



**ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ
ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ**

Αθήνα 25 Νοεμβρίου 2010

ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

ΘΕΜΑ: «Συγκριτικές Δοκιμές Προϊόντων/Υπηρεσιών – Το παράδειγμα της Γερμανίας (STIFTUNG WARENTEST)»

Γενικές πληροφορίες

Το Stiftung Warentest (SW) ιδρύθηκε το 1964 με απόφαση του Γερμανικού Κοινοβουλίου και λειτουργεί ως ίδρυμα αστικού δικαίου, με σκοπό την υποστήριξη των συμφερόντων των καταναλωτών, μέσω της αντικειμενικής και αμερόληπτης σύγκρισης αγαθών και υπηρεσιών. Κύριο χαρακτηριστικό του SW είναι η ανιδιοτελής του δράση και η μη επιδίωξη ίδιων οικονομικών σκοπών. Έδρα του SW είναι το Βερολίνο.

Σκοπός και μέθοδοι δράσης

Σκοπός του SW (όπως αυτός ορίζεται στο από 01.01.2008 ισχύον τροποποιημένο καταστατικό του) είναι:

- να ενημερώνει τους καταναλωτές για τα αντικειμενικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα και την περιβαλλοντική συμβατότητα προϊόντων και υπηρεσιών καθώς και της χρήσης αυτών.
- να θέτει στη διάθεση των καταναλωτών κάθε είδους πληροφορία που δύναται να συνεισφέρει στην καλύτερη αξιολόγηση της αγοράς.
- να διαφωτίζει τους καταναλωτές για τη βέλτιστη διαχείριση του νοικοκυριού, μέσω της καλύτερης δυνατής αξιοποίησης του εισοδήματος, με γνώμονα την περιβαλλοντική συνείδηση και την υγεία των καταναλωτών.

Μέθοδοι δράσης του SW είναι η ανώνυμη προμήθεια προϊόντων και η επίσης ανώνυμη χρήση υπηρεσιών, η δοκιμή τους με επιστημονικές μεθόδους, η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων και η δημοσιοποίησή τους.

Το SW διεξάγει (το ίδιο ή κυρίως μέσω ανάθεσης σε ανεξάρτητα ινστιτούτα και εργαστήρια) έρευνες σε προϊόντα και υπηρεσίες με τη χρήση αναγνωρισμένων επιστημονικών μεθόδων, που παρέχουν εγγυήσεις για την ορθότητα της αξιολόγησης των αποτελεσμάτων. Πριν τη δημοσιοποίηση, τα αποτελέσματα αποστέλλονται στους προμηθευτές, παραγωγούς και παρόχους, προκειμένου να πραγματοποιήσουν τις όποιες παρατηρήσεις τους. Ακολουθεί η δημοσιοποίηση των αποτελεσμάτων των ερευνών κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να είναι προσιτά και κατανοητά στο ευρύ κοινό. Επίσης, το SW δίνει στη δημοσιότητα πληροφορίες που αφορούν τα γενικά συμφέροντα του καταναλωτικού κοινού. Σημειώνεται ότι το SW δεν είναι αρμόδιο για την πολιτική εκπροσώπηση των συμφερόντων των καταναλωτών. Για την επίτευξη του σκοπού του συνεργάζεται με άλλα ινστιτούτα, εργαστήρια και οργανισμούς (εγχώρια, αλλοδαπά και διεθνή) κυρίως για τη διεξαγωγή των ερευνών και την ανταλλαγή ερευνητικών αποτελεσμάτων. Είναι μέλος του ICRT (International Consumer Research and Testing).

Η ταξινόμηση των αξιολογήσεων του SW έχει ως εξής: βαθμός από 1-1,5 = πολύ καλό, βαθμός από 1,6-2,5 = καλό, βαθμός από 2,6-3,5 = ικανοποιητικό, βαθμός από 3,6-4,5 = επαρκές, βαθμός από 4,6-5,5 = ανεπαρκές.

Τομείς δραστηριότητας και παραδείγματα

Το SW δραστηριοποιείται κυρίως στους τομείς αυτοκίνητο και κίνηση (π.χ. πρόσφατα, συγκριτικός έλεγχος 125 παιδικών καθισμάτων για αυτοκίνητο, 8 συσκευών πλοήγησης), ανοικοδόμηση και χρηματοδότησή της (π.χ. πρόσφατα, συγκριτική έρευνα τραπεζικής δανειοδότησης αγοράς και ανακαίνισης ακινήτων), εικόνα και ήχος (π.χ. πρόσφατα, συγκριτικός έλεγχος συσκευών i-rod, περισσότερων από 700 ψηφιακών φωτογραφικών μηχανών), παιδεία και εκπαίδευση (π.χ. πρόσφατα, έρευνα για την ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, έρευνα για ταξίδια προς εκμάθηση ξένων γλωσσών), πληροφορική και τηλεφωνία (π.χ., πρόσφατα, συγκριτικός έλεγχος εκτυπωτών, έρευνα για το mobile ιντερνετ), τρόφιμα και ποτά (π.χ. πρόσφατα, σύγκριση 19 bratwurst), ελεύθερος χρόνος και ταξίδια (π.χ. πρόσφατα, σύγκριση 8 πάρκων διακοπών), χρηματικές επενδύσεις και τράπεζες (π.χ. πρόσφατα, σύγκριση τραπεζών

ως προς τις προϋποθέσεις ανοίγματος τρεχούμενου λογαριασμού καταθέσεων), υγεία και αισθητική (π.χ. πρόσφατα, σύγκριση σαμπουάν για τα μαλλιά), σπίτι και κήπος (π.χ. πρόσφατα, σύγκριση ομπρελών προστασίας από τον ήλιο), παιδί και οικογένεια (π.χ. πρόσφατα, σύγκριση προϊόντων εξοπλισμού σκι για παιδιά), φορολογία και δίκαιο (π.χ. πρόσφατα, έρευνα για τις αλλαγές στη φορολογία για το έτος 2010), περιβάλλον και ενέργεια (π.χ. πρόσφατα, έρευνα για τις λάμπες εξοικονόμησης ενέργειας), ασφάλιση και πρόνοια (π.χ. πρόσφατα, έρευνα για την ασφάλιση ποδηλάτου).

Τα προϊόντα που ερευνώνται κατά κανόνα είναι: ηλεκτρονικά προϊόντα ψυχαγωγίας, οπτικά, προϊόντα πληροφορικής, προϊόντα τηλεπικοινωνίας, μικρές και μεγάλες ηλεκτρικές συσκευές, ηλεκτρικά προϊόντα για το σπίτι (π.χ. λαμπτήρες), προϊόντα κήπου και εργαλεία, είδη και όργανα αθλητισμού, έπιπλα (συμπεριλαμβανομένων των στρωμάτων), είδη ένδυσης, παντός είδους οχήματα και εξαρτήματα αυτών, προϊόντα για παιδιά, είδη και προϊόντα καθαρισμού, ιατρικά είδη, είδη διατροφής, καλλυντικά.

Τα προϊόντα ερευνώνται κυρίως ως προς τη λειτουργία, τη χρήση και εφαρμογή, την ασφάλεια, την αντοχή και τη διάρκεια, την περιβαλλοντική συμβατότητα (κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας, εκπομπή θορύβου, εχθρικές ως προς το περιβάλλον ουσίες), ενώ πραγματοποιούνται και χημικοί και μικροβιολογικοί έλεγχοι.

Ως προς την παροχή υπηρεσιών, ερευνώνται κυρίως: χρηματικές επενδύσεις και ασφαλίσεις, χρηματοδότηση ανοικοδόμησης και δάνεια, τουρισμός και ταξίδια, υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών, υπηρεσίες πληροφορικής, υγεία, υπηρεσίες εμπορίου και εξυπηρέτησης πελατών, δυνατότητες εκπαίδευσης και περαιτέρω μόρφωσης. Για τις έρευνες ως προς τις υπηρεσίες και την παροχή τους αυτές εφαρμόζονται κυρίως οι ακόλουθες μέθοδοι: ανώνυμη επιτόπια έρευνα (προσωπική, τηλεφωνική ή μέσω διαδικτύου), εξέταση εγγράφων και γνωματεύσεις πραγματογνομόνων, ανάλυση των ιστοσελίδων, ψυχολογική ανάλυση του περιεχομένου των ενημερωτικών φυλλαδίων σε έντυπη ή ηλεκτρονική μορφή.

Πόροι

Βασικές αρχές του SW είναι η ανεξαρτησία και η ουδετερότητα στη δράση του. Εξ αυτού του λόγου, το SW λαμβάνει ετησίως κρατική επιχορήγηση, η οποία ανέρχεται περίπου στο 15% του προϋπολογισμού του. Το υπόλοιπο ποσό καλύπτεται κυρίως

από τα έσοδα των πωλήσεων των εκδόσεών του και των αποτελεσμάτων των ερευνών (για όποιες από αυτές προβλέπεται αντάλλαγμα). Επίσης, διατίθενται επί ανταλλάγματι στους προμηθευτές και παραγωγούς προϊόντων και στους παρόχους υπηρεσιών λογότυπα με την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων, που αφορούν σε προϊόντα ή υπηρεσίες τους και τα οποία δύνανται να επιθέτονται επί του προϊόντος και να χρησιμοποιούνται για τη διαφήμιση του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Μέρος των εσόδων του SW προέρχεται και από τους πλειστηριασμούς των προϊόντων, τα οποία χρησιμοποιήθηκαν για τη διεξαγωγή των ερευνών, οι οποίοι λαμβάνουν χώρα τέσσερις φορές ετησίως.

Ρητά απαγορεύονται οι αγγελίες και διαφημίσεις από προμηθευτές και παραγωγούς προϊόντων και παρόχων υπηρεσιών. Επιχορηγήσεις και δωρεές από τρίτους (εκτός του Κράτους) επιτρέπεται μόνο υπό προϋποθέσεις και με τη διαδικασία που προβλέπεται στο καταστατικό.

Εκδόσεις και δημοσιεύσεις

Το SW εκδίδει μηνιαίως δύο περιοδικά, το «Zeitschrift test» και το «Finanztest». Στο πρώτο εξ αυτών (με περίπου 509.000 πωλήσεις, εκ των οποίων οι 432.000 είναι συνδρομές) δημοσιεύονται έρευνες για προϊόντα της καθημερινότητας και άρθρα με οδηγίες, τάσεις, αναφορές και συμβουλές προς τον καταναλωτή. Το δεύτερο (με περίπου 251.000 πωλήσεις μηνιαίως, εκ των οποίων οι 205.000 είναι συνδρομές) ειδικεύεται σε έρευνες και άρθρα που έχουν σχέση με την ασφάλιση, τις χρηματικές επενδύσεις, τη φορολογία και το δίκαιο.

Επίσης, εκδίδονται και κυκλοφορούν βιβλία με θέματα που αφορούν την υγεία, την ανατροφή και διαπαιδαγώγηση, το σπίτι, τον κήπο, τα οικονομικά, το δίκαιο κ.α. Κυκλοφορούν περισσότεροι από 70 τίτλοι βιβλίων.

Στην ιστοσελίδα που διατηρεί το SW στο διαδίκτυο (www.test.de) είναι δυνατή η επί ανταλλάγματι πρόσβαση στα αποτελέσματα των ερευνών και η εξατομικευμένη χρησιμοποίησή τους.

Διοίκηση και οργάνωση

Το Προεδρείο, το Διοικητικό Συμβούλιο και το Εποπτικό Συμβούλιο αποτελούν τα καταστατικά όργανα του SW.

Το Προεδρείο (1-3 μέλη με θητεία από 1 έως 5 έτη και δυνατότητα επαναδιορισμού) εκπροσωπεί το SW δικαστικά και εξώδικα και είναι αρμόδιο για τη διοίκηση του SW.

Τα μέλη του επιλέγονται από το Διοικητικό Συμβούλιο με τη σύμφωνη γνώμη της ιδρυτικής αρχής.

Για την καλύτερη διοίκηση του SW έχουν δημιουργηθεί τρεις διευθύνσεις:

α. Διεύθυνση Ερευνών, στην οποία λειτουργούν τρία τμήματα ελέγχου προϊόντων (I, II, III), τμήμα χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, τμήμα επαλήθευσης, τμήμα προμήθειας δειγμάτων,

β. Διεύθυνση Εκδόσεων, στην οποία λειτουργούν, τμήμα έκδοσης Zeitschrift test, τμήμα έκδοσης Finantest, τμήμα λειτουργίας ιστοσελίδας, τμήμα έκδοσης βιβλίων και

γ. Διεύθυνση Μάρκετινγκ, εξυπηρέτησης αναγνωστών και διανομής, στην οποία λειτουργούν, τμήμα τύπου, τμήμα ελέγχου και οικονομικών, τμήμα ηλεκτρονικής επεξεργασίας δεδομένων και εσωτερικής λειτουργίας, τμήμα δικαίου και προσωπικού, γραμματεία διεθνών σχέσεων.

Το Διοικητικό Συμβούλιο (7 μέλη με θητεία από 1 έως 4 έτη και δυνατότητα επαναδιορισμού) ορίζει τα μέλη του Προεδρείου και εποπτεύει τη δραστηριότητά του με δυνατότητα κλήσης του Προεδρείου προς υποβολή αναφοράς και ελέγχου των φακέλων ανά πάσα στιγμή. Τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου διορίζονται από την ιδρυτική αρχή, βάσει μη δεσμευτικής πρότασης του Εποπτικού Συμβουλίου. Με εκλογή μεταξύ των μελών του Διοικητικού Συμβουλίου ένα μέλος αναλαμβάνει χρέη Προέδρου. **Το Εποπτικό Συμβούλιο** (18 μέλη με θητεία έως 4 έτη) είναι αρμόδιο για την παροχή συμβουλών για κάθε ζήτημα θεμελιώδους σημασίας και κυρίως για την υποβολή προτάσεων στο Προεδρείο και το Διοικητικό Συμβούλιο για τη σκοπιμότητα και τον τρόπο διεξαγωγή των ερευνών με δικαίωμα εναντίωσης. Αποτελείται από 6 εκπροσώπους των καταναλωτών, 6 εκπροσώπους οικονομικών παραγόντων και 6 ουδέτερους πραγματογνώμονες.

Από το καταστατικό του SW προβλέπεται και η σύσταση **Γνωμοδοτικών Επιτροπών**, αποτελούμενων από 3 έως 10 ειδικούς, για μία συγκεκριμένη έρευνα ή για μία σειρά ερευνών που συνδέονται μεταξύ τους. Στις γνωμοδοτικές επιτροπές συμμετέχει υποχρεωτικά ένας εκπρόσωπος των καταναλωτών, ένας εκπρόσωπος παραγόντων της οικονομίας και ένας ανεξάρτητος πραγματογνώμονας από τα μέλη του Εποπτικού Συμβουλίου.

Τα μέλη του Προεδρείου, του Διοικητικού Συμβουλίου, του Εποπτικού Συμβουλίου και των Γνωμοδοτικών Επιτροπών δεσμεύονται από καθήκον εχεμύθειας.

Στοιχεία για τη δραστηριότητα του SW

Από την ίδρυσή του έως σήμερα το SW έχει πραγματοποιήσει περισσότερες από 5.000 έρευνες επί 85.000 προϊόντων και περισσότερες από 1.600 έρευνες αναφορικά με υπηρεσίες και την παροχή τους. Μέσω της δραστηριότητάς του, το SW έχει αποκτήσει σημαντική επιρροή στη συμπεριφορά των καταναλωτών. Οι θετικές αξιολογήσεις προϊόντων και υπηρεσιών του SW εμφανίζονται σε περίοπτη θέση επί της συσκευασίας προϊόντων και στις διαφημίσεις προϊόντων και υπηρεσιών. Αντίθετα, αρνητικές αξιολογήσεις οδηγούν σε πτώσεις πωλήσεων, γεγονός που οδηγεί σε έγερση αγωγών εναντίον του SW. Έως σήμερα, το SW ουδέποτε έχει καταδικασθεί σε αποζημίωση για αρνητική αξιολόγηση προϊόντος ή υπηρεσίας. Αίσθηση είχαν προκαλέσει το 2006 οι αρνητικές αξιολογήσεις του SW για την ασφάλεια ορισμένων εκ των γηπέδων που θα χρησιμοποιούνταν για το Παγκόσμιο Κύπελλο του 2006. Απασχολεί 280 εργαζομένους.