκεί να εφαρμόσουν εναλλακτικές διαδρομές (εναέριας), όπου οι παρεμβάσεις θα ήταν πάρα πολύ σημαντικές. Επίσης σημαντικές, θα ήταν και οι βελτιώσεις σε εκπομπές διοξειδίου, γιατί θα μπορούσαν να μειώσουν τον χρόνο μεταφοράς στον εναέριο χώρο κατά τουλάχιστον 20%.

Από την άλλη πλευρά, θα δούμε ότι, ήδη, έχουν δημιουργηθεί κάποιοι θαλάσσιοι άξονες, οι οποίοι είναι “παράλληλοι” με τους οδικούς. Ήδη, στη Μεσόγειο έχουμε ανάλογες περιπτώσεις: είτε κάθετα είτε, όπως στο βόρειο μέρος της Ευρώπης, οριζόντια.

Μελετάμε και βλέπουμε πώς θα μπορούσαμε να ασχοληθούμε με συνδυασμένες μεταφορές. Αυτές οι συνδυασμένες μεταφορές θα μπορούσαν



να υποστηρίξουν νέες υπηρεσίες, όπως "door to door", κάνοντας χρήση είτε φορτηγών είτε θαλάσσιων αξόνων.

Βέβαια, αυτά, σύμφωνα με την υπάρχουσα κατάσταση, δεν είναι καθόλου εύκολα και, για να τα πετύχουμε, θα πρέπει να συνεργαστούν πολλοί φορείς, κυρίως του δημοσίου τομέα, ιδιώτες καθώς, επίσης, Ρυθμιστικές Αρχές.

Σας θέτω ένα παράδειγμα προς σκέψη... Φανταστείτε ένα φορτηγό να μπαίνει στο λιμάνι της Γένοβας, για να πάει σ' "αυτό" το σημείο. Θα κάνει τουλάχιστον τρεις ώρες για να μπει στο καράβι. Ο οδηγός δε θα μπει στο καράβι σήμερα. Το ίδιο και στον Πειραιά. Για να μπει ένα φορτηγό στο πλοίο, χρειάζονται -σήμερα- πολλές διαδικασίες, οι οποίες θα μπορούσαν να μειωθούν ή να εξαφανιστούν.

Βελτιστοποίηση του στόλου σημαίνει, επίσης, περαιτέρω μελέτη και ανάλυση του μεταφορικού συστήματος και των χαρακτηριστικών αυτών. Τα μοντέλα που χρησιμοποιούμε: το trip generation, το trip distribution, η επιλογή δρομολογίου, η ανάλυση των αξόνων και, οπωσδήποτε, ο τζίρος και το μοντέλο κόστους.

Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι τα δυναμικά μοντέλα πληροφορικής είναι άκρως απαραίτητα, γιατί έχουμε γρήγορη και ασφαλή μεταφορά αγαθών με συνεχόμενη αλλαγή των καταστάσεων· αυτό δε θα μπορούσε να είναι διαχειρίσιμο παρά μόνο με δυναμικά μοντέλα πληροφορικής. Έτσι, λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι η αξία της πληροφόρησης που ακολουθεί το φυσικό μεταφερόμενο αγαθό είναι ίδια με την ίδια τη μεταφορά του αγαθού αυτού.

Θα πρέπει να έχουμε υπ' όψιν μας ότι, στο μεταφορικό σύστημα, η μεταφορά είναι μία εξαιρετική δομημένη διαδικασία, πραγματοποιείται σε δίκτυα, είναι εξαιρετικά ευαίσθητη στο χρόνο. Επίσης, θα πρέπει να λύνουμε συνεχώς προβλήματα "ουράς" (queuing) ή συμφόρησης (congestion) και απαιτείται χώρος.

Με τα κατάλληλα, όμως, εργαλεία, όπως trip distribution, link-performance function, θα μπορούσαμε να μετατρέψουμε ένα σημερινό γραμμικό σύστημα εφοδιαστικής αλυσίδας -όπως παρουσιάζεται “εδώ”- σε ένα δυναμικό σύστημα εφοδιαστικής αλυσίδας, με όλους τους ενδιαφερόμενους φορείς να ανταλλάσσουν, πρώτον, πληροφορίες και, στη συνέχεια, τα απαραίτητα φυσικά αγαθά.

Βελτίωση χρήσης ενέργειας...

Βελτιστοποίηση της χρήσης της ενέργειας σε όλους τους χώρους της παραγωγικής μας διάρθρωσης με τη χρήση έξυπνων μεθόδων μέτρησης και μετάδοσης των πληροφοριών σε πραγματικό χρόνο. Αναφέραμε και προηγουμένως τα key performance indicators (τους δείκτες μέτρησης) για εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα ως προς το τετραγωνικό μέτρο, που παρακολουθούν την εξέλιξη των δράσεων αυτών.

Σήμερα υπάρχουν μηχανισμοί δυνάμει των οποίων μπορούμε να παρακολουθούμε την κατανάλωση της ηλεκτρικής ενέργειας live, online. Αυτά είναι κάποια screenshots από το γραφείο μας στην Αθήνα· μπορούμε να δούμε, ανά πάσα στιγμή, ποια είναι η κατανάλωση στους διάφορους χώρους.

Η κατανάλωση της ενέργειας αυτής επηρεάζεται από την καλή χρήση της θερμοκρασίας. Το κόστος τού να θερμάνουμε μια κτιριακή εγκατάσταση (ένα warehouse) είναι πολύ μεγάλο και, αντίστοιχα, μεγάλο είναι και για να το ψύξουμε. Οι συμπεριφορές των συνεργατών είναι επίσης σημαντικές, ο τρόπος χρήσης του φωτισμού και, οπωσδήποτε, ο εξοπλισμός που υπάρχει στις παραγωγικές διαρθρώσεις μας.

Καινοτόμος τεχνολογία...

Η Deutsche Post DHL έχει ιδρύσει ένα κέντρο έρευνας στη Βόννη, όπου μελετά νέα προϊόντα, για να καλύψει τις ανάγκες της όσον αφορά τις

μελλοντικές τάσεις. Βέβαια, το ερευνητικό αυτό κέντρο βρίσκεται σε στενή συνεργασία με όλα τα κέντρα σκέψης σε όλο τον κόσμο.

Η τηλεματική, τα RFID, είναι τεχνολογική λύση που θα μπορούσαμε να εφαρμόσουμε στον κλάδο μας. Σήμερα, ήδη, στην Κολωνία κάνουμε χρήση του RFID, του Radio Frequency Identification, έχοντας τη δυνατότητα να κάνουμε μαζική καταγραφή όλων των events, όλων των check-points.

Αυτό γίνεται σειριακά, parcel by parcel. "Εδώ", γίνονται όλα μαζί. Περνάει το φορτηγό, δεν κατεβαίνει κανείς και σκανάρονται. Η χρήση της εν λόγω τεχνολογίας ονομάζεται RFID. Πρόκειται για μικρά τσιπάκια, τα οποία έχουν μία μικρή ενέργεια επάνω τους και έχουν τη δυνατότητα να στέλνουν κάποια πληροφορία. Βέβαια, το πρόβλημα είναι ότι, σήμερα, είναι "ασθενή" και το κόστος τους είναι μεγάλο. Έτσι, λοιπόν, στην Κολωνία, ήδη, δουλεύει αυτό το σύστημα και μελετούμε περαιτέρω ανάπτυξη σε πόλεις άλλων χωρών, όπως στην Ελλάδα και στην Ιταλία.

Επίσης, σε βάση του Radio Frequency Identification έχουμε και το Smart Sensor. Είναι μικροί σένσορες που, αυτή τη στιγμή, τους χρησιμοποιούμε για να παρακολουθούν τη θερμοκρασία του μεταφερόμενου αγαθού. Όταν ξεκινάει η αποστολή, σκανάρουμε το airwillbill και θέτουμε τη θερμοκρασία. Όταν, πλέον, φτάσει η αποστολή, ήδη, με το πάτημα ενός κουμπιού, μπορούμε να δούμε αν η θερμοκρασία μεταβλήθηκε κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Φανταστείτε πόσες πιθανές αλλαγές θερμοκρασίας είχε ένα αντικείμενο που έφυγε από τη Βόρειο Ευρώπη και έφτασε στην Αυστραλία. Ήδη, κατευθείαν, μπορούμε να δούμε αν έφτασε σωστά.

Δεύτερον, όταν ξανασκανάρουμε την ετικέτα στο σημείο άφιξης, όλες οι πληροφορίες που έχει μαζέψει το "έξυπνο" airwillbill τις έχει μεταδώσει σε μία βάση δεδομένων, απ' όπου μπορεί να τις δει ο κάθε ενδιαφερόμενος, ο αποστολέας ή παραλήπτης, παρακολουθώντας τις μεταβολές της θερμοκρασίας.

Δυναμικά δρομολόγια - Μοντέλα Σχεδιασμού Δυναμικού Δρομολογίου...

Όλα τα απαραίτητα software και οι αναλύσεις δουλεύουν, όπως trip generation, trip distribution κλπ - είδαμε κάποια μοντέλα, ήδη, νωρίτερα. Επίσης, όλα τα θέματα της τηλεματικής. Πολύ εύστοχα είπε ο συνάδελφος από την Ελβετία ότι καλύπτουμε όλο το φάσμα του e-trading (ηλεκτρονικές συναλλαγές). Πολύ σωστά είπε η Υπεύθυνη της πρωινής session ότι οι ηλεκτρονικές συναλλαγές, αντί να τιμωρήσουν τις ταχυμεταφορές ή τα ταχυδρομεία, απεναντίας έχουν προσδώσει μεγάλη ανάπτυξη, ενώ περιμένουμε και περαιτέρω (ανάπτυξη).

Χωρίς να περάσουμε σε περαιτέρω πλήρη ανάλυση, έχουμε όλο το φάσμα: e-signature (ηλεκτρονική υπογραφή), ηλεκτρονικό τιμολόγιο, ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Κάτι για το ηλεκτρονικό τιμολόγιο και για την ηλεκτρονική υπογραφή... Δεν ξέρω αν υπάρχουν κάποιες προϋποθέσεις, θεσμικά, που θα πρέπει να ακολουθήσουμε εδώ, για να ετοιμαστούμε κι εμείς στον ελλαδικό χώρο να προσφέρουμε τις e-billing λύσεις. Σε πολλές χώρες στην Ευρώπη, σήμερα, το δημόσιο δεν κάνει συναλλαγές με συνεργάτες αν δεν υπάρχει ηλεκτρονικό τιμολόγιο.

Μετρήσεις... Φυσικά, στις μετρήσεις, σπουδαίο ρόλο παίζει η συμπεριφορά όλων μας. Η Deutsche Post DHL είναι η έκτη εταιρία σε ανθρώπινο δυναμικό, με 500.000 εργαζομένους σε πάνω από 200 χώρες. Υποστηρίζουμε την οποιαδήποτε δράση για πιο οικολογική συμπεριφορά, όχι μόνο στο χώρο της εργασίας, αλλά και στο σπίτι.

Έτσι λοιπόν, το GoGreen, η στρατηγική πράσινης ανάπτυξης, είναι το πρώτο βήμα, αλλά γνωρίζουμε και ότι όλες οι δράσεις αυτές είναι ένα μόνο μέρος μιας παγκόσμιας προσπάθειας για να μειώσουμε τις βλαβερές παρεμβάσεις στο περιβάλλον. Σίγουρα, δεν ξέρουμε όλες τις απαντήσεις,

αλλά αυτό δε μας σταματά από το να αναλάβουμε τις ευθύνες μας από τώρα και νωρίς!

Ευχαριστώ πολύ.

**ΠΑΠΑΠΑΥΛΟΥ Γ. – Συντονιστής:** Ευχαριστώ τον κύριο Βασιλόπουλο. Οι ερωτήσεις θα “έρθουν” στο τέλος.

Περνάμε, κατευθείαν, στον επόμενο ομιλητή, ο οποίος είναι ο κύριος Ανδριανόπουλος, Executive Consultant της Planning AE.

**ΑΝΔΡΙΑΝΟΠΟΥΛΟΣ Σ.:** Αγαπητοί μας ακροατές, χαιρόμαστε που μείνατε μέχρι τώρα. Με όλη αυτήν την κούραση της μέρας, θα προσπαθήσω να είμαι σύντομος· δεν φημιζομαι για κάτι τέτοιο, αλλά θα προσπαθήσω.

Θα σας χαλαρώσω λίγο, παίρνοντας αφορμή από τον κύριο Βασιλόπουλο, μετά και ό,τι ακούσαμε περί πληροφορικής και νέων τεχνολογιών. Μου “πάσαρε” ο γιος μου ένα σχετικό ανέκδοτο για την πληροφορική· παθιαζόμαστε με τις νέες τεχνολογίες - κι εγώ μαζί...

Σε μια τάξη ισπανικών, η καθηγήτρια εξηγεί στους μαθητές τι είναι το κομπιούτερ και τους ρωτάει να της πουν αν είναι αρσενικό ή θηλυκό. Τους έβαλε, δηλαδή, να γράψουν μια έκθεση, σχετικά με το αν χαρακτηρίζουν το κομπιούτερ αρσενικό ή θηλυκό. Τους χώρισε σε ομάδες -άντρες και γυναίκες- και ξεκίνησαν να γράφουν...

Τι γράψανε...;

Οι άντρες:

*«Τα κομπιούτερ είναι θηλυκά, γιατί δεν υπάρχει κάποιος -παρά μόνο ο δημιουργός τους- που να καταλαβαίνει τη λογική με την οποία λειτουργούν, γιατί και η γλώσσα που χρησιμοποιούν, για να επικοινωνούν μεταξύ τους, είναι κάτι που κανείς άλλος καταλαβαίνει - όπως και οι γυναίκες, άλλωστε.*

*Ακόμη και το παραμικρό λάθος που κάνεις, αποθηκεύεται στη μνήμη τους και σε ταλαιπωρεί για πάρα πολύ καιρό.*

*Μόλις, τελικά, καταφέρεις να αποκτήσεις το δικό σου, ξοδεύεις μια περιουσία για να το συντηρήσεις!..».*

Οι γυναίκες, τώρα:

*«Το κομπιούτερ είναι “γένους αρσενικού”· σε περίπτωση που θέλεις να κάνεις οτιδήποτε μαζί του, πρέπει πρώτα να το ανάψεις.*

*Έχει πάρα πολλά δεδομένα, αλλά δεν μπορεί να τα επεξεργαστεί από μόνο του ούτε μπορεί να πάρει αποφάσεις από μόνο του - όπως οι άντρες.*

*Υποτίθεται ότι ο ρόλος των κομπιούτερ -και των ανδρών- είναι να σε βοηθούν να επιλύσεις προβλήματα· συνήθως, δημιουργούν περισσότερα από όσα επιλύουν.*

*Τέλος, μόλις αποκτήσεις ένα, συνειδητοποιείς ότι, αν περιμένεις λίγο, θα μπορούσες να αποκτήσεις ένα καλύτερο!..».*

Ας πούμε, τώρα, για τα logistics, λιγάκι... Τι είναι τα logistics; Μια πολύ παρεξηγημένη έννοια, μια ιστορία που έχει μπλεχτεί, όπως θα ξέρετε, από λογιστήρια, από ό,τι άλλο θέλετε και ούτω καθ' εξής - και η ταχυδρομική αγορά μέσα στα πλαίσια του logistics.

Να πάμε στο πρώτο μέρος...

Η ταχυδρομική αγορά είναι ένα δυναμικό μέρος της αγοράς των logistics. Δεν της έχουμε παραδώσει σημασία· συνήθως, ασχολούμαστε με τα μεγάλα, δηλαδή με τις παλέτες, με τα κομμάτια. Τα είχαμε αγνοήσει, λιγάκι, αυτά.

Η Ελλάδα -την κλασική γκρίνια θα ακούσετε, για την ελληνική κρατική μηχανή· τελευταία, την έχετε ακούσει πάρα πολύ έντονα- δεν έχει δώσει οιαδήποτε σημασία στην εφοδιαστική αλυσίδα, όταν τα logistics -και, γενικά, η εφοδιαστική- αναγνωρίζονται σαν ένας από τους κορυφαίους, σε ρυθμό, κλάδους με ποσοστά του 4% έως 8% ανάπτυξης του ΑΕΠ και η

συμμετοχή είναι, διεθνώς, στο 13,8% -ό,τι ανέφερε νωρίτερα ο εκπρόσωπος της DHL- του ΑΕΠ (εφοδιαστική, μεταφορές, διάφορα).

Μια αντίστοιχη μελέτη που έγινε πριν μερικά χρόνια -που έκανε η Planning- από τη Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας με τη συνεργασία της EEL, το έβγαλε στο 6,5%.

Θέλετε, έστω, να πούμε τι σημασία δίνει σ' αυτό το 6,5% η ελληνική κρατική μηχανή; Μηδενική! Μπορεί να φτάσει -έβγαλε η έρευνα- στα επίπεδα του τουρισμού. Αν ακουστεί να γίνει οτιδήποτε για τα logistics, πείτε μου κι εμένα!.. Λείπει πενταετές πλάνο, λείπει σχέδιο, "στην τύχη βαράμε".

Η ταχυδρομική αγορά είναι -κι αυτή- ένα μεγάλο κομμάτι της εφοδιαστικής, των logistics.

Έχει τεράστια σημασία· τι πάμε να κάνουμε στα logistics; Πάμε να "φάμε" -από τις πιο μεγάλες κουβέντες είναι- ενδιάμεσους κρίκους της εφοδιαστικής αλυσίδας. Θέλουμε, δηλαδή, ο παραγωγός να προσεγγίσει κατευθείαν τον τελικό καταναλωτή.

Ο καταναλωτής δεν θέλει μεγάλες ποσότητες. Θέλει μικρο-ποσότητες. Όταν ο καταναλωτής θέλει μικρο-ποσότητες, συνώνμη για την έκφραση, αλλά μάγκας είναι αυτός που θα πάει, με φθηνό κόστος, μικρές ποσότητες στον τελικό καταναλωτή - τα "minimum orders", που λέμε, τα 50 και τα 100 ευρώ. Τριάντα ευρώ μπορείτε να πάτε; Μπράβο!

Το λέω χαρακτηριστικά. Δεν το πιστεύουν, όμως...

Είναι έξι - επτά - οκτώ χρόνια πριν, δεν τον ήξερα τον άνθρωπο, όταν ο πατέρας του Υπουργού Τουρισμού, ο κύριος Γερουλάνος, που έχει τα ιχθυοπωλεία, ήρθε και μας είπε: «*Θέλουμε να μας οργανώσετε να πηγαίνουμε ένα—ένα ψάρι σε ένα σπίτι*».

- «*Τι...; Courier θα κάνεις; Ένα ψάρι σε ένα σπίτι;*».

- «*Συγνώμη, όταν ο κύριος Κουρνιαώτης -η Telemarketing- πάει ένα δέμα, πόσο κοστίζει; Ένα ψάρι, ξέρεις πόσο κάνει; 30-40 ευρώ. Λίγο είναι να πας 30 και 40 ευρώ μια μεταφορά;».*

Αυτό είναι. Είναι δύναμις σήμερα. Ένα ψάρι στο σπίτι της κυρίας Βαρδινογιάννη ή της κυρίας Ανδριανοπούλου ή σε όποιον θέλει, για να κάνει τραπέζι το βράδυ. Μικρο-διανομή μεν. μεγάλη δύναμη δε.

Τώρα, σχετικά με το πόση σημασία δίνουμε στη μικρο-διανομή και το πόσο ρίχνουμε τα κόστη μας, τέλος πάντων!.. Βεβαίως, για μια διάσταση που είχε βγάλει, ένα μικρό χρονικό διάστημα ήταν και η διεθνοποίηση. Έχουμε εμείς το “καβούκι” αυτό, «...της μικρής *Ελλαδίτσας, αυτής της γωνίτσας*». Πού είναι η εξωστρέφειά μας; Τι κάναμε σαν Βαλκανική χώρα; Γύρω – γύρω, αυτοί που ήτανε “ψόφιοι”, αναπτύσσονται σιγά – σιγά. Αν πάτε στη Βουλγαρία, θα ζηλέψετε! Τι φορτηγά έχουν εκεί και τι φορτηγά έχουμε εμείς στην Ελλάδα. «*Μπήκαν οι Αυστριακοί...*», θα μου πείτε. Οτιδήποτε... Και ούτω καθ’ εξής.

Θα μπορούσαμε... Η μελέτη είχε βγάλει, τότε, να αναλάβουν τα Ελληνικά Ταχυδρομεία το sorting για ορισμένες χώρες. Τι κάθεται εκείνο το πράγμα στη Θεσσαλονίκη; Γιατί να μην κάνει το sorting των Σκοπίων ή των Αλβανών, για παράδειγμα; Το hub..; Θα γίνει αυτό το hub ποτέ; Θα γίνει ο “Βενιζέλος” -ποτέ- hub της ευρύτερης περιοχής; Ωραία τον κάναμε, ωραία τον πληρώσαμε· μας αρέσει - δεν μας αρέσει. Θα γίνει -ποτέ- hub; Και δεν εννοώ hub για μεγάλα πράγματα, αλλά για βαλκανικά δέματα, βαλκανικά courier, transaction από την Ελλάδα. Εδώ είναι η FirstData. Τυπώνει όλα τα transactions για πόσες χώρες. Τα μοιράζουμε εμείς; Θα δούμε κάποια πράγματα παρακάτω, B2X, και ούτω καθ’ εξής. Υπάρχει μεγάλη δυναμική.

Κάποια μπορεί να σας φανούν σωστά, κάπου θα διαφωνήσετε, κάπου θα κοντράρουμε. Δεν μ’ αρέσει να συμφωνούμε και πολύ. Εδώ είναι η κλασική δομή της ταχυδρομικής αγοράς, με τα επιστολικά, τα δέματα, τα courier, τα logistics και ούτω καθ’ εξής. Αν τα δούμε αυτά στη διάστασή τους,



όπως ξέρετε, όλο το παιχνίδι -το είπε και ο κύριος Κουρνώτης, προηγουμένως- είναι το B2C. Ας μην το ψάχνουμε. Το B2, 65% της αγοράς. Τώρα κανείς δε γράφει γράμμα. Η μάνα μου δε γράφει γράμμα. Χριστουγεννιάτικες κάρτες, αν στέλνει, σε καμιά ξαδέρφη της και καμιά θεία μου. Όλο το παιχνίδι, 65%, είναι το B2C. Όλο το παιχνίδι, δηλαδή, δεν είναι το collection, αλλά το distribution.

Η Citibank, όταν διακινεί, τα στέλνει από την Ολλανδία, τυπώνει τα transactions στη Γαλλία και τα μοιράζουν οι Ισπανοί. Να παιχνίδι!.. Μπορούμε να πάρουμε ένα μεγάλο παιχνίδι της αγοράς με τα logistics; Πού είναι η εθνική μας στρατηγική logistics, να κάνουμε την Ελλάδα hub, να παίξει ένα ρόλο στην περιοχή; Δε λέω μεγάλα πράγματα· στη μικρο-διανομή αυτή.

Το ίδιο και στα δέματα... Όπως θα ξέρετε, τα δέματα των μεταναστών, τα παίρνουν από την Ευριπίδου τα λεωφορεία των μεταναστών και τα μεταφέρουν προς τα πάνω. Τι θα πει «...βαλκανικό δέμα...» και ένα σωρό άλλα τέτοια πράγματα;

Τα ίδια και με τα courier. Να μην “τρώω” χρόνο... Υπάρχει μια αγορά, συγκεντρώνεται και, μετά το κλείσιμο της τελευταίας, θα συγκεντρώνεται κι άλλο παραπάνω. Τρεις – τέσσερις εταιρίες, μεγάλο μερίδιο και ούτω καθ’ εξής.

“Τι θέλει να πει ο ποιητής”; Θέλει να πει ότι η αγορά των logistics -και η ταχυδρομική, σε ένα μεγάλο πλαίσιο- είναι μια δυναμική, μια προοπτική που έχει αυτή η χώρα· γκρινιάξαμε, μαυρίσαμε την ψυχή μας, λέγοντας και πιστεύοντας ότι είμαστε μια χώρα προς κατάρρευση, χωρίς να μπορούμε να κάνουμε κάτι, χωρίς οιοδήποτε μέλλον.

Συγνώμη, αλλά υπάρχουν και πεδία. Υπάρχει, για παράδειγμα, η εφοδιαστική αλυσίδα, αρκεί να έχουμε ένα στρατηγικό σχέδιο, κάπου να την

πάμε, κάπου να τη βοηθήσουμε, κάπως να βοηθήσουμε τις ελληνικές επιχειρήσεις που υπάρχουν να πάνε παρακάτω.

Στα πλαίσια αυτά, το 2009, έλαβε χώρα μία έρευνα -και μου ζητήθηκε από τον κύριο Αποστόλου να την παρουσιάσω- για τις τάσεις της ελληνικής αγοράς logistics, όπου 73 Έλληνες logisticians -θα δείτε ότι οι 12 ήταν Γενικοί Διευθυντές, οι 35 Supply Directors και ούτω καθ' εξής, δηλαδή υψηλού επιπέδου άνθρωποι, από το εμπόριο, από τις υπηρεσίες και τη βιομηχανία- απάντησαν, ουσιαστικά, όσον αφορά το πώς βλέπουν το παιχνίδι, τι προτείνουν, πού θέλουν να πάει, ποιες είναι οι προτάσεις τους: να δείτε πώς “κουμπώνουν” με αυτά που είπε ο κύριος Βασιλόπουλος, με αυτά που είπαν οι πρωινοί εισηγητές κλπ.

Η εν λόγω έρευνα έχει πέντε άξονες...

Εθνική στρατηγική logistics. Τι λένε; «Δεν υπάρχει σχέδιο».

Πριν απ' όλα, να φέρω ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα. Η κυρία Μπιρμπίλη χρηματοδοτεί τα “πράσινα”. Ποια “πράσινα”; Πάλι την οικοδομή. Πώς να μη χαθεί ενέργεια από τις οικοδομές; Ακούσατε εσείς κάποιο σχέδιο που να χρηματοδοτεί; Ακούσατε αυτό που είπε ο κύριος Βασιλόπουλος, για τα “πράσινα” φορτηγά; Όλο το παιχνίδι πάει στην οικοδομή; Καλή και η οικοδομή, κανείς δεν την αρνείται, καλοί οι αλουμινάδες, συμφωνώ απολύτως μαζί σας, να βάλουμε φωτοβολταϊκά στις στέγες... Μα το διοξειδίο του άνθρακα, ποιος το χρηματοδοτεί, ώστε να φύγει; Πού είναι οι συνδυασμένες μεταφορές; Όλο το “πράσινο” πάει στα σπίτια; Δεν το κατάλαβα...

Πού είναι τα “πράσινα” των άλλων διαστάσεων; Ποιος βοηθάει τα x courier, την όποια εταιρία θέλετε, να πάει παρακάτω; Πού είναι το σχέδιο δράσης; Τα ελληνικά logistics είναι, κάπου, στη γωνία, κάποτε θα τα ανακαλύψουμε, κάπου είμαστε χαμένοι για την πολιτεία!..

Ένας φορέας που θα προβάλλει τη χώρα μας σαν logistics, πού είναι; Αυτά τα λένε οι Έλληνες μάνατζερ - είναι οι διαστάσεις, που λένε εδώ μέσα. Κανένα σχέδιο δράσης, μη συνειδητοποίηση από την Πολιτεία του ρόλου μας.

Γίνονται εκθέσεις. Μια ζωή προβάλλουμε την ελληνική φέτα και την ελληνική ελιά. Κανείς δε λέει όχι, πολύ ωραίο είναι το κέρασμα. Όταν, όμως, γίνονται οι εκθέσεις των μεταφορών, είδατε εσείς να δημιουργείται ένα ελληνικό περίπτερο, που να λέει: *«Τα ελληνικά logistics μπορούν να αναλάβουν, στην περιοχή, κάποιο ρόλο»*; Περίπτερα βλέπω, σε όλες τις διεθνείς εκθέσεις, που λένε για την ελληνική διατροφή. Τα ελληνικά logistics; Κάπου στην άκρη, πεταμένα!.. Ρόλος.

Πάμε παρακάτω... Στον χωροταξικό σχεδιασμό - κι εδώ είναι ο κύριος Γεωργαντζής... *«Θέλουμε να μεταφέρουμε την ACS»*. Πού να την πάμε; Για πείτε μου, ποιος είναι το logistics της Αθήνας, για να την πάμε; Να την πάμε κάπου. Πείτε μου... Πού να πάει μέσα στην Αθήνα; Υπάρχει κάποιο logistics; Υπάρχουν στην Αθήνα; Πού είναι; Εδώ θα μαζέψουμε όλα τα logistics της Αθήνας. Το όποτε, το αν και τι θα είναι, όλη η φιλοσοφία μας.

Να μαζέψω, να πάει η ALDI; Όλο το σχέδιό μας ήταν αν θα καταφέρει να πάει η ALDI κάτω στον ΟΣΕ. Μεγάλη φιλοσοφία, αν θα γεμίσει η ALDI ή ο Σκλαβενίτης!..

Πού είναι η ιστορία του συνδυασμένου, να πάνε τα πρακτορεία κάτω εκεί, ώστε (τα πρακτορεία) να παίρνουν και να πηγαίνουν κατευθείαν στη Θεσσαλονίκη; Πού είναι αυτό το πράγμα; Το είδατε; Το ξέρετε πολύ καλά, εξίσου - έτσι δεν είναι; Όλο αυτό το παιχνίδι, να γίνει κάποια στιγμή, να το δείτε. Να μειωθούν τα πράγματα. Η εκμετάλλευση "Marco Polo" ..; Μη λέμε ιστορίες. Πού είναι αυτό το πράγμα; Ένα κέντρο, θα καλύψει όλη την Αττική; Η κτήση γης..; Φτάσαμε να πουλιέται, αν το μετρήσετε, με 40% κάλυψη, στο Θριάσιο 150.000 - 200.000 ευρώ το τετραγωνικό; Μην τρελαθούμε, τελείως! Τα λένε οι μάνατζερ αυτά, αυτοί έχουν μετρήσει.

Δίκτυα μεταφορών... Είχαμε και πιο πρόσφατη κρίση με την ιστορία των Τεμπών. Πότε θα τελειώσουν αυτοί οι “έρημοι” οι οδικοί άξονες; Τα ξέρετε, τλαιπωρείστε όλοι με τα δίκτυα και ούτω καθ' εξής. Συνδυασμένες μεταφορές, εκσυγχρονισμός του εθνικού στόλου οδικών μεταφορών, πού και πώς..; Ολόκληρη ιστορία. Ελπίζουμε κάτι να γίνει με την απελευθέρωση. Τεράστιο το κόστος εδώ μέσα. Πώς θα αντέξουμε, όταν αλλάξουν τα πράγματα, δεν ξέρω.

Γραφειοκρατικές καθυστερήσεις στις πύλες εισόδου της χώρας. Ξέρετε, όσοι μιλάτε με διεθνείς, τι σημαίνει να μπούμε στις πύλες της χώρας. Να μην πούμε για τις θαλάσσιες μεταφορές, που βλέπετε στο τέλος, τι σημαίνει να πας, το καλοκαίρι, στην πατρίδα μου τη Σάμο ή στη Ρόδο ή πόσο στοιχίζει να έρθεις από την Ιταλία στην Αθήνα και από την Αθήνα να πας στη Ρόδο.

Άλλα θέματα -μεγάλα- των logistics...

Ανθρώπινος παράγοντας... Κάποια στιγμή, αρχίζουμε και κάνουμε κάποια ΤΕΙ. Υπάρχει ολόκληρο αφιέρωμα στη μελέτη, όποιος θέλει μπορεί να τη βρει. Αναφέρεται στο μεσαίο στελεχιακό δυναμικό, εκπαιδευμένους ανθρώπους *logisticians*, που τους έβαλαν να κάνουν -εκπαιδευμένους ανθρώπους, που ξέρουν τέτοια πράγματα- δρομολόγηση· που έχουν σπουδάσει τέτοιου είδους πράγματα, δηλαδή δεν μιλάμε για μεγάλους φιλόσοφους και μεταπτυχιακά προγράμματα, αλλά για μέσο εκπαιδευτικό προσωπικό, μάντζερ εκπαιδευμένους.

Τα ίδια -που είπα- και με το περιβάλλον. Κανείς δε χρηματοδοτεί τα “πράσινα” logistics. Χρηματοδοτούμε τα “πράσινα” κτίρια. Πάλι ήμασταν, νομίζω, κάπου στο περιθώριο.

Προτάσεις, για να κλείνουμε... Είναι και οι ώρες δύσκολες. Μέρος τρίτο, λοιπόν. Διαπιστώσεις – προτάσεις.

Η αγορά έχει δυναμική ανάπτυξη. Περιθώρια υπάρχουν. Περιθώρια υπάρχουν πάρα πολλά. Η Ελλάδα έχει μια γεωγραφική θέση, αλλά έχει γίνει μύθος, σαν τον αλβανό τουρίστα. Πώς θα εκμεταλλευτούμε τη γεωγραφική θέση; Πώς θα την προβάλλουμε; Μην ξεχνάτε ότι υπάρχουν χώρες ανταγωνιστικές. Υπάρχει, πια, μια Ρουμανία, που παίζει έναν ευρύτερο ρόλο, πιο πάνω από την περιοχή μας. Κάποια στιγμή, θα καθεί και ο γεωγραφικός μας ρόλος. Να προλάβουμε να τον αναπτύξουμε, ώστε, κάποια στιγμή, να υπάρχει.

Θέλουμε, βέβαια, νέου τύπου “παίκτες” - αυτό που έλεγε η DHL.

Τα δέματα, πάντως, στα μικρο-logistics· να μη μένουμε στα μεγάλα logistics. Δείτε, παραδείγματος χάριν, κάποια στοιχεία από την έρευνα που είχε γίνει και για τα ΕΛΤΑ και για άλλες εταιρίες, που είχε κάνει η Planning. Δείτε όγκο δεμάτων. Έχει διάφορες χώρες εδώ μέσα. Δείτε όγκο δεμάτων ανά κάτοικο στη Φινλανδία. Δείτε και το αντίστοιχο στην Ελλάδα. Δείτε την Ουγγαρία. Καλά, η Κύπρος -δεν το συζητάμε- είναι ψηλά, αλλά δεν έχει και κάποιο λόγο που να έχει έννοια. Περιθώρια υπάρχουν, δυναμική αγοράς υπάρχει και μπορούμε να βάλουμε διάφορα άλλα πράγματα.

Είμαστε ακόμα στα 0,25 δέματα ανά κάτοικο το έτος. Ένα δέμα ανά δέκα οικογένειες. Αυτός είναι ο τζίρος που μεταφέρουμε. Αυτό είναι το παιχνίδι. Προφανώς, πλέον, υπάρχει μια δυναμική.

Και οι μετανάστες έχουν ένα μερίδιο εδώ μέσα. Μπορούμε να πάρουμε την αγορά της μεταφοράς και ούτω καθ' εξής.

Ο ανταγωνισμός θα είναι έντονος και δύσκολος τα επόμενα χρόνια, καθώς και διεθνοποιημένος. Τα βλέπετε, ετοιμάζονται. Βλέπετε τα market shares. Θα υπάρχουν οι εθνικοί ταχυδρομικοί φορείς, που θα παίξουν το παιχνίδι τους, οι πολυεθνικές, οι οποίες θα παίξουν το παιχνίδι τους. Τώρα, οι μικρές, αν θέλουν να επιβιώσουν, θα παίξουν το ρόλο του cluster ή του

μικρού αυτόνομου “παίκτη” στην αγορά; Θέλει διαφορετικούς τρόπους πρόσβασης.

Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα θα αποκτήσουν όποιοι συμπίεσουν τα λειτουργικά τους έξοδα - να γίνουμε lean. Κύριοι, συνώνυμη που θα το πω, αλλά είμαστε χώρα πανάκριβου εργατικού δυναμικού. Ο εργαζόμενός μας είναι 40% πιο ακριβός από τον γερμανό εργαζόμενο. Το λέω ξεκάθαρα, πάντα, αλλά δεν το πιστεύει κανένας.

Μισθολογικά, δεν είναι πιο ακριβός. 70% είναι πιο ακριβός ο Γερμανός εργαζόμενος. Όταν λέμε ότι ο εργάτης μας στοιχίζει 18.000 ευρώ στην Ελλάδα, δεν τα παίρνει ο άνθρωπος στο χέρι του, προς Θεού! Λίγα παίρνει... Τα υπόλοιπα πάνε σε ΙΚΑ, εργοδοτικές εισφορές και σε ένα σωρό άλλα πράγματα, που τα “έβαλαν επάνω του”. Δεν τα παίρνει ο άνθρωπος στο χέρι του. Ο άνθρωπος δεν έχει καταναλωτική ισχύ. Για άλλο λόγο πάνε εκεί μέσα.

Αντιστοιχεί σε 0,17—0,18 ευρώ το λεπτό. Ο picker, που λέμε «...άντε, κάνε ένα sorting στην εταιρία», αντιστοιχεί σε 0,18 ευρώ το λεπτό. Με 40% παραγωγικότητα που έχουμε συγκριτικά με τον Γερμανό...; Και δε φταίει ο Έλληνας εργαζόμενος ούτε τα μηχανήματά μας· τα συστήματά μας φταίνε, όταν περιμένει τι να κάνει. Αν κάνετε τη διαίρεση, βγαίνουμε 38% πιο ακριβοί -το εργατολεπτό μας- σε παραγωγικότητα από το γερμανικό εργατολεπτό.

Είμαστε χώρα ακριβού εργατικού δυναμικού λόγω της παραγωγικότητάς μας· και πάλι, μη συγκριθώ με Ιταλούς, μη συγκριθώ με άλλες γείτονες χώρες. Θέλει συμπίεση, θέλει να γίνουμε lean. Όχι ότι δεν υπάρχουν παραδείγματα, υπάρχουν πολύ καλά παραδείγματα. Μ’ αρέσει να μιλάω επώνυμα και όχι με θεωρίες. Το εργοστάσιο της Colgate, που είναι στην οδό Πειραιώς, είναι το Νο 1 εργοστάσιο σε όλο τον κόσμο -και είναι στην οδό Πειραιώς- από πλευράς παραγωγικότητας.

Μπορώ να λέω δεκάδες παραδείγματα, μπορούν να τα αναφέρουν και οι υπόλοιποι συνάδελφοι.. Δείτε, "εδώ", τα έσοδα. Δείτε κάτι που μου αρέσει και θα ήθελα να αναφέρω... Βλέπετε -πάλι θα πάρω τους Φινλανδούς σαν παράδειγμα- τα συγκριτικά κατά κεφαλήν έσοδα ταχυδρομείου, Φινλανδίας – Ελλάδας. 2% αντιστοιχεί στην Ελλάδα, 5% στη Φινλανδία.

Πάμε παρακάτω...

Αυτό που πρέπει να συμπίεσουμε, κυρίως, είναι το κόστος της διανομής. Αυτό έβγαλε και η έρευνα του lean. Αυτοματοποιημένες δρομολογήσεις, συνδυασμένες -που είπατε με το Θριάσσειο- μεταφορές, τρένα, "ιστορίες". Πότε θα γίνει αυτό το πράγμα;

Τομείς που μπορεί να βοηθήσουν πάρα πολύ το lean distribution. Πάλι από στοιχεία, βλέπετε ότι το 43% είναι κόστος delivery. Εκεί είναι το παιχνίδι, στο πώς θα μειώσουμε το κόστος διανομής, τα φορτηγά να μη γυρνάνε άδεια και ούτω καθ' εξής.

Το προσωπικό· το έχω ακούσει κατά κόρον, "χτυπάμε" συνέχεια το προσωπικό και όλοι θεωρούμε ότι η μείωση του κόστους είναι συνυφασμένη με το να απολύσουμε δέκα εργαζόμενους. Συγγνώμη, δεν είναι το παιχνίδι εκεί. Είναι το εύκολο "καταφύγιο" του κάθε έλληνα μάνατζερ, να πει: «...*κόψε δέκα ανθρώπους*». Και ποιους κόβουμε, συνήθως; Τους άμεσους, αυτούς που είναι κάτω - κάτω στη γραμμή παραγωγής και δουλεύουν οι καημένοι. Τους pickers, τους φορτηγατζήδες.

Από την άλλη, έχουμε ένα "σκασμό" κόστος σε διοικητικούς, υποστηρικτικούς και ένα σωρό!.. Έχει φτάσει η αναλογία να είναι τρεις προς έναν, άντε τέσσερις προς έναν. Δηλαδή, τρεις ή τέσσερις από κάτω που παράγουν· η αναλογία έπρεπε να είναι οκτώ προς έναν, εννιά προς έναν, δέκα προς έναν! Όμως, όλο πάμε και κόβουμε από τη βάση της παραγωγής, τους τέσσερις να τους κάνουμε τρεις. Να κάνουμε το "τρεις προς έναν", "δύο προς

έναν”, δηλαδή. Το “πίσω” είναι το παιχνίδι. Όχι να κόβουμε τους άμεσους, τους direct, που πάμε και κόβουμε, συνήθως.

Κάποια στιγμή, εδώ μέσα, είπατε -βέβαια, δεν έχω πολλά στοιχεία να πω και ούτε είμαι ειδικός- ότι δεν έχουμε διανομείς. Προφανώς, το πρόβλημά μας δεν είναι οι διανομείς. Ίσως να μην είναι στα ΕΛΤΑ. Μήπως είναι το “πίσω μέρος”; Λέω... Δεν ξέρω. Δεν έχω data για να μιλήσω.

Δείτε, παραδείγματος χάριν, “αυτό”. Δείτε, στη Φινλανδία, ένας εργαζόμενος πόσους εξυπηρετεί και, αντίστοιχα, δείτε στην Ελλάδα. Δηλαδή, βλέπετε ότι σε έναν Φιλανδό υπάλληλο ταχυδρομείου αντιστοιχούν πολύ λιγότεροι κάτοικοι από ό,τι σε έναν Έλληνα. Είναι υπερσελεχωμένα τα φινλανδικά ταχυδρομεία. Δείτε τι τζίρο φέρνουν και τι έργα κάνουν.

Πολύ σημαντικός παράγοντας είναι το κόστος προσωπικού, αλλά μη “χτυπάτε” το άμεσο. Και αν ο Έλληνας εργαζόμενος -όπως λέμε- δεν είναι παραγωγικός, δε φταίει ο Έλληνας εργαζόμενος, αλλά τα συστήματά μας. Ο Έλληνας εργαζόμενος, όταν πήγε στη Γερμανία, ήταν ο πιο παραγωγικός εργαζόμενος. Εκεί, τον έβαλαν στην αρχή της γραμμής παραγωγής. Δεν μπορεί ο Έλληνας να είναι τεμπέλης στην Ελλάδα και παραγωγικός στη Γερμανία!.. Είναι τα συστήματά μας που τον έκαναν αντιπαραγωγικό. Το λέω για τα ελληνικά logistics, συστήματα και διαδικασίες.

Η Ελληνική Πολιτεία μπορεί να βοηθήσει πάρα πολύ και τις εταιρίες ταχυδρομείων και των ταχυμεταφορών και τους couriers. Γιατί τους βάζεις τους αναπτυξιακούς νόμους; Γιατί, επιτέλους, θεωρούμε ότι μόνο φέτα μπορούμε να παράγουμε στην Ελλάδα; Συγνώμη, ας χρηματοδοτήσουμε και τις υπηρεσίες! Ας καταλάβουμε ότι οι χώρες ανάπτυξης του κόσμου είναι η Ολλανδία, η Σιγκαπούρη, όσες κάνουν services.

Πάει η ιστορία, που θα πουλήσουμε τώρα καπνά. Τελείωσαν τα καπνά και τα σταφύλια. Services. Agro logistics, κέντρο της περιοχής..; Θα κάνουμε διάφορα τέτοια πράγματα, διότι έχουμε μέλλον. Να κάνουμε τα logistics, τα



courier, profit center της Ελλάδας. Την πράσινη διάσταση, το sustainability, την ανέλυσε, νομίζω, πολύ καλύτερα από εμένα η DHL.

Το διοξείδιο του άνθρακα. Μας έρχονται αυτά. Μας φαίνονται διαφορετικά. Έχουμε εταιρίες -πολυεθνικές, βεβαίως- που δεν μπορούν να παράγουν ένα προϊόν, διότι υπάρχει το διοξείδιο - με βάση πόσο το μεταφέραμε και πόσο για το χαρτοκιβώτιο κλπ, βγαίνει πολύ παραπάνω από το όριο που μας έχουν βάλει διεθνώς, sustainability κλπ.

Επαναλαμβάνω, να χρηματοδοτηθούν και τα “πράσινα” logistics και όχι μόνο τα “πράσινα” κτίρια.

Κλείνοντας, να πω ότι τα logistics, οι ταχυμεταφορές, τα courier και όλο αυτό το παιχνίδι με τα ταχυδρομεία είναι ένας σημαντικός παράγοντας. Μπορεί, πιστεύουμε, η Ελλάδα να γίνει ένας ευρύτερος κόμβος στην περιοχή, αρκεί να συνειδητοποιηθεί από την κρατική μηχανή ότι είναι παράγων πλούτου και όχι να μείνει είναι σε μια άκρη, σε μια γωνία, χωρίς σχέδιο, χωρίς στρατηγική. Νομίζω, ο Σωτήρης και ο Απόστολος θα σας πουν πολλά πράγματα παραπάνω σε όλο αυτό το θέμα.

Ευχαριστώ και ελπίζω να το δούμε αυτό το “φως να ανάψει”.

**ΠΑΠΑΠΑΥΛΟΥ Γ. – Συυττοιισιιτήης:** Ευχαριστούμε τον κύριο Ανδριανόπουλο.

Αμέσως περνάμε στον επόμενο ομιλητή που είναι ο κύριος Τζιμούρτας, Γενικός Διευθυντής της ΟΡΦΕΥΣ ΒΕΪΝΟΓΛΟΥ ΑΕ.

**ΤΖΙΜΟΥΡΤΑΣ Α.:** Καλησπέρα κι από μένα.

Δε φτάνει που έχουμε καθυστερήσει, είμαι αναγκασμένος να μιλήσω και μετά από το Σταμάτη, που όλοι είδατε πώς μπορεί να κάνει μια παρουσίαση, οπότε θα προσπαθήσω να είμαι λίγο πιο “to the point”, για να μπορέσουμε να γλιτώσουμε και λίγο χρόνο, εδώ, στους αξιότιμους συναδέλφους.

Να σας πω, κατ’ αρχάς, δυο λόγια για την εταιρία, για όσους -τυχόν- δεν την ξέρουν. Είμαστε μια από τις μεγαλύτερες και top εταιρίες, τόσο στα Βαλκάνια, όσον αφορά τα contract logistics αλλά και το forwarding, όσο και σε δυο κομμάτια στη νοτιοανατολική Μεσόγειο με τις εταιρίες που έχουμε στην Κύπρο και στον Λίβανο.

Έχουμε, περίπου, 95.000 τετραγωνικά στεγασμένου αποθηκευτικού χώρου, εκ των οποίων 37.000, περίπου, στην Ελευσίνα, 20.000 στα Οινόφυτα και 7.000 στη Σίδνο - βλέπετε και μερικές φωτογραφίες από τις εγκαταστάσεις μας.

Επίσης, έχουμε την αποκλειστικότητα της FedEx στην Ελλάδα - Orbit Couriers, ο επίσημος, ο νόμιμος τίτλος, με εγκαταστάσεις στην οδό Βάρης – Κορωπίου.

Η παρουσίαση που θα κάνω θα έχει πέντε θεματάκια...

Θα δούμε, λίγο, τι έγινε πέρσι και τι στις αρχές, φέτος, του χρόνου. Πώς μπορεί μια χώρα να κάνει τη διαφορά και να γίνει ένα hub για μια περιοχή. Θα δούμε, επίσης, ποια είναι τα δυνατά σημεία που έχουμε για να γίνουμε ένα κέντρο για τα Βαλκάνια, ποιες είναι οι αδυναμίες που έχουμε και, στο τέλος, θα κλείσουμε με κάποια suggestions, με κάποιες προτάσεις.

Κατ’ αρχάς, πέρσι είχαμε -το ξέρετε όλοι, το ζούμε όλοι ακόμα και σήμερα- την οικονομική κρίση, η οποία δε βοήθησε καθόλου να αναπτυχθεί το κομμάτι των μεταφορών, γενικότερα. Ήταν υπεύθυνη, τόσο για την πτώση στον μεταφερόμενο όγκο όσο και για το γύρισμα του αποθέματος - και αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να έχουμε, από τη μία προσπάθειες των επιχειρήσεων να μειώσουν τα κόστη τους, μειώνοντας -όπως πολύ σωστά είπε και ο Σταμάτης- το προσωπικό τους, από την άλλη προσπάθειες εξέτασης, γενικότερα, της κοστολογικής τους δομής.

Είχαμε, επίσης, σαν αποτέλεσμα αυτού, μια δραματική πτώση των τιμών, ιδιαίτερα στο κομμάτι του forwarding κι έναν πολύ σημαντικό

περιορισμό σε μία ροή consolidation που είχε ξεκινήσει με συγχωνεύσεις και εξαγορές εταιριών. Η πιστοληπτική κρίση -και το ότι οι τράπεζες δεν μπορούσαν να δώσουν credit στους πελάτες τους- δε βοήθησε καθόλου στο να συνεχιστεί αυτό το consolidation που είχε ξεκινήσει.

Τώρα, όσον αφορά το τι θα πρέπει να έχουμε σαν χώρα για να μπορέσουμε να καταφέρουμε να γίνουμε ένα κέντρο για τα Βαλκάνια και την ευρύτερη νοτιανατολική περιοχή, θεωρώ ότι τα σημαντικότερα σημεία έχουν να κάνουν με τις υποδομές (τόσο σε φορτηγά όσο και σε τρένα). Θα πρέπει να υπάρχουν γρήγορες συνδέσεις από το κέντρο έναρξης μέχρι το εσωτερικό της χώρας. Θα πρέπει να υπάρχουν αεροδρόμια αλλά και λιμάνια με πολύ καλή υποδομή, τα οποία να μπορούν να υποστηρίξουν όλο αυτό το setup. Σημαντικό, επίσης, ρόλο παίζει -το είπε και ο Σταμάτης, πιο πριν- η γεωγραφική θέση της χώρας.

Κάποιες άλλες χώρες, που το έκαναν, όπως η Ολλανδία στην Κεντρική Ευρώπη, είχαν πολύ δυνατή βιομηχανία logistics και αυτό τους βοήθησε να χρησιμοποιήσουν τους ανθρώπινους πόρους και τις υποδομές για να πάνε ένα βήμα πιο κει. Φυσικά, χρειάζεται να υπάρχει χρηματοοικονομική και πολιτική σταθερότητα!

Εμείς είχαμε μία ευκαιρία, πριν από έξι περίπου χρόνια, για την οποία ακόμα μιλάμε, δυστυχώς!.. Αναφέρομαι στο 2004, όταν και είχα την τύχη να ηγούμαι της ομάδας των logistics. Είχαμε την τύχη να φιλοξενήσουμε το μεγαλύτερο γεγονός logistics, παγκοσμίως. Καταφέραμε να αποκτήσουμε πολύ μεγάλη εμπειρία από αυτό το γεγονός. Καταφέραμε να δημιουργήσουμε υποδομή τόσο σε ανθρώπινο δυναμικό όσο και σε κάποιου άλλου είδους υποδομές, όπως το αεροδρόμιο, η Αττική Οδός, κάποια κτίρια αποθηκών, τα οποία έγιναν για να εξυπηρετήσουν τον χώρο των logistics.

Παρ’ όλα αυτά, εκμεταλλευτήκαμε πάρα πολύ λίγα από αυτά. Για παράδειγμα, η διανομή στην Αθήνα ακόμα είναι ένα πρόβλημα και το ζούμε όλοι μας καθημερινά.

Επίσης, αυτό που διαπιστώθηκε -και διαπιστώνουμε ακόμα και τώρα- είναι ότι ο Έλληνας επιχειρηματίας δεν πιστεύει και τόσο πολύ στα contingency plans. Δηλαδή, είναι ένα θέμα το οποίο βγαίνει ξανά και ξανά. Μπορούμε να σχεδιάσουμε κάτι, να το κάνουμε καλά, αλλά αν κάτι πάει στραβά, δεν έχουμε πλάνο Β. Και αυτό, νομίζω, φαίνεται στην καθημερινή μας ζωή.

Τώρα, ποια είναι κάποια από τα σημεία, τα οποία θεωρώ ότι είναι πολύ δυνατά και με το μέρος μας στην προσπάθεια αυτή που πιστεύω ότι θα κάνει η χώρα μας για να γίνει κέντρο της νοτιανατολικής Ευρώπης και δη των Βαλκανίων..;

Κατ’ αρχήν, η γεωγραφική μας θέση, που βολεύει πάρα πολύ, τόσο γιατί υπάρχουν οι δύο καινούργιες χώρες -η Βουλγαρία και η Ρουμανία- οι οποίες εισήλθαν στην Ευρωπαϊκή Ένωση όσο και λόγω της εισροής πάρα πολλών προϊόντων από την Ασία. Η γεωγραφική μας θέση μάς βοηθάει να εκμεταλλευτούμε αυτά τα δύο γεγονότα που ανέφερα πιο πριν, για να μπορέσουμε να δημιουργήσουμε τις υποδομές, να δημιουργήσουμε τη βάση για να προχωρήσουμε στο στόχο μας.

Επίσης, η υποδομή μας, όσον αφορά τη διανομή, έχει γίνει -με εξαίρεση τις πόλεις και τα κέντρα των πόλεων- αρκετά καλή. Έχει, ήδη, ολοκληρωθεί η Εγνατία Οδός, έχει γίνει η Αττική Οδός· έχουμε, βέβαια, ακόμα, το πρόβλημα των Τεμπών, το οποίο προσπαθούμε να το ξεπεράσουμε, αλλά, σε γενικές γραμμές και συγκρινόμενοι με άλλες, γείτονες χώρες, νομίζω ότι η υποδομή που έχουμε, αυτή τη στιγμή, είναι αρκετά καλή.

Έχουμε, επίσης, μια πολύ καλή κληρονομιά, τόσο όσον αφορά το εμπόριο -στους αιώνες των αιώνων ήμασταν πάρα πολύ καλοί στο εμπόριο-

όσο και, γενικά, στο κομμάτι της μεταφοράς (στη ναυτιλία, στη μεταφορά καθ' εαυτή και ούτω καθ' εξής).

Επίσης, έχουμε ένα κομμάτι που μπορούμε πάρα πολύ καλά να εκμεταλλευτούμε, παρ' ότι πολλές φορές ο Σταμάτης διαφωνεί· νομίζω ότι τα αγροτικά logistics είναι ένα κομμάτι -έχουμε πολλή παραγωγή στη χώρα μας- που μπορούμε να το χρησιμοποιήσουμε για να φτιάξουμε κάποια κέντρα, στα οποία μπορεί να βασιστεί η χώρα μας για να πάει πιο κάτω σαν ένα κεντρικό logistics hub.

Παρ' όλα αυτά, έχουμε και κάποιες αδυναμίες. Δυστυχώς, η βιομηχανία των logistics είναι πάρα πολύ διαμελισμένη. Υπάρχουν πολλοί μικροί “παίκτες” -και συμβαίνει αυτό σε όλα τα κομμάτια της μεταφοράς- οι οποίοι “έχουν στην πλάτη τους” πάρα πολλά leasing να πληρώσουν, με αποτέλεσμα να μη “βγάζει” υγεία όλο αυτό το πράγμα, ενώ ακόμα και η τιμολογιακή πολιτική πολλών εκ των εταιριών δεν είναι αυτή που θα έπρεπε.

Σαν αποτέλεσμα όλων αυτών, υπάρχει πάρα πολύς ανταγωνισμός, αλλά υπάρχει και πάρα πολύ μεγάλη δυναμική. Η δυναμική που έχουμε και που μπορούμε να αναπτύξουμε, αυτή τη στιγμή, είναι πολύ μεγάλη.

Ένα από τα χειρότερα ζητήματα στην Ελλάδα είναι ο κεντρικός προγραμματισμός. Πάντα εντυπωσιάζομαι, όταν επισκέπτομαι χώρες οι οποίες, θεωρητικά, είναι λιγότερο αναπτυγμένες από τη δικιά μας. Για παράδειγμα, είχαμε πάει τις προάλλες στα Σκόπια, στην εταιρία που έχουμε εκεί, και είδαμε ότι υπήρχε ένα πλάνο για όλες τις εταιρίες οι οποίες έχουν επενδύσει στα Σκόπια - πώς να τις βοηθήσουν, πώς να κάνουν προτάσεις σε αυτές. Πήγαμε στο Υπουργείο εκεί και μας βοήθησαν με κάποια θέματα· μας πρότειναν και πέντε λύσεις οι ίδιοι. Αυτό, σ' εμάς, δυστυχώς, ακόμα δεν υπάρχει.

Έχουμε, επίσης, πάρα πολλή γραφειοκρατία. Όταν ήμουν στον ΟΣΕ, πριν από κάποια χρόνια, πολλές φορές, ερχόντουσαν δουλειές από μόνες

τους, αλλά υπήρχε μία διστακτικότητα στο να τις πραγματοποιήσουμε. Πάντα φοβόμαστε ότι αυτός που θα έρθει από το εξωτερικό και θα βάλει τα λεφτά, κάπου θα πάει να μας “πιάσει”, κάπου θα πάει να μας κοροϊδέψει. Δεν είμαστε τόσο ανοικτοί στο να επενδύσουμε. Βλέπουμε τα πράγματα περισσότερο ταμειακά και όχι τόσο σαν επένδυση σε βάθος χρόνου.

Ένα από τα σημαντικότερα μειονεκτήματά μας θεωρώ ότι είναι το γεγονός ότι είμαστε τερματικός σταθμός. Δηλαδή, έρχεται πολύ περισσότερος όγκος προς την Ελλάδα από αυτόν που φεύγει και, γι' αυτό, θεωρώ ότι θα πρέπει αυτό να το εκμεταλλευτούμε και να γίνουμε ένα κέντρο τόσο για τις δύο καινούργιες χώρες της Ευρώπης όσο και ένα διαμετακομιστικό κέντρο για όλα αυτά που έρχονται από την Ασία.

Τέλος, αυτό που είπα και πριν, είναι μια από τις σημαντικότερές μας αδυναμίες. Υπάρχουν πάρα πολλοί μικροί “παίκτες” και, δυστυχώς, δεν είναι ανοικτοί σε καινούργιες συνεργασίες. Πολλές φορές, ιδιαίτερα όταν ήμουν στον ΟΣΕ, έρχονταν εταιρίες για να συνεργαστούμε. Ήθελαν “να μπουνε στο τρένο”, ήθελαν να τους βοηθήσουμε “να μπουνε στο τρένο”, αλλά, πάντα, την τελευταία στιγμή, φοβόντουσαν ότι θα τους πάρουμε τον πελάτη ή ότι θα αθετήσουμε τις συμφωνίες.

Το τελευταίο που θα ήθελα να αναφέρω, γιατί μου διέφυγε πριν, είναι ότι δεν έχουμε κάνει τίποτα για τις συνδυασμένες μεταφορές. Έχω πάει σε συνέδρια μέχρι στο Ισραήλ. Υπάρχουν ακόμα κι εκεί σκέψεις, προτάσεις, ακόμα και υποδομές, που γίνονται για να βοηθήσουν τις συνδυασμένες μεταφορές. Εμείς, δυστυχώς, έχουμε στο πρόγραμμα έξι διαμετακομιστικά κέντρα, αλλά ακόμα δεν έχει πραγματοποιηθεί κανένα από αυτά - ούτε καν του ΟΣΕ, που το συζητάμε από τότε, σχεδόν, που ξεκίνησα την καριέρα μου στα logistics.

Κλείνοντας, θα ήθελα να πω ότι, σε γενικές γραμμές, πιστεύω ότι ο επιχειρηματικός κόσμος -και η Ελλάδα, γενικότερα- έχει καταλάβει τη

σοβαρότητα του θέματος. Προσπαθεί, είτε φτιάχνοντας ο ιδιωτικός τομέας, όπως εμείς και άλλες επιχειρήσεις, τα δικά του μεγάλα κέντρα, ώστε να εξυπηρετήσει όλο αυτό το κομμάτι, είτε μέσω της βοήθειας του δημοσίου· κι εκεί, δυστυχώς, ενώ πήγε να γίνει κάτι, η οικονομική κρίση, νομίζω, θα μας πάει πολύ περισσότερο πίσω - αυτό που καταλαβαίνω, επαναλαμβάνω, είναι ότι βλέπουμε τα πράγματα πολύ ταμειακά και όχι ως επένδυση σε βάθος χρόνου!..

Αυτό, επίσης, που θεωρώ ότι πρέπει να γίνει, είναι να υπάρχει ένας κεντρικός συντονισμός. Σας είπα και πριν ότι ακόμη και στα Σκόπια υπάρχει ένας κεντρικός συντονισμός για να απορροφηθούν όλοι οι πόροι που, τυχόν, θα βρεθούν διαθέσιμοι εκείνη τη στιγμή.

Σ' εμάς, αυτό, δεν υπάρχει. Πρέπει να έχουμε ένα Σώμα, ένα Όργανο, το οποίο θα κατευθύνει όλη αυτήν την επένδυση, θα μπορέσει να βοηθήσει και να προγραμματίσει την επένδυση που, τυχόν, θα έρθει, για να μπορέσουμε να γίνουμε ένα διαμετακομιστικό κέντρο.

Θα πρέπει να σκεφτόμαστε ότι δεν είμαστε δέκα εκατομμύρια, αλλά το κέντρο μιας περιοχής που έχει 140 εκατομμύρια κατοίκους και με πολύ καλό track record ανάπτυξης, τα τελευταία χρόνια. Τόσο εμείς, μέχρι πριν από λίγο καιρό, όσο και άλλες χώρες, είχαμε ανάπτυξη, φέρναμε επενδύσεις. Εάν καταφέρουμε και βάλουμε αυτό στο μυαλό μας, πιστεύω ότι θα μπορέσουμε να καταφέρουμε πάρα πολλά πράγματα.

Σας ευχαριστώ πολύ.

**ΠΑΠΑΠΑΥΛΟΥ Γ. – Συντονιστής:** Ευχαριστούμε και τον κύριο Τζιμούρτα.

Φτάνουμε στον τελευταίο ομιλητή μας, σήμερα. Είναι ο κύριος Τριχάς, Πρόεδρος της Ελληνικής Εταιρίας Logistics.

**ΤΡΙΧΑΣ Σ.:** Κύριε Πρόεδρε, κύριε Αντιπρόεδρε της ΕΕΤΤ, αγαπητοί σύνεδροι, κυρίες και κύριοι, θα ήθελα να σας καλησπερίσω με τη σειρά μου.

Έχω την τιμή και τη χαρά -που συνηθίζεται να λέγεται τώρα τελευταία- να είμαι ο τελευταίος ομιλητής. Ευχαριστώ για την υπομονή σας και ευχαριστούμε όλοι σ’ αυτό το πάνελ. Θα είμαι σύντομος...

Θα ήθελα, κατ’ αρχάς, να ευχαριστήσω την ΕΕΤΤ για τη δυνατότητα που μας δίνεται, για δεύτερη συνεχή χρονιά, να παριστάμεθα ως Ελληνική Εταιρία Logistics σε αυτή την ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα Ημερίδα, που στόχο έχει την ανάπτυξη της ταχυδρομικής αγοράς αλλά και την ευρύτερη ανάπτυξη, φυσικά, της αγοράς των Logistics, της οποίας και αποτελεί μέρος. Με ιδιαίτερη χαρά, να πω ότι, ενώ στην περσινή Ημερίδα, οι εκπρόσωποι των Logistics ήταν αρκετά λίγοι, φέτος είναι πολύ περισσότεροι. Να ευχαριστήσω ιδιαίτερα και τους τρεις προλαλήσαντες που προετοίμασαν το έδαφος για να σας παρουσιάσω μία ολοκληρωμένη πρόταση που έχει κάνει η Ελληνική Εταιρία Logistics για τα Logistics και την ευρύτερη αγορά της εφοδιαστικής αλυσίδας στην Ελλάδα.

Η Ελληνική Εταιρία Logistics, κατά παράδοση, κάθε χρόνο, κάνει ένα πανελλήνιο συνέδριο. Το Νοέμβριο, λοιπόν, κάναμε το 13<sup>ο</sup>, το οποίο είχε τίτλο “Masterplan in Logistics: Challenging the Crisis and Creating Opportunities”. Στην ουσία, τι ήταν αυτό; Αυτό έγινε το Νοέμβριο, όπως είπαμε, στο Ζάππειο Μέγαρο και ήταν η συζήτηση και κατάθεση -στη συνέχεια- μιας πρότασης για το πώς εμείς θεωρούμε ότι πρέπει να αναπτυχθούν τα ελληνικά Logistics και τι δυνατότητες έχει αυτή η αγορά στην ελληνική πραγματικότητα.

Σε αυτό το Συνέδριο, λοιπόν, παρουσιάστηκε το κύριο σχέδιο δράσης της αγοράς των εμπορευματικών μεταφορών και των Logistics της Ελλάδας, το ελληνικό masterplan. Φυσικά, “δεν ανακαλύψαμε τον τροχό” ούτε και αντιγράψαμε κάτι. Έχουν προηγηθεί άλλοι. Οι Γερμανοί έχουν, ήδη,



εκπονήσει και εγκαταστήσει masterplan και τους έχει βοηθήσει πάρα πολύ στην ανάπτυξη της οικονομίας τους.

Φυσικά, έγινε και η παρουσίαση της δεύτερης πανελλήνιας έρευνας της Ελληνικής Εταιρίας Logistics, που τη διενήργησε η εταιρία Planning, όπως σας είπε, προηγουμένως, ο Σταμάτης -σας έδειξε τα βασικά στοιχεία- και η οποία μοιράστηκε. Όλα τα παραπάνω, στο κλείσιμο του Συνεδρίου, εστάλησαν στο γραφείο του Πρωθυπουργού και σε επτά συναρμόδια Υπουργεία, με στόχο την πρόταση λύσης εξόδου από την κρίση και την προσπάθεια για περαιτέρω ανάπτυξη, όπως είπαμε, της αγοράς της εφοδιαστικής αλυσίδας στην Ελλάδα.

Για να δώσουμε ένα στίγμα τού τι σημαίνει αυτή η αγορά, γιατί σε πολλούς από εμάς δεν είναι γνωστό, το 2007, το Υπουργείο Ανάπτυξης -κάποια νούμερα σας είπε, ήδη, ο Σταμάτης- έκανε μία έρευνα, η οποία έδειξε ότι η ελληνική αγορά των Logistics είναι το 6,5% του ΑΕΠ – την έρευνα διενήργησε η Planning, εμείς εγγυηθήκαμε την επιστημονική της εγκυρότητα.

Ήταν η πρώτη έρευνα και, ενδεχομένως, το δείγμα να μην ήταν τόσο αντιπροσωπευτικό. Τα μέσα νούμερα της Ευρώπης αλλά και του κόσμου, όπως βλέπετε, είναι πολύ παραπάνω: από 10,5 μέχρι 14,9. Άρα, υπολογίζουμε τη συνεισφορά της ελληνικής αγοράς εφοδιαστικής αλυσίδας κάπου μεταξύ αυτών των αριθμών, γύρω στο 12%.

Έχουμε, λοιπόν, μία αγορά στο 12% του ΑΕΠ. Στο σημείο αυτό, κάνω μια μικρή παρένθεση· πολλοί θα μας πουν: «...μας μιλάς τώρα, απλά, για την αγορά των Logistics», όμως, όπως είπε και ο Σταμάτης προηγουμένως, όπως είπε και ο Απόστολος προηγουμένως, η ταχυδρομική αγορά είναι ένα κομμάτι της ευρύτερης αγοράς της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Θα κάνω τρεις μικρές αναφορές, για να δείτε και πόσο μεγάλες είναι οι συνδέσεις.

Ο πρώτος ξένος ομιλητής, ο κύριος Rochmarski, μας είπε ότι στην Ευρώπη, στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η ταχυδρομική αγορά είναι το 1% του ακαθάριστου προϊόντος. Ο κύριος Κανέλλος, ο Πρόεδρος εδώ της ΕΕΤΤ, μας είπε ότι ένας από τους στόχους της ΕΕΤΤ είναι να καταστήσουμε τη χώρα μας hub των Βαλκανίων και της Ανατολικής Ευρώπης. Ο κύριος Αποστόλου μας μίλησε για τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι εταιρίες ταχυμεταφορών – ένα από τα κλασικά είναι ότι δεν μπορούν να βγάλουν άδειες για φορτηγά ΙΧ πάνω από τέσσερις τόνους.

Όλα αυτά είναι προβλήματα εφοδιαστικής αλυσίδας - και εμείς χαιρόμαστε που είμαστε εδώ σήμερα και προσπαθούμε να συνεισφέρουμε στην επίλυση αυτών των προβλημάτων και στην ευρύτερη συνεργασία, τόσο με την ΕΕΤΤ, που είναι Ανεξάρτητη Αρχή, όσο και με άλλους αρμόδιους φορείς, για την ανάπτυξη της αγοράς.

Για να επανέλθω, λοιπόν, βλέπουμε ότι τα νούμερα μιλάνε για 10% με 12% του ΑΕΠ. Τι είναι αυτή η αγορά των Logistics; Είναι μεταφορές, είναι παραγωγικές εταιρίες, είναι διαμεταφορικές εταιρίες, είναι αεροδρόμια, είναι αεροπορικές εταιρίες, είναι σιδηρόδρομος, είναι λιμάνια, είναι εμπορευματικά -τα οποία μακάρι να τα δούμε να υλοποιούνται και στη χώρα μας- κέντρα, είναι εταιρίες παροχής υπηρεσιών, είναι ταχυμεταφορές, φυσικά και ταχυδρομεία.

Άρα, είμαστε στον ίδιο “στίβο”, “τρέχουμε στον ίδιο αγώνα” και προσπαθούμε να βελτιώσουμε και να αναπτύξουμε τη συγκεκριμένη αγορά. Φυσικά, δεν τα πάμε τόσο άσχημα. “Εδώ”, βλέπετε έναν πίνακα από δείκτες της Παγκόσμιας Τράπεζας (Logistics Perception Index). Είμαστε 29<sup>οι</sup> μεταξύ 140 χωρών. Φυσικά, αν πάρουμε την ανάλυση ανά κατηγορίες, θα δούμε ότι έχουμε αρκετά χαμηλότερες θέσεις σε συγκεκριμένες, πολύ βασικές ενότητες της αγοράς, αλλά δεν είμαστε χάλια. Είμαστε, όμως, πίσω από χώρες, τις οποίες, εύκολα, θα μπορούσαμε να είχαμε ξεπεράσει.

Πάμε, λιγάκι, να δούμε το κύριο σχέδιο δράσης. Τι λέμε, λοιπόν, εμείς ότι πρέπει να γίνει, πώς θέλουμε να βοηθήσουμε τη χώρα να βγει από την κρίση αναπτύσσοντας τη συγκεκριμένη αγορά;

Θυμίζω ότι είμαστε περίπου το 12% του ΑΕΠ.

Ακούσατε, προηγουμένως, τι μας είπαν οι συνάδελφοι από την Ευρωπαϊκή Ένωση, πόσο focus δίνεται, πόσο εστιάζουν στην ανάπτυξη της ταχυδρομικής αγοράς, που είναι το 1/12 αυτού του πράγματος. Στην Ελλάδα, λοιπόν, γίνονται πάρα πολύ λίγα πράγματα. Άρα, τι πρέπει να κάνουμε; Πρώτον, πρέπει να ενδυναμώσουμε όλο το σύστημα εμπορευματικών μεταφορών και Logistics της χώρας μας και, δεύτερον, να αναδείξουμε τη χώρα μας σε διαμετακομιστικό κόμβο των Βαλκανίων και της Ανατολικής Ευρώπης.

Πώς θα το κάνουμε αυτό; Θα το κάνουμε αναπτύσσοντας τις παρακάτω ενότητες - και τις περνάω μία – μία, για να μη χάνουμε χρόνο.

Στρατηγική ενοποίηση.

Μας μίλησε προηγουμένως ο Σταμάτης για έλλειψη στρατηγικής. Ναι, υπάρχει έλλειψη στρατηγικής. Όταν αλλάζει ο Υπουργός, αλλάζει και ο χώρος στον οποίον προτείνεται να γίνουν τα επόμενα εμπορευματικά κέντρα. Όταν αλλάζει η κυβέρνηση, ανατρέπεται και η προτεραιότητα με την οποία θα δοθούν τα χρήματα για να αναπτυχθούν οι οδικοί άξονες.

Χτες, για παράδειγμα, σε μια συζήτηση που είχα, βραδινή, άκουσα ότι το κομμάτι της Ιόνιας Οδού, το κομμάτι που θα ενώσει την Πελοπόννησο με την Εγνατία, έχει, ήδη, ξεκινήσει, απαλλοτριωθεί και προχωράει.

Έχει κάτσει κάποιος να σκεφτεί για ποιο λόγο δίνουμε χρήματα για να αναπτύξουμε, σε πρώτη φάση, αυτόν τον άξονα -δε λέω ότι είναι κακό φυσικά και υπάρχουν κάποιοι που θα εξυπηρετηθούν- και τι ροές περνούν από αυτόν τον άξονα; Μήπως θα έπρεπε, πρώτα, να φτιάξουμε έναν σωστό

άξονα Αθήνα – Θεσσαλονίκη - Σύνορα και μετά να πάμε να φτιάξουμε την Ιόνια Οδό;

Λείπει, λοιπόν, στρατηγική, η οποία δε θα εξαρτάται από τις κυβερνήσεις ούτε από την πολιτική ηγεσία ούτε από την εναλλαγή των Υπουργών. Μια στρατηγική η οποία θα χαρακτηί και η οποία θα πει: «...στα επόμενα δέκα χρόνια...» ή «...στα επόμενα πέντε χρόνια, εμείς θέλουμε να κάνουμε “αυτά” τα πέντε βασικά πράγματα. Θέλουμε να παίξουμε πρωταγωνιστικό ρόλο στην αγορά της Βαλκανικής, της νοτιανατολικής Ευρώπης και παγκόσμια. Πώς θα το κάνουμε; Ένα, δύο, τρία, τέσσερα... δέκα. Αυτά δεν πρόκειται να αλλάξουν. Επιμέρους αλλαγές μπορεί να γίνουν, προτεραιότητες μπορεί να δοθούν διαφορετικές, αλλά το core θα είναι αυτό».

Αυτό, βεβαίως, λείπει και σε πολλά πράγματα που κάνει το δικό μας το κράτος!..

Πρέπει να γίνει, λοιπόν, μια χαρτογράφηση των φορέων, που πρέπει να έχουν κοινό όραμα και στρατηγική, να δημιουργηθεί μια επιτροπή φορέων με το ίδιο όραμα και στρατηγική και, φυσικά, ένα πρότυπο στρατηγικού σχεδιασμού για την ανάπτυξη ευθυγραμμισμένων επιχειρηματικών πλάνων και στρατηγικής.

Χωροταξικό...

Από τις μεγαλύτερες “αμαρτίες” οι οποίες υπάρχουν, αυτή τη στιγμή, στην αγορά - και αναφέρομαι όχι στο γενικότερο χωροταξικό, φυσικά· στο χωροταξικό το οποίο έχει να κάνει με την αγορά της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Το είπαμε προηγουμένως, το είπε και ο Σταμάτης, το ακούσαμε και από άλλους προλαλήσαντες... Μια εταιρία θέλει να φύγει, θέλει να αλλάξει εγκαταστάσεις, θέλει να βρει να κάνει ένα hub. Αυτή τη στιγμή, είναι πολύ δύσκολο να βρεθούν οικόπεδα στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής, τα οποία να προσεγγίζουν βασικές ανάγκες, δηλαδή της τάξης των 20 στρεμμάτων - φυσικά, σε μια λογική τιμή, όχι όσο ζητάει ο καθένας!..

Δεν έχουν οριοθετηθεί περιοχές logistics. Πρέπει να γίνουν. Η αγορά, όμως, μας ξεπερνάει. Έχουν οριοθετηθεί από μόνες τους. Είναι ο Ασπρόπυργος, το Θριάσσειο (δηλαδή, Ασπρόπυργος, Ελευσίνα), είναι τα Οινόφυτα και η ευρύτερη περιοχή, που φτάνει, πλέον, μέχρι τη Θήβα, είναι η Σίνδος στη Θεσσαλονίκη, που είναι βιομηχανική. Εμείς, όμως, σαν κράτος, περιμένουμε ακόμα να τις οριοθετήσουμε, να κάνουμε τα περίφημα logistics parks, στα οποία μέσα θα γίνουν τα εμπορευματικά κέντρα.

Ο Νόμος 3333/2005 δεν έχει ακόμα ενεργοποιηθεί. Το πρώτο εμπορευματικό, που ήταν να γίνει στο Θριάσιο, δεν έχει γίνει. Άγονος ο διαγωνισμός ή κάπως αλλιώς· θα ξαναγίνει. Ευελπιστούμε, μετά από κάποιο χρονικό διάστημα να γίνει. Τότε, όμως, θα μας έχουν ξεπεράσει οι εποχές, γιατί όλες οι εταιρίες θα έχουν κάνει τις δικές τους αποθήκες κάπου - κάπως θα έχουν βρει έναν τρόπο να λύσουν το πρόβλημά τους.

Βελτιστοποίηση της χρήσης των υποδομών για τις εμπορευματικές μεταφορές και, φυσικά, αποφυγή μη αναγκαίων δρομολογίων για διευκόλυνση του κυκλοφοριακού.

Ένα τελευταίο θα σας πω και θα κλείσω...

Όσοι έχουν ασχοληθεί με κατασκευή αποθηκευτικών χώρων, θα ξέρουν ότι, βάσει του Κανονισμού, το επιτρεπτό ύψος είναι περίπου 11,5 μέτρα (εξωτερικού) για μια αποθήκη. Θα συμφωνήσει κάποιος απόλυτα με αυτό ως ένα ενιαίο χωροταξικό σχέδιο ανάπτυξης της χώρας, αλλά αν το βάλουμε μέσα σε μια συγκεκριμένη περιοχή, στην οποία δε θα παρεμποδίζει, ενδεχομένως, κάποια διπλανή περιοχή οικιστικής χρήσης, δεν μπορώ να καταλάβω γιατί το ύψος να μην πάει στα 14, στα 15, στα 20, στα 25 μέτρα, αν είναι ελεγχόμενο.

Η κάλυψη του οικοπέδου...

Η κάλυψη του οικοπέδου, αυτή τη στιγμή, αγγίζει το 40%. Γιατί σε μια ελεγχόμενη περιοχή να μην πάει παραπάνω; Αυτά, λοιπόν, είναι κίνητρα

για ανάπτυξη, τα οποία πρέπει να δοθούν από την πολιτεία στους επιχειρηματίες, οι οποίοι -πιστέψτε με!- έχουν και τη δυνατότητα και τη θέληση να επενδύσουν.

Συνδυασμένες μεταφορές...

Πρέπει να συσταθεί μια επιτροπή ανάπτυξης συνδυασμένων μεταφορών, να εκσυγχρονιστεί ο σιδηρόδρομος - έχουμε έναν από τους λιγότερο εκμεταλλεύσιμους σιδηροδρόμους στον κόσμο.

Να εκσυγχρονιστούν οι οδικές μας μεταφορές. Μιλήσατε, προηγουμένως, για άδειες. Κάποια στιγμή, αυτό το επάγγελμα, το “έρμο”, πρέπει να απελευθερωθεί, “να βρει το δρόμο του”.

Να ευθυγραμμιστούν οι θαλάσσιες μεταφορές με τις λοιπές μεταφορές.

Να ευθυγραμμιστούν οι αεροπορικές μεταφορές με τις λοιπές μεταφορές.

Να συνδεθούν, επιτέλους, τα λιμάνια μας με το τρένο. Το μόνο λιμάνι μας που είναι συνδεδεμένο με το τρένο είναι η Θεσσαλονίκη - και αυτή υπολειτουργεί. Ο Πειραιάς, που είναι το μεγαλύτερο λιμάνι της χώρας, δεν έχει σύνδεση με το τρένο στην Ελλάδα.

Τελωνεία – εκτελωνισμοί...

Ένα μεγάλο πρόβλημα, στο οποίο, σίγουρα, έχουν γίνει αρκετά βήματα. Η τεχνολογία έχει βοηθήσει πάρα πολύ. Το κόστος των τελωνιακών διεργασιών, σε χρόνο και χρήμα, πρέπει να καταγραφεί όπως, επίσης, να μπει σε εφαρμογή το ηλεκτρονικό τελωνείο με πιο απλουστευμένες διαδικασίες από αυτές που έχει τώρα.

Τεχνολογία...

Όλοι οι οργανισμοί -τουλάχιστον οι δημόσιοι, οι οποίοι ασχολούνται με τη μεταφορά των εμπορευμάτων- θα πρέπει να χαρτογραφηθούν όσον

αφορά τα συστήματα τα οποία παρέχουν, φυσικά και οι φορείς και οι εταιρίες του χώρου, έτσι ώστε να μπορέσουμε να τους καταστήσουμε ανταγωνιστικούς.

Να δημιουργηθούν marketplaces, clusters, ηλεκτρονική διασύνδεση των φορέων, οργανισμών, εμπορευματικών μεταφορών και logistics, έτσι ώστε να μπορούμε, εύκολα, να μπούμε και να δούμε.

Θα δούμε παρακάτω -θα σας δείξω και έναν χάρτη- ότι πολλές εταιρίες προτιμούν να φέρνουν τα εμπορεύματά τους, τα οποία έχουν τελική κατάληξη τα Βαλκάνια, όχι μέσω Ελλάδας - να μην ξεφορτώνουν, δηλαδή, στον Πειραιά, αλλά στο Ρότερνταμ ή στο Αμβούργο.

Γιατί; Γιατί, φυσικά, οι εταιρίες δεν έχουν εμπιστοσύνη στο τι θα γίνει, αφ' ης στιγμής το εμπόρευμά τους ξεφορτωθεί, στο πότε θα τελειώσει η απεργία στο λιμάνι, στο πότε θα βγει, στο πόσο χρόνο θα κάνει -από τη στιγμή που θα βγει- για να φορτωθεί, στο πού θα πάει μετά, στο πού θα το αποθηκεύσουν με ασφάλεια. Άρα, μιλάμε για βασικές θεσμικές αδυναμίες, που πρέπει να λυθούν για να παρέχουμε ανταγωνιστική πληροφορία.

Εκπαίδευση – εργασιακά - ένα πολύ βασικό κομμάτι για εμάς.

Θεωρούμε ότι ένα πολύ μεγάλο κομμάτι του ΑΕΠ πρέπει να πηγαίνει στην εκπαίδευση. Υπάρχει εκπαίδευση για τα logistics. Δεν έχει γίνει, όμως, χαρτογράφηση των ελάχιστων αναγκών εκπαίδευσης ανά κλάδο και κατηγορία του κλάδου και, φυσικά, δεν έχει γίνει καταγραφή όλων των θεμάτων εργασίας και εφορίας του κλάδου.

Περιβάλλον...

Μιλάμε για πράσινη ανάπτυξη. Πρέπει να διαμορφωθούν πολιτικές και μέτρα που θα διαφοροποιήσουν τις μετακινήσεις των φορτηγών. Ελαχιστοποίηση των οδικών μεταφορών. Είμαστε μια χώρα με δύσκολη γεωγραφία. Σίγουρα, η οδική μεταφορά είναι κάτι το οποίο δεν πρόκειται να σταματήσει ποτέ, αλλά πρέπει να προσπαθήσουμε να την ελαχιστοποιήσουμε.

Καταγραφή των προϊόντων και του ποσοστού ρύπανσης του περιβάλλοντος από την εν λόγω αγορά και σύνδεση με περιβαλλοντολογικά πρότυπα. Μείωση εκπομπής ρύπων, μείωση θορύβων, νέες τεχνολογίες και, όπως είπε προηγουμένως ο Απόστολος, συνδυασμένες μεταφορές.

Χρηματοδότηση – επιδοτήσεις...

Τελικά, γκρινιάζουμε για την κρίση. Μας έχει “αγγίξει” όλους. Τη ζούμε έντονα. Θα συνεχίσουμε να τη ζούμε έντονα. Ένα πράγμα, όμως, που πρέπει να λάβουμε υπ’ όψιν μας -και πρέπει να το λάβουμε όλοι- είναι ότι η οικονομία δεν νοείται χωρίς ανάπτυξη. Ό,τι περιοριστικά μέτρα και να πάρουμε, όσο και να αναγκαστούμε να βάλουμε βαθιά το χέρι στην τσέπη σαν καταναλωτές, σαν πολίτες αυτού του κράτους, πρέπει να δοθούν κίνητρα για να αναπτυχθούν οι επιχειρήσεις· αν, επί της ουσίας, τα μέτρα είναι μονομερή, τότε η ύφεση, όχι μόνο θα είναι αρκετά έντονη, αλλά θα διαρκέσει και πάρα πολύ.

Ανάδειξη της Ελλάδας σε διαμετακομιστικό κόμβο των Βαλκανίων και της Ανατολικής Ευρώπης. Όντως, να έρχονται οι ροές -κυρίως από την Ανατολή, αλλά και κάποιες από τη Δύση- στα λιμάνια και, από εκεί, να φεύγουν προς την κεντρική Ευρώπη.

Τι πρέπει να κάνουμε; Πρέπει η οικονομική “μπανάνα” της δυτικής Ευρώπης -αυτή που βλέπουμε “εδώ”, αυτή τη στιγμή, στο κομμάτι που κατεβαίνει από Αγγλία μέχρι Ιταλία- να μεταφερθεί ανατολικά και να ξεκινήσει από την Ελλάδα και τις υπόλοιπες βαλκανικές χώρες και χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης και ανατολικής Ευρώπης.

Αυτό που σας έλεγα προηγουμένως... Αντί να έρχονται τα καράβια και να κάνουν όλο τον κύκλο, τον ευρωπαϊκό, να ξεφορτώνουν στο Ρότερνταμ ή στο Αμβούργο και, από εκεί, να διοχετεύονται τα εμπορεύματα, είτε με τρένα είτε με οδικούς άξονες, προς την κεντρική Ευρώπη και τα Βαλκάνια, θα



μπορούσε, κάλλιστα, αυτή η δουλειά να γίνεται από εμάς. Για να γίνει, όμως, αυτή η δουλειά από εμάς, θα πρέπει να προσελκύσουμε τους πελάτες.

Το 2007, στο προ-προηγούμενο συνέδριό μας, είχαμε καλέσει σαν keynote speaker έναν Ολλανδό, ο οποίος ήταν ο Πρόεδρος και ο CEO του Holland International Distribution Council.

Μια μικρή παρένθεση εδώ... Το διερχόμενο -από την Ολλανδία- φορτίο αγγίζει το 95% του συνολικού φορτίου (5% είναι για εγχώρια κατανάλωση και όλο το υπόλοιπο είναι διερχόμενο).

Για να καταλάβετε πόσο μπροστά είναι η συγκεκριμένη αγορά, αυτοί οι άνθρωποι έχουν ιδρύσει ένα νομικό πρόσωπο δημοσίου δικαίου, το οποίο είναι μια εταιρία η οποία, επί της ουσίας, επιδοτείται από το κράτος και το μόνο που κάνουν είναι να γυρνάνε τον κόσμο και να πωλούν τα ολλανδικά logistics, δηλαδή να λένε στις εταιρίες: *«Μην πας στο Αμβούργο, έλα σ' εμάς. Μην πας στη Μασσαλία, έλα σ' εμάς. Σου παρέχουμε φθηνότερη αποθήκευση, θα φύγεις σε μισή ώρα αντί σε μία ώρα...»* κλπ, πράγματα τα οποία πρέπει κι εμείς να κάνουμε για να γίνουμε ανταγωνιστικοί.

Φυσικά, δεν πρέπει να περιμένουμε να φτάσουμε σε αυτά τα επίπεδα για να βγούμε στην αγορά. Αυτό είναι λάθος. Όλοι μας -ή, μάλλον, οι περισσότεροι από εμάς- έχουμε δουλέψει σε επιχειρήσεις και ξέρουμε ότι το πρώτο πράγμα είναι η καταγραφή της πραγματικότητας: *«Κύριε, σήμερα είμαστε "εδώ". Παρέχουμε αυτήν την Α υπηρεσία. Καλή, κακή, αυτή είναι. Ας κάτσουμε κάτω, να δούμε πώς, σε δέκα χρόνια, το Α θα το κάνουμε Ω».*

Αυτό είναι το δια ταύτα.

Άρα, κεντρική πύλη, όχι η Ολλανδία, αλλά η Ελλάδα. Να δείξουμε στις διεθνείς εμπορευματικές ροές ότι η χώρα μας μπορεί να τις εξυπηρετήσει σωστά, αποτελεσματικά και στην ώρα τους. Τα εμπορεύματα, λοιπόν, πρέπει να διαμετακομίζονται μέσω ημών και όχι μέσω Ολλανδίας, Γερμανίας ή Τουρκίας και Βουλγαρίας.

Με λίγα λόγια, αυτό ήταν το κύριο σχέδιο δράσης -η πρότασή μας- για την ανάπτυξη της αγοράς. Πολύ φιλόδοξο, αποβλέπει στην ανάπτυξη του κλάδου και στην ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας. Πολλοί θα θελήσουν να εμπλακούν. Θα είναι αποτελεσματικό με συνέργιες και με σωστό συντονισμό.

Κλείνοντας, δυο λόγια για την Ελληνική Εταιρία Logistics. Είναι μη κερδοσκοπικός οργανισμός και, παράλληλα, ο μοναδικός επίσημος φορέας που, εδώ και 16 χρόνια, προωθεί την επιστήμη των Logistics στη χώρα μας. Αριθμεί, σήμερα, περισσότερα από 500 μέλη, επιχειρήσεις καθώς και στελέχη εταιριών και οργανισμών του ευρύτερου ιδιωτικού και δημόσιου τομέα.

Εκπροσωπεί και συνεργάζεται με τέσσερις διεθνείς οργανισμούς. Ο πρώτος είναι το Council of Supply Chain Management Professionals, ο μεγαλύτερος οργανισμός που υπάρχει στον κόσμο, με παρουσία σε πάνω από 25 χώρες και πάνω από 35.000 μέλη.

Το SOLE, που είναι η ιστορία μας, η International Society of Logistics Engineers.

Το EFIP, European Federation of Inland Ports. Δεν έχουμε παραποτάμιους λιμένες, αλλά αυτοί είναι μέλος και του ESPO, της Ευρωπαϊκής Συνομοσπονδίας Λιμένων, άρα μας ενδιαφέρει πάρα πολύ η τεχνογνωσία την οποία παίρνουμε από εκεί.

Τέλος, το ELMED, που είναι μια τελευταία προσπάθεια, κοινοπραξία οργανισμών και φορέων σαν τον δικό μας, οι οποίοι, σαν στόχο, έχουν την ανάπτυξη των μεσογειακών Logistics.

Ποιος είναι ο σκοπός μας;

Να αναδείξουμε τον Έλληνα logistician στο επίκεντρο της ελληνικής επιχείρησης και οικονομίας, αλλά και να μεταμορφώσουμε τη χώρα μας, όπως είπαμε, σε κόμβο Logistics και διαμετακόμισης των Βαλκανίων και της Ανατολικής Ευρώπης.

Συμμετοχή σ' εμάς σημαίνει δικτύωση, επιχειρηματικές επαφές, άμεση γνώση των εξελίξεων σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο, ενεργή συμμετοχή στα γεγονότα με συγκεκριμένες δράσεις, με αποκορύφωμα το επόμενο συνέδριό μας, το οποίο θα γίνει φέτος, το 2010, τον Νοέμβριο, θα έχει μεσογειακό χαρακτήρα με τη συμμετοχή του ELMED και για το οποίο θα υπάρξει σχετική ανακοίνωση αργότερα.

Με "όχημα" την Ελληνική Εταιρία Logistics, ο Έλληνας logistician αποκτά βήμα και συνομιλεί επίσημα με την κυβέρνηση και τους αρμόδιους φορείς.

Σας ευχαριστώ πολύ για την υπομονή σας. Πιστεύω ότι ήταν αρκετά χρήσιμα αυτά που είπαμε και, παρακαλώ, επισκεφτείτε μας στο site για να δείτε περισσότερα πράγματα.

Να είστε καλά.

**ΠΑΠΑΠΑΥΛΟΥ Γ. – Συντονιστής:** Ευχαριστούμε πολύ και τον κύριο Τριχά.

Έχουμε τη δυνατότητα να δεχτούμε μερικές ερωτήσεις, όχι πολλές, πριν βγάλουμε κάποια πολύ σύντομα συμπεράσματα και κλείσουμε τη σημερινή Ημερίδα.

Ποιος θα ήθελε να κάνει ερώτηση;

**ΚΟΥΡΝΙΩΤΗΣ Ι.:** Θα ήθελα να ρωτήσω τον κύριο Τζιμούρτα ή όποιον άλλο μπορεί να απαντήσει...

Πώς είναι δυνατόν η χώρα να γίνει διαμετακομιστικό κέντρο, όταν ένα κοντέινερ, για να βγει στην Ολλανδία, κοστίζει πολύ λιγότερο απ' ό,τι κοστίζει στη χώρα μας;

Είναι δυνατόν αυτό το πράγμα;

**ΤΖΙΜΟΥΡΤΑΣ Α.:** Νομίζω, είναι λίγο ρητορική η ερώτηση σαν εκείνες -δεν ξέρω αν θυμάστε- που έκαναν στα παλιά δημοτικά τραγούδια: *«Μήνα σε γάμο ρίχνονται, μήνα σε χαροκόπι»*. Είναι, πραγματικά, πολύ δύσκολο. Το λιμάνι είναι ένα -και, φαντάζομαι, το ξέρουμε όλοι- από τα προβλήματά μας, αλλά δε νομίζω ότι μπορεί να γίνει κάτι.

Το θέμα είναι να εκμεταλλευτούμε όλους τους άλλους χώρους που έχουμε, όλη την υποδομή που έχουμε, το ανθρώπινο δυναμικό.

Όπως είπε και ο Σωτήρης πριν, οι Ολλανδοί, πριν ξεκινήσουν, έκαναν μία ομάδα και έβγαιναν και πουλούσαν, λέγοντας: *«...γιατί να πάτε στο Αμβούργο, ελάτε σ' εμάς»*, *«...γιατί να πάτε "εκεί", ελάτε σ' εμάς»*.

Εάν δεν κάνουμε κάποιες ενέργειες, δε θα γίνουμε ποτέ hub. Αυτό είναι το μόνο σίγουρο. Οι υποδομές υπάρχουν και οι αδυναμίες υπάρχουν. Κάποιες καλές υποδομές υπάρχουν, κάποιες αδυναμίες υπάρχουν. Το θέμα είναι να εκμεταλλευτούμε, όσο το δυνατόν περισσότερο, αυτά στα οποία είμαστε δυνατοί και να προσπαθήσουμε να βελτιώσουμε τις αδυναμίες μας.

**ΤΡΙΧΑΣ Σ.:** Απλά, να συμπληρώσω -αν μου επιτρέπετε- σ' αυτά που είπε ο Απόστολος...

Σύμφωνα με τους πίνακες που είδαμε προηγουμένως, οι οποίοι είναι από την Παγκόσμια Τράπεζα, είμαστε 29<sup>οι</sup> στον κόσμο ανάμεσα σε 140 χώρες. Δεν είμαστε πολύ άσχημα. Όντως, έχουμε πολλές αδυναμίες· το ζητούμενο δεν είναι, πάντοτε, να αναβάλλουμε πράγματα, που μπορούν να γίνουν, με τη λογική ότι είμαστε χειρότεροι από άλλους.

Σαφώς κι είμαστε πολύ πίσω από την Ολλανδία. Ναι, αλλά έχουμε μία παροχή logistics υπηρεσιών. Μπορεί κάποιος να τη βρει κάπου αυτήν καταγεγραμμένη; Μπορεί να μπει σε ένα site μέσα και να δει τι παρέχει το ελληνικό κράτος σε μία εταιρία η οποία θέλει πραγματικά να φέρει τα εμπορεύματά της και να τα διαμετακομίσει μέσω της Ελλάδας; Όχι!

Να ξεκινήσουμε, λοιπόν, από τη βάση που λέει: «...“αυτό” παρέχουμε· καλό ή κακό, παιδιά, αυτό είναι...» και να θέσουμε ένα στρατηγικό σχέδιο, να το βελτιώσουμε και, παράλληλα, να το προωθήσουμε.

**ΚΟΝΔΥΛΗΣ:** Για τον κύριο Ανδριανόπουλο, σχετικά με το θέμα της περικοπής του κόστους των υπηρεσιών logistics.

Οι προσπάθειές σας, βλέπετε να επικεντρώνονται σε επίπεδο περικοπής του κόστους λόγω χρησιμοποίησης ανθρώπινου δυναμικού ή επικεντρώνεστε περισσότερο στην αποτελεσματικότερη λειτουργία των υπηρεσιών logistics τις οποίες προσφέρετε; Δηλαδή, επικεντρώνεστε περισσότερο στη διαδικασία και όχι τόσο στα πρόσωπα;

Μια ερώτηση και για τον κύριο Τζιμούρτα...

Αυτά τα smart hubs, τα οποία αναφέρατε, επικεντρώνονται περισσότερο στη διαδικασία η οποία χρησιμοποιείται προς εφοδιασμό και μεταφορά ή περισσότερο στην εξειδίκευση των διακινουμένων προϊόντων;

Επίσης, αυτά τα smart hubs μπορούν να υπάρξουν μονάχα σε μεγάλα διαμετακομιστικά κέντρα -όπως, παραδείγματος χάριν, στην Ελευσίνα ή στη Σίνδο- ή μπορείτε να τα δείτε και σε ένα μικρότερο επίπεδο, δηλαδή σε επαρχιακές, μικρές πόλεις ή σε νησιά κλπ;

**ΑΝΔΡΙΑΝΟΠΟΥΛΟΣ Σ.:** Η ιστορία του κόστους, ουσιαστικά, είναι η ιστορία του lean enterprise, του πώς γίνεται λιτή η επιχείρηση.

Τουλάχιστον από τις μελέτες που κάνουμε στις περισσότερες ελληνικές επιχειρήσεις που βγάζουν την παραγωγικότητα, προκύπτει -και είναι πραγματικό το νούμερο- το 40% της Γερμανίας, που σημαίνει ότι μια δουλειά που κάνουν εκατό Έλληνες, την κάνουν σαράντα σε μια αντίστοιχη επιχείρηση στη Γερμανία. Αυτό σημαίνει το 40%. Οι εξήντα περισσεύουν

Συνήθως, δεν οφείλεται -να ξεκινήσουμε πρώτα από τον παράγοντα “προσωπικό”- τόσο στους direct στην Ελλάδα, μας αρέσει να έχουμε σαν αιτιολογία την τεχνολογία, επιχειρηματολογώντας ως ότι έχουν υψηλότερου επιπέδου εξοπλισμό οι ξένοι κλπ - σας διαβεβαιώνω πως ούτε εκεί υστερούμε πάρα πολύ.

Δηλαδή, στα logistics, μια που το βάλατε σαν θέμα, οι ελληνικές αποθήκες δεν υστερούν -καθόλου- σε εξοπλισμό. Τα ίδια πάνω – κάτω μηχανήματα έχουν και οι Γερμανοί. Τα ίδια πάνω – κάτω περονοφόρα έχουν και οι Γερμανοί. Τα ίδια sorting μηχανήματα έχουν και οι Γερμανοί. Δεν έχω πει, οιαδήποτε στιγμή, πηγαίνοντας -και μπορούν να το βεβαιώσουν όλοι οι συνάδελφοι- στη Γερμανία: *«Πω, πω, τι είδαμε που δεν το είδαμε στην Ελλάδα!»*. Υπάρχουν και διαφορές. Δε λέω ότι δεν υπάρχουν, προς Θεού· όχι ότι πήγαμε και τρελαθήκαμε, όμως.

Βεβαίως, μας κάνει πάντα εντύπωση ότι, όταν πάμε σε μια γερμανική ή ολλανδική αποθήκη, με το που μπαίνουμε μέσα, υπάρχει μια ηρεμία λες και δε δουλεύουν αυτοί. Μια ηρεμία!.. Εδώ, όμως, επικρατεί ένα “γιούρια” μάναιζμεντ, ένα άγχος, ένα στρες, μία νοοτροπία τύπου *«...άντε να το καταφέρουμε πάλι!..»*.

Τι σημαίνει αυτό; Τα συστήματά μας πάσχουν. Βεβαίως, στο εξωτερικό, είναι “ρεγουλαρισμένα”, ρυθμισμένα, κάποιο σύστημα “φταίει” που τα κάνει και δουλεύουν. Ξέρει ο εργαζόμενος, πού θα πάει κάθε μέρα, τι θα κάνει και δε χάνει χρόνο. Εδώ, όμως, είναι: *«Τι κάνουμε, Απόστολε, σήμερα;»* - *«Ψάχνουμε να βρούμε»*. Κι αμέσως χάνονται απέραντες ώρες. Όχι την ώρα που δουλεύουμε, που παράγουμε, αλλά ένα εικοσάλεπτο στην αρχή, πριν πάμε, ένα εικοσάλεπτο στο τέλος, όταν φεύγουμε - έφυγαν κοντά σχεδόν 40 λεπτά· ίσον με το 10% και βάλε του χρόνου.

Μπράβο! *«Μόνο;»*, είπατε. Πάει και το 10% της παραγωγικότητας, η αρχή και το τέλος της βάρδιας. Δε βάζω τίποτα άλλο. Βάλε τους άλλους

χρόνους τώρα: «...περιμένω εντολή», «...δε βγήκαν», «...δεν κάναμε», «...δεν δείξαμε», «...περιμένουμε εντολές», «...κάναμε», «...δείξαμε», «...όχι στο κομπιούτερ» ή «...π στο καλό έγινε;». Εκεί είναι τα προβλήματά μας, επί διαδικασιών· όχι τόσο στο αν το σύστημα δουλεύει ή πόσο παραγωγικός είναι ο Έλληνας εργαζόμενος.

Πιστέψτε με, όμως, πολύ πιο σημαντικό στην οργάνωσή μας είναι το ότι στελεχώσαμε υπερβολικό διοικητικό προσωπικό. Η μέση αναλογία βγαίνει ένας διοικητικός προς τρεις ή προς τέσσερις εργαζόμενους, εννοώντας εκείνους που εκτελούν άμεση εργασία, δηλαδή pickers στην αποθήκη ή εργάτες που κάνουν αλουμίνιο ή ό,τι κάνουν - είναι πραγματικά τα στοιχεία. Για κάθε τέσσερις εργάτες έχουμε από πίσω έναν γραφιά, εργοδηγό, administrator, ένα σωρό ιδιότητες. Είναι υπερβολική η αναλογία. Πρέπει να είναι τουλάχιστον οκτώ προς έναν ή, εν πάση περιπτώσει, εξαρτάται από την επιχείρηση· δεν μπορείς να βγάλεις γενικούς κανόνες.

Σαν το ανέκδοτο που έλεγε ότι ένας βιδώνει και οι άλλοι του λένε από κάτω πώς θα βιδώνει τη λάμπα. Εκείνο το κλασικό ανέκδοτο που λέγαμε, που γυρίζουν το τραπέζι για να βιδώνει η λάμπα!.. Κάπου εκεί έχουμε καταλήξει. Αν δεν πάμε να απορροφήσουμε εκεί το κόστος και πάμε και λέμε όλοι: «Πόσους pickers έχεις, Τζιμούρτα;», - «Εφτά», - «Να γίνουν πέντε», τότε, απλά, πάμε και χτυπάμε αυτούς που είναι στην “καρδιά” της εργασίας.

Ως προς το προσωπικό... Θα μου πείτε ότι στα courier κλπ είναι μεγάλος παράγοντας το κόστος του προσωπικού – να δείτε πόσους overheads έχουμε και πόσα άλλα κόστη μαζεύονται από πάνω και τι, χάνοντας τα κόστη αυτά, τεράστια περιθώρια βελτίωσης υπάρχουν.

Να θέσω έναν μικρό παράγοντα, το κόστος κτιρίων. Φτάσαμε στον Ασπρόπυργο εφτά ευρώ το τετραγωνικό. Θα τρελαθούμε, τελείως; Τέσσερα τεσεράμισι “χτυπιέται” τώρα, στην κρίση. Κάποιοι άλλοι πληρώνουν εφτά. Φτάσαμε, κάποια στιγμή, δηλαδή, να κάνουμε πλούσιους όλους τους

λαχανοκτηματίες του Ασπροπύργου. Πρέπει να ριζούμε τα κόστη, μας κάποια στιγμή.

Υπάρχουν άλλα θέματα, αυτοματοποιήσεων, διοικητικά. Ήμασταν “large” σε πάρα πολλά θέματα γύρω - γύρω. Ας μαζέψουμε τα γύρω - γύρω και μη “χτυπάμε” μόνο -προς Θεού, δε λέω ότι- το προσωπικό, κυρίως δε το direct προσωπικό. Νομίζω, εκεί υπάρχουν πάρα πολλά περιθώρια.

Βεβαίως, να μη μιλήσουμε για δημόσιο. Εκεί τα πράγματα είναι, νομίζω, πολύ πιο έντονα.

**ΤΖΙΜΟΥΡΤΑΣ Α.:** Στο δεύτερο κομμάτι, που ρωτήσατε πώς βλέπουμε τα hubs, κατ’ αρχάς, για να πάρω “πάσα” από αυτό που λέει ο Σταμάτης, όλα στην Ελλάδα είναι θέμα διαδικασίας.

Επειδή είχα την τύχη να δουλέψω τόσο σε πολυεθνικές εταιρίες όσο και σε ελληνικές, όσο και σ’ αυτό το ενδιάμεσο πράγμα που ήταν οι Ολυμπιακοί Αγώνες, θεωρώ ότι αυτό που λείπει από τις ελληνικές εταιρίες αλλά και από τις ξένες εταιρίες που βρίσκονται εδώ στην Ελλάδα, όπως, για παράδειγμα, τη Nestle που δούλεψα πιο παλιά ή τη Sara Lee, είναι ότι δεν εφαρμόζουμε τις διαδικασίες και τόσο πολύ.

Το κακό είναι ότι το κάνουμε με καλή πρόθεση. Δηλαδή, πολλές φορές, κατεβαίνω κάτω στην αποθήκη γιατί έχει γίνει ένα λάθος και καταλαβαίνω ότι αυτός που έκανε το λάθος δεν το έκανε γιατί ήθελε να παρακάμψει τη διαδικασία, αλλά γιατί πίστευε πραγματικά ότι έτσι θα έβγαινε πολύ πιο γρήγορα η παραγγελία κι ότι θα έφευγε πολύ πιο γρήγορα το φορτηγό.

Άρα, έχουμε λάθος νοοτροπία για κάποια πράγματα. Η διαδικασία που μπήκε σημαίνει ότι πρέπει να ακολουθηθεί. Κάποιοι κάθισαν, “έστυσαν το μυαλό τους”, είδαν πώς γίνονται κάποια πράγματα και είπαν: «Παιδιά, “έτσι” πρέπει να γίνει».



Επίσης, για το δεύτερο κομμάτι, τού αν το βλέπω κεντρικά ή σε πιο μικρά hubs, καλώς ή κακώς, πρέπει να γίνουν κεντρικά - και θα σας δώσω ένα παράδειγμα.

Όταν ήμουν στον ΟΣΕ, είχαμε πάει πάνω στην Κομοτηνή για να δούμε πώς θα μπορούσε να μπει το τρένο μέσα στη βιομηχανική περιοχή της Κομοτηνής. Ξέρετε ποιο ήταν το μεγαλύτερό μας πρόβλημα στο να βάλουμε το τρένο στη βιομηχανική περιοχή της Κομοτηνής; Ο Πρόεδρος της βιομηχανικής περιοχής της Κομοτηνής, που, για κάποιο λόγο, τον οποίο δεν μπορούσε να μας πει, δεν ήθελε να μπει το τρένο μέσα. Δεν είχε επιχειρήματα!.. Απλά, δεν ήθελε να μπει το τρένο μέσα.

Αρα, το πού θα γίνει ή πού δε θα γίνει, πολλές φορές, πρέπει να αποφασιστεί στρατιωτικά, δηλαδή να πάρουμε μια απόφαση και να πούμε: *«Παιδιά, "εκεί" θα γίνει και τελειώσει»*.

**Δρ. ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Τ.:** Μια παρέμβαση για την πρώτη ερώτηση του κόστους, για τον κύριο Κονδύλη. Δεν έχετε παρά να δείτε τον τίτλο μου. Θα καταλάβετε τι κάνουν οι Γερμανοί. Εμείς προσπαθήσαμε να μη μειώσουμε τους εργατές, το εργατικό δυναμικό πρώτης γραμμής, παρά μόνο συμπτύξαμε τμήματα. Αν δείτε τον τίτλο μου, έχω τα εξής τμήματα, αυτή τη στιγμή: περιβάλλον, ποιότητα, πληροφορική, reengineering, process, EBO που λέγαμε παλιά, Κύπρο... Έλεος!..

Δηλαδή, αυτό που προσπαθούμε να κάνουμε είναι πιο lean τις εταιρίες -για να γίνουμε λιγάκι πιο ανταγωνιστικοί σε επίπεδο κόστους- παρά να μειώσουμε το frontline των επιχειρήσεων.

Ευχαριστώ.

**ΠΑΠΑΠΑΥΛΟΥ Γ. – Συντονιστής:** Υπάρχουν άλλες ερωτήσεις; Όχι..;

Τότε, σε εμένα είναι ο τελικός ρόλος να βγάλω μερικά σύντομα συμπεράσματα. Θα είμαι πολύ σύντομος.

Το θέμα μας ήταν το μέλλον της ταχυδρομικής αγοράς. Είναι μία αγορά που, σήμερα, έχει περίπου 1200 παρόχους, στον τομέα που είναι, ήδη, απελευθερωμένος, εκείνων των υπηρεσιών ταχυμεταφορών, σχετικά συγκεντρωμένη σε οκτώ μεγάλους παρόχους, που έχουν μεγάλο μέρος της αγοράς.

Στον τομέα της καθολικής υπηρεσίας και των σχετικών υπηρεσιών είναι, βέβαια, ο κύριος πάροχος (τα ΕΛΤΑ) και άλλες πέντε εταιρίες, πολύ μικρές ακόμα· εκεί είναι ένας τομέας που ακόμα δεν έχει πλήρως απελευθερωθεί, κάτι το οποίο θα γίνει στην επόμενη διετία.

Υπάρχει, γενικά, βελτίωση των ταχυδρομικών υπηρεσιών, κατά τα τελευταία χρόνια, όπως προκύπτει από διάφορες μετρήσεις, μολονότι υπάρχουν ακόμα ορισμένοι τομείς που έχουν σημαντικά περιθώρια περαιτέρω βελτίωσης, ιδιαίτερα δε στον τομέα της καθολικής υπηρεσίας και σε ορισμένα ζητήματα που έχουν να κάνουν με την καθολική υπηρεσία.

Στα πλαίσια της αγοράς αυτής, η ΕΕΤΤ έχει έναν αρκετά σημαντικούς ρόλους.

Είναι, πρώτα, νομοθετικός ο ρόλος της - προτείνει νομοθεσία και εξασφαλίζει την εφαρμογή της.

Ρυθμιστικός ρόλος - νέο κοστολογικό σύστημα, έλεγχος ποιότητας καθολικής υπηρεσίας και κάποια ρυθμιστικά μέτρα, όταν χρειαστεί.

Ελεγκτικός ρόλος - ελέγχουμε τις εταιρίες παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών, όταν χρειαστεί.

Προστασία του καταναλωτή - ένας πολύ σημαντικός ρόλος, απ' ό,τι είδαμε σήμερα στη συζήτηση, όχι μόνο όταν έχουμε καταγγελίες, αλλά και στα πλαίσια των ελέγχων.

Τέλος, διεθνείς συνεργασίες, τόσο με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, που είναι κύριος συνομιλητής μας, όσο και με τις Ρυθμιστικές Αρχές των κρατών μελών. Είναι απαραίτητη αυτή η διεθνής συνεργασία, γιατί και η αγορά αναπτύσσεται σε πανευρωπαϊκό επίπεδο. Η εσωτερική αγορά ταχυδρομικών υπηρεσιών είναι ένας από τους στόχους της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Για την επιτυχή διεκπεραίωση αυτής της λειτουργίας, είναι απαραίτητη η καλή συνεργασία, τόσο με τους φορείς της αγοράς όσο και με τις άλλες αρμόδιες δημόσιες υπηρεσίες και, στα πλαίσια αυτά, ήταν πολύ θετική τόσο η διαβεβαίωση του Υφυπουργού για την καλή συνεργασία με την ΕΕΤΤ και τη συνέχισή της -και στις τηλεπικοινωνίες και στις ταχυδρομικές υπηρεσίες- όσο και, ανάλογα θετικές, οι εισηγήσεις του κυρίου Ζερβέα, του Συνηγόρου του Καταναλωτή και του κυρίου Σπυράκου, του Γενικού Γραμματέα του Καταναλωτή, ο οποίος, μάλιστα, αναφέρθηκε και στη διαμόρφωση μνημονίων συνεργασίας που είναι πιο συγκεκριμένα και αποφεύγουν άχρηστες επικαλύψεις. Έχουμε πολύ καλή συνεργασία και με τις δύο αυτές Υπηρεσίες και θα τη συνεχίσουμε.

Οι μεγάλες προκλήσεις για το μέλλον είναι δύο...

Η πρώτη έχει να κάνει με την ολοκλήρωση της απελευθέρωσης της αγοράς, που στην Ελλάδα θα ολοκληρωθεί το 2013 - ακούσαμε σε γενικές γραμμές τις αρχές της 3<sup>ης</sup> Οδηγίας από τον κύριο Rochmarski.

Η ΕΕΤΤ έχει κάνει τις προτάσεις της προς το Υπουργείο μαζί με τον Κώδικα Δεοντολογίας, που είναι σχετικός, αλλά δεν είναι ακριβώς το ίδιο. Ο Υπουργός μας είπε ότι το Σεπτέμβριο υπολογίζει να έχει έτοιμο το σχέδιο νόμου με βάση τις προτάσεις της ΕΕΤΤ και, πιθανά, τον Οκτώβριο θα τον έχει στη Βουλή, άρα προχωράει γρήγορα αυτό.

Θα έχουμε, λοιπόν, ένα νομοθετικό πλαίσιο, που, αφενός θα προωθήσει τον ανταγωνισμό, θα δώσει στους καταναλωτές και τις επιχειρήσεις

καλύτερη ποιότητα, χαμηλότερες τιμές και μεγαλύτερη επιλογή, αφετέρου θα διαφυλάξει και θα βελτιώσει τις συνθήκες παροχής της καθολικής υπηρεσίας.

Η δεύτερη μεγάλη πρόκληση είναι η ανάπτυξη νέων υπηρεσιών με τη βοήθεια και των νέων τεχνολογιών.

Ακούσαμε, το πρωί, κατ’ αρχήν, τον κύριο Βαρσάμη, ο οποίος φαίνεται ότι είναι διατεθειμένος, ως νέος Προϊστάμενος των ΕΛΤΑ, να δρομολογήσει τις όποιες βελτιώσεις χρειάζονται για τη βελτίωση των υπηρεσιών των ΕΛΤΑ.

Βέβαια, στόχευσε στο θέμα της καθολικής υπηρεσίας. Εξέφρασε την ευχή να υπάρχει βιωσιμότητα της καθολικής υπηρεσίας σε συνθήκες υγιούς ανταγωνισμού αλλά και κάποιες ελάχιστες ικανοποιητικές συνθήκες εργασίας. Αυτό είναι κάτι που, νομίζω, όλοι μπορούμε να συμμεριστούμε σαν ευχή και σαν στόχο.

Ακούσαμε, επίσης, το πρωί τις καλές προοπτικές των υπηρεσιών direct marketing, direct mail αλλά και των υπηρεσιών πωλήσεων από απόσταση που κάνουν μεγάλη χρήση των ταχυδρομικών υπηρεσιών.

Στην απογευματινή συνεδρίαση, είδαμε πώς οι ταχυδρομικές υπηρεσίες μπορούν να αναπτυχθούν και με τη χρήση νέων τεχνολογιών και υπηρεσιών. Ο κύριος Humbel μας είπε πολύ ενδιαφέροντα πράγματα για τη χρήση του διαδικτύου, του web, των ψηφιακών ηλεκτρονικών υπογραφών και θεμάτων ασφαλείας, κρυπτογράφησης, δηλαδή, γενικότερα, για την πολύ εκτενή χρήση ηλεκτρονικών μέσων με σκοπό την ασφαλή διακίνηση του ταχυδρομικού περιεχομένου.

Ο κύριος Βασιλόπουλος μας είπε πώς η DHL έχει βάλει ως πρώτο στόχο μια πιο φιλική προς το περιβάλλον ταχυδρομική και λογιστική υπηρεσία, με δράσεις για την προστασία του περιβάλλοντος και με συγκεκριμένους στόχους μείωσης του διοξειδίου του άνθρακα έως το 2020

και έως το 2012, με πολλές άλλες χρήσεις νέων τεχνολογιών σε συγκεκριμένες υπηρεσίες της εταιρίας.

Οι τρεις τελευταίοι ομιλητές, που ήταν από το χώρο των logistics, “μίλησαν την ίδια γλώσσα”. Σημείωσα ότι συμμερίζονται τα μεγάλα προβλήματα που φαίνεται να υπάρχουν από τις ελληνικές εγγενείς αδυναμίες σχεδιασμού κάποιων υποδομών.

Απ' την άλλη μεριά, συμμερίζονται και τις δυνατότητες που έχει η ελληνική αγορά σε διάφορες υπηρεσίες, για καλή παράδοση, για καλή επιχειρηματική παράδοση, πιθανώς για ορισμένες καλές τεχνολογικές υποδομές τηλεπικοινωνιών κλπ.

Τόνισαν όλοι την ανάγκη ενός κεντρικού σχεδιασμού, που φαίνεται ότι λείπει, ο οποίος εν μέρει εξαρτάται από το κράτος, εν μέρει από τους ίδιους. Είδα ότι έχουν μπει μπροστά κάποιες προτάσεις και έχουν δρομολογηθεί κάποιες πρωτοβουλίες, οι οποίες, αν πετύχουν, θα συμβάλλουν -και ευχόμαστε να πετύχουν- στο να γίνει η Ελλάδα ένα διαμετακομιστικό κέντρο στα Βαλκάνια, έναν στόχο που, στην αρχή της ομιλίας του, τόνισε και ο Πρόεδρος Δρ. Κανέλλος. Είναι στόχος που συμμερίζεται πλήρως η ΕΕΤΤ.

Ολοκληρώνοντας, ο κεντρικός στόχος όλων μας είναι ο ίδιος:

α. η ανάπτυξη της αγοράς των ταχυδρομικών υπηρεσιών.

β. οι καλύτερες υπηρεσίες για τους χρήστες.

Αφενός, υπάρχουν οι εταιρίες, με τη βελτίωση των υπηρεσιών και των τιμών.

Αφετέρου, η ΕΕΤΤ, με την προσεκτική διαμόρφωση και εφαρμογή της κατάλληλης νομοθεσίας.

Απαραίτητη προϋπόθεση γι' αυτή την κοινή ανάπτυξη είναι η καλή μας συνεργασία, της ΕΕΤΤ και των παρόχων.

**“Το μέλλον της Ταχυδρομικής Αγοράς:  
Ρυθμιστικές Προκλήσεις & Εργαλεία Ανάπτυξης”**

Το σημερινό Συνέδριο, νομίζω, ήταν ένα πολύ καλό παράδειγμα αυτής της συνεργασίας. Ένας διάλογος είναι απαραίτητος! Οι στόχοι μας είναι κοινοί. Οι “πόρτες” μας είναι ανοικτές. Θα υπάρξει και συνέχεια.

Ευχαριστούμε πολύ για τη συμμετοχή σας και προσβλέπουμε και στη συνέχεια αυτής της συνεργασίας!

Σας ευχαριστούμε πολύ. Καλό δρόμο.

## **ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΗΜΕΡΙΔΑΣ**

## **ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΟΜΙΛΗΤΩΝ ΗΜΕΡΙΔΑΣ**

“Το μέλλον της Ταχυδρομικής Αγοράς:  
Ρυθμιστικές Προκλήσεις & Εργαλεία Ανάπτυξης”

***Επιμέλεια Έκδοσης***



*Οργάνωση Επιστημονικών & Πολιτιστικών Εκδηλώσεων*

*Τηλ.: + 30 210 8321388 / Fax: + 30 210 8321 099*

*e-mail: [info@aelios.gr](mailto:info@aelios.gr) - [proceedings@aelios.gr](mailto:proceedings@aelios.gr)*

*<http://www.aelios.gr>*