



Come On Labels

Come On Labels

Wspólna polityka dotycząca urządzeń
gospodarstwa domowego –
Jeden za wszystkich, wszyscy za jednego
– etykiety energetyczne

Raport końcowy do publikacji

Maj 2013

Wspieranie etykietowania efektywności energetycznej produktów –
Zapewnienie umieszczania dokładnych informacji na etykietach energetycznych;
Monitorowanie właściwego eksponowania etykiet efektywności energetycznej w punktach sprzedaży;
Opracowanie działań promocyjnych skierowanych do konsumentów końcowych;
Identyfikacja systemów wymiany produktów na bardziej efektywne



Supported by
INTELLIGENT ENERGY
EUROPE

Wyłącznie odpowiedzialność za treść niniejszego raportu ponoszą autorzy. Raport nie musi odzwierciedlać opinii Unii Europejskiej.
Agencja Wykonawcza ds. Konkurencyjności i Innowacji ani Komisja Europejska nie ponoszą odpowiedzialności za jakiegokolwiek wykorzystanie informacji zawartych w tym raporcie.



Come On Labels

**Wspólna polityka dotycząca urządzeń gospodarstwa domowego
– jeden za wszystkich, wszyscy za jednego – etykiety energetyczne**



Raport końcowy do publikacji

Maj 2013

**Wspieranie etykietowania efektywności energetycznej produktów –
Zapewnienie umieszczania dokładnych informacji na etykietach energetycznych;
Monitorowanie właściwego eksponowania etykiet efektywności energetycznej w punktach sprzedaży;
Opracowanie działań promocyjnych skierowanych do konsumentów końcowych;
Identyfikacja systemów wymiany produktów na bardziej efektywne**



O Projekcie	7
Najważniejsze wnioski z projektu i jego osiągnięcia	9
Wprowadzenie	13
Prawodawstwo dotyczące etykietowania efektywności energetycznej produktów	16
Krótkie podsumowanie nowych przepisów UE dotyczących etykietowania	16
Porównanie wymagań przepisów o etykietowaniu efektywności energetycznej oraz przepisów o ekoprojektowaniu	19
Wdrażanie przepisów dotyczących etykietowania efektywności energetycznej oraz ekoprojektowania	21
Inspekcje w sklepach	24
Podsumowanie metodyki prowadzenia inspekcji w sklepach	24
Podsumowanie informacji o sytuacji w sklepach	27
Zgodność z przepisami według rodzajów sklepów	28
Zgodność według grup produktów	30
Przykłady niewłaściwie oznakowanych produktów, stwierdzone w czasie inspekcji w sklepach	33
Szkolenie sprzedawców detalicznych	34
Kontrola zgodności produktów oraz testy laboratoryjne	35
Przegląd procedur kontroli i nadzoru rynku	35
Przykłady znanych testów zgodności produktów	39
Możliwość stworzenia systemu wymiany wyników testów urządzeń	42
Promowanie etykiet efektywności energetycznej	44
Wymiana nieefektywnych urządzeń	48
Podsumowanie mechanizmów i ich oddziaływania	48
Aktualizacja wprowadzonych mechanizmów	51
Konferencja zamykająca projekt - 15 marca 2013 r., Bruksela	54
Dokumenty opracowane w wyniku projektu	55
Co powiedzieli inni o projekcie „Come On Labels”	57

0 Projekcie

Projekt "Come On Labels" - Wspólna polityka dotycząca urządzeń gospodarstwa domowego
– wszyscy za jednego, jeden za wszystkich – etykiety energetyczne

- www.come-on-labels.eu
- grudzień 2010 – maj 2013
- wspierany przez program "Inteligentna Energia – Europa": <http://ec.europa.eu/energy/intelligent/>
- **Republika Czeska** – koordynator projektu: SEVEn, Centrum Efektywności Energetycznej, www.come-on-labels.eu/o-projektu-cz/vitejte-cz
Koordynator projektu: Juraj Krivosik, SEVEn, juraj.krivosik@svn.cz
- **Austria** – Austriacka Agencja Energetyki, www.energyagency.at
www.come-on-labels.eu/zum-projekt-at/willkommen-at
- **Belgia** – Brukselska Agencja Energetyki, www.curbain.be
www.come-on-labels.eu/concernant-le-projet-be/message-daccueil-be-fr
- **Chorwacja** – ELMA Kurtalj d.o.o, www.elma.hr
www.come-on-labels.eu/o-projektu-hr/poruka-dobrodoslice-hr
- **Niemcy** – Öko-Institut e.V., Instytut Ekologii Stosowanej, www.oeko.de
<http://www.come-on-labels.eu/zum-projekt-de/willkommen-de>
- **Grecja** – Ośrodek ds. odnawialnych źródeł energii i oszczędności energii, www.cres.gr
www.come-on-labels.eu/about-the-project-gr/welcome-message-gr
- **Włochy** – ENEA – Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile, www.enea.it
www.come-on-labels.eu/informazioni-sul-progetto-it/messaggio-di-benvenuto-it
- **Łotwa** – Ekodoma, Ltd, www.ekodoma.lv
www.come-on-labels.eu/par-projektu-lv/laipni-ludzam-lv
- **Malta** – Projects in Motion, www.pim.com.mt
www.come-on-labels.eu/about-the-project-mt/welcome-mt
- **Poland** – KAPE, Krajowa Agencja Poszanowania Energii, www.kape.gov.pl
www.come-on-labels.eu/o-projekcie-pl/witamy-pl



- **Portugalia** – QUERCUS – Associação Nacional de Conservação da Natureza, www.ecocasa.pt
www.come-on-labels.eu/o-projecto-pt/bem-vindo-pt
- **Hiszpania** – ESCAN, s.l., www.escansa.com
www.come-on-labels.eu/acerca-del-proyecto-es/bienvenidos-es
- **Wielka Brytania** – Agencja Energetyki Severn Wye, www.swea.co.uk
www.come-on-labels.eu/about-the-project-uk/welcome-uk

Korzyści i główne działania w ramach projektu:

- **Prawodawstwo:** Monitorowanie przepisów dotyczących etykietowania produktów oraz promowanie ich zrozumienia i wdrożenia w całym kraju.
- **Testy produktów:** wymiana informacji oraz współpraca z organami nadzoru rynku i ekspertami w dziedzinie wymiany informacji na temat testów urządzeń.
- **Etykiety w sklepach:** prowadzenie szeroko zakrojonych badań na temat odpowiedniej obecności etykiet energetycznych w punktach sprzedaży, angażowanie sprzedawców detalicznych w zapewnienie odpowiedniego eksponowania etykiet energetycznych w sklepach.
- **Upowszechnianie informacji:** Promowanie etykiet energetycznych dla produktów związanych ze zużyciem energii wśród ogółu społeczeństwa – koncentracja na nowych etykietach energetycznych.
- **Wymiana urządzeń:** proponowanie narzędzi polityki wymiany urządzeń na lepsze oraz wczesnej wymiany urządzeń; ocena korzyści i potencjału wymiany pod względem efektywności energetycznej; monitorowanie systemów wymiany produktów.



W celu uzyskania wszelkich dodatkowych informacji na temat projektu, jego organizacji i osiągnięć prosimy o kontakt z koordynatorem projektu p. Jurajem Krivosikiem, SEVEN, Centrum Efektywności Energetycznej, Czechy: juraj.krivosik@svn.cz

Najważniejsze wnioski z projektu i jego osiągnięcia

Projekt Come On Labels został opracowany w 2009 r. przed wprowadzeniem większości nowych przepisów dotyczących etykietowania efektywności energetycznej. W okresie 2010-2013 dla kilku grup produktów takich jak lodówki, pralki, zmywarki, suszarki, klimatyzatory, telewizory i źródła światła zatwierdzono lub wprowadzono w życie nowe wymogi w dziedzinie etykiet energetycznych oraz ekoprojektowania.

Projekt Come On Labels miał zatem wyjątkową możliwość wspierania prawidłowego wdrażania nowych systemów etykietowania efektywności energetycznej wśród wszystkich zainteresowanych stron w 13 krajach europejskich, obejmując następujące podmioty:

- **Organy nadzoru rynku:** powszechne zrozumienie skutków i wymagań nowych przepisów oraz organizowanie wspólnych działań, takich jak inspekcje w sklepach, specjalistyczne szkolenia oraz zbieranie informacji zwrotnych od konsumentów.
- **Detaliści i dostawcy:** edukacja i podnoszenie świadomości w zakresie stosowania nowych etykiet energetycznych w punktach sprzedaży, inspekcje w setkach sklepów, rozprowadzanie materiałów szkoleniowych wśród sklepów detalicznych.
- **Konsumenci:** organizowanie szeroko zakrojonych działań informacyjnych w celu edukowania konsumentów w dziedzinie etykiet energetycznych oraz motywowania do zakupu produktów energooszczędnych. Efektami działań były imprezy i seminaria, stoiska targowe, ulotki i broszury, dodatki i artykuły informacyjne, komunikaty prasowe i plakaty.

Przykłady najbardziej widocznych i uznanych działań - współpraca z organami nadzoru rynku

Każde państwo członkowskie UE odpowiedzialne jest za organizowanie działań w zakresie nadzoru nad rynkiem. Mają one zapewnić podawanie właściwych informacji na etykietach energetycznych, oraz właściwe eksponowanie etykiet efektywności energetycznej w sklepach i innych punktach sprzedaży. Wiadome jest jednak, że poziom takich działań w wielu krajach nie jest wystarczający,

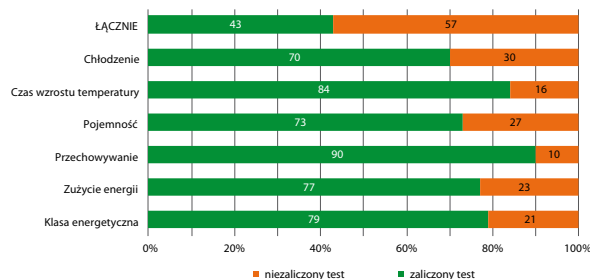
Projekt Come On Labels realizował więc na przykład następujące działania:

- dyskusje mające na celu powszechne zrozumienie wymogów prawodawstwa, koncentrujące się na przykład na znaczeniu poszczególnych oznaczeń zawartych na etykietach lub na zdefiniowaniu pojęcia “wprowadzenia na rynek”,
- wymiana informacji o stopniu wykorzystania etykiet – na podstawie inspekcji w sklepach w ramach projektu; negocjowanie ewentualnych działań naprawczych,
- organizowanie wspólnych działań edukacyjnych dla inspektorów i podmiotów rynkowych, takich jak detaliści i dostawcy,
- negocjowanie działań w zakresie testowania produktów oraz najlepszych metod wymiany danych na ten temat między odpowiednimi władzami w różnych krajach.



Gromadzenie i wymiana danych na temat testowania zgodności produktów

Testowanie produktów w celu weryfikacji poprawności informacji zamieszczonych na etykietach energetycznych jest jednym z kluczowych czynników zapewniających, że oszczędności, deklarowane na etykietach energetycznych są faktycznie osiągalne. Wiadome jest, że liczba testów obejmujących wszystkie istotne parametry jest niewystarczająca. W ramach samego projektu nie prowadzono testowania produktów, ale dołożono wszelkich starań, aby wnieść wkład w testy poprzez:



- Gromadzenie publicznie dostępnych informacji o testach produktów. Zebrano informacje na temat testowania produktów prowadzonego przez władze w Wielkiej Brytanii, Holandii, Szwecji, a także w Australii i USA, a także na temat testowania produktów w ramach innych projektów realizowanych w programie “Inteligentna Energia – Europa”. Wszystkie informacje zostały zestawione i rozpowszechniane wśród zainteresowanych stron w celu poszerzenia wiedzy na temat testowania produktów.
- Producenci testują swoje produkty tylko raz wprowadzając je na cały rynek UE. Punktem odniesienia dla władz krajowych są modele testowane na ich rynkach krajowych. W ramach projektu Come On Labels opracowano raporty podsumowujące możliwości i doświadczenia w zakresie ułatwienia współpracy w ramach całej UE oraz uproszczenia działań władz. Raporty obejmują doświadczenia w zakresie testowania produktów w laboratoriach w różnych krajach, regularne spotkania w celu wymiany doświadczeń, regionalne podejścia do testowania z wykorzystaniem nazw modeli produktów, a także przykłady projektów europejskich, w których wyniki badań zostały w całości udostępnione publicznie.

Kontrola obecności etykiet energetycznych w sklepach

Aby konsumenci korzystali z etykiet energetycznych jako narzędzia do podejmowania decyzji zakupowych, etykiety muszą być widoczne w sklepach. Jednak jak często i czy prawidłowo etykiety takie są w sklepach eksponowane? Projekt Come On Labels zorganizował trzy rundy inspekcji sklepów – każda obejmowała około 300 sklepów. Miały one na celu ocenę odpowiedniego wyeksponowania etykiet energetycznych, zależnie od rodzaju sklepu i rodzaju produktu. Wyniki obejmowały:



- Monitorowanie obecności etykiet w poszczególnych rodzajach sklepów oraz ocenę możliwych usprawnień dla sklepów projektujących kuchnie, poszczególnych sklepów detalicznych i hipermarketów wielobranżowych, w których prawidłowe eksponowanie etykiet jest zwykle najslabsze.
- Monitorowanie obecności etykiet na poszczególnych rodzajach produktów – najslabsze wyniki uzyskano w przypadku chłodziarek do wina, ale także klimatyzatorów, kuchenek elektrycznych i telewizorów.

- Ocena wpływu nowych etykiet energetycznych, które już w roku 2012 były wykorzystywane na ponad połowie produktów w sklepach. Przyczyniło się to do zmniejszenia liczby produktów oznakowanych jedynie częściowo.

Poradnik szkoleniowy dla sprzedawców detalicznych

W celu podniesienia stopnia eksponowania etykiet w sklepach, w ramach projektu Come On Labels stworzono poradnik szkoleniowy dla sprzedawców detalicznych – wyjaśnia on, jak należy prawidłowo eksponować etykiety. Poradnik dostępny jest w 11 językach i dostosowany do sytuacji w 13 krajach. Wyjaśnia on znaczenie i wymogi prawne dotyczące eksponowania etykiet, wskazuje przykłady właściwego i niewłaściwego eksponowania etykiet w sklepach oraz zawiera konkretne porady, które sprzedawcy mogą przekazywać klientom. Przykłady wykorzystania materiałów szkoleniowych:



- Rozsyłanie do inspektorów poszczególnych organów nadzoru rynku;
- Wykorzystanie przy organizacji seminariów dla detalistów: zarówno sieci sklepów detalicznych jak i pojedynczych sklepów;
- Rozsyłanie do sklepów objętych członkostwem Europejskiego Stowarzyszenia Producentów AGD (CECED);
- Wykorzystanie w trakcie konferencji i imprez z udziałem podmiotów rynkowych.

Porównanie wymogów etykiet energetycznych i wymogów dotyczących ekoprojektowania

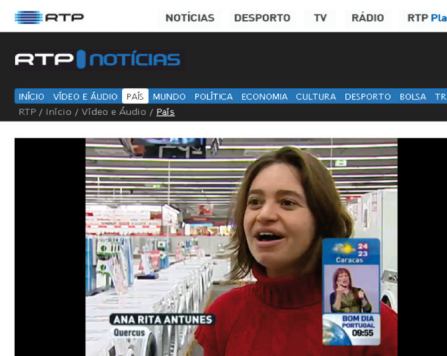
Etykiety energetyczne zostały zaprojektowane, aby pomóc konsumentom w wyborze energooszczędnych produktów spośród modeli wystawianych w punktach sprzedaży. Urządzenia klasy energetycznej A od dawna uważane były za sprzęt najwyższej klasy z punktu widzenia efektywności energetycznej. Jednak rozwój rynku, wprowadzenie klas A+/A+++ oraz wymogów dotyczących ekoprojektowania spowodowały, że w wielu przypadkach klasa A jest obecnie najniższą z klas energetycznych na rynku. W ramach Projektu Come On Labels opracowano więc dokument podsumowujący pełny wachlarz klas energetycznych, oznaczanych na etykietach energetycznych, a także wymogi dotyczące ekoprojektowania produktów

Grupa produktów	Klasy efektywności energetycznej wskazane na etykiecie energetycznej	Klasy efektywności energetycznej dopuszczone na rynek według wymogów ekoprojektowania	Klasy efektywności energetycznej wskazane na etykiecie energetycznej, ale nie dopuszczone na rynek według wymogów ekoprojektowania
Pralki	A+++ / D	A+++ / A	B, C, D
Zmywarki	A+++ / D	A+++ / A	B, C, D
Chłodziarki	sprężarkowe	A+++ / A+	A, B, C, D
	absorbcyjne	A+++ / G	F, G
Telewizory	A / G	A / G	
Źródła światła	A / G	A / C	D, E, F, G

dopuszczonych do obrotu rynkowego. Dokument ten został rozesłany do zainteresowanych organów i podmiotów rynkowych, aby umożliwić dokładniejsze wyjaśnienie klas efektywności energetycznej stosowanych dla poszczególnych produktów.

Upowszechnianie informacji wśród konsumentów końcowych

Konsumenci, których decyzje zakupowe wywierają wpływ na zużycie energii na wiele lat naprzód, są główną grupą docelową działań w zakresie etykiet energetycznych. Aby konsumenci brali pod uwagę etykiety, muszą być w pełni świadomi faktu ich istnienia oraz rozumieć ich treść. Właściwe rozumienie etykiet nabrało znaczenia wraz z wprowadzeniem nowych etykiet energetycznych. W ramach projektu Come On Labels zorganizowano zatem szereg działań:



- Liczne wiadomości i artykuły w ogólnodostępnych mediach
- Publikowane ulotki, broszury, plakaty, dodatki informacyjne i ich dystrybucja wśród konsumentów za pośrednictwem sklepów, ośrodków informacyjnych, agencji energetycznych, bibliotek itp.
- Organizacja i udział w wydarzeniach, seminariach, targach i wystawach, wyjaśnianie etykiet energetycznych zwiedzającym i uczestnikom.

W dalszych rozdziałach bardziej szczegółowo przedstawiono konkretne doświadczenia i osiągnięcia projektu

Więcej informacji na temat etykiet energetycznych oraz wszystkich wyników projektu można znaleźć na stronie:

A+++

www.come-on-labels.eu

Wprowadzenie

Projekt Come On Labels powstał w 2009 r. Realizowany był w latach 2010-2013 w postaci działań podejmowanych w 13 krajach europejskich. Głównym celem projektu było wsparcie roli etykiet energetycznych polegającej na promowaniu produktów energooszczędnych na rynku. Aby osiągnąć ten cel w perspektywie długoterminowej, prowadzono następujące konkretne działania:

- Podnoszenie świadomości na temat właściwego prawodawstwa UE oraz jego prawidłowego wdrażania wśród władz, podmiotów rynkowych i ogółu społeczeństwa;
- Zbieranie i udostępnianie danych dotyczących testów kontrolnych produktów;
- Inspekcje w setkach sklepów w celu nadzoru nad prawidłowym eksponowaniem etykiet;
- Organizowanie szerokiego zakresu działań związanych z upowszechnianiem informacji wśród ogółu społeczeństwa;
- Ocenianie systemów wczesnej wymiany produktów oraz wymiany na lepsze.

Projekt Come On Labels obejmuje działania odnoszące się do wszystkich typów urządzeń opatrzonych etykietami energetycznymi – zarówno „nowymi” etykietami (urządzenia chłodnicze, zmywarki, pralki i telewizory), jak i „starymi” etykietami (piekarniki, źródła światła, klimatyzatory i suszarki). Głównym obszarem działania są jednak nowe etykiety energetyczne, ich stopniowe wdrażanie i wprowadzanie obowiązku zastosowania dla coraz większej liczby produktów.

Projekt Come On Labels (i jego strona internetowa) umożliwiają znalezienie następujących informacji:

- Przegląd europejskich i krajowych przepisów prawnych dotyczących etykietowania urządzeń;
- Opis systemu testowania produktów w celu zapewnienia zgodności faktycznych cech urządzenia z informacjami zawartymi na etykiecie;
- Informacje o testach sprzętu gospodarstwa domowego, prowadzonych w trakcie trwania projektu;
- Omówienie sposobu prawidłowego eksponowania etykiet energetycznych w sklepach oraz sposobu kontroli ich eksponowania;
- Opis stopnia wykorzystania etykiet w sklepach detalicznych na podstawie inspekcji prowadzonych przez partnerów projektu;
- Szeroki zakres działań promocyjnych mających na celu zachęcenie klientów do uwzględniania informacji zawartych na etykietach energetycznych w trakcie podejmowania decyzji o zakupie;
- Przegląd i ocena narzędzi politycznych służących wspieraniu wczesnej wymiany urządzeń oraz wymiany na lepsze.

Układ, zawartość i działania pakietów roboczych realizowanych w ramach projektu:

1. Prace administracyjne i zarządzanie konsorcjum

Wewnętrzne prace administracyjne i zarządzanie projektem.

2. Przepisy prawne dotyczące etykiet energetycznych

Przegląd prawodawstwa UE i przepisów krajowych, a także ocena zgodności tych przepisów z dyrektywami UE dotyczącymi etykietowania produktów oraz ekoprojektowania. Szczegółowe omówienie przepisów dotyczących

poszczególnych grup produktów, takich jak suszarki, źródła światła i klimatyzatory, dla których nowe przepisy opracowane zostały w trakcie projektu. Analiza skali działań w zakresie nadzoru w poszczególnych krajach objętych projektem; przegląd podejmowanych działań oraz w stosownych przypadkach ocena możliwości ich intensyfikacji

3. Testowanie urządzeń

Opisano i upowszechniono stosowane procedury oraz listy znanych krajowych (lub regionalnych) testów urządzeń (prowadzonych głównie w ramach krajowych działań nadzoru rynku oraz projektów europejskich dotyczących testów kontrolnych produktów). Opracowano zalecenia dotyczące dalszych działań i narzędzi podnoszących stopień nadzoru nad rynkiem; zalecenia te rozesłano do członków konsorcjum oraz innych instytucji i organizacji na szczeblu krajowym i UE.

4. Przestrzeganie zasad etykietowania przez sklepy detaliczne

Ocena prawidłowej obecności etykiet w sklepach przeprowadzona została przez partnerów projektu w 13 krajach. Stopień prawidłowego eksponowania etykiet monitorowano w rozbiciu na rodzaje produktów i rodzaje sklepów. Zaobserwowano zwiększoną obecność nowych etykiet energetycznych. Jej wpływ na eksponowanie etykiet w sklepach omówiono z przedstawicielami sklepów i innymi zainteresowanymi stronami. Opracowano poradnik szkoleniowy dla sprzedawców detalicznych, dostępny w 11 językach – został on szeroko upowszechniony w celu dalszego wsparcia prawidłowego eksponowania etykiet.

5. Promowanie etykiet energetycznych – upowszechnianie informacji

Prowadzono konkretne działania edukacyjne i informacyjne, mające na celu upowszechnianie prawidłowych i aktualnych informacji na temat etykiet energetycznych wśród klientów końcowych i sklepów detalicznych. Zrealizowano szeroki zakres działań – informacje w mediach (np. artykuły, informacje prasowe, programy w telewizji), materiały drukowane (np. ulotki, broszury, plakaty i dodatki informacyjne), organizacja i uczestnictwo w imprezach, seminariach, targach i konferencjach. Celem było zwiększenie świadomości i zaangażowanie podmiotów umożliwiających przekazanie w większej skali efektów projektu.

6. Wymiana starych urządzeń

Nawet w sytuacji, gdy system etykietowania efektywności energetycznej działa prawidłowo, wymiana starych zainstalowanych urządzeń na nowe, bardziej efektywne energetycznie może nie przebiegać tak szybko, jak byłoby to wskazane. W ramach projektu przeanalizowano zatem możliwe narzędzia polityki mogące mieć wpływ na decyzje zakupowe konsumentów, korzyści dla środowiska naturalnego, spełnienie potrzeb finansowych i organizacyjnych; prowadzono też monitoring wcześniejszych i bieżących kampanii i działań na rzecz wczesnej wymiany produktów i wymiany na lepsze.

7. Zalecenia końcowe

Doświadczenia zdobyte w ramach projektu oraz jego ostateczne zalecenia zostały zebrane i przedstawione w „Raportie końcowym do publikacji” (niniejszy dokument) podczas konferencji zamykającej projekt, która odbyła się w dniu 15 marca 2013 r. w Brukseli z udziałem wielu uczestników – zainteresowanych stron będących przedstawicielami wszystkich segmentów rynku; odbył się także szereg imprez krajowych we wszystkich krajach uczestniczących w projekcie.

8. Wspólne działania w zakresie upowszechniania wyników projektu

Działania podejmowane pod kierownictwem oraz na bezpośrednią prośbę Komisji Europejskiej i Agencji Wykonawczej ds. Konkurencyjności i Innowacji.

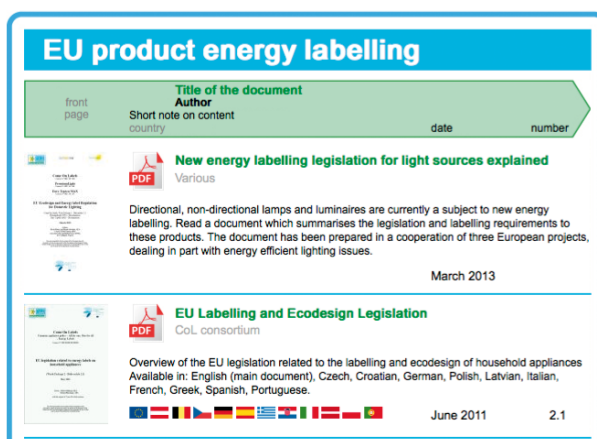
Grupy docelowe projektu oraz główne podmioty realizujące i ich rola w projekcie:

Institucje państwowe	<ul style="list-style-type: none"> ■ otrzymały ocenę wymogów legislacyjnych w celu zapoznania się z powszechnie obowiązującymi przepisami; ■ otrzymały informacje o działaniach projektu w zakresie nadzoru nad rynkiem w celu podniesienia świadomości bieżącej sytuacji i potrzeb; ■ uczestniczyły w działaniach edukacyjnych, imprezach, inspekcjach sklepów, prowadziły wymianę doświadczeń na temat działań w zakresie nadzoru nad rynkiem;
Dostawcy (producenci i importerzy)	<ul style="list-style-type: none"> ■ otrzymali poradniki szkoleniowe dla sklepów detalicznych; ■ uczestniczyli w imprezach organizowanych w ramach projektu; ■ uczestniczyli w upowszechnianiu informacji wśród konsumentów końcowych i przedstawicieli sklepów detalicznych;
Sklepy detaliczne	<ul style="list-style-type: none"> ■ prowadziły wymianę doświadczeń na temat stosowania etykiet; ■ uczestniczyły w seminariach szkoleniowych i kursach internetowych dot. eksponowania etykiet ■ uczestniczyły w wybranych działaniach upowszechniających informacje;
Stowarzyszenia konsumentów i organizacje pozarządowe	<ul style="list-style-type: none"> ■ uczestniczyły w organizacji inspekcji w sklepach; ■ pomagały organizować działania upowszechniające informacje; ■ przyczyniły się do poszerzenia skali działań w zakresie nadzoru nad rynkiem;
Przedstawiciele użytkowników urządzeń	<ul style="list-style-type: none"> ■ zyskali większą wiedzę na temat etykiet energetycznych; ■ uzyskali odpowiedzi na zgłaszane pytania o układ i znaczenie informacji na etykietach;
Organizacje międzynarodowe i instytucje krajowe	<ul style="list-style-type: none"> ■ uczestnicy projektu Come on Labels współpracowali z organizacjami takimi jak: grupa robocza EnR ds. etykietowania efektywności energetycznej i ekoprojektowania, grupa ADCO ds. etykietowania efektywności energetycznej, IEA 4E oraz odpowiednimi projektami w ramach programu Inteligentna Energia – Europa w zakresie wymiany doświadczeń i poszukiwania rozwiązań usprawniających działania nadzorujące rynek.

Prawodawstwo dotyczące etykietowania efektywności energetycznej produktów

Krótkie podsumowanie nowych przepisów UE dotyczących etykietowania

Niniejszy rozdział stanowi fragment opracowanego w ramach Projektu dokumentu “Przepisy UE dotyczące etykiet energetycznych dla urządzeń gospodarstwa domowego”. Jego pierwsza wersja opublikowana została w maju 2011 r. w 11 językach, a następnie aktualizowana była o przepisy dotyczące poszczególnych grup produktów - z chwilą przyjmowania tych przepisów. Pełny tekst dokumentu dostępny jest pod adresem:



<http://www.come-on-labels.eu/legislation/eu-product-energy-labelling>

Dyrektywa Rady 92/75/EWG, uprzednio regulująca kwestie etykietowania efektywności energetycznej, została zastąpiona nową dyrektywą ramową nr 2010/30/UE, która obowiązuje od czerwca 2010 r. Dla poszczególnych grup produktów istniejące etykiety będą stopniowo zastępowane przez nowe etykiety za pomocą środków wykonawczych dostosowanych do poszczególnych grup produktów. Pierwsze grupy produktów, dla których wprowadzono «nowe etykiety energetyczne» to lodówki, zamrażarki, pralki i zmywarki, jak również telewizory (które wcześniej w ogóle nie były objęte etykietowaniem). Później dodano nowe grupy produktów, takie jak urządzenia klimatyzacyjne, suszarki bębnowe przeznaczone dla gospodarstw domowych lampy i oprawy oświetleniowe.

Etykieta energetyczna UE oparta jest na zasadzie deklaracji własnej – tym samym dostawca ponosi pełną odpowiedzialność za zgodność z parametrami deklarowanymi na etykiecie. W skrócie główne różnice między starymi i nowymi systemami etykietowania efektywności energetycznej są następujące:

- **brak konieczności wdrożenia w skali całego kraju:** nowe środki wykonawcze dotyczące etykietowania efektywności energetycznej nie mają już postaci dyrektyw wymagających transpozycji do prawa krajowego. Mają natomiast formę “rozporządzeń delegowanych”, które są niezwłocznie stosowane we wszystkich państwach członkowskich. Jedynie organizacja

monitoringu i oceny pozostaje w gestii krajowych organów nadzoru rynku, zgodnie z zasadą pomocniczości.

- **etykietowanie efektywności energetycznej obejmie dodatkowe produkty:** nowy system etykietowania może obejmować dowolne produkty, które wykorzystują energię lub wpływają na zużycie energii („produkt związany z energią”). Od października 2010 r. wprowadzono etykiety dla odbiorników telewizyjnych (obowiązkowo od listopada 2011 r.). Kolejne grupy urządzeń, które objęte zostaną etykietowaniem to kotły, podgrzewacze wody, odkurzacze, okapy kuchenne, itp.
- **klasy energetyczne A+, A++ i A+++:** jeżeli rozwój technologiczny danej grupy produktów to umożliwi, powyższe nowe klasy efektywności energetycznej będą mogły być wskazywane na etykietach tych produktów. Klasy A+, A++ i A+++ są już stosowane do chłodziarek, zamrażarek, pralek i zmywarek. Dla telewizorów zostaną one wprowadzone w z góry określonych terminach.
- **siedem klas efektywności energetycznej:** z zasady etykieta energetyczna powinna wskazywać tylko siedem klas efektywności energetycznej. Tak więc jeśli najwyższą klasą jest +++, to najgorszą klasą będzie D, a nie G. Najwyższa klasa musi być zawsze zaznaczona na zielono, a najniższa na czerwono.
- **nowa metodyka obliczeń:** sposób obliczania współczynnika efektywności energetycznej, stosowanego do określenia klasy efektywności energetycznej urządzeń gospodarstwa domowego, został zmodernizowany, aby lepiej odzwierciedlać rzeczywisty sposób korzystania z oznakowanych produktów. Na przykład dla pralek uwzględnia się obecnie zużycie energii przy korzystaniu z programów prania bawełny w temperaturach 40 i 60°C przy pełnym wsadzie i przy połowie wsadu, a także zużycie energii przy programach energooszczędnych.
- **nowe informacje na etykietach:** nowe etykiety zawierają dodatkowe ikony, określające konkretne cechy produktów (takie jak pojemność, wskaźniki efektywności, obecność funkcji wyłączenia zasilania “off”, itp.). Z drugiej strony etykiety energetyczne pralek i zmywarek nie zawierają już klasy efektywności prania/zmywania, ponieważ wszystkie modele dostępne na rynku posiadają efektywność klasy A, stanowiącą wymóg minimalny dla wprowadzenia urządzenia na rynek w świetle odpowiedniego rozporządzenia w sprawie ekoprojektowania. Zużycie energii elektrycznej i wody podawane jest na etykiecie w funkcji zużycia rocznego.
- **etykiety neutralne językowo:** nowe etykiety są takie same we wszystkich krajach UE, bez potrzeby tworzenia krajowych wersji językowych. Zmiana ta została wprowadzona poprzez przedstawienie informacji w formie piktogramów, a nie opisów. W związku z tym stosowana będzie jedna etykieta, zamiast wcześniejszego połączenia opisu na kolorowym tle oraz neutralnego językowo paska danych.
- **uwzględnienie sprzedaży przez Internet:** przepisy określają, jaki rodzaj informacji musi być podany, jeśli urządzenia sprzedawane są za pośrednictwem Internetu, katalogów lub innych sposobów sprzedaży, przy których konsument nie może zobaczyć wystawianego produktu, lecz widzi etykietę.
- **podawanie klasy efektywności energetycznej w reklamach:** od 2012 r. wszystkie reklamy urządzeń gospodarstwa domowego, podające cenę urządzenia i/lub jego zużycie energii, muszą też podawać klasę efektywności energetycznej urządzenia.

Harmonogram wprowadzania nowych etykiet energetycznych: Obowiązkowe stosowanie etykiet jest zazwyczaj wymagane po upływie jednego roku od wejścia w życie odpowiedniego rozporządzenia delegowanego. Po tym okresie wszystkie nowe modele urządzeń wprowadzane na rynek lub do użytku w UE muszą w punkcie sprzedaży posiadać nową etykietę.

Dyrektywa i przepisy dotyczące poszczególnych rodzajów produktów określają również zakres odpowiedzialności dostawców, dystrybutorów i władz. Obejmuje ona na przykład:

Obowiązki dostawców – są oni zobowiązani zapewnić, że:

- każdy objęty rozporządzeniem produkt związany z energią dostarczany jest wraz z drukowaną etykietą;
- udostępniana jest karta produktu;
- na żądanie organów państw członkowskich oraz Komisji udostępniana jest dokumentacja techniczna;
- każda reklama konkretnego modelu urządzenia, zawierająca informacje na temat zużycia energii lub ceny urządzenia, podaje klasę jego efektywności energetycznej;
- wszelkie techniczne materiały promocyjne, dotyczące konkretnego modelu urządzenia i opisujące jego szczegółowe parametry techniczne podają klasę efektywności energetycznej tego modelu.

Obowiązki dystrybutorów – są oni zobowiązani zapewnić, że:

- każdy produkt w punkcie sprzedaży opatrzony jest etykietą dostarczoną przez dostawcę, umieszczoną na zewnątrz urządzenia, z przodu lub na górze, w taki sposób, aby była wyraźnie widoczna;
- urządzenia gospodarstwa domowego oferowane do sprzedaży, wynajmu lub kupna na raty w sytuacji, gdy użytkownik końcowy nie może zobaczyć produktu, wprowadzane są na rynek wraz z konkretnymi informacjami podanymi przez dostawców;
- każda reklama konkretnego modelu urządzenia, zawierająca informacje na temat zużycia energii lub ceny urządzenia, podaje klasę jego efektywności energetycznej;
- wszelkie techniczne materiały promocyjne dotyczące konkretnego modelu urządzenia i opisujące jego szczegółowe parametry techniczne podają klasę efektywności energetycznej tego modelu.

Procedura weryfikowania zgodności produktów w związku z nadzorem rynku:

Obowiązkiem państw członkowskich jest zorganizowanie nadzoru rynku oraz egzekwowanie obowiązku etykietowania urządzeń. Każde państwo członkowskie musi mieć własny organ nadzoru rynku oraz organ egzekucyjny.

Ogólnie rzecz biorąc, procedura weryfikowania zgodności produktów obejmuje serię testów prowadzonych z wykorzystaniem odpowiednich norm europejskich. Dostawcy muszą udostępnić dokumentację techniczną organom nadzoru rynku do celów kontroli.

Każde państwo członkowskie jest zobowiązane do opracowania własnego systemu i wdrożenia odpowiednich środków zapobiegawczych oraz środków mających na celu zapewnienie zgodności z wymogami w ściśle określonych ramach czasowych, a w przypadku uporczywego nieprzestrzegania przepisów - ograniczenie lub zakaz wprowadzania produktów do obrotu.

Co cztery lata państwa członkowskie przedstawiać muszą Komisji Europejskiej sprawozdanie obejmujące informacje na temat egzekwowania przepisów oraz stopnia zgodności z przepisami na ich terytorium.

Porównanie wymagań przepisów o etykietowaniu efektywności energetycznej oraz przepisów o ekoprojektowaniu

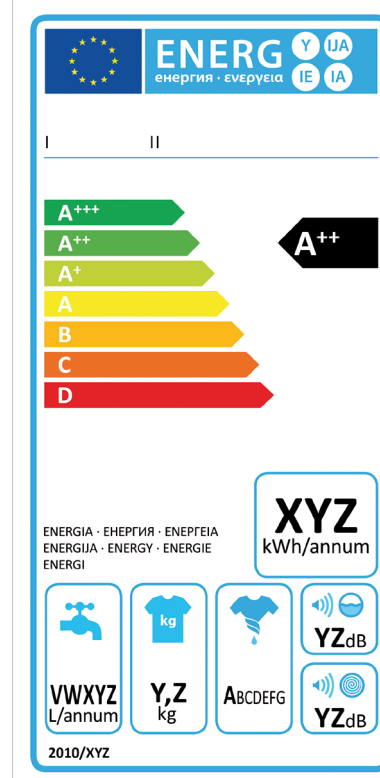
Niniejszy rozdział stanowi fragment opracowanego w ramach Projektu dokumentu „Porównanie wymagań dotyczących efektywności energetycznej, przewidzianych przepisami o etykietowaniu efektywności energetycznej i przepisami o ekoprojektowaniu”, opublikowanego w czerwcu 2012 r. Pełny tekst dokumentu dostępny jest pod adresem:

<http://www.come-on-labels.eu/legislation/eu-product-energy-labelling>

W UE etykietowanie efektywności energetycznej głównych urządzeń gospodarstwa domowego i innych produktów jest od dawna znanym i cenionym narzędziem dla konsumentów, zapewniającym doradztwo w zakresie efektywności energetycznej oraz innych funkcjonalnych cech poszczególnych modeli urządzeń, których zakup konsumenci rozważają.

Celem etykiet energetycznych jest uszeregowanie wszystkich modeli produktów danego typu według klas energetycznych, od A do G lub od A+++ do D oraz przedstawienie ich rankingu w punktach sprzedaży.

Środki dotyczące ekoprojektowania wynikają z innego zestawu przepisów UE, które regulują zużycie energii i aspekty funkcjonalne produktów poprzez ustanowienie minimalnych wymagań dotyczących wprowadzania produktów do obrotu lub do użytku. W przeciwieństwie do etykietowania ustawodawstwo dotyczące ekoprojektowania nie jest «widoczne» dla konsumentów, gdyż produkty wprowadzane na rynek muszą być automatycznie zgodne z odpowiednimi wymogami.



W niektórych przypadkach do danego rodzaju produktów mają zastosowanie obie grupy przepisów – dotyczy to pralek, zmywarek, lodówek, urządzeń klimatyzacyjnych, telewizorów, suszarek oraz źródeł światła objętych - zgodnie z przepisami Komisji - zarówno obowiązkiem etykietowania efektywności energetycznej, jak i ekoprojektowania.

W praktyce (w punktach sprzedaży) te grupy produktów wystawiane są z odpowiednimi etykietami energetycznymi wskazującymi pełny zakres klas efektywności energetycznej (np. A+++ do D), lecz jednocześnie przepisy o ekoprojektowaniu zakazują wprowadzania na rynek modeli poniżej pewnej minimalnej klasy efektywności energetycznej (np. niższej niż klasa A).

Poniższa tabela podsumowująca porównuje klasy efektywności energetycznej określone w systemie etykietowania efektywności energetycznej oraz dopuszczalne według wymagań dotyczących ekoprojektowania dla najbardziej popularnych grup produktów (pralek o dopuszczalnym ładunku powyżej 4 kg, zmywarek o pojemności powyżej 10 standardowych kompletów naczyń). Dla poszczególnych rodzajów produktów wyznaczono różne daty wejścia przepisów w życie.

Tabela: Porównanie klas efektywności energetycznej według wymogów etykietowania efektywności energetycznej oraz ekoprojektowania – stan na czerwiec 2012

Grupa produktów	Klasy efektywności energetycznej wskazane na etykiecie energetycznej	Klasy efektywności energetycznej dopuszczone na rynek według wymogów ekoprojektowania	Klasy efektywności energetycznej wskazane na etykiecie energetycznej, ale nie dopuszczone na rynek według wymogów ekoprojektowania
Pralki	A+++ / D	A+++ / A	B, C, D
Zmywarki	A+++ / D	A+++ / A	B, C, D
Chłodziarki	sprężarkowe	A+++ / A+	A, B, C, D
	absorbcyjne	A+++ / G	F, G
Telewizory	A / G	A / G	
Źródła światła	A / G	A / C	D, E, F, G

Uwaga: Klasy „plus” w przypadku telewizorów mogą być stosowane na zasadzie dobrowolności przed wprowadzeniem obowiązku ich stosowania. W takim przypadku etykieta również zawierać musi tylko siedem klas (np. trzeba więc usunąć najniższą literę).

Od tamtego czasu dodano już kolejne produkty. Rozporządzenie (UE) 626/2011 dotyczące klimatyzatorów weszło w życie w maju 2011 r.; jego wymogi stosują się od stycznia 2013 r. Rozporządzenie delegowane Komisji nr 392/2012 z dnia 1 marca 2012 dotyczące etykiet efektywności energetycznej dla suszarek bębnowych dla gospodarstw domowych weszło w życie w marcu 2012 r.; określone w nim wymagania stosują się od maja / września 2013 r. Nowa etykieta energetyczna dla suszarek bębnowych obejmować będzie klasy energetyczne A+++ / D. Jednocześnie w maju 2012 komitet regulacyjny przyjął rozporządzenie w sprawie ekoprojektowania dla tej grupy produktów, sugerujące ograniczenie wprowadzania na rynek urządzeń klasy D, a w przypadku niektórych modeli – klasy C (rok po wejściu w życie rozporządzenia). Rozporządzenie (UE) 1194/2012 w sprawie kierunkowych źródeł światła weszło w życie w styczniu 2013 r.; jego wymogi stosują się od września 2013 r.

Inne grupy produktów, dla których w 2013 r. oczekuje się wprowadzenia przepisów w sprawie etykietowania efektywności energetycznej oraz ekoprojektowania to: piekarniki, podgrzewacze wody, urządzenia grzewcze, odkurzacze i komercyjne urządzenia chłodnicze.

Wdrażanie przepisów dotyczących etykietowania efektywności energetycznej oraz ekoprojektowania

Niniejszy rozdział stanowi fragment opracowanego w ramach Projektu dokumentu “Wdrażanie przepisów dotyczących etykietowania efektywności energetycznej oraz ekoprojektowania”, opublikowanego w marcu 2013 r. Pełny tekst dokumentu dostępny jest pod adresem:

<http://www.come-on-labels.eu/legislation/energy-labelling-legislation-in-the-project-countries>

Podczas organizowanych w ramach projektu działań, takich jak inspekcje w sklepach w celu monitorowania obecności etykiet energetycznych, gromadzenie informacji o prowadzonych testach produktów, upowszechnianie informacji o etykietach efektywności energetycznej wśród konsumentów czy ocena doświadczeń w dziedzinie systemów wymiany urządzeń, jednym z kluczowych elementów projektu Come On Labels we wszystkich 13 krajach uczestniczących w projekcie był stały kontakt z krajowymi organami nadzoru rynku, a także innymi kluczowymi podmiotami krajowymi, takimi jak przedstawiciele rządu, stowarzyszenia producentów i sklepów detalicznych, itp. Wiele istotnych osiągnięć projektu, takich jak ocena obecności etykiet według poszczególnych rodzajów produktów i sklepów, czy też testy produktów przeanalizowano pod kątem możliwości podniesienia jakości działań nadzoru nad rynkiem, a tym samym stopnia przestrzegania przepisów w odniesieniu do poszczególnych produktów/ rodzajów sklepów oraz poziomu zadowolenia konsumentów.

Jednym z konkretnych rezultatów projektu była szczegółowa ocena stopnia i rodzajów działań w zakresie nadzoru nad rynkiem, podejmowanych w poszczególnych krajach uczestniczących w projekcie. Przykłady niektórych działań opisanych w głównej partii materiałów podane są tutaj:



pozytywny przykład zwiększenia skali działań w dziedzinie nadzoru nad rynkiem stanowi **Republika Czeska**, w której w przeszłości jedynie w ograniczonej liczbie sklepów prowadzono inspekcje kontrolujące obecność etykiet energetycznych (w roku 2010 przeprowadzono np. Cztery takie inspekcje). W 2011 r. liczba ta wzrosła do 18 sklepów, a w 2012 r. do prawie 300 sklepów. Łączne wyniki zostały opublikowane w specjalnym komunikacie prasowym. Przedstawiciele odpowiedzialnego urzędu zobowiązali się utrzymać tę skalę inspekcji w sklepach w kolejnych latach. W 2011 r. przeprowadzono testy sześciu urządzeń chłodniczych pod kątem zużycia energii elektrycznej - wszystkie urządzenia zostały uznane za zgodne z parametrami deklarowanymi na etykiecie. Obecnie nie przewiduje się prowadzenia żadnych innych testów produktów.



Austria podała, że rocznie prowadzone są inspekcje w 70 sklepach. W zeszłym roku stwierdzono 70 produktów nie posiadających oznakowania. Taka skala działań nadzoru nad sklepami uważana jest przez władze za wystarczającą; nie przewiduje się zwiększenia liczby inspekcji w przyszłości. W Austrii nie prowadzi się testowania produktów, lecz kraj ten potwierdził swe aktywne uczestnictwo w działaniach grupy ADCO zajmującej się etykietowaniem.



W **Belgii** na zagadnienia te przeznaczono łącznie 1,3 pełnego etatu (w ministerstwie odpowiedzialnym za dostosowanie prawa oraz w inspektoracie odpowiedzialnym za wdrażanie prawa). 0,2 pełnego etatu przeznaczono też na zagadnienia etykietowania energetycznego i ekoprojektowania oraz zagadnienia zgodności ekologicznej produktów.

W 2011 r. skontrolowano 202 sklepy; spośród prawie 20.000 produktów stwierdzono 3330 produktów niezgodnych z wymaganiami. W ciągu ostatnich czterech lat (2009-2012) przetestowano 46 produktów, głównie źródeł światła, lodówek i zmywarek. Nie zastosowano żadnych sankcji, lecz niektórzy producenci oświetlenia dostosowali opakowania swoich produktów. Konieczność testowania trzech sztuk produktu w ramach Etapu 2 uważana jest, z powodu wysokich kosztów, za jedną z głównych przyczyn nie prowadzenia większej liczby testów produktów. W przyszłości laboratoria krajowe zachęcane będą do uzyskania pełnej akredytacji.




Krajowy organ nadzoru rynku w **Grecji** przeprowadził w 2012 roku 7 kontroli sklepów. W 60% przypadków stwierdzono prawidłowe oznakowanie produktów. Przekazano uwagi i zalecenia, ale nie nałożono grzywnien z tytułu nieprawidłowości. Z powodów ekonomicznych nie przeprowadzono testów produktów. Jednak instytucja nadzoru rynkowego jest zainteresowana usuwaniem istniejących barier oraz rozszerzeniem swojej działalności.





Obraz sytuacji w **Niemczech** jest bardziej rozdrobniony, ponieważ działalność nadzoru nad rynkiem prowadzona jest w ramach poszczególnych krajów związkowych. Zmiana niemieckich przepisów dotyczących etykietowania, wprowadzona w reakcji na zmianę dyrektywy UE dotyczącej etykietowania energetycznego, wzmocniła rolę nadzoru rynku np. dzięki wprowadzeniu wymogu tworzenia planów nadzoru rynku oraz związanych z ich realizacją wymogów w zakresie sprawozdawczości. Na przykład w kraju związkowym Hesji prowadzona jest współpraca między władzami a punktami handlu detalicznego, nie tylko w celu zapewnienia prawidłowego oznakowania, ale także aktywnego promowania energooszczędnych urządzeń. W Bawarii w roku 2013 planuje się testy laboratoryjne lamp LED, zarówno pod względem zgodności z etykietami efektywności energetycznej jak i wymogami dotyczącymi ekoprojektowania. Nadrenia-Palatynat zgłosiła przeprowadzenie 211 inspekcji sklepów (były to zarówno pierwsze inspekcje w danym sklepie, jak i inspekcje kolejne). W 18 przypadkach nałożono kary administracyjne. Badenia-Wirtembergia opiera swe działania na porozumieniu pomiędzy Ministerstwem Środowiska tego kraju związkowego a władzami lokalnymi; przyjęto konkretne cele dotyczące prowadzenia nadzoru rynku oraz stworzenia systemu zarządzania, obejmującego zarówno etykietowanie w sklepach, jak i testowanie produktów. Wyniki prowadzonych działań gromadzone są na poziomie całej federacji przez grupę roboczą Bund-Länder; wyniki w skali międzynarodowej gromadzone są w ramach grupy ADCO zajmującej się nadzorem rynku.





Włoski organ nadzoru planuje realizację programu kontroli produktów oświetleniowych w okresie 2013-2014 w ramach protokołu ustaleń z włoskim Związkiem Izb Handlowych, we współpracy z izbami gospodarczymi zajmującymi się tym rodzajem produktów. Działania obejmą kontrole u producentów i dystrybutorów, jak i przeprowadzanie testów w wybranych laboratoriach. Generalnie przewiduje się, że dostawcy będą musieli dostarczyć dokumentację techniczną kontrolowanego produktu oraz w przypadku wątpliwości wykazać zgodność na podstawie wyników testów laboratoryjnych. Koszty monitoringu są pokrywane przez właściwy urząd. We Włoszech prowadzi się jedynie nieliczne testy produktów, jednak w latach 2013-2014 planuje się testowanie około 70 źródeł światła. Co do międzynarodowej współpracy i wymiany informacji, przedstawiciele Włoch z zainteresowaniem odnieśli się do możliwości dofinansowania działań nadzoru rynku w ramach programów UE oraz oferty Komisji Europejskiej, dotyczącej wsparcia finansowego jak i możliwości spotkań z innymi organami i instytucjami w celu wymiany doświadczeń, porównania procedur i wyników. Również scentralizowane działania UE w dziedzinie nadzoru rynku i prowadzenia badań, przygotowane przez Komisję Europejską (takie jak inspekcje sklepów w 2008 r.) czy finansowanie testów „Round Robin” uważane są za pożądane.

 Jednym z krajów, w których działania w zakresie weryfikacji zgodności produktów prowadzone są na bardzo małą skalę jest **Łotwa**. Kraj ten nie prowadzi testowania produktów, a inspekcje w sklepach są ograniczone. Łotwa może jednak znacznie skorzystać na współpracy międzynarodowej. Projekt «Nordic», dotyczący nadzoru rynku w krajach skandynawskich, zaprasza do współpracy również inne kraje bałtyckie – łotewskie władze potwierdziły swoje zainteresowanie otrzymaniem wyników tego projektu oraz wykorzystaniem jego najlepszych praktyk.

 Ustawodawstwo **Malty** nadaje tamtejszemu Departamentowi Regulacji Technicznych prawo żądania od dostawców przedstawienia w określonym terminie dokumentacji technicznej w formie elektronicznej, w przypadku potencjalnych i rzeczywistych przypadków braku zgodności. Departament może też nakazać dostawcy przedstawienie dowodów potwierdzających dokładność informacji podawanych na etykietach lub kartach produktu oraz podjęcie niezbędnych kroków w celu zapewnienia zgodności. W 2012 r. przeprowadzono 20 oficjalnych inspekcji sklepów; kolejne 20 planowane jest na 2013 r.. Nie zostały nałożone żadne formalne kary pieniężne. Prowadzone jednak były spotkania informacyjne i szkolenia dla punktów handlu detalicznego w celu poinformowania sklepów o ich obowiązkach związanych z etykietowaniem efektywności energetycznej. Testowanie produktów nie jest prowadzone - jednym z argumentów jest brak akredytowanego krajowego laboratorium, ale potwierdzono zainteresowanie międzynarodową wymianą doświadczeń i najlepszych praktyk.

 Ostatnim krajem, który dokonał pełnej transpozycji dyrektywy w sprawie etykiet efektywności energetycznej była **Polska**, którą do przyjęcia dyrektywy oficjalnie i publicznie wezwała Komisja Europejska. Odpowiednie przepisy wydano we wrześniu 2012 r.; weszły one w życie 1 lutego 2013 r. Za nadzór rynku odpowiedzialne są dwie organizacje – jedna za wszystkie produkty związane z energią z wyjątkiem telewizorów, a druga wyłącznie za telewizory (oraz inne urządzenia elektroniczne – w zakresie innych nadzorowanych kwestii). Ze względu na późny termin przyjęcia przepisów nie zgłoszono jeszcze żadnych formalnych inspekcji sklepów ani testów produktów. Na rok 2013 planuje się testy 12 produktów, lecz kategorie produktów nie zostały jeszcze wybrane. Jako główne przeszkody zgłoszono brak środków finansowych, a także inne priorytety (produkty niebezpieczne). Istnieje jednak zainteresowanie projektami międzynarodowymi oraz aktywną wymianą i adaptacją najlepszych praktyk.

 W **Hiszpanii** w latach 2011-2012 skontrolowano około 450 urządzeń i 300 świetlówek kompaktowych pod względem zgodności z wymogami etykietowania. Ponadto w okresie 2008-2011 pod tym względem przetestowano około 36 produktów. Działania w zakresie nadzoru prowadzone są przez rządy regionalne, a dodatkowe działania w tym zakresie podejmowane są przez krajową agencję ds. energii, która organizuje system dopłat; wyniki indywidualnych testów publikowane są też przez stowarzyszenie producentów.

 Wielka Brytania jest w UE jednym z krajów prowadzących regularne testy produktów oraz inspekcje w ramach nadzoru sklepów. Urząd ds. Standardów w Reklamie (Advertising Standards Authority) jest odpowiedzialny za ocenę zgodności z wymogami dotyczącymi reklamy oraz sprzedaży na odległość. Krajowy Urząd Miar prowadzi natomiast działania w zakresie nadzoru rynku oraz działania wspierające przedsiębiorstwa w celu zwiększenia stopnia zgodności z przepisami. W 2012 r. przeprowadzono inspekcje w 188 punktach handlu detalicznego – średnia zgodność wyniosła ponad 70%. Spośród 28 tysięcy ocenionych produktów ponad 60% wykazało zgodność. W sklepach, w których niezgodność stwierdzono u 50-100% produktów, przeprowadzono ponowne inspekcje. Pozostałym sklepom udzielono właściwych porad i nakazano późniejsze przesłanie pisma z potwierdzeniem osiągnięcia zgodności. Jeśli chodzi o testowanie produktów, ogólny obraz działań nie jest

znany. Poszczególne przypadki opisywane są w formie komunikatów prasowych. Energy Saving Trust prowadzi na zasadach dobrowolnego uczestnictwa program obejmujący 20% najlepszych produktów energooszczędnych. W latach 2010-2011 przeprowadzono 15 testów, a w latach 2011-2012 9 testów – ich wyniki zostały omówione z dostawcami.

Inspekcje w sklepach

Podsumowanie metodyki prowadzenia inspekcji w sklepach

Niniejszy rozdział stanowi fragment opracowanego w ramach Projektu dokumentu “Właściwe etykietowanie urządzeń w sklepach”, opublikowanego w czerwcu 2011 r. Pełny tekst dokumentu dostępny jest pod adresem:

<http://www.come-on-labels.eu/displaying-energy-labels/appliance-labelling-in-shops>

Odpowiednia obecność etykiet efektywności energetycznej w punktach sprzedaży oraz przedstawienie szczegółowych informacji w katalogach oraz w przypadku sprzedaży przez Internet są niezbędne, aby umożliwić konsumentom świadomy wybór nowych urządzeń.

Doświadczenie wskazuje, że w państwach członkowskich UE obecność etykiet na urządzeniach w wielu sklepach jest z reguły powszechna. Nadal

istnieją jednak istotne problemy dotyczące poszczególnych grup produktów oraz kanałów dystrybucji.

Kluczowe elementy stosowania etykiet efektywności energetycznej w państwach członkowskich określone zostały w dyrektywie ramowej UE w sprawie etykietowania efektywności energetycznej, w dyrektywach lub rozporządzeniach wykonawczych dotyczących poszczególnych rodzajów produktów oraz w powszechnie obowiązującym rozporządzeniu 765/2008/WE dotyczącym nadzoru rynku. Prawodawstwo europejskie określa obowiązki dostawców i dystrybutorów w następujący sposób:

- “Dostawcy wprowadzający do obrotu lub oddający do użytku produkty objęte aktem delegowanym dostarczają etykietę i kartę zgodnie z niniejszą dyrektywą i aktem delegowanym”
- “Dystrybutorzy eksponują etykiety we właściwy, widoczny i czytelny sposób oraz udostępniają kartę w broszurze dotyczącej produktu lub innej literaturze dołączonej do produktu w momencie sprzedaży użytkownikom końcowym”.
- Ponadto w przypadku, gdy konsument nie może zobaczyć wystawianego produktu, na przykład przy sprzedaży na podstawie katalogu lub sprzedaży przez Internet, dystrybutor musi dostarczyć swoim klientom informacje, które są zawarte na etykiecie energetycznej.

Zgodnie z europejskimi ramami prawnymi, państwa członkowskie UE zobowiązane są do zapewnienia właściwego oznakowania produktów poprzez prowadzenie nadzoru rynku (działania kontrolne). Jedną z możliwych metod zapewnienia przestrzegania przepisów przez sprzedawców detalicznych są inspekcje w sklepach.



Egzekwowanie odpowiedniej obecności etykiet w sklepach:

Państwa członkowskie zobowiązane są:

- zapewnić spełnianie obowiązków przez dostawców i dystrybutorów.
- wyznaczyć instytucje do wykonywania nadzoru rynku (poprzez działania takie jak planowanie i prowadzenie kontroli zgodności produktów oraz kontroli spełniania wymogów przez sprzedawców detalicznych), a także przekazać im odpowiednie kompetencje i środki.
- opracować programy nadzoru rynku.
- określić zasady nakładania kar w przypadku naruszenia dyrektywy.
- zapewnić kontrolę granic zewnętrznych.
- składać do Komisji co cztery lata sprawozdanie na temat wykonania swoich obowiązków oraz poziomu zgodności z przepisami na swoim terytorium.

Czynności kontrolne:

- Kontrola ma na celu określenie, czy dostawca lub sklep detaliczny spełnia swoje obowiązki wynikające z dyrektywy ramowej i dyrektyw wykonawczych lub rozporządzeń delegowanych.
- Europejskie prawodawstwo określa istotne elementy kontroli zgodności produktu (poprzez dwuetapowe testowanie urządzeń). Nie istnieje ogólnie obowiązująca procedura kontroli czy dystrybutorzy spełniają swoje obowiązki (np. inspekcje w sklepach). Procedury te pozostają w gestii poszczególnych państw członkowskich zgodnie z zasadą pomocniczości, chociaż rozporządzenie 768/2008/WE stanowi, że kontrola sytuacji na rynku jest dla państw członkowskich obowiązkowa.

Inspekcje w sklepach

Instytucja (instytucje) odpowiedzialne za kontrolę właściwego oznakowania urządzeń w sklepach powinny przeprowadzać inspekcje w celu kontroli przestrzegania przepisów.

Decyzja o wielkości próby dla poszczególnych kategorii sklepów może zostać podjęta na podstawie (i) analizy statystycznej, (ii) dotychczasowych doświadczeń i wiedzy, lub (iii) indywidualnych skarg konsumentów.

Kontrola prawidłowej obecności etykiet w sklepach powinna w każdym przypadku przebiegać według tej samej procedury, by umożliwić uzyskanie porównywalnych wyników inspekcji. Jako że nie istnieje prawo europejskie określające sposób prowadzenia inspekcji w sklepach, w ramach projektu Come On Labels opracowano pewne zalecenia, których podstawę stanowią doświadczenia innych projektów oraz badania własne.

Procedura inspekcji w sklepach powinna obejmować trzy etapy: przygotowanie, przeprowadzenie inspekcji i działania pokontrolne.

Sklepy: procedura przeprowadzania inspekcji
Przygotowanie
Wybór urzędzeń, wybór sklepów i opracowanie listy kontrolnej
Przeprowadzenie inspekcji
inspekcja w sklepach i zapis stanu oznakowania urzędzeń
poinformowanie sklepu o kolejnych etapach
Działania pokontrolne
ocena wyników i ich dalsze opracowanie (w przypadku sankcji)
przekazanie wyników sklepom
zachowanie wyników dla potrzeb kolejnego wyboru sklepów/ urzędzeń
opracowanie raportu na temat wyników

Prawidłowość eksponowania etykiet produktów powinna być zarejestrowana na podstawie listy kontrolnej (patrz tabela poniżej), a sklep powinien zostać poinformowany o kolejnych etapach realizowanych przez krajowy organ inspekcyjny po zakończeniu inspekcji. Działania pokontrolne zależą od procedury kontroli, ustalonej w ustawodawstwie krajowym.

Table: Proper position of the label

Urządzenie	Miejsce umieszczenia etykiety
Zasada ogólna	W dobrze widocznym miejscu, określonym w odpowiedniej dyrektywie lub rozporządzeniu wykonawczym.
Lodówki, zamrażarki i ich kombinacje	Etykieta umieszczona na zewnątrz urządzenia, z przodu lub na górze, w taki sposób, aby była wyraźnie widoczna
Pralki	
Zmywarki	
Telewizory	Z przodu, w taki sposób, aby była wyraźnie widoczna
Suszarki bębnowe	Na zewnątrz urządzenia, z przodu lub na górze, w taki sposób, aby była wyraźnie widoczna i niezastłonięta
Pralko-suszarki	
Klimatyzatory	Na zewnętrznej stronie drzwiczek urządzenia w taki sposób, aby była wyraźnie widoczna i niezastłonięta. W przypadku piekarników wielowędkowych, każda z wnęk posiada własną etykietę, z wyjątkiem wnęki, która nie wchodzi w zakres zharmonizowanych norm.
Piekarniki	
Lampy	Etykieta umieszczona lub nadrukowana na zewnętrznej części opakowania jednostkowego, lub załączona do zewnętrznej części tego opakowania. Nic innego nie może zasłaniać etykiety lub zmniejszać jej widoczności.

Kontrola stron internetowych i katalogów wysyłkowych

Ważne jest, by klienci, którzy nie mogą zobaczyć wystawianego produktu (a tym samym i eksponowanej etykiety) otrzymali przed zakupem niezbędne informacje na temat produktu.

Kontrola sprzedaży przez Internet i za pośrednictwem katalogów sprzedaży wysyłkowej może być prowadzona w taki sam sposób, jak inspekcje w sklepach. Wykaz informacji, które należy sprawdzić zawarty jest w instrumentach wykonawczych dla poszczególnych rodzajów produktów.



Kontrola reklam produktów

Zgodnie z nową dyrektywą ramową w sprawie etykietowania efektywności energetycznej, wszystkie reklamy urządzeń gospodarstwa domowego, zawierające odniesienie do ceny i/lub zużycia energii, muszą też podawać klasę efektywności energetycznej urządzenia. Dlatego też jednym z działań w ramach nadzoru rynku jest kontrola, czy w każdym przypadku w reklamie prawidłowo podana jest klasa energetyczna.

Podsumowanie informacji o sytuacji w sklepach

Niniejszy rozdział stanowi fragment podsumowania trzech tur inspekcji w sklepach, które odbyły się w ramach Projektu w okresie od grudnia 2011 do lutego 2013. Pełny tekst dokumentu dostępny jest pod adresem:

<http://www.come-on-labels.eu/displaying-energy-labels/status-of-appliance-labelling>

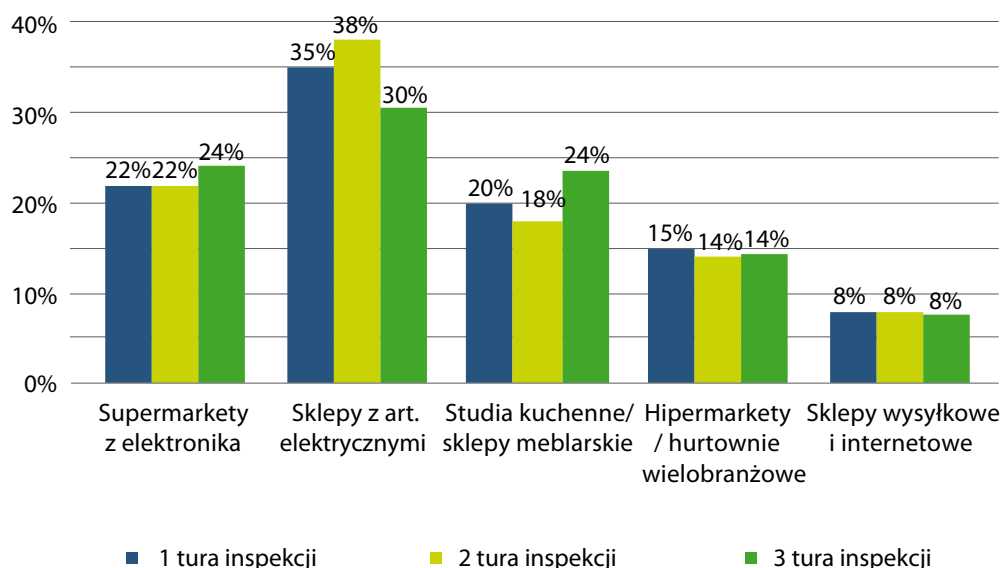
Status of appliance labelling				
front page	Title of the document	Author	date	number
	National Shop Visits Report II	CoL consortium	February 2013	4.9
One of the very visible outcomes of the Come On Labels project is the personal visit of hundreds of shops around Europe, monitoring the proper presence of energy labels on products. Enclosed is a report, summarising the results of shop visits from 13 European countries, covering in total 330 shops, undertaken in second half of 2012. Find out more on the situation related to the proper display of energy labels per product type and per shop type, the presence of new energy labels, and description of situation by each individual country.				
	National Shop Visits Report I	SEVEN, ESCAN	April 2012	4.9
Report on the first set of shop visits.				

W ramach projektu Come On Labels każdy z 13 partnerów projektu trzykrotnie skontrolował co najmniej 20 wybranych sklepów w okresie trwania projektu. Podczas całego tego okresu skontrolowano i monitorowano łącznie ponad 900 punktów sprzedaży.

- pierwsza tura inspekcji w sklepach trwała od grudnia 2011 r. do lutego 2012 r. i objęła 290 sklepów.
- druga tura inspekcji w sklepach trwała od lipca 2012 do października 2012 i objęła 331 sklepów.
- trzecia tura odbyła się w styczniu i lutym 2013 i objęła 305 sklepów.

Uwaga: wielkość próby badawczej i jej charakterystyka spowodowały, że próba nie była reprezentatywna dla unijnego rynku urządzeń gospodarstwa domowego ani też dla poszczególnych rodzajów sklepów. Wyniki inspekcji w sklepach są zatem jedynie orientacyjne w odniesieniu do trendów rynkowych i podkreślają tylko niektóre z problemów w obszarze eksponowania etykiet. Nie odzwierciedlają one ogólnej sytuacji na rynku detalicznym urządzeń gospodarstwa domowego w UE - ani na szczeblu unijnym, ani też krajowym.

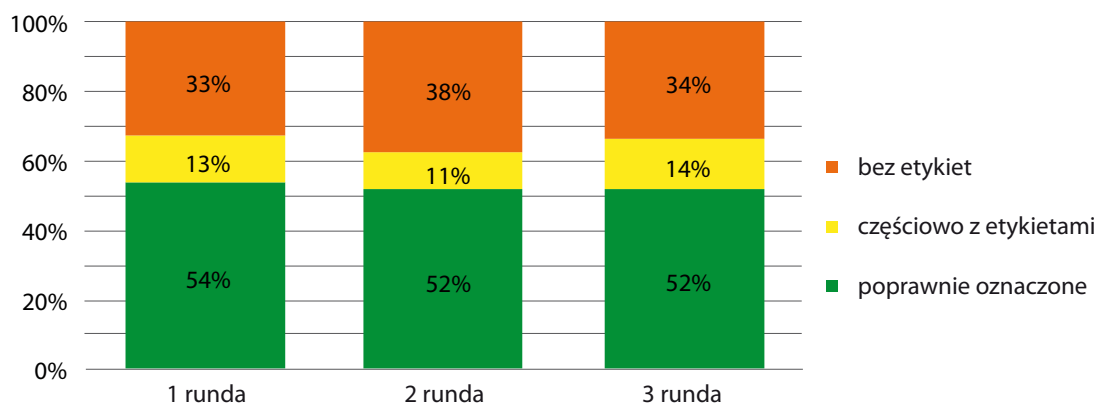
Poniższy wykres porównuje udział poszczególnych rodzajów sklepów skontrolowanych w pierwszej, drugiej i trzeciej turze inspekcji. Podczas gdy całkowita liczba kontrolowanych sklepów zmieniała się, udział poszczególnych rodzajów sklepów podczas pierwszej i drugiej tury pozostał podobny. Podczas trzeciej tury skontrolowano nieco większą liczbę supermarketów z elektroniką i sklepów projektujących kuchnie/ sklepów meblowych. Jednocześnie skontrolowano mniejszą liczbę specjalistycznych sklepów z artykułami elektrycznymi; liczba skontrolowanych supermarketów/hurtowni wielobranżowych oraz sklepów wysyłkowych i internetowych była podobna jak w poprzednich turach.



Zgodność z przepisami według rodzajów sklepów

Należy zauważyć, że stopień zgodności z przepisami w poszczególnych rodzajach sklepów znacznie różni się w poszczególnych krajach i dotyczy wyłącznie liczby produktów oznakowanych w pełny i prawidłowy sposób – produkty oznakowane częściowo lub nieprawidłowo nie były brane pod uwagę. W trzeciej turze inspekcji w sklepach najwyższą ogólną zgodność w sklepach zanotowano w Niemczech (77%), Chorwacji (73%), Hiszpanii (65%), Polsce (63%) i Wielkiej Brytanii (55%). Najniższą ogólną zgodność zanotowano na Malcie (37%), w Belgii (32%) i Grecji (31%).

Stopień ogólnej zgodności znacznie się różni się też w zależności od rodzaju sklepu, począwszy od zaledwie 26% w przypadku sklepów projektujących kuchnie/ sklepów meblowych aż do 70% w supermarketach z elektroniką.



Ogólnie rzecz biorąc, **studia kuchenne i sklepy meblowe** wykazały najniższy udział produktów odpowiednio oznaczonych pod względem efektywności energetycznej. Na kolejnym miejscu znalazły się **hipermarkety wielobranżowe i specjalistyczne sklepy z art. elektrycznymi**. W przypadku sklepów projektujących kuchnie i sklepów meblowych sytuacja pogorszyła się w trakcie kolejnych trzech tur inspekcji – w ostatniej turze prawidłowo oznaczone było jedynie 26% wszystkich urządzeń (30-33% w poprzednich turach inspekcji w sklepach). Hipermarkety wielobranżowe wykazują podobną tendencję – w trzeciej turze stopień ogólnej zgodności wyniósł zaledwie 50%. Prowadzi to do wniosku, że sklepy, które sprzedają wiele różnych produktów osiągają inne wyniki jeśli chodzi o prawidłowe eksponowanie etykiet efektywności energetycznej. Zależy to głównie od rodzaju oferowanych produktów, obrotu konkretnymi modelami, dostarczenia etykiet energetycznych przez producenta / importera, wiedzy sprzedawców, itp.

Wyniki trzeciej rundy inspekcji potwierdziły wysoką zgodność w **supermarketach z elektroniką** (70%) i stosunkowo stabilną sytuację w tych sklepach w odniesieniu do pierwszej (76%) i drugiej (71%) tury inspekcji. Można jednak zaobserwować znaczne różnice w poszczególnych krajach. W krajach takich jak Austria, Chorwacja, Czechy, Niemcy, Włochy, Polska, Hiszpania i Wielka Brytania zgodności w tego typu sklepach wynosi ponad 80%, podczas gdy w niektórych innych krajach zgodność ta jest znacznie niższa - około 45% w Grecji i 39% na Malcie.

Specjalistyczne sklepy z art. elektrycznymi stanowiły 31% wszystkich sklepów skontrolowanych w ramach działań konsorcjum projektu. Ogólna zgodność w sklepach tej kategorii również poprawiła się po drugiej turze inspekcji: 56% wszystkich urządzeń w sklepach tego typu było oznakowanych prawidłowo w porównaniu do 52% w drugiej turze i 48% w pierwszej turze. Stopień zgodności w sklepach tej kategorii znacznie różni się w poszczególnych krajach, a także w zależności od poszczególnych sklepów. Na przykład w Niemczech zgodność w sklepach tego typu w porównaniu do drugiej tury inspekcji spadła z ok. 80% do 59% (prawdopodobnie w wyniku celowego wyboru sklepów, co do których istniały podejrzenia o niezgodność). Poziomą zgodności w Grecji, na Malcie i w Belgii utrzymywał się na poziomie niskim, ale stabilnym, natomiast w Chorwacji sytuacja uległa znacznej poprawie i w 78% wszystkich sklepów tej kategorii eksponowanie etykiet efektywności energetycznej było prawidłowe.

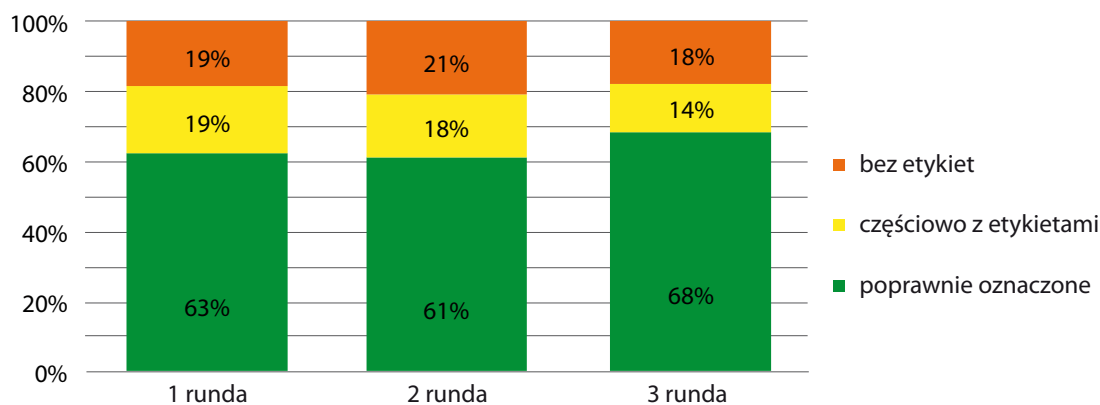
Należy jednak wspomnieć, że wyniki inspekcji w sklepach są silnie uzależnione od zastosowanej strategii wyboru sklepów. Niemcy, Czechy, Hiszpania i Wielka Brytania celowo wybrały większą liczbę sklepów projektujących kuchnie /sklepów meblowych i/lub hurtowni wielobranżowych. Austria, Grecja, Łotwa, Malta i Polska skoncentrowały się na sklepach mających największy udział w sprzedaży na rynku. Z kolei Belgia, Chorwacja, Włochy i Portugalia uwzględniły wszystkie rodzaje sklepów w równym stopniu.

Jeśli chodzi o eksponowanie etykiet efektywności energetycznej w sposób częściowy i/lub nieprawidłowy, we wszystkich trzech turach inspekcji najczęściej problemów wykazywały sklepy internetowe. Mimo poprawy w stosunku do drugiej tury, w 35% przypadków sklepy internetowe nie zapewniały konsumentom wszystkich informacji wymaganych na etykiecie energetycznej. Prawodawstwo UE dotyczące etykietowania efektywności energetycznej wymaga podania określonego zestawu informacji o produktach oferowanych do sprzedaży w internecie lub za pośrednictwem katalogów. Powszechnie podawano dane takie jak klasa energetyczna czy wielkość produktu, ale brak było innych informacji, takich jak poziom hałasu czy klasa klimatyczna (dla urządzeń chłodniczych).

Zgodność według grup produktów

W porównaniu do pierwszej i drugiej tury inspekcji w sklepach, ogólny udział urządzeń prawidłowo oznakowanych etykietami efektywności energetycznej w trzeciej turze inspekcji wzrósł.

Głównym zaobserwowanym wynikiem był fakt, że w dwóch pierwszych turach udział urządzeń posiadających odpowiednie oznakowanie etykietami energetycznymi wynosił między 63% a 61%, zaś w trzeciej turze wzrósł do 68%. Udział nieoznakowanych produktów był względnie stabilny i wynosił 19% i 21% w ciągu pierwszych dwóch tur inspekcji sklepów, a trzeciej turze wyniósł 18%. W tym samym czasie udział nieprawidłowo oznakowanych produktów spadł z 19% - 18% w ciągu dwóch pierwszych tur inspekcji do zaledwie 14% w trzeciej turze. Tę zmianę można przypisać głównie zwiększonej obecności na rynku nowych etykiet energetycznych, które są dostarczane jako jedna całość. Jest to lepiej odbierane przez punkty sprzedaży i producentów oraz lepiej zrozumiałe dla konsumentów.



Prawidłowość etykietowania kontrolowanych urządzeń

Łącznie podczas trzeciej tury inspekcji w sklepach skontrolowano 60.149 urządzeń. W pierwszej turze skontrolowano około 51 tysięcy produktów. W drugiej turze sprawdzono natomiast około 76 tysięcy produktów. Liczby te uwzględniają lampy, które zazwyczaj posiadają etykiety energetyczne nadrukowane na opakowaniu produktu.

Łącznie 68% skontrolowanych urządzeń było oznakowanych prawidłowo, 14% było oznakowane częściowo / niepoprawnie, a 18% w ogóle nie było oznakowane (średnia ważona). Ogólnie rzecz biorąc, istnieje znaczna różnica stopnia zgodności między urządzeniami tradycyjnie stosowanymi w gospodarstwach domowych, takimi jak urządzenia chłodnicze, pralki, zmywarki – a urządzeniami, które są rzadziej stosowane w gospodarstwach domowych, które oznaczane są etykietami energetycznymi od krótszego czasu i/lub które sprzedawane są w różnych rodzajach sklepów (np. klimatyzatory, piekarniki elektryczne, suszarki bębnowe).

Najczęstsze przykłady niewłaściwego eksponowania etykiet to:

- etykiety zakryte innymi naklejkami, materiałami reklamowymi czy nalepkami z ceną
- etykiety umieszczone wewnątrz, z boku lub z tyłu urządzenia
- etykiety typu «zrób to sam» - ręcznie pisane etykiety wykonane przez sprzedawców
- etykiety zamknięte w plastikowej torebce, niedostępne dla konsumentów w sklepach
- w przypadku starych etykiet – widoczny jedynie pasek z danymi technicznymi lub jedynie tło z kolorowymi strzałkami, ale bez danych
- etykiety nieodpowiednie dla danych urządzeń
- dwie etykiety na jednym urządzeniu - w niektórych przypadkach zarówno stara jak i nowa etykieta, przy czym każda z nich wskazuje inną klasę energetyczną.
- w przypadku sklepów internetowych brak niektórych wymaganych danych
- wykorzystanie do wskazania klasy energetycznej produktu nieistniejących klas energetycznych, takich jak A+++++ czy też A+++ -20% w sprzedaży internetowej

Podczas wszystkich trzech tur inspekcji w niektórych krajach w wybranych sklepach prowadzono nieformalne rozmowy ze sprzedawcami w celu zebrania informacji o tym, dlaczego w niektórych sklepach lub w przypadku pewnych rodzajów produktów oznakowanie było niepełne. Wywiady te były prowadzone na zasadzie dobrowolności - nie miały być formalnym rezultatem projektu. Sklepy detaliczne wskazywały **następujące powody niewłaściwego stosowania etykiet:**

- Krajowy system dystrybucji etykiet energetycznych wśród sklepów wpływa na dostępność etykiet. W krajach, w których etykiety nie są rozprowadzane przez stowarzyszenia dostawców odpowiedzialność poszczególnych dostawców za dostarczenie obu części starych etykiet bywa niższa.
- Czasami etykieta energetyczna umieszczona jest w zamkniętej plastikowej torebce, której ani sprzedawcy, ani konsumenci nie chcą w sklepie otworzyć, gdyż mogłoby to spowodować podejrzenie, że dany produkt jest używany, lub że któraś z części etykiety znajdującej się w torebce mogła zostać zagubiona.
- Przy naklejaniu etykiet na powierzchni produktu mogą pozostawać resztki kleju, które będą widoczne po usunięciu etykiety.
- Estetyka etykiet na produktach - głównie w przypadku urządzeń do zabudowy

oraz w przypadku sklepów projektujących kuchnie/ sklepów meblowych.

- Wykorzystywanie własnych etykiet «eko» przez sklepy detaliczne. Etykiety te stosowane są dla wybranych produktów, umieszczone są w wyraźnie widoczny sposób i są najczęściej elementem działań marketingowych podejmowanych przez sklep. Jednak kryteria ich stosowania nie zawsze są dostępne, w związku z czym postępowanie pozostaje w sprzeczności z obowiązkami sprzedawców detalicznych, określonymi w dyrektywie ramowej o etykietowaniu energetycznym.
- Argumenty, że etykiety nie wzbudzają zainteresowania – tak, jakby ich stosowanie było kwestią wyboru.
- Mały obrót niektórymi produktami, w wyniku czego wystawiane są starsze modele, sprzed wejścia w życie nowych przepisów.
- Obowiązek zamieszczania informacji o klasie energetycznej jest ogólnie nieznanym osobom ze sklepów internetowych, odpowiedzialnym za strony katalogowe produktów i za reklamę, ponieważ jest to nowy przepis.
- Utrzymywanie, że podmiotem, który sprzedaje produkt konsumentom jest inna osoba prawna niż ta, która wystawia produkty w sklepie.

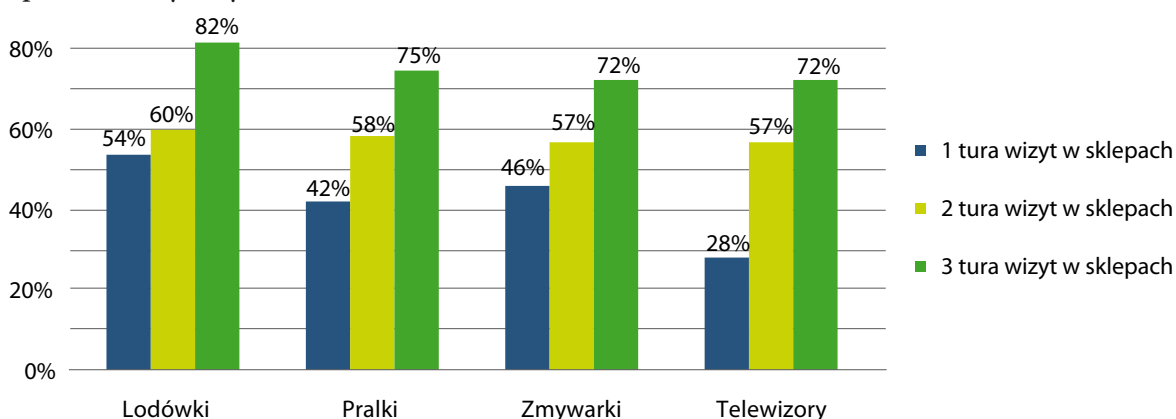
Udział nowych etykiet efektywności energetycznej w rynku

We wszystkich trzech rundach inspekcji w sklepach monitorowano i porównywano udział starych i nowych etykiet. Należy wspomnieć, że w pierwszej turze inspekcji w sklepach nie uwzględniano nieposiadających etykiet telewizorów i urządzeń do przechowywania wina, gdyż termin ich wprowadzenia na rynek nie mógł zostać zweryfikowany (uwzględniano jedynie produkty z etykietą).

W pierwszej turze inspekcji sklepów (w zależności od kategorii produktu) od 42% do 54% urządzeń mogących posiadać albo starą, albo nową etykietę było opatrzonych nową etykietą, natomiast od 46% do 58% było opatrzonych starą etykietą.

W drugiej turze inspekcji sklepów zaobserwowano, że ogólny udział nowych etykiet energetycznych wzrósł we wszystkich analizowanych kategoriach produktów. Szczególnie widoczne było to w przypadku telewizorów, dla których wcześniej nie było etykiet. W tej kategorii produktów od początku nową etykietą oznaczony był duży odsetek produktów.

Podczas trzeciej tury inspekcji sklepów potwierdzono wcześniej obserwowane tendencje, gdyż udział nowych etykiet wzrósł znacznie we wszystkich czterech kategoriach produktów - nowe etykiety posiadało 71% - 82% zmywarek, pralek i urządzeń chłodniczych. Również 72% telewizorów w kontrolowanych sklepach posiadało nową etykietę energetyczną. Jest to istotny wzrost, w szczególności w porównaniu do pierwszej tury inspekcji sklepów, w której jedynie 28% posiadało nową etykietę energetyczną, a 72% nie posiadało etykiety wcale.



Przykłady niewłaściwie oznakowanych produktów, stwierdzone w czasie inspekcji w sklepach

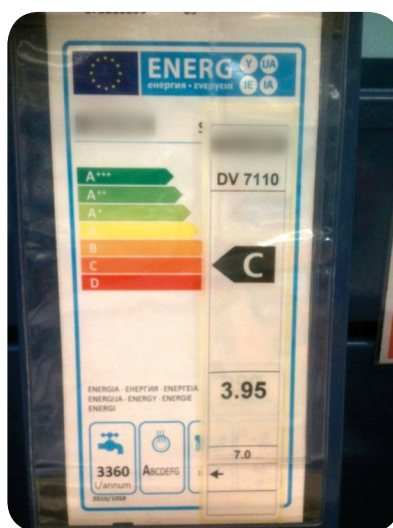


Etykieta przyklejona w nieodpowiednim miejscu.



EAN kód	
Kategorie	zpfedu plněná
Vlastnosti	
6. smysl Colours	ano
Intuitivní ovládání	ano
Doporučené dávkování	ano
Roční spotřeba energie	155 kWh
Energetická třída	A+++ - 20 %
Kapacita prání	8 kg
Green generation	ano
Objem bubnu	64 l
Účinnost prání	A
Účinnost odstředování	A
Roční spotřeba vody	9900 l
Hlučnost při prání	52 dB
Otáčky odstředování	1400 ot/ min
Hlučnost při odstředování	76 dB
Zbytková vlhkost	44 %
Referenční program	eco bavlna 60°C bez předpirání

Zlá deklaracja klasy energetycznej.

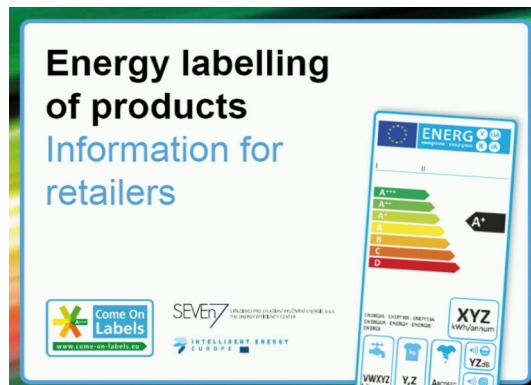


Etykieta zakryta innym dokumentem, kombinacja starej i nowej etykiety.

Szkolenie sprzedawców detalicznych

Aby przyczynić się do prawidłowego eksponowania etykiet efektywności energetycznej w sklepach, w ramach projektu Come On Labels opracowano poradnik szkoleniowy dla sprzedawców detalicznych, zawierający następujące informacje:

- omówienie treści i znaczenia etykiet efektywności energetycznej
- porady na temat prawidłowego eksponowania etykiet
- informacje i porady dotyczące etykiet oraz efektywności energetycznej dla konsumentów



Dokument ten jest dostępny w 11 językach i dostosowany do sytuacji w 13 krajach, można go znaleźć na stronie projektu:

<http://www.come-on-labels.eu/displaying-energy-labels/retailer-training-manual>

Wydrukowano i rozprowadzono ponad 1000 egzemplarzy tych materiałów szkoleniowych. Przesłano je też w formie elektronicznej do dużej liczby sprzedawców detalicznych, dostawców, organów władzy i innych zainteresowanych stron. Przykłady wykorzystania dokumentu:

- **sprzedawcy detaliczni:**
 - indywidualne sesje szkoleniowe dla sprzedawców pojedynczych sklepów detalicznych i sieci sklepów
 - wykorzystanie w edukacji i w szkoleniach internetowych dla sprzedawców detalicznych
- **producenci:**
 - szeroko zakrojona dystrybucja materiałów wśród dostawców - przez poszczególnych producentów lub we współpracy z krajowym stowarzyszeniem producentów
- **organy władzy:**
 - dystrybucja wśród poszczególnych inspektorów w kraju
 - organizowanie wydarzeń i seminariów dla inspektorów lub sprzedawców detalicznych
- **organizacje pozarządowe konsumentów, itp.**
 - podnoszenie świadomości znaczenia właściwego eksponowania etykiet

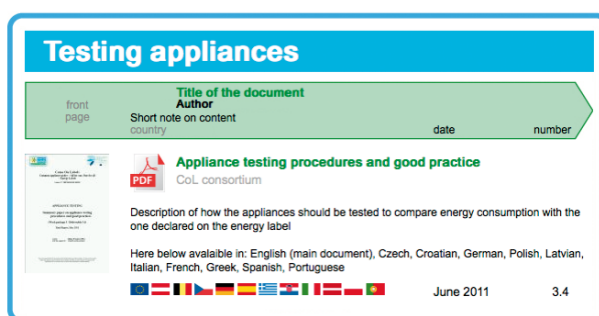
Łącznie z poradnika dla sprzedawców detalicznych skorzystało ponad 2600 sprzedawców w sklepach, a także przedstawiciele ponad 830 sklepów, około 70 inspektorów nadzoru, dostawcy i inne podmioty z całej UE.

Kontrola zgodności produktów oraz testy laboratoryjne

Przegląd procedur kontroli i nadzoru rynku

Niniejszy rozdział stanowi fragment opracowanego w ramach Projektu dokumentu „Procedury i dobre praktyki dotyczące testowania urządzeń”, opublikowanego w czerwcu 2011. Pełny tekst dokumentu dostępny jest pod adresem:

<http://www.come-on-labels.eu/appliance-testing/energy-consumption>



Po opublikowaniu w 2010 r. nowej dyrektywy 2010/30/UE w sprawie etykietowania wydany został szereg rozporządzeń, określających nowe etykiety dla głównych produktów związanych z energią. Rozporządzenia w sprawie ekoprojektowania, opublikowane w roku 2009, ustalają minimalne wymagania, które muszą spełniać produkty wprowadzane do obrotu na rynku UE. Spełnianie wszystkich tych wymogów, a także zgodność produktu z deklaracjami na etykiecie muszą być kontrolowane.

Niestety w ciągu ostatnich dziesięciu lat działania w zakresie nadzoru były prowadzone jedynie w niektórych państwach członkowskich, w większości przypadków w sposób nieciągły. Począwszy od roku 2009 Komisja Europejska wspierała niektóre działania ogólnoeuropejskie poprzez finansowanie konkretnych projektów w ramach programu Inteligentna Energia - Europa. Utworzono też grupy do spraw współpracy administracyjnej ADCO (ang. administrative cooperation) działające w obszarze etykietowania i ekoprojektowania.

Warto również zauważyć, że jednym z nowych wymogów prawnych wobec państw członkowskich UE, zawartych w dyrektywie 2010/30/UE, jest konieczność przygotowania (co cztery lata) sprawozdania dla Komisji, obejmującego szczegółowe dane na temat egzekwowania przepisów i stopnia zgodności z przepisami na terytorium danego kraju. Sprawozdania takie powinny obejmować informacje na temat testów zgodności urządzeń, o których mówi niniejszy rozdział.

Procedura, która ma być stosowana w państwach członkowskich UE

Zarówno w przypadku starej dyrektywy wykonawczej, jak i nowego rozporządzenia delegowanego procedura weryfikacyjna oparta jest na podejściu dwuetapowym: w etapie 1. sprawdzany jest jeden egzemplarz danego modelu urządzenia; w przypadku podejrzenia niezgodności realizowany jest etap 2. polegający na sprawdzeniu trzech kolejnych egzemplarzy danego modelu.

Zależnie od weryfikowanego parametru, tolerancja weryfikacji, która uwzględnia niepewność pomiarów laboratoryjnych, stosowana jest na obu etapach. Warto tu zauważyć, że podczas gdy w dotychczasowych dyrektywach dotyczących etykietowania tolerancja akceptowana w etapie 1. była większa niż ta akceptowana w etapie 2., w nowych rozporządzeniach delegowanych dopuszczalny zakres tolerancji jest taki sam w obu etapach.

Tabela: Podsumowanie systemu weryfikacyjnego UE i przedziałów tolerancji dla zużycia energii według wymogów dotyczących etykietowania i ekoprojektowania

Urządzenie	Przepisy wykonawcze	Norma	Procedura weryfikacyjna			
			Etap 1		Etap 2	
			Jednostki (n)	Tolerancja (%)	Jednostki (n)	Tolerancja (%)
(nowy) system etykietowania energetycznego						
Lodówki i zamrażarki	1060/2010/WE	EN 153	1	10%	3	10%
Pralki	1061/2010/WE	EN 60456	1	10%	3	6%
Zmywarki	1059/2010/WE	EN 50242	1	10%	3	6%
wymogi ekoprojektowania						
Lodówki i zamrażarki	643/2009/WE	EN 153	1	10%	3	10%
Pralki	1061/2010/WE	EN 60456	1	10%	3	6%
Zmywarki	1059/2010/WE	EN 50242	1	10%	3	6%

Europejskie instytucje normalizacyjne (CEN, CENELEC, ETSI) mają za zadanie opracowywanie odpowiednich specyfikacji technicznych (tj. norm pomiarowych) spełniających takie wymogi zasadnicze, z którymi zgodność zapewni domniemanie zgodności z ustawodawstwem. Takie specyfikacje określa się mianem „zharmonizowanych norm”. W związku z tym:

- produkty wyprodukowane zgodnie ze zharmonizowanymi normami uważa się za zgodne z wymogami zasadniczymi;
- normy nie są obowiązkowe, pozostają dobrowolne; możliwe są alternatywne rozwiązania, ale producenci mają obowiązek udowodnić, że ich produkty są zgodne z wymogami zasadniczymi;
- normy muszą oferować gwarancję jakości w zakresie wymogów zasadniczych ustawodawstwa UE;
- władze krajowe pozostają odpowiedzialne za nadzór rynku na swoim terytorium i zobowiązane są podejmować wszelkie stosowne działania, aby unikać (a nawet wycofywać) niezgodne produkty z rynku krajowego.

Istniejące obowiązki prawne dla państw członkowskich w zakresie nadzoru rynku

Nowe ramy prawne (ang. New Legislative Framework — NLF), czyli modernizacja nowego podejścia do marketingu produktów, zostały przyjęte przez Radę 9 lipca 2008 roku i opublikowane w Dzienniku Urzędowym 13 sierpnia 2008 roku. Obejmują one dwa uzupełniające się instrumenty: Rozporządzenie nr 765/2008/EC ustanawiające wymagania w zakresie akredytacji i nadzoru rynku oraz Decyzję nr 768/2008/EC w sprawie wspólnych ram dotyczących wprowadzania produktów do obrotu.

Celem **pakietu** jest usprawnienie działania rynku wewnętrznego towarów oraz wzmocnienie i modernizacja warunków wprowadzania szerokiego asortymentu produktów przemysłowych na rynek UE. Pakiet:

- wprowadza poprawione zasady nadzoru rynku, aby chronić zarówno konsumentów, jak i przedsiębiorców przed produktami niebezpiecznymi, w tym importem z krajów trzecich. Dotyczy to zwłaszcza procedur obejmujących produkty, które mogą na przykład być zagrożeniem dla zdrowia i środowiska, i które w takim przypadku będą wycofane z rynku;
- zwiększa wiarygodność i jakość ocen zgodności produktów poprzez poprawione i bardziej przejrzyste zasady dot. wymogów w zakresie notyfikacji jednostek oceniających zgodność (laboratoria testujące, atestujące i badawcze), włącznie ze zwiększonym stosowaniem akredytacji; wzmocniony system ma dopilnować, by te jednostki zapewniły wysoką jakość usług, których potrzebują producenci, konsumenci i władze publiczne;
- zwiększa wiarygodność oznakowania CE i objaśnia jego znaczenie. Ponadto oznakowanie CE będzie chronione jako wspólny znak towarowy UE, co zapewni władzom i konkurencji dodatkowe możliwości podejmowania kroków prawnych przeciwko producentom, którzy nadużywają takiego znaku;
- ustanawia wspólne ramy prawne dla produktów przemysłowych w formie zestawu narzędzi do zastosowania w przyszłym ustawodawstwie. Obejmuje on między innymi przepisy wspierające nadzór rynku i stosowanie znakowania CE oraz podaje podstawowe wspólne definicje (terminów czasem używanych w innym znaczeniu) oraz procedury, dzięki którym przyszłe ustawodawstwo sektora stanie się bardziej spójne i łatwiejsze do wdrożenia. Przepisy są podzielone z przyczyn prawnych, ale muszą być rozpatrywane jednocześnie, ponieważ uzupełniają się wzajemnie i razem tworzą podstawy spójnych ram prawnych dla marketingu produktów.

Przepisy określają też obowiązki państw członkowskich w zakresie organizacji nadzoru rynku. Państwa członkowskie:

- stworzą stosowne mechanizmy komunikacji i koordynacji między organami nadzoru rynku,
- opracują stosowne procedury,
- wyposażą organy nadzoru rynku w uprawnienia, środki i wiedzę konieczną do prawidłowego realizowania ich zadań,
- zapewnią, by organy nadzoru rynku wykonywały swoje prawa zgodnie z zasadą

proporcjonalności,

- stworzą, wdrożą i okresowo aktualizować będą program nadzoru rynku,
- będą dokonywać okresowego przeglądu i oceny funkcjonowania nadzoru.

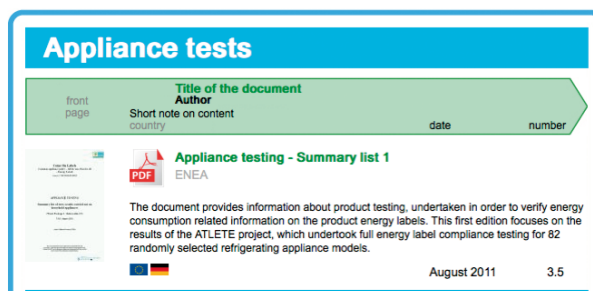
Podsumowując, można przedstawić szereg zaleceń w celu zdefiniowania i wdrożenia skutecznej procedury weryfikacyjnej dla ustawodawstwa UE w zakresie urządzeń gospodarstwa domowego. Należy:

- opracować zrozumią, wyraźną i dokładną procedurę, udostępnić ją wszystkim podmiotom na rynku i przestrzegać jej dokładnego stosowania przez krajowe organy nadzoru rynku. Procedura powinna obejmować (lista nie jest wyczerpująca):
 - zastosowanie odpowiedniej metody pomiarowej i warunków testowych,
 - możliwość realizacji dwóch etapów procedury weryfikacyjnej zgodnie z właściwymi środkami etykietowania/ekoprojektowania w UE,
 - weryfikację wszystkich parametrów wymaganych przepisami prawa: wszystkie parametry mają równe znaczenie przy badaniu zgodności produktu,
 - w przypadku nie spełniania wymogów etapu 1., dostawca powinien mieć możliwość akceptacji wyników lub realizacji działań naprawczych, bądź poprosić o realizację etapu 2. procedury.
- przewidywać i wspierać rozmowy z dostawcą w zakresie możliwych przyczyn niezgodności: zrozumienie przyczyn niezgodności jest równie ważne jak identyfikacja produktów niezgodnych. Może to doprowadzić do modyfikacji niejednoznacznych warunków testowania, wykrycia problemu na linii produkcyjnej lub w komponencie produktu, bądź w wyposażeniu laboratorium testowego;
- określać całościowe i terminowe działania naprawcze, które będą realizowane przez krajowe organy nadzoru rynku. Działania takie powinny zawsze następować po identyfikacji niezgodnego produktu i powinny, jeśli to możliwe, uwzględniać początkowe podejście dostawcy produktu do korekty deklaracji produktu, po którym, jeśli zostanie to uznane za konieczne, należy zastosować kary lub sankcje (skuteczne, proporcjonalne i odstraszające), do nakazu usunięcia niezgodnego produktu (produktów) z rynku włącznie;
- opracować „plan prac” w zakresie weryfikacji rynku, udostępnić go wszystkim podmiotom na rynku w celu upowszechnienia zasady, że żaden produkt nie może zostać pominięty, a weryfikacja rynkowa jest działaniem rutynowym, a nie okazjonalnym.

Przykłady znanych testów zgodności produktów

Niniejszy rozdział stanowi fragment opracowanego w ramach Projektu dokumentu „Lista podsumowująca wyniki przeprowadzonych testów urządzeń gospodarstw domowego”, który został opublikowany trzykrotnie (8/2011, 5/2012 i 3/2013). Pełny tekst dokumentu dostępny jest w dwóch językach pod adresem:

<http://www.come-on-labels.eu/appliance-testing/appliance-tests-2011-2013>



W ramach projektu Come On Labels zebrano informacje na temat prowadzonego testowania produktów, mającego na celu weryfikację zgodności produktów z etykietami energetycznymi. Informacje te zostały udostępnione przez partnerów projektu w 13 krajach europejskich zainteresowanym stronom, takim jak krajowe organy nadzoru, producenci i przedstawiciele sklepów detalicznych, organizacje konsumenckie, media, itp.

Głównym celem tego rezultatu projektu jest zwiększenie w skali ogónoeuropejskiej stopnia wdrożenia i kontroli etykiet efektywności energetycznej oraz wymogów w zakresie ekoprojektowania dla urządzeń poprzez:

- gromadzenie i rozpowszechnianie wyników europejskich badań;
- wkład w zwiększenie zainteresowania organów krajowych poprzez zwiększenie świadomości wpływu etykietowania energetycznego na efektywność energetyczną w kraju;
- konkretne wskazówki dla UE i władz krajowych dotyczące coraz skuteczniejszego wdrażania etykiet;
- podkreślenie wspólnej procedury weryfikacji zgodności parametrów deklarowanych przez producenta na etykiecie energetycznej, w tym odniesienie do metodyki akredytacji laboratoriów i wyboru modeli.

Działania dotyczące testowania produktów, zebrane i omówione w trzech wydaniach tego dokumentu, obejmują:

- Projekt ATLETE realizowany w ramach programu Inteligentna Energia – Europa w latach 2009-2011¹

Projekt dotyczy testowania urządzeń chłodniczych pod kątem zgodności z deklaracją na (starej) etykiecie energetycznej. Projekt był pierwszym działaniem obejmującym ogónoeuropejskie testowanie urządzeń w związku z prowadzeniem nadzoru rynku. Przetestowano 80 losowo wybranych urządzeń chłodniczych w wybranych laboratoriach. Projekt przyniósł konkretne przykłady wyników testów produktów i potwierdził wykonalność techniczną i ekonomiczną nadzoru rynku.

¹ www.atlete.eu

Ostateczne wyniki testów wskazują, że 80% urządzeń, które zostały poddane testom i dla których testy zostały ukończone, spełniało parametry w zakresie zużycia energii i efektywności energetycznej deklarowanej klasy.

Uwzględniając jednak wszystkie pięć parametrów podlegających weryfikacji, 57% modeli nie spełniało przynajmniej jednego z badanych parametrów.

Wszystkie wyniki badań i raporty z testów dla każdego modelu są publicznie dostępne na stronie internetowej projektu i zostały udostępnione organom nadzoru rynku państw członkowskich UE, mediom, ekspertom i zainteresowanym stronom.

■ Wielka Brytania – Krajowy Urząd Miar, 2010-2012

Krajowy Urząd Miar (National Measurement Office) testował lodówki, chłodziarko-zamrażarki i zamrażarki pod kątem zgodności z etykietą energetyczną i wymogami dotyczącymi ekoprojektowania.

W detalicznych sklepach internetowych i tradycyjnych zakupiono 12 modeli, które przesłano do niezależnego akredytowanego laboratorium w celu przeprowadzenia testów. Cztery z nich objęte zostały dalszymi testami w celu zweryfikowania podejrzenia o niezgodność: wszystkie cztery nie przeszły dodatkowych testów i w związku z tym podjęto działania egzekucyjne i nałożono sankcje. W najbardziej negatywnym przypadku, w trakcie testów stwierdzono 120-sto procentową różnicę między zmierzonym zużyciem energii, a deklarowanym zużyciem energii.

■ Wielka Brytania - Energy Saving Trust, 2010-2012

Brytyjski system “Energy Saving Trust Recommended” (ESTR) to dobrowolny system znakowania produktów. Jest on przykładem systemu informacji o oddziaływaniu produktu na środowisko. Przewiduje on własne testy zgodności, działania egzekucyjne oraz oceny zgodności produktów.

W 2010-2012 w ramach ESTR oceniono zgodność 24 urządzeń chłodniczych; testowano zużycie energii i pojemność - nie uwzględniono innych parametrów istotnych dla etykietowania energetycznego (temperatura przechowywania, czas wzrostu temperatury i efektywność zamrażania). Celem było sprawdzenie zgodności parametrów deklarowanych na (starych i nowych) etykietach energetycznych oraz zgodności z wymaganiami minimalnymi systemu ESTR (klasa EEI odpowiada klasie A+).

Jeśli chodzi o zużycie energii to 4 modele spośród 6, dla których należałoby przeprowadzić testy w ramach Etapu 2 (testuje się 3 dodatkowe egzemplarze tego samego modelu) wykazały odchylenie od deklarowanych wartości - w stopniu znacznie przekraczającym dopuszczalną tolerancję w ramach systemu etykietowania; przy dwóch pozostałych modelach różnica była znikoma. Wyniki testów omówiono z producentami, a w przypadku braku zrozumienia podejmowano testy w ramach Etapu 2 (trzy dodatkowe testowane jednostki). Modele niezgodne zostały usunięte z programu promocji urządzeń rekomendowanych przez EST; wyniki przesłano również krajowemu organowi nadzoru rynku.

■ Hiszpania – testy prowadzone przez IDAE, 2008 - 2011

W Hiszpanii Instytut na rzecz dywersyfikacji energetycznej i oszczędności energii (IDAE) prowadzi krajową bazę danych energooszczędnych urządzeń gospodarstwa domowego, w tym modeli kwalifikujących się do rządowego systemu dopłat.

Działania w zakresie weryfikacji zgodności z deklarowanymi na etykietach parametrami prowadzono dla tych modeli zgodnie z prawodawstwem UE i odpowiednimi normami zharmonizowanymi. IDAE nabył od producenta próbki produktów do testowania i przesłał je do LCOE (centralne laboratorium badawcze). Ogólnie rzecz biorąc wyboru dokonano mając na uwadze duże prawdopodobieństwo niezgodności.

Warto zauważyć, że ponieważ testowano tylko jeden egzemplarz każdego modelu, wyniki nie pozwalają na żadne formalne ustalenia dotyczące zgodności z deklaracją na etykietach.

■ **Hiszpania – testy prowadzone przez ANFEL, 2010-2011**

Hiszpański związek producentów AGD (ANFEL) wspiera działania w zakresie nadzoru rynku, wskazując niezgodne urządzenia gospodarstwa domowego i nieprzestrzegających wymagań dostawców.

Przykłady działalności związku to m.in. opublikowanie wyników badań dwóch modeli chłodziarko-zamrażarek nie spełniających deklaracji na etykiecie energetycznej i zwrócenie się do władz krajowych i organizatorów krajowego programu dopłat o usunięcie tych produktów z listy modeli kwalifikujących się do dotacji.

■ **Projekt Nordic: 2011**

Celem projektu, finansowanego w ramach Nordyckiej Rady Ministrów i uruchomionego w 2011 roku, jest rozwój współpracy między krajami skandynawskimi w zakresie nadzoru rynku w celu kontroli dokładności informacji deklarowanej na etykietach efektywności energetycznej, a także spełniania wymogów dotyczących ekoprojektowania, obowiązujących w Szwecji, Norwegii, Danii, Finlandii i Islandii.

Chociaż pod względem danych technicznych testowanych urządzeń ilość informacji jest ograniczona, projekt jest dobrym przykładem tego, jak testy prowadzone w jednym kraju mogą być wykorzystane jako podstawa do nadzoru rynku w wielu innych krajach UE.

■ **Holandia: testy w niemieckim laboratorium**

Innym przykładem udanego wykorzystania wyników badań uzyskanych w laboratorium w innym kraju jest raport holenderskiego urzędu z 2009 r., dotyczący zgodności urządzeń z etykietami energetycznymi w Holandii. W raporcie podano, że większość badań urządzeń gospodarstwa domowego zostało wykonanych w niemieckim laboratorium VDE w Offenbach. Testowanie urządzeń zlecono w ramach europejskiej procedury przetargowej, w której VDE Offenbach (i TNO Apeldoorn) zostały wybrane do przeprowadzenia testów w 2009 roku. Na podstawie losowo wybranych urządzeń z każdej kategorii przeprowadzono testy w celu ustalenia zgodności z etykietą energetyczną. Przykład ten wskazuje możliwość prowadzenia testów we współpracy pomiędzy urzędem jednego kraju (MSA) i laboratorium z innego kraju.

■ **Projekty w ramach programu “Inteligentna energia – Europa”, 2012-2014**

W ramach tego programu opracowuje się obecnie kilka projektów europejskich w celu weryfikacji zgodności niektórych grup produktów z deklarowanymi parametrami zużycia energii i innymi parametrami podawanymi na etykietach energetycznych i/lub wymogami dotyczącymi ekoprojektowania. Obecnie (wiosną 2013) istnieją następujące projekty:

- **ATLETE II:** kontrola obejmie 50 modeli pralek pod względem wszystkich wymogów dotyczących etykietowania i ekoprojektowania; wyniki mają zostać opublikowane w 2014 r.,
- **Ecopliant:** silniki (30-50 modeli), zasilacze zewnętrzne (10 modeli) oraz 5 modeli lamp dla sektora usług. Całościowe wyniki są oczekiwane w 2014 r.,
- **PremiumLight:** dotyczy wysokiej jakości źródeł światła CFL i LED - 60-80 modeli; wyniki badań spodziewane są w latach 2013-2014,
- **Euro Topten MAX:** wysokosprawne lampy LED, TV i suszarki bębnowe; wyniki w 2014 r.,
- **MarketWatch:** brak jest jeszcze decyzji co do kategorii produktów; będzie ona podejmowana w oparciu o wysokie ryzyko braku zgodności; wyniki są oczekiwane w 2014 r.,
- **CompliantTV:** testowanie 125 telewizorów i 75 monitorów pod kątem zgodności z wymogami etykietowania energetycznego i ekoprojektowania; wyniki oczekiwane w 2014 roku.

Możliwość stworzenia systemu wymiany wyników testów urządzeń

Niniejszy rozdział stanowi fragment opracowanego w ramach Projektu dokumentu „Propozycja europejskiej wymiany wyników testów urządzeń”, opublikowanego w maju 2013. Pełny tekst dokumentu dostępny jest pod adresem:

<http://www.come-on-labels.eu/appliance-testing/results-exchange>

Działania w zakresie nadzoru rynku w odniesieniu do etykietowania energetycznego i wymogów dotyczących ekoprojektowania produktów związanych z energią w UE są fragmentaryczne i na ogół systematycznie prowadzone jedynie w niewielkiej liczbie państw członkowskich UE. Niski poziom nadzoru może jednak zagrażać osiągnięciu ogólnych celów UE w zakresie efektywności energetycznej, ochrony konsumentów i uczciwej konkurencji.

Główne bariery dostrzegane przez władze krajowe na drodze do bardziej skutecznego nadzoru rynku to brak środków finansowych, brak wiedzy, brak krajowych akredytowanych laboratoriów badawczych i niewystarczająca koordynacja działań nadzoru, brak wymiany informacji i wyników badań między państwami członkowskimi.

Partnerzy projektu stworzyli zatem listę działań w zakresie testowania urządzeń, podejmowanych w poszczególnych krajach (patrz rozdział powyżej), jak również opracowali dokument zawierający informacje, które mogą być pomocne dla władz krajowych w prowadzeniu wymiany informacji w celu osiągnięcia wyższego poziomu nadzoru rynkowego, bez potrzeby zwiększania zasobów ludzkich i finansowych. Dokument omawia dwa główne zagadnienia: nowy „pakiet na rzecz bezpieczeństwa produktów i nadzoru rynku” z roku 2013 oraz podsumowanie elementów już zawartych w istniejącym prawodawstwie.

„Pakiet na rzecz bezpieczeństwa produktów i nadzoru rynku” z roku 2013

Pakiet ten, opublikowany w lutym 2013 r., opisuje możliwe usprawnienia i przyszłą organizację działań nadzoru rynku w UE. Choć przede wszystkim koncentruje się on na bezpieczeństwie produktów, odnosi się również do przepisów dotyczących etykietowania energetycznego i ekoprojektowania. Elementy omawiane w ramach pakietu:

- usprawnienie komunikacji między władzami na poziomie międzynarodowym,
- łatwiejsza identyfikacja i kontrola nadzorowanych produktów,
- wymiana wyników działań w zakresie nadzoru między poszczególnymi władzami w celu uniknięcia dublowania działań,
- nagłaśnianie i wymiana wyników testów wśród państw członkowskich.

Podsumowanie elementów istniejących w obowiązującym prawodawstwie

Inne aspekty objęte istniejącym prawodawstwem, które zostały krótko opisane w dokumencie obejmują:

- **ADCO – Grupa ds. Współpracy Administracyjnej** – narzędzie służące organom nadzoru rynku, umożliwiające prowadzenie spotkań, wymianę i omawianie doświadczeń w zakresie nadzoru nad zgodnością produktów. Grupa spotyka się dwa razy w roku. Istnieją dwie oddzielne podgrupy: do spraw etykietowania energetycznego i do spraw ekoprojektowania (w niektórych krajach obie podgrupy prowadzi jedna organizacja, w innych - dwie różne organizacje).

- **Obowiązek dostawców przedstawiania specyfikacji technicznych produktów krajowym organom nadzoru** - dostawcy na żądanie władz krajowych dostarczyć muszą dokumentację techniczną, potwierdzającą zgodność z danymi umieszczonymi na etykiecie energetycznej oraz z wymogami dotyczącymi ekoprojektowania
- **Jednoznaczna identyfikacja produktów** - przegląd prawodawstwa w celu jednoznacznej identyfikacji każdego modelu produktu objętego etykietowaniem energetycznym i/lub środkami w zakresie ekoprojektowania
- **Zakresy tolerancji** - przepisy powinny wyjaśniać, że zakresy tolerancji służą wyłącznie celom weryfikacji i nie powinny być wykorzystywane przez dostawców w celu uzyskania wyższych klas na etykietach efektywności energetycznej lub większej zgodności z wymogami dotyczącymi ekoprojektowania.

Promowanie etykiet efektywności energetycznej

Etykiety energetyczne okazały się być jednym z najbardziej skutecznych mechanizmów efektywności energetycznej. Zawierają one łatwe do zrozumienia wskazówki dla konsumentów, przy jednoczesnych niskich kosztach dla pozostałych zainteresowanych stron.

W związku z wprowadzeniem nowych etykiet energetycznych do sklepów w 2011 r. oraz wydłużającą się listą urządzeń i produktów objętych etykietowaniem istnieje ciągle zapotrzebowanie na pomoc i wsparcie dla konsumentów w korzystaniu z informacji umieszczonych na etykietach efektywności energetycznej, aby mogli oni podejmować świadome decyzje o zakupie.

Dlatego też partnerzy projektu opracowali obszerną listę działań upowszechniających, starając się angażować inne organizacje z ich krajów w celu zapewnienia konsumentom dostępu do informacji wyjaśniających treść etykiet energetycznych.

Przykłady podejmowanych działań obejmują m.in. informacje w mediach drukowanych, elektronicznych, radiowych i telewizyjnych; organizację i udział w imprezach, seminariach i konferencjach, opracowanie i rozprowadzanie drukowanych ulotek, broszur, plakatów i dodatków informacyjnych. Przykłady niektórych działań upowszechniających podejmowanych w ramach projektu można znaleźć poniżej.

Pełna lista działań upowszechniających dostępna jest na stronie internetowej projektu:

<http://www.come-on-labels.eu/promoting-energy-labels/examples-of-promotion-activities>

(Należy pamiętać, że przykłady obejmują tylko jedną próbę z każdego kraju uczestniczącego w projekcie. Każdy z partnerów projektu zorganizował jednak szeroki zestaw działań, które obejmowały zazwyczaj materiały drukowane, imprezy, informacje w mediach itp.)



Kraj: **Austria**
Data: marzec 2012

Nazwa i rodzaj działania:

Ulotka informacyjna dla konsumentów, dostępna w sklepach detalicznych

Opis: 100 000 egzemplarzy ulotek rozprowadzonych w sklepach w całej Austrii, w współpracy ze stowarzyszeniem sprzedawców detalicznych



Kraj: **Belgia**
Data: marzec 2012

Nazwa i rodzaj działania:

Seria materiałów informacyjnych o etykietach energetycznych

Opis: Specjalny zestaw ulotek dla każdej grupy produktów objętych nową etykietą energetyczną, z wyjaśnieniem jej treści. Rozpowszechnianie za pośrednictwem imprez, targów, konsultacji i seminariów.





Kraj: **Czechy**
Data: czerwiec 2011

Nazwa i rodzaj działania:

Publikacja na temat nowej etykiety energetycznej, opracowana wspólnie z zakładem energetycznym

Opis: Jedna z pierwszych publikacji adresowanych do konsumentów, dotycząca nowych etykiet energetycznych, opublikowana po wejściu przepisów w życie.

Opracowana we współpracy z największym zakładem energetycznym, który rozprowadził ją wśród swoich klientów.



Kraj: **Croatia**
Data: czerwiec 2012

Nazwa i rodzaj działania:

Organizacja „dni energii” w gminach chorwackich

Opis: Seria imprez – stoiska informacyjne, wydarzenia i wizyty w centrum informacyjnym, mające na celu informowanie konsumentów z całej Chorwacji o treści nowych etykiet energetycznych i ich znaczeniu..

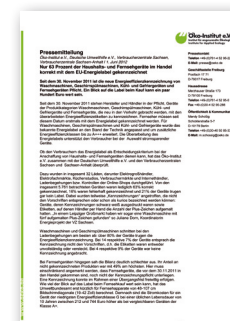


Kraj: **Niemcy**
Data: sierpień 2012

Nazwa i rodzaj działania:

Komunikat prasowy, podsumowujący wyniki inspekcji sklepów

Opis: Opublikowany w Niemczech komunikat prasowy, podsumowujący wyniki dwóch pierwszych tur inspekcji sklepów, spowodował publikację licznych artykułów informujących społeczeństwo o stanie i znaczeniu eksponowania etykiet w sklepach.

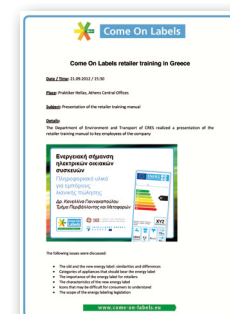


Kraj: **Grecja**
Data: wrzecień 2012

Nazwa i rodzaj działania:

Szkolenia pracowników sieci sklepów detalicznych

Opis: Szkolenie sprzedawców w Grecji, we współpracy z przedstawicielami głównych sieci sklepów w celu podniesienia wiedzy na temat prawidłowego eksponowania etykiet w sklepach.





Kraj: **Włochy**
Data: luty - październik 2012

Nazwa i rodzaj działania:

Cykl prezentacji dla uczniów

Opis: Cykl prezentacji i imprez edukacyjnych dla uczniów szkół podstawowych i średnich kilku włoskich gmin, podnoszący świadomość w zakresie efektywności energetycznej i prezentujący znaczenie etykietowania energetycznego.



Kraj: **Łotwa**
Data: grudzień 2012

Nazwa i rodzaj działania:

Zakładki do książek, rozpowszechniane przez biblioteki, prezentujące nowe etykiety energetyczne.

Opis: Praktyczne zakładki w krótki i jasny sposób informujące czytelników o nowych etykietach energetycznych. Zakładki otrzymały wszystkie biblioteki łotewskie do darmowego przekazywania czytelnikom.



Kraj: **Malta**
Data: marzec 2012

Nazwa i rodzaj działania:

Seminarium dla zainteresowanych podmiotów na temat nowych etykiet energetycznych

Opis: Seminarium zorganizowane na Malcie, aktywnie angażujące wszystkie zainteresowane podmioty - ze strony władz, dostawców i sprzedawców detalicznych, omawiające stopień odpowiedniego eksponowania etykiet w sklepach maltańskich, a także ewentualne działania naprawcze.

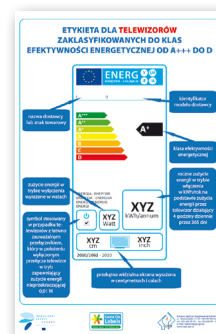


Kraj: **Polska**
Data: czerwiec 2012

Nazwa i rodzaj działania:

Plakaty objaśniające nowe etykiety energetyczne dla każdej grupy produktów

Opis: W Polsce wydrukowano serię plakatów objaśniających nowe etykiety energetyczne dla każdej grupy produktów. Plakaty były wykorzystane w trakcie imprez i targów, aby dotrzeć do szerokiego kręgu odbiorców.





Kraj: **Portugalia**
Data: kwiecień 2012 / luty 2013

Nazwa i rodzaj działania:

Seria programów telewizyjnych w programie „Green Minute”

Opis: Kilka programów w krajowych stacjach telewizyjnych i radiowych, oraz artykuły w prasie codziennej informujące szeroką rzeszę konsumentów o wprowadzeniu nowych etykiet energetycznych.



Kraj: **Hiszpania**
Data: styczeń 2012 / czerwiec 2013

Nazwa i rodzaj działania:

Seria artykułów wyjaśniających etykiety energetyczne konsumentom i sprzedawcom detalicznym.

Opis: Seria artykułów opublikowanych w hiszpańskich mediach spowodowała wzrost świadomości w zakresie etykietowania energetycznego oraz stanu ekspozycji etykiet w sklepach.

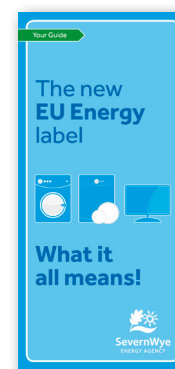


Kraj: **Wielka Brytania**
Data: listopad 2012

Nazwa i rodzaj działania:

Ulotki na temat etykiet energetycznych rozpowszechniane za pośrednictwem sklepów, w trakcie imprez, za pośrednictwem spółdzielni mieszkaniowych i bezpośredniego rozsyłania do tysięcy domów.

Opis: Ulotki opracowane przez brytyjskiego partnera w projekcie, wyjaśniające użytkownikom etykiety energetyczne. Ulotki rozpowszechniane przez ośrodki informacji energetycznej i ośrodki informacji dla konsumentów, na podstawie zalecenia krajowego urzędu ds. energii.



W sumie w ramach projektu wydrukowano i rozprowadzono ponad 580000 ulotek, broszur, plakatów i innych materiałów.

Ponadto opublikowano ponad 115 artykułów i przeprowadzono prezentacje w mediach (drukowanych, internecie, TV, radio, na seminariach) – zapoznało się z nimi ponad 3 mln czytelników i widzów w UE.

Regularne informacje na temat postępów w realizacji projektu przekazywane są również ponad 120 zainteresowanym podmiotom na poziomie międzynarodowym – ukazało się siedem wydań newslettera projektu, który został opublikowany w języku angielskim, a częściowo w językach portugalskim i greckim.

Wymiana nieefektywnych urządzeń:

Projekt Come On Labels wspiera wdrożenie dyrektywy UE w sprawie etykietowania produktów związanych z energią w szeregu państw członkowskich. Sama etykieta energetyczna UE nie jest jednak wystarczająca do przekonania gospodarstw domowych do wymiany nieefektywnych energetycznie urządzeń ani do zapewnienia pełnej penetracji rynku przez urządzenia energooszczędne. Potrzebny jest więc kompleksowy zestaw środków takich jak:

- finansowana przez rząd działalność badawczo-rozwojowa na rzecz rozwoju i komercjalizacji nowych technologii;
- edukacja konsumentów;
- normy efektywności energetycznej w celu wyeliminowania nieefektywnych energetycznie produktów z rynku;
- oraz system zachęcania konsumentów do zakupu produktów znacznie bardziej efektywnych niż wynika to z minimalnych standardów lub do wymiany urządzeń nieefektywnych przed końcem ich cyklu życia technologicznego.

W ramach projektu Come On Labels opracowano dokument, który uzasadnia instrumenty polityczne wspierania wymiany produktów. Prezentuje on różne możliwe instrumenty, omawiając ich wady i zalety oraz istniejące przykłady systemów wymiany. Pod koniec projektu przeprowadzono drugą ocenę i aktualizację istniejących mechanizmów oraz wyciągnięto wnioski.

Podsumowanie mechanizmów i ich oddziaływania

Niniejszy rozdział stanowi fragment opracowanego w ramach Projektu dokumentu „Instrumenty wymiany starych urządzeń” opublikowanego w styczniu 2012. Pełny tekst dokumentu dostępny jest pod adresem:

<http://www.come-on-labels.eu/replacements/summary-of-mechanisms>

Wymiana na lepsze i wczesna wymiana

Wymiana na lepsze oznacza, że konsumenci wybierają urządzenie o wyższej efektywności energetycznej niż by wybrali bez odpowiedniego instrumentu polityki. Korzyści energetyczne i wynikające z nich korzyści ekologiczne oraz finansowe związane są z niższym zużyciem energii elektrycznej przez „lepsze” urządzenie. Na przykład, urządzenie klasy A++ zużywa o około 60% mniej energii elektrycznej niż model A.

Wczesna wymiana oznacza wymianę (starego) zainstalowanego urządzenia mimo, że jest ono nadal sprawne. To, czy wczesna wymiana jest korzystna dla środowiska czy też nie zależy od rodzaju urządzenia. Jest to mierzone „środowiskowym okresem zwrotu”. Jest to czas po którym oddziaływanie na środowisko łącznych oszczędności energii przeważa nad dodatkowym

Summary of mechanisms

front page	Title of the document Author	date	number
Short note on content country	Instruments for the Replacement of Old Appliances Ina Rüdener, Corinna Fischer	January 2012	6.14
The report focuses on instruments intended to promote replacement of less efficient appliances and the market penetration of more efficient ones. To be also available in: Polish, German and Italian.			

oddziaływaniem na środowisko wynikającym z przedwczesnego pozbycia się starego urządzenia. W przypadku wymiany przeciętnej chłodziarko-zamrażarki wyprodukowanej w 2000 r. na odpowiadające jej urządzenie klasy A++ , okres ten wynosi tylko 2 lata jeżeli chodzi o całkowite zapotrzebowanie na energię i potencjał tworzenia efektu cieplarnianego.

Promowaniu wczesnej wymiany i/lub wymiany na lepsze służą następujące instrumenty:

- **Instrumenty informacyjne**

Informowanie o kosztach w cyklu życia produktu

Oznacza to informowanie konsumentów o oszczędnościach finansowych, jakie mogą oni uzyskać na przestrzeni cyklu życia produktu kupując urządzenie energooszczędne. Ma to tę zaletę, że ogólna korzyść dla środowiska płynąca z zastosowania danego produktu przekłada się na indywidualną korzyść dla konsumenta. Jednak argument ten jest przede wszystkim istotny z punktu widzenia wymiany na lepsze, a nie z punktu widzenia wczesnej wymiany.

Przeglądy rynków i bazy danych o produktach

Przeglądy rynków i bazy danych o produktach, takie jak www.topten.eu ułatwiają proces zakupu, dając potencjalnym nabywcom możliwość skorzystania z przeglądu produktów energooszczędnych, przejrzania ich parametrów i cen, a wreszcie kosztów ponoszonych w czasie cyklu życiowego w przeciętnych warunkach. Zatem, są one raczej narzędziem służącym wymianie na lepsze. Mogą być one dostarczane przez różne podmioty, takie jak krajowe agencje ds. energii, stowarzyszenia producentów, organizacje pozarządowe czy inne niezależne organy.

Dodatkowe dobrowolne etykietowanie

Poza obowiązkową unijną etykietą energetyczną, istnieją dobrowolne ekoetykiety zarówno na poziomie Unii Europejskiej, jak i w niektórych krajach. Celem jest szczególnie zwrócenie uwagi na produkty energooszczędne lub produkty, które poza oszczędnością energii, spełniają inne kryteria ekologiczne bądź jakościowe. Działania te mogą w szczególności promować wymianę na lepsze.

Kampanie informacyjne

Kampanie informacyjne są stosunkowo niedrogie. Trudno jest jednak ocenić ich skuteczność. Podobnie jak dobrowolne etykiety, na ogół są one skuteczniejsze w połączeniu z innymi narzędziami. Z drugiej strony wielu innym instrumentom muszą towarzyszyć kampanie informacyjne, mające zwrócić uwagę konsumentów na istnienie danego instrumentu.

Pomiary zużycia energii

Pomiary zużycia energii przez urządzenia w gospodarstwach domowych są właściwą metodą promowania wczesnej wymiany. Po pierwsze, mogą one zwiększyć świadomość konsumenta jeśli chodzi o koszty energii. Po drugie, mogą one stanowić integralną część szerszego programu. Na przykład, pomiary w domu mogą być wykorzystane do określenia czy gospodarstwo domowe / urządzenie może zostać objęte programem dotacji.

▪ Zachęty finansowe

Zachęty finansowe mogą być odpowiedzią na dylemat, czy niższe koszty energii mogą mieć znaczenie dla gospodarstw domowych i firm o niskich dochodach, którym jednak zwykle brakuje środków finansowych na poważniejsze inwestycje.

Dotacje bezpośrednie dla konsumentów

Podstawowa idea polega na przyznawaniu premii konsumentom, którzy kupują szczególnie energooszczędne urządzenia, jednocześnie pozbywając się starych urządzeń. Jest to jeden z najpopularniejszych instrumentów. Istnieje mnóstwo przykładów programów krajowych i nawet jeszcze więcej przykładów programów stworzonych przez firmy handlowe, producentów i przedsiębiorstwa energetyczne.

Jeżeli działanie jest ograniczone w czasie lub ma ograniczony budżet, to stymulowana będzie raczej wczesna wymiana. Jeżeli ma ono charakter długookresowy (np. trwa kilka lat), efektem jest trwająca w zasadzie w nieskończoność wymiana na lepsze, powodująca spadek cen i długofalowe zmiany na rynku.

Bodźce fiskalne dla konsumentów

Bodźce fiskalne są stosowane z wyjątkowym powodzeniem w stosunku do dużych urządzeń AGD we Włoszech. Jednak w innych krajach są one rzadko stosowane w stosunku do urządzeń AGD. Wynika to prawdopodobnie ze stosunkowo niskiej ceny zakupu tych urządzeń i w efekcie relatywnie wysokich kosztów administracyjnych. Korzyści podatkowe są więc przede wszystkim stosowane w sektorze budownictwa w odniesieniu do takich urządzeń, jak kotły, podgrzewacze wody czy systemy klimatyzacji (które również są lub będą objęte unijnym systemem etykietowania).

Dotacje pośrednie

W przypadku dotacji pośrednich, takich jak stosowane w systemie Ekopunktów w Japonii czy w koreańskim systemie „Worek gotówki za węgiel”, konsumenci przy zakupie produktu energooszczędnego otrzymują „punkty” zamiast pieniędzy. Punktami tymi można płacić za pewne produkty lub usługi. Inny wariant polega na tym, że konsumenci nabywają talony lub dodatkowe punkty przy zakupie innych produktów lub jako dodatek do wypłaty, a następnie wykorzystują je do zakupu urządzeń energooszczędnych.

Programy zniżek i zwyżek (bonus/malus)

Programy zniżek i zwyżek mają na celu wyregulowanie cen produktów zużywających energię w oparciu o ich efektywność. Przy zakupie urządzenia energooszczędnego konsumentowi przyznaje się zniżkę (bonus), natomiast za zakup szczególnie energochłonnego urządzenia konsument musi zapłacić dodatkową kwotę (malus). Przy zakupie przeciętnego urządzenia, nie stosuje się ani zniżki ani zwyżki.

Bodźce finansowe dla producentów lub sprzedawców detalicznych i instalatorów

Można stosować bodźce finansowe skłaniające producentów do produkcji i sprzedaży bardziej energooszczędnych urządzeń lub do obniżenia ich cen. Niższe ceny dla konsumentów sprzyjają wymianie na lepsze, jak i wczesnej wymianie. Bodźce tego typu są szczególnie skuteczne, gdy rynek jest zdominowany przez niewielu dużych producentów obecnych we wszystkich krajach. Ponadto, w ramach stymulacji wymiany na lepsze można stosować bodźce finansowe dla sprzedawców i instalatorów promujące sprzedaż szczególnie energooszczędnych urządzeń.

Programy mikrokredytów

Konsumenci mogą uzyskać pomoc na zakup wysokoefektywnych urządzeń przez udzielenie im mikrokredytu, który może być spłacany z oszczędności uzyskanych na rachunkach za energię (tzw. mikrokontrakt). Ten model finansowania jest czasami oferowany przez zakłady energetyczne.

Dobrowolne porozumienia

Penetrację rynku przez urządzenia energooszczędne można wspierać poprzez dobrowolne porozumienia między producentami i rządami, mające na celu zwiększenie udziału urządzeń energooszczędnych w rynku i poprawę przeciętnych osiągnięć urządzeń będących w eksploatacji.

Skuteczność dobrowolnych porozumień jest jednak kwestią bardzo kontrowersyjną. Komisja Europejska uznaje, że dla powodzenia dobrowolnych porozumień niezbędne jest spełnienie pięciu wymogów: (1) cele określone ilościowo, (2) znaczny (przynajmniej 80%) udział zaangażowanych producentów w rynku, (3) skuteczny monitoring, (4) przejrzystość procesu, (5) sankcje za nieprzestrzeganie porozumienia.

Warunki powodzenia

Literatura wymienia pewne ogólne warunki powodzenia narzędzi mających na celu wymianę energochłonnych urządzeń:

- Programy powinny stanowić element długofalowej strategii i mieć oparcie w solidnym mandacie i budżetach.
- Kryteria programów wsparcia muszą być jasne i wymagające; po uzyskaniu określonego udziału w rynku, programy należy korygować.
- Staranne planowanie:
 - precyzyjne zdefiniowanie celu działania (wczesna wymiana czy ciągła transformacja rynku wynikająca z wymiany na lepsze)
 - wybranie właściwego momentu (pod względem rynkowej dojrzałości technologii, tzn. nie za wcześnie)
 - zaangażowanie odpowiednich interesariuszy (producentów, sprzedawców detalicznych i ewentualnie dostawców energii, ...)
 - czas trwania działania nie powinien być za krótki, a budżet całkowity za mały.

Aktualizacja wprowadzonych mechanizmów

Niniejszy rozdział stanowi fragment opracowanego w ramach Projektu dokumentu „Nowe systemy wymiany produktów w krajach uczestniczących w projekcie Come On Labels”, opublikowanego w kwietniu 2013 roku. Pełny tekst dokumentu dostępny jest pod adresem:

<http://www.come-on-labels.eu/replacements/description-of-activities>

Od chwili rozpoczęcia projektu Come On Labels wprowadzone już zostało lub jest obecnie w trakcie realizacji kilkanaście nowych programów wymiany urządzeń, prowadzonych w Austrii, Belgii, Chorwacji, Niemczech, Włoszech, Hiszpanii i Wielkiej Brytanii. Niektóre z nich mają charakter głównie informacyjny, inne obejmują istotne zachęty finansowe. Są one możliwe mimo kryzysu gospodarczego, po części dlatego, że systemy te nie muszą być finansowane ze środków publicznych. W programach wymiany

mogą uczestniczyć na przykład zakłady energetyczne pragnące utrzymać swoich klientów, poprawić swój wizerunek lub, tak jak we Włoszech, wypełniać swoje zobowiązania wynikające z systemu białych certyfikatów. Programy takie wspierają również sprzedawcy detaliczni w celu zachęcania do zakupów urządzeń.

Wybrane, warte uwagi cechy obecnych programów to:

Wykorzystanie konkursów, loterii i nagród

W wielu działaniach podejmowanych w Austrii środki informacyjne są łączone z zachętami finansowymi lub rzeczowymi w celu zwiększenia siły oddziaływania tych akcji. Najczęściej organizowane są konkursy. Na przykład gospodarstwa domowe, które wykazują duże oszczędności energii lub dokonują zakupu nowego energooszczędnego urządzenia mogą wygrać inny produkt energooszczędny jako nagrodę. Koszty programów obejmujących dotacje lub zniżki są minimalizowane, gdyż zamiast dotacji dla wszystkich, dopłaty są najczęściej losowane przez nabywców energooszczędnych urządzeń.

Charakter zachęt finansowych

Wszystkie zachęty finansowe polegają na udzielaniu klasycznych zniżek, na dopłatach bezpośrednich lub darmowej wymianie urządzenia. Takie systemy są najłatwiejsze do wdrożenia, ponieważ istnieją w tym zakresie bogate doświadczenia.

Zachęty finansowe i działania im towarzyszące

Zachętom finansowym towarzyszą zwykle kampanie informacyjne przekazujące informacje na temat samego programu, energooszczędnych urządzeń, możliwości zaoszczędzenia energii itp. Kampanie takie są niezbędne nie tylko w celu promocji programów, ale zapewnienia ich trwałych efektów. Niemiecki projekt „Stromspar-Check” łączy dystrybucję energooszczędnych urządzeń z indywidualnymi spotkaniami dla gospodarstw domowych o niskich dochodach w celu zapewnienia doradztwa na temat energii.

Udział regionów

W Hiszpanii i Belgii władze regionalne realizują systemy dotacji. Na poziomie regionalnym władze mogą lepiej dostosować programy do specyficznych warunków gospodarczych i demograficznych na swoim terytorium.

Informacja o koszcie energii podczas cyklu życia urządzenia

Energooszczędne urządzenia są zwykle droższe, jednak w wielu przypadkach wyższy koszt zakupu rekompensowany jest oszczędnościami energii w okresie eksploatacji urządzenia. Informacja o zmniejszonym koszcie energii ponoszonym przy wykorzystaniu danego urządzenia może więc zmniejszyć niechęć konsumentów do poniesienia wyższych kosztów jego zakupu. W Wielkiej Brytanii taki model informowania będzie testowany w 2013 roku. Podobne działania są opracowywane w ramach unijnego projektu YAECI (roczny wskaźnik kosztu energii zużywanego przez urządzenie).

Mała ilość działań oceniających wyniki projektów

Biorąc pod uwagę fakt, że systemy wymiany obejmujące zachęty finansowe są kosztowne, prowadzi się zaskakująco mało działań oceniających ich wyniki. Czasem podaje się liczbę uczestników projektu lub wymienionych urządzeń, czy też zmniejszenie emisji CO₂. Jednak programy takie rzadko są oceniane bardziej szczegółowo. Stosunkowo szczegółowa ocena prowadzona jest w ramach niemieckiego programu

Stromspar-Check, ale nawet tam nie jest podany dokładny bilans kosztów i korzyści. Planuje się szczegółowe monitorowanie brytyjskiego projektu opartego o koszt energii podczas cyklu życia urządzenia, a także chorwackiego projektu pilotażowego obejmującego dotacje. Na wynikach monitoringu będzie można oprzeć przyszłą politykę w tym zakresie.

Poniżej przedstawiono szereg zaleceń dla systemów wymiany produktów i zilustrowano je wybranymi przykładami.

Mądry dobór kryteriów kwalifikujących do projektu

Kryteria kwalifikacyjne odnoszą się do grup docelowych i/lub do produktów. Kryteria kwalifikacyjne dotyczące produktów określają jak energooszczędny musi być produkt, aby można uzyskać wsparcie. Kryteria kwalifikacyjne dotyczące grup docelowych mogą zakładać na przykład, że program skierowany jest do gospodarstw domowych o niskich dochodach lub do mieszkańców danego regionu, lub obejmuje małe i średnie przedsiębiorstwa, a także gospodarstwa domowe.

Kryteria kwalifikacyjne dotyczące produktów powinny być oparte na wiarygodnych danych rynkowych w celu uniknięcia nadzwyczajnych zysków producenta/sprzedawcy. Dla zachowania równowagi rynkowej może nie być wskazane dofinansowanie urządzeń, które mają już przynajmniej dwudziestoprocentowy udział w rynku. Należy pamiętać jednak, że udziały urządzeń w rynku mogą się znacznie różnić, zarówno w ramach jednego kraju, jak i między różnymi krajami.

Zapewnienie właściwego usuwania starych urządzeń

Efekt oszczędności energii wynikający z zakupu nowego urządzenia jest często niwelowany, gdy stare urządzenie wciąż jest użytkowane np. w piwnicy, zostało oddane lub sprzedane. Dlatego też, w celu zapewnienia oszczędności energii, jednym z elementów programu powinien być odbiór i prawidłowa utylizacja starych urządzeń, tak jak na przykład w Austrii (program Trennungsprämie), Hiszpanii (program RENOVE) i Chorwacji (projekt pilotażowy obejmujący dotacje dla energooszczędnych urządzeń).

Przy systemach zachęt finansowych – opracowanie towarzyszących działań informacyjnych

Działania informacyjne są niezbędne w celu promowania programów i wyjaśnienia ich warunków. Towarzyszące informacje na temat korzyści płynących z urządzeń energooszczędnych, sposobów ich identyfikacji (w tym poprzez etykiety energetyczne) oraz najważniejszych cech określonych typów urządzeń, mogą zwiększyć oddziaływanie programu. Pomocne mogą być na przykład bazy danych, obejmujące parametry techniczne, efektywność energetyczną, ceny i miejsca sprzedaży urządzeń – przykładem jest baza danych prowadzona w ramach topprodukte.at lub IDAE w Hiszpanii.

Monitorowanie efektów programu

Oprócz monitorowania liczby wymienianych urządzeń i przewidywanego zmniejszenia emisji CO₂, ocena powinna także określać możliwość ewentualnych zysków nadzwyczajnych, porównywać koszty i korzyści programu, określać najbardziej efektywne mechanizmy działania oraz analizować procedury w celu sprawdzenia, czy i gdzie muszą one być poprawione. Pozwoli to w lepszy i oszczędniejszy sposób opracować kolejne programy.

Konferencja zamykająca projekt - 15 marca 2013 r., Bruksela

Jednym z końcowych rezultatów projektu była konferencja zamykająca projekt. Odbyła się ona 15 marca 2013 r. w Brukseli.

Organizatorem konferencji był koordynator projektu Come On Labels – Centrum Efektywności Energetycznej SEVEN z Czech, we współpracy z Eceee – Europejską Radą ds. efektywnej energetycznie gospodarki oraz Stałym Przedstawicielstwem Republiki Czeskiej przy Unii Europejskiej.

Zaprezentowano ogół osiągnięć i działań podejmowanych we wszystkich projektach. Odbyły się też rozmowy wysokiego szczebla przy okrągłym stole, poświęcone bieżącym doświadczeniom w dziedzinie nowych etykiet energetycznych oraz planom przyszłych aktualizacji. Uczestnikami dyskusji przy okrągłym stole byli:

- **Komisja Europejska** – Ewout Deurwaarder
- **CECED** – Luigi Meli
- **ECOS** – Edouard Toulouse
- **Szwedzka Agencja ds. Energii** – Nills Ahlén
- **Holenderska Agencja ds. Energii** – Hans Paul Siderius
- **Projekty ATLETE and ATLETE II** – Milena Presutto, ENEA
- **CLASP** – Pernille Schiellerup
- **GfK Retail and Technology** – Barbara Inmann
- **EFER - Europejska Federacja Sprzedawców Sprzętu Elektronicznego** – Maurice Estourgie.

Konferencja zgromadziła ok. 75 uczestników z 19 krajów europejskich, a także przedstawicieli Komisji Europejskiej, krajowych organów nadzoru rynku, instytucji państwowych, przedstawicieli producentów, organizacji pozarządowych na rzecz ochrony środowiska i konsumentów, krajowych urzędów ds. energii, niezależnych ekspertów i przedstawicieli mediów.



Permanent Representation
of the Czech Republic
to the European Union



european
council for an
energy efficient
economy



Ponadto każdy z 13 krajowych partnerów projektu zorganizował krajowe seminarium, konferencję lub dyskusję przy okrągłym stole w celu podsumowania dorobku projektu, stanu wdrażania systemów etykietowania w kraju oraz omówienia przyszłych działań. Pełna lista przeprowadzonych imprez dostępna jest tutaj:

<http://www.come-on-labels.eu/about-the-project/all-project-seminars-eu>

Dokumenty opracowane w ramach projektu

Lista dokumentów opracowanych w wyniku projektu Come On Labels, ich treść i linki do odpowiednich stron internetowych:

Dokument	Wersja językowa	Grupa docelowa	Opis	Link
Dokument opisowy: przepisy dotyczące etykietowania produktów (ekoprojektowania) w UE	angielski, czeski, chorwacki, francuski (Belgia), niemiecki, grecki, włoski, łotewski, polski, portugalski, hiszpański	Władze, zainteresowane podmioty, krajowi i unijni eksperci w dziedzinie efektywności energetycznej i etykietowania	Przegląd przepisów UE dot. nowych etykiet energetycznych	http://www.come-on-labels.eu/legislation/eu-product-energy-labelling
Dokument opisowy: krajowe przepisy dot. ekoprojektowania i etykietowania urządzeń oraz ich porównanie	angielski	Eksperti krajowi i unijni	Opis stopnia wdrożenia unijnych przepisów na poszczególnych rynkach krajowych oraz związanych z ich wdrażaniem działań	http://www.come-on-labels.eu/legislation/energy-labelling-legislation-in-the-project-countries
Raport krajowy na temat działań legislacyjnych	angielski, hiszpański, portugalski	Eksperti krajowi i unijni	Szczegółowe omówienie nowego prawodawstwa dotyczącego etykietowania energetycznego, zmienionego w trakcie realizacji projektu, dla czterech grup produktów	http://www.come-on-labels.eu/legislation/eu-product-energy-labelling
Dokument podsumowujący procedury i dobre praktyki w dziedzinie testowania urządzeń	angielski, czeski, chorwacki, francuski (Belgia), niemiecki, grecki, włoski, łotewski, polski, portugalski, hiszpański	Krajowe organy nadzoru rynku i zainteresowane podmioty	Opis sposobu testowania urządzeń w celu kontroli zgodności z parametrami podanymi na etykiecie energetycznej	http://www.come-on-labels.eu/appliance-testing/energy-consumption
Lista podsumowująca przeprowadzone testy	angielski, niemiecki	Władze krajowe	Trzy wydania informacji o testach produktów, prowadzonych celu kontroli zgodności zużycia energii z informacjami podanymi na etykiecie energetycznej	http://www.come-on-labels.eu/appliance-testing/appliance-tests-2011-2013
Raport z działań krajowych w zakresie wymiany informacji	angielski	Władze krajowe i zainteresowane podmioty	Przykłady działań podejmowanych w poszczególnych krajach UE w celu zwiększenia stopnia nadzoru rynku	http://www.come-on-labels.eu/appliance-testing/national-activities
Raport na temat europejskiego systemu wymiany informacji o testach urządzeń	angielski	Władze krajowe i europejskie oraz eksperci	Szereg działań na poziomie centralnym, których celem jest poprawa współpracy oraz podniesienie stopnia nadzoru rynku	http://www.come-on-labels.eu/appliance-testing/results-exchange
Podsumowanie dotyczące właściwego etykietowania urządzeń w sklepach	angielski, czeski, chorwacki, francuski (Belgia), niemiecki, grecki, włoski, łotewski, polski, portugalski, hiszpański	Władze państwowe, podmioty rynkowe	Informacja o tym, jak władze krajowe mogą organizować inspekcje w sklepach w celu sprawdzenia czy etykiety energetyczne są eksponowane zgodnie z wymaganiami	http://www.come-on-labels.eu/displaying-energy-labels/appliance-labelling-in-shops
Raport z krajowych inspekcji w sklepach	angielski	Władze i eksperci krajowi, podmioty rynkowe	Trzy zestawy sklep odwiedza z dostępnych wyników od rodzaju kraj, produktów i sklep	http://www.come-on-labels.eu/displaying-energy-labels/status-of-appliance-labelling
Raport z prac innych organizacji krajowych	angielski	Eksperti krajowi i międzynarodowi	Lista praktycznych działań, podejmowanych na rzecz lepszego eksponowania etykiet	http://www.come-on-labels.eu/displaying-energy-labels/support-of-proper-labelling
Poradnik szkoleniowy dla sprzedawców detalicznych	angielski, czeski, chorwacki, francuski (Belgia), niemiecki, grecki, włoski, łotewski, polski, portugalski, hiszpański	Krajowe sklepy detaliczne, eksperci i władze	Materiał edukacyjny dla pracowników sklepów, wyjaśniający zawartość i układ etykiet energetycznych oraz sposób ich prawidłowego eksponowania	http://www.come-on-labels.eu/displaying-energy-labels/retailer-training-manual

Dokument	Wersja językowa	Grupa docelowa	Opis	Link
Dobre praktyki w dziedzinie wprowadzania etykiet na rynek	angielski	Eksperti krajowi i międzynarodowi, sprzedawcy detaliczni, producenci, organizacje pozarządowe	Konkretne przykłady skutecznego promowania etykiet energetycznych w sześciu krajach	http://www.come-on-labels.eu/promoting-energy-labels/good-practice-case-studies
Raport na temat krajowych działań promocyjnych	angielski; wyniki w językach wszystkich uczestników projektu	Ogół społeczeństwa	Działania w zakresie upowszechniania informacji – ulotki, imprezy, zakładki do książek, artykuły itp.	http://www.come-on-labels.eu/promoting-energy-labels/examples-of-promotion-activities
Podsumowanie dostępnych mechanizmów finansowych i organizacyjnych	angielski, niemiecki, włoski, polski	Rządy państw, producenci, grupy konsumenckie i organizacje pozarządowe	Przykłady instrumentów mających na celu promowanie wymiany urządzeń mniej efektywnych energetycznie oraz wprowadzanie na rynek urządzeń energooszczędnych	http://www.come-on-labels.eu/replacements/summary-of-mechanisms
Opis nowych działań na poziomie lokalnym	angielski	Eksperti krajowi, inspektoraty państwowe, grupy konsumentów, producenci	Przykłady systemów wymiany urządzeń, realizowanych podczas projektu	http://www.come-on-labels.eu/replacements/description-of-activities
Seminarium międzynarodowe	angielski	Krajowi i międzynarodowi eksperci oraz przedstawiciele rządów	Seminarium na wysokim szczeblu oraz rozmowy przy okrągłym stole mające na celu wymianę doświadczeń oraz planów na przyszłość w dziedzinie etykiet energetycznych	http://www.come-on-labels.eu/about-the-project/all-project-seminars-eu
Krajowe seminaria lub prezentacje	angielski, czeski, chorwacki, francuski (Belgia), niemiecki, grecki, włoski, łotewski, polski, portugalski, hiszpański	Eksperti krajowi i przedstawiciele rządu	Szereg imprez krajowych, przedstawiających najnowsze doświadczenia w dziedzinie etykietowania energetycznego podmiotom krajowym	http://www.come-on-labels.eu/about-the-project/all-project-seminars-eu

Co powiedzieli inni o projekcie „Come On Labels”

„Projekt Come On Labels umożliwił naszym członkom - zakładom energetycznym przekazanie tysiącom gospodarstw domowych informacji o etykietach efektywności energetycznej. W przyszłości projekt pozostanie źródłem kompetentnych porad dla gospodarstw domowych na ten ważny temat. Szczególnie chciałabym podziękować uczestnikom projektu za wspólne opracowanie dodatku informacyjnego, który nadal rozsyłany będzie przez ASEW oraz będące jego członkami zakłady energetyczne w celu przekazywania informacji o etykietach efektywności energetycznej, również po zakończeniu projektu.”

Vera Litzka 

Dyrektor Zarządzający

ASEW (Arbeitsgemeinschaft für sparsame Energie-und Wasserverwendung im VKU)

Stowarzyszenie komunalnych zakładów energetycznych

wspierających zrównoważone wykorzystanie zasobów naturalnych)

Niemcy

„Szkolenie dla sprzedawców detalicznych, prowadzone w ramach projektu Come On Labels było niezwykle użyteczne dla zespołów sprzedaży i marketingu w „KNK appliances and household goods”. Informacje na temat najczęstszych błędów podczas umieszczania etykiet energetycznych oraz szczegółowe wytyczne dotyczące sposobu ich eksponowania były najbardziej przydatnymi elementami dla naszej codziennej pracy. Teraz jesteśmy w stanie lepiej informować naszych klientów o zużyciu energii przez urządzenia gospodarstwa domowego, a także o znaczeniu symboli na etykietach. Dobrze, że powstał poradnik, do którego można się odnieść w przypadku, gdy klienci wymagają dalszych informacji o etykietowaniu energetycznym.”

Karl Vella 

Departament Zrównoważonego Rozwoju

Krajowa Agencja ds. Energii, Portugalia

«Włoski oddział CECED codziennie otrzymywał pytania od sklepów. Istniało wiele nieporozumień dotyczących nowej etykiety energetycznej - nie było wiadomo, które urządzenia mają być znakowane nową etykietą, a które starą. Było dla nas wielką przyjemnością współpracować z AIREs – włoskim stowarzyszeniem dystrybutorów – w ramach inicjatywy «Come On Labels». Oprócz specjalnie stworzonej strony internetowej, koniecznością było też zorganizowanie wyjazdów edukacyjnych do głównych włoskich miast w celu przekazywania informacji na temat nowej etykiety oraz sposobu jej prawidłowego eksponowania. Podczas naszej podróży spotkaliśmy wielu sprzedawców, wśród których naprawdę udało się uzyskać podniesienie świadomości na temat zmian w przepisach.”

Antonio Guerrini 

Dyrektor Generalny

Confindustria CECED Italia

Włoskie stowarzyszenie producentów domowych i przemysłowych AGD



„Projekt Come On Labels” przyniósł wiele ciekawych spostrzeżeń i uutorował drogę do lepszego nadzoru nad wdrażaniem unijnej etykiety energetycznej.

Konferencja zamykająca projekt zgromadziła znamienitą publiczność i prelegentów i była doskonałą okazją do wymiany informacji między zainteresowanymi stronami na temat przyszłości etykiet. Come On Labels doskonale zgrał się w czasie z potrzebą refleksji nad planowanymi w najbliższych latach zmianami dyrektywy w sprawie etykietowania efektywności energetycznej.”

Edouard Toulouse 

Senior Policy Officer

ECOS – Europejska Obywatelska. Organizacja Normalizacyjna ds. Środowiska

„Czeski Państwowy Inspektorat ds. Energii, jako organu nadzoru rynku w zakresie etykietowania energetycznego w Czechach, współpracuje z organizatorami projektu Come On Labels w dziedzinie wymiany doświadczeń związanych z nadzorowaniem prawidłowego eksponowania etykiet energetycznych w sklepach i innych punktach sprzedaży. Inspektorat uzyskał również w ramach projektu informacje na temat metodyki testowania produktów w celu ich kontroli pod kątem zużycia energii. Jednym z istotnych obszarów współpracy było wykorzystanie w pracy inspektorów poradnika dotyczącego eksponowania etykiet (poradnik szkoleniowy dla sprzedawców detalicznych). Jednym z efektów tej współpracy jest publikacja zbiorczych wyników inspekcji sklepów, przeprowadzonych w roku 2012. Projekt Come On Labels dał nam również możliwość zdobycia informacji o podobnych działaniach podejmowanych w innych krajach UE.”

Antonín Český 

Czeski Państwowy Inspektorat ds. Energii

Urząd Nadzoru Rynku

„Podsumowując działania zrealizowane w ramach projektu Come On Labels można stwierdzić, że przeprowadzone działania edukacyjne były przydatne i pomocne dla konsumentów w zakresie poprawy stopnia zrozumienia etykiet efektywności energetycznej. Szczególnie przydatne okazało się informowanie opinii publicznej i innych zainteresowanych stron z branży o poszczególnych elementach systemu etykietowania, w tym o dokumentacji technicznej. Podejmowano też szereg działań mających na celu wyjaśnienie różnic między starymi i nowymi etykietami energetycznymi w świetle odpowiednich przepisów, a także zmian wynikających z transpozycji unijnej dyrektywy 2010/30/UE i innych rozporządzeń delegowanych w odniesieniu do poszczególnych grup produktów. Wreszcie, realizacja tego projektu przyczyniła się do poprawy i wsparcia dla krajowych działań związanych z informacjami dla użytkowników końcowych, w celu zwiększenia ich wiedzy na temat energooszczędnych urządzeń na rynku. ”

Igor Ragzrin 

Departament odnawialnych źródeł energii, efektywności energetycznej i nowych technologii

Wydział ds. Energii

Ministerstwo Gospodarki, Chorwacja

„W początkowej fazie naszego projektu materiały opracowane przez Come On Labels, dotyczące sytuacji prawnej, okazały się bardzo pomocne. Umożliwiły mi szybką analizę stosunkowo złożonego zagadnienia. Ponadto dokument opracowany w ramach projektu Come On Labels, dotyczący prawidłowego etykietowania urządzeń w sklepach oraz wyników inspekcji prowadzonych w sklepach był bardzo przydatny w przygotowaniu naszych własnych inspekcji sklepów. Szczególnie podobało mi się, że osoby pracujące w ramach Come On Labels podczas rozmów były gotowe dzielić się swoimi doświadczeniami z inspekcji w sklepach. Bardzo dobrą rzeczą była też możliwość wspólnego przygotowania ulotek dla konsumentów. Podobał mi się pomysł opracowania oddzielnych ulotek dla różnych rodzajów urządzeń, a tym samym dotarcie z informacją do różnych grup odbiorców. Wsparcie ze strony programu Come On Labels, zarówno pod względem budżetu jak i wiedzy, umożliwiło zwiększenie zasięgu naszych działań w stopniu, który bez tego wsparcia byłby niemożliwy”

Elke Dünhoff 

Koordynator projektu dot. etykietowania energetycznego
Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz
(ośrodek wsparcia konsumentów landu Nadrenia-Palatynat), Niemcy
(organizacja typu non profit na rzecz ochrony praw konsumentów)

„Hiszpańska Federacja sprzedawców AGD” (FECE) aktywnie uczestniczyła w pracach projektu Come On Labels od jego rozpoczęcia. Poczynając od roku 2011 w Madrycie i Saragossie odbył się szereg spotkań w celu właściwego zorganizowania inspekcji sklepów. Przygotowano poradnik szkoleniowy dla sprzedawców detalicznych „El etiquetado energetico y los comercios” oraz prowadzono upowszechnianie wyników inspekcji za pośrednictwem strony internetowej Federacji oraz innych środków. Współpraca z Federacją przebiegała bardzo pozytywnie – dotyczyła dostarczania aktualnych informacji na temat etykiet efektywności energetycznej, wymiany doświadczeń, w tym raportów z inspekcji w sklepach oraz kontroli obecności etykiet, a także stwierdzonych problemów i możliwych sposobów ich rozwiązania. Podsumowując nasza federacja jest bardzo zadowolona z rezultatów projektu Come On Labels i pozytywnie ocenia jego działalność w zakresie wspierania systemu etykietowania energetycznego.”

Cesar Domínguez 

Sekretarz Generalny
Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos,
Federacja Sprzedawców AGD, Hiszpania

„Zdecydowanie stoimy na stanowisku, że etykiety energetyczne są narzędziem, które może pomóc uzyskać oszczędności energii. Zapewniają one konsumentom rzetelną informację przy zakupie urządzenia. Przyczyniają się do rozwoju innowacyjnych produktów i większej konkurencji. To z kolei przyczynia się do realizacji celów UE w zakresie oszczędności energii. Naszym zdaniem nowa etykieta energetyczna dostarcza wiele informacji, które stosowane prawidłowo dają korzyść producentom i sprzedawcom AGD oraz konsumentom.”

Joseph Sinigalias 

Prezes
SVEIS, Stowarzyszenie producentów i importerów urządzeń elektrycznych, Grecja

„Właściwa obecność etykiet energetycznych w sklepach oraz wspieranie systemu etykiet prowadzone w ramach działań nadzoru rynku ma kluczowe znaczenie dla dalszych postępów w promowaniu energooszczędnych produktów na rynku. Doceniamy wysiłki projektu Come On Labels mające na celu zwiększenie obecności etykiet w sklepach, edukację konsumentów w dziedzinie nowych etykiet energetycznych, wspieranie przejrzystych warunków na rynku dla poszczególnych producentów i dostawców.”

José Valverde 

Dyrektor wykonawczy

AGEFE, Stowarzyszenie przemysłu elektrycznego, AGD, fotograficznego i elektronicznego,
Portugalia

„Pražská energetika, a.s. (Praski zakład energetyczny), trzeci co do wielkości dostawca energii elektrycznej w Republice Czeskiej, prowadził współpracę z organizatorami projektu Come On Labels już od początku 2011 roku, od wejścia w życie nowego prawodawstwa europejskiego w sprawie etykiet efektywności energetycznej. Byliśmy jednym z pierwszych podmiotów, który opracował i przedstawił kompletne informacje na temat nowych etykiet energetycznych dla naszych klientów oraz zaoferował im doradztwo w wyborze energooszczędnych produktów w ramach działań naszego ośrodka doradztwa energetycznego.”



Josef Raffay

Dyrektor Departamentu Analiz i Doradztwa Rynkowego

Pražská energetika, as, Republika Czeska

Praski Zakład Energetyczny

„Firma DATART, a.s., członek Grupy Darty, prowadzącej 31 sklepów branży elektroniki konsumenckiej w całych Czechach, współpracowała z projektem Come On Labels przy tworzeniu materiałów informacyjnych dla konsumentów. Przekazywała im informacje o etykietowaniu energetycznym, które rozsyłano do poszczególnych sklepów w ramach sieci tej firmy. Wykorzystywała też poradnik szkoleniowy, informujący sklepy detaliczne i sprzedawców o prawidłowym eksponowaniu etykiet energetycznych w punktach sprzedaży. Uważamy, że podobne projekty są bardzo użyteczne w zakresie zwiększenia świadomości konsumentów na temat energochłonności produktów i możliwości zakupu bardziej efektywnych modeli.”

Jana Choroušová 

Menedżer ds. marketingu

BTL Communication

DATART INTERNATIONAL, a.s., Czechy



Come on Labels project members – contacts

	Czech Republic – project coordinator	SEVEn , The Energy Efficiency Center www.svn.cz	
	Austria	Austrian Energy Agency www.energyagency.at	
	Belgium	Brussels Energy Agency www.curbain.be	
	Croatia	ELMA Kurtalj d.o.o www.elma.hr	
	Germany	Öko-Institut e.V. , Institute for Applied Ecology www.oeko.de	
	Greece	Center for Renewable Energy Sources and Saving www.cres.gr	
	Italy	ENEA – Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile www.enea.it	
	Latvia	Ekodoma, Ltd www.ekodoma.lv	
	Malta	Projects in Motion www.pim.com.mt	
	Poland	KAPE , Polish National Energy Conservation Agency www.kape.gov.pl	
	Portugal	QUERCUS – Associação Nacional de Conservação da Natureza www.ecocasa.pt	
	Spain	ESCAN, s.l. www.escansa.com	
	United Kingdom	Severn Wye Energy Agency www.swea.co.uk	



This document was prepared within the Come On Labels project, supported by the Intelligent Energy Europe programme. The main aim of the project, active in 13 European countries, is to support appliance energy labelling in the field of appliance tests, proper presence of labels in shops, and consumer education.

The sole responsibility for the content of this document lies with the authors. It does not necessarily reflect the opinion of the European Union. Neither the EACI nor the European Commission is responsible for any use that may be made of the information contained therein.

More information about the project activities and all of its results are published on:

www.come-on-labels.eu