



Come On Labels

Kopēja politika sadzīves tehnikas jomā – Viens par visiem, visi par vienu – Energomarķējums

Līgums Nr. IEE/09/628/SI2.558219

Atbilstoša iekārtu marķēšana veikalos

(4. darba pakete - 4.8. darba uzdevums)

2011. gada jūnijs

Autors: Margarita Puente, ESCAN S.A.
ar Come On Labels partneru atbalstu

Projektu līdzfinansē programma Intelligent Energy Europe. Autors ir pilnībā atbildīgs par dokumenta saturu. Paustais viedoklis var neatspoguļot Eiropas Komisijas vai EACI viedokli. Eiropas Komisija nav atbildīga par šīs informācijas jebkuru izmantošanu.

Saturs

Atbilstoša iekārtu marķēšana veikalos	3
1. Kopsavilkums	3
2. Priekšnosacījumi	3
3. Juridiskais ietvars, ieviešana un pārbaudes	4
4. Veikalu tipi	7
5. Iekārtu tipi	8
6. Vizītes uz veikaliem	8
Atsauces	17



Šis dokuments ir sagatavots programmas „Saprātīga enerģija – Eiropai” atbalstītā projekta Come On Labels ietvaros. Šī projekta, kurā ir iesaistīti 13 Eiropas valstis, mērķis ir atbalstīt iekārtu energoefektivitātes marķēšanu iekārtu testēšanas jomā, pienācīgu marķējuma klātbūtni veikalos un patērētāju izglītošanu.

Atbilstoša iekārtu marķēšana veikalos

1. Kopsavilkums

Šajā dokumentā atrodamas vadlīnijas tirgus uzraudzības iestādēm, kurās tiek ietverti priekšlikumi par to, kādā veidā īstenojami veikalu apmeklējumi, lai to rezultātā būtu iespējams noteikt vai tirgotājs ir pareizi lietojis iekārtu energomarķējumus.

Dokumenta mērķis ir veicināt un iedvesmot nacionālās vai vietējas tirgus uzraudzības iestādes veikt dažāda līmeņa veikala apmeklējumus, lai uzlabotu marķējumu pareizu izvietojumu uz iekārtām. Šīs pārbaudes nepieciešams veikt regulāri, lai garantētu pastāvīgu un pareizu produktu marķēšanu veikalos.

Dokumenta piecas sadaļas apraksta galvenās atbilstošas iekārtu marķēšanas jautājumus:

- ✓ Sadaļā “Priekšnosacījumi” tiek aprakstīta esošā situācija un iemesli marķējumu pārbaudes nepieciešamībai veikalos.
- ✓ Sadaļā “Verifikācija” ir aprakstītas procedūras un aktivitātes, kas ir jāīsteno saskaņā ar atbilstošajiem normatīvajiem tiesību aktiem.
- ✓ Sadaļa “Veikalu tipi” ietver īsu dažādu kategoriju sadzīves elektroiekārtu veikalu, aprakstus.
- ✓ “Sadzīves iekārtu tipi”: visu iekārtu tipu saraksts, kas ir ietverti marķējums shēmā.
- ✓ “Vizītes uz veikaliem un pārbaudes”: ietver konkrētus priekšlikumus par nepieciešamajām aktivitātēm.



Šī dokumenta izplatīšanas sagaidāmie rezultāti un ietekme:

- ✓ Būtisku jautājumu apskats, kas jāņem vērā, lai panāktu veiksmīgu pārbažu īstenošanu veikalos.
- ✓ Motivēt nacionālās tirgus uzraudzības iestādes izstrādāt veikalu pārbažu plānu ar mērķi palielināt pareizu iekārtu marķējuma izvietojumu veikalos, lai pircēji objektīvi spētu izvēlēties savām vajadzībām vispiemērotāko iekārtu.
- ✓ Informācijas par atbilstošu preču marķējumu nodrošināšanu tirdzniecības vietās nacionālajiem likumdevējiem, ražotājiem/importētājiem, tirgotājiem, patērētāju grupām un preses pārstāvjiem.

2. Priekšnosacījumi

Desmit gadu pieredze kopš ES energomarķējuma shēmas ieviešanas ir pierādījusi, ka vismaz noteiktai sadzīves iekārtu daļai, marķējums ir kļuvis par nozīmīgu līdzekli, kas ietekmē patērētāju lēmumu izvēlēties energoefektīvākos iekārtu modeļus. To iespējams secināt pēc A-klases (vai A+ un A++ ledusskapju un saldētavu gadījumos) iekārtu īpatsvara kopējā pārdoto preču apjomā.

Analizējot nacionālos un starptautiskos enerģijas patēriņa datus, jāsecina, ka līdz pat pusei no kopēja mājsaimniecību elektrības patēriņa tiek patērēts galveno sadzīves iekārtu darbināšanai, kurām jābūt marķētām pārdošanas vietās.

Ilgermiņa elektrības patēriņa statistika mājsaimniecībās norāda uz saimniecības elektroiekārtu energoefektivitātes paaugstināšanos Eiropā iegādātām iekārtām. Tajā pašā laikā tajās valstīs, kurās pircēju motivācijai iegādāties efektīvākās iekārtas tika ieviestas atbalsta shēmas, ir reģistrēti vēl lielāki jauniegādātu iekārtu energoefektivitātes līmeņi. Piemēram:

- ✓ Kopš 2006. gada subsīdiu programmas motivē spēņu patērētājus pirkt jaunas, enerģiju taupošas, iekārtas un pareizi atbrīvoties no vecajām iekārtām. Jauniegādāto iekārtu enerģijas patēriņš šobrīd ir par 18% zemāks nekā 2005. gadā.
- ✓ Vidējais iegādāto ledusskapju, saldētavu, veļas mazgājamo mašīnu un veļas žāvētāju elektroenerģijas patēriņš Austrijā tika samazināts par 12%, pateicoties valsts subsīdijām, kas tika īstenotas 2009. un 2010. gadā.
- ✓ Itālijā nacionālas subsīdijas palīdzēja panākt 11% enerģijas ietaupījumus uz jaunu iekārtu rēķina laika periodā no 2005. līdz 2010. gadam.

Pareiza marķējumu izvietošana iekārtu pārdošanas vietās vai konkrēta informācija katalogos un interneta vietnēs ir vitāli svarīga, lai dotu pircējiem iespēju veikt uz zināšanām balstītu un pamatotu jaunu iekārtu izvēli.

Pieredze rāda, ka marķējumi uz iekārtām ir atrodami salīdzinoši lielā skaitā Eiropas dalībvalstu veikalos, tomēr joprojām eksistē nozīmīga problēma attiecībā uz dažiem konkrētiem produktiem vai izplatīšanas kanāliem.

Projekta¹ Come On Labels partneri ir sagatavojuši šo dokumentu, lai apkopotu normatīvo aktu prasības pret marķējuma izvietošanu veikalos un lai motivētu nacionālās institūcijas izstrādāt stingras tirgus uzraudzības programmas augsta marķējumu izvietošanas līmeņa nodrošināšanai visās iekārtu izplatīšanas vietās uz visām iekārtām.



Piezīme: The Come On Labels grupas partneri 2012. gadā katrs savā valstī veiks veikalu apmeklējumus, kopā vismaz 500 veikalos, un pārbaudīs vai elektroiekārtas, atkarībā no veikala tipa un iekārtas veida, tiek nodrošinātas ar attiecīgo marķējumu, kā arī tiks noteikts vai attiecīgajām iekārtām tiek lietots vecais vai jaunais marķējums. Sekojiet līdzi projekta īstenošanas gaitai projekta mājas lapā www.come-on-labels.eu.

3. Juridiskais ietvars, ieviešana un pārbaudes

Galvenie energomarķējumu ieviešanas elementi dalībvalstīs ir noteikti ES energomarķējuma direktīvā un uz konkrētiem produktiem attiecināmas direktīvās vai regulās. Uz tirgus uzraudzības jautājumiem attiecas regula 765/2008/EK, kas nosaka akreditācijas un tirgus uzraudzības prasības

¹ Come On Labels ir IEE projekts, kurā iesaistīti 13 partneri no dažādām Eiropas valstīm. Tā mērķis ir veicināt Eiropas enerģijas marķējuma ieviešanu projekta dalībvalstīs. Īpašs uzsvars tiek likts uz jauno normatīvo aktu pielāgošanu, kurā tiek izvirzīti nosacījumi enerģijas marķējuma uzlabošanai.

attiecībā uz produktu tirdzniecību. Eiropas likums² nosaka, ka piegādātājam, kas piedāvā tirgū enerģiju patērējošus produktus, ir pienākums nodrošināt produktu ar marķējumu, kurā saskaņā ar saistošo dokumentāciju nepieciešams uzrādīt energoefektivitātes klasi un citu ar produktu saistīto informāciju³.

Tirgotāji, savukārt, ir atbildīgi par to, ka produktu marķējumi ir izvietoti pareizi, likumam atbilstoši un skaidri saredzami, bet papildus informācija ir pieejama produkta brošūrā vai citā pircējam pieejamā papildus literatūrā.

“Piegādātāji, kas laiž tirgū vai nodod ekspluatācijā ražojumus, uz kuriem attiecas deleģētais akts, nodrošina etiķetes un speciālo zīmi saskaņā ar šo direktīvu un deleģēto aktu” (Eiropas direktīvas 2010/30/ES 5. pants).

“Tirgotāji izvieta etiķetes pareizi, skaidri redzamā un salasāmā veidā un nodrošina, ka produktu brošūrā vai citos informatīvos dokumentos, kas ir kopā ar produktiem, kad tos pārdod tiešajiem lietotājiem, ir speciālās zīmes”. (6. pants)

Turklāt, gadījumos, kad pircējs nevar redzēt pieejamo iekārtu, kā piemēram, katalogos vai interneta veikalos, tirgotājam jānodrošina pircējs ar visu informāciju, kura parasti ir pieejama marķējumos.

Saskaņā ar Eiropas normatīvo aktu ietvaru Eiropas dalīvalstu pienākums ir nodrošināt atbilstošu produktu marķējumu īstenojot tirgus uzraudzību (pārbaūžu veikšana). Veikalu apmeklējumi ir viens no iespējamiem pasākumiem, kas ir īstenojams tirgotāju atbilstības nodrošināšanai.



Eiropas valstis, dažādu sociālo, politisko un ekonomisko apsvērumu dēļ, vērojamas lielas atšķirības energomarķējuma ieviešanas un apstiprināšanas procesā. Elektroiekārtu nodrošinājums ar energomarķējumiem atšķiras arī starp dažādiem veikalu tipiem.

Energomarķējuma ieviešanas svarīgie soļi ir uzskaitīti ES energomarķējuma ietvardirektīvā, uz konkrētu produktu attiecināmajās direktīvās un regulās un „Tirgus uzraudzības” regulā 765/2008/EC⁴

Kopsavilkums par juridisko ietvaru:

- ✓ Direktīva 2010/30/ES par iekārtu enerģijas un citu resursu patēriņa norādīšanu, kas saistīti ar iekārtas energopatēriņu, izmantojot marķējumus un standarta informāciju par precēm, tika publicēta 2010. gadā un ir jaunās marķēšanas shēmas ietvars.

² Normatīvo tiesības aktu bāze visiem produktiem, kurus nepieciešams marķēt, ir aprakstīta direktīvā 2010/30/ES «Par enerģijas un citu resursu patēriņa norādīšanu ražojumiem, kas saistīti ar energopatēriņu, izmantojot etiķetes un standarta informāciju par precēm».

³ Ietvardirektīvā aprakstīti pasākumi tiek īstenoti deleģētu regulu veidā: Komisijas Deleģētā regula (ES) No 1059/2010 attiecībā uz sadzīves trauku mazgāšanas mašīnu energomarķējums; regula No 1060/2010- mājāsaimniecībā lietojamo aukstumiekārtu energomarķējums; regula No 1061/2010- sadzīves veļas mazgāšanas mašīnu energomarķējums; regula No 1062/2010 – televizoru energomarķējums.

⁴ Vairāk informācijas par normatīvajiem tiesību aktiem ir pieejams citā projekta Come On Labels dokumentā “ES tiesību akti par sadzīves tehnikas energoefektivitātes marķējumu”, atrodams www.come-on-labels.eu – sadaļā „Likumdošana”.

- ✓ Konkrētu produktu marķējums ir definēts ar jaunākajām deleģētajām regulām vai vecākām saistītajām direktīvām. Direktīvas jau ir pārņemtas nacionālajos normatīvajos aktos; deleģētās regulas ir pielietojamas bez pārņemšanas dalībvalstu normatīvajos aktos.
- ✓ Ražotāju pienākums līdz 2011. gada beigām ir nodrošināt jaunus marķējumus četrām produktu grupām. Tirgotājiem jānodrošina, ka katram enerģiju patērējošam produktam tā pārdošanas vietā ir jābūt pieejamam energomarķējumam, kas ir izvietots produkta priekšējā vai augšējā daļā tā, lai tas būtu skaidri redzams.
- ✓ Šīm iekārtām 2009. tika pārņemtas arī ekodizaina prasības.

Zemāk ir parādīts jaunu marķējumu normatīvo aktu ieviešanas kalendārs:

1. tabula: Jaunu marķējumu ieviešanas veikalos grafiks

Datums	Normatīvais akts
Līdz 20/12/2010	Brīvprātīga jaunu marķējumu izmantošana veikalos
Līdz 30/11/2011	Obligāta jauna marķējuma ieviešana ledusskapjiem un televizoriem no piegādātāju puses
Līdz 20/12/2011	Obligāta jauna marķējuma ieviešana veļas mazgājamām mašīnām un trauku mazgājamām mašīnām no piegādātāju puses
Līdz 30/03/2012	Obligāta jaunu pienākumu pildīšana attiecībā uz marķējuma izmantošanu ledusskapju un televizoru reklāmās un tālākpārdošanu.
Līdz 20/04/2012	Obligāta jaunu pienākumu pildīšana attiecībā uz marķējuma izmantošanu veļas mazgājamo mašīnu un trauku mazgājamo mašīnu reklāmās un tālākpārdošanu.

Marķējumi un to pareizas izvietojuma veikalos nodrošināšana:

Dalībvalstis:

- ✓ Nodrošina, ka piegādātāji un tirgotāji pilda savus attiecīgos pienākumus.
- ✓ Nosaka institūcijas, kuras veic tirgus uzraudzību (plāno un īsteno produktu pārbaudes, veic tirgotāju atbilstības pārbaudes) un piešķir tām attiecīgās zināšanas un resursus.
- ✓ Izveido tirgus uzraudzības programmas.
- ✓ Izstrādā noteikumus sankciju piemērošanai, direktīvas prasību neievērošanas gadījumā.
- ✓ Nodrošina arēju kontroli.
- ✓ Atskaitās Komisijai reizi četros gados par ieviešanas aktivitātēm un kopējo situāciju valstī.

Pārbaudes:

- ✓ Pārbaude palīdz atbildēt uz jautājumu, vai piegādātāja un tirgotāja rīcība atbilst ietvardirektīvas, ieviešanas direktīvas vai deleģētās regulas prasībām.

- ✓ Eiropas normatīvie akti apraksta galvenos produktu atbilstības pārbaūžu veikšanas elementus (caur divu soļu iekārtu testēšanu). Nav paredzētas kopējas procedūras piegādātāju atbilstības pārbaūdei (piem., vizītes uz veikaliem). Tādu procedūru izstrāde ir atstāta katras dalībvalsts ziņā pēc funkciju decentralizācijas principa, taču saskaņā ar regulu 768/2008/EK tirgus uzraudzība ir obligāts pasākums visās dalībvalstīs.

4. Veikalu tipi

Lai ietvertu visus veikalu tipus, tirgus uzraudzības iestādēm vai citām aģentūrām, kas ir nozīmētas kontroles izpildes funkciju izpildei, ir nepieciešams apkopot visus iekārtu izplatīšanas kanālus pēc kategorijām.

Pirmkārt, iestādei jāapzinās, kāda ir šo izplatīšanas kanālu tirgus daļa un jānoskaidro ne tikai kopīgu pārdošanas vietu skaitu, bet arī to, cik individuālās tirdzniecības vietas katrā kategorijā tiks apmeklētas pārbaudes pasākuma laikā.



Lēmums par izvēlētas daļas lielumu katrā veikalu tipā var būt pieņemts pamatojoties uz (i) statistiskas analīzes, (ii) iepriekšējās pieredzes vai (iii) individuālām sūdzībām no patērētājiem. Eiropā galvenās veikalu veidi ir:

T₁. Elektronikas lielveikali Lielu specializētie veikali, kas piedāvā lielu elektronisku iekārtu izvēli ar lielu produktu daudzveidību. Šajos veikalos bieži ir ierīkotas atsevišķas nodaļas dažādām produktu grupām.

T₂ Specializētie elektrotehnikas veikali: mazie un lielie uzņēmumi, kas parasti piedāvā lielu klāstu bet ar ierobežotu demonstrācijas platību. Ir bieži apvienoti ar garantijas un remonta pakalpojumiem.

T₃. Virtuvju/mēbeļu veikali: piedāvā virtuves mēbeles ieskaitot galvenos sadzīves tehnikas veidus. Augstākais zināšanu līmenis plānošanas un konsultācijas pakalpojumu sniegšanā klientiem. Parasti pārdod pilnus virtuves komplektus kopā ar lielām sadzīves iekārtām, tajā skaitā iebūvētām. Ierobežojumi pēc iebūvētās tehnikas skaita un specifiska iekārtu dizaina.

T₄. Hipermarketi/Cash and Carry. Lielā dalībvalstu daļā šie veikali nav uzskatami par svarīgu lielas sadzīves tehnikas pārdošanas avotu, jo šo veikalu pašapkalpošanas īpašības ir pretrunā ar ierastu pircēju vajadzību par padomiem un palīdzības.

T₅. Iepirkumi pasta katalogos un interneta veikalos. Balstīti uz plašām izvēles iespējām interneta veikalos un drukātos katalogos, kas ieņem arvien nozīmīgāku lomu lielgabarīta sadzīves iekārtu tirgū.. Informācija, kas parasti ir iekļauta marķējumā, ir parādīta teksta veidā.

5. Iekārtu tipi

Eiropas energomarķējuma direktīva 2010/30/EK un regulas⁵ nosaka, ka energomarķējums ir obligāts tiem produktiem, kas patērē enerģiju un tiek piedāvāti iegādei, īrei, pēc īres iegādei vai ir izvietoti gala patērētāja izvērtēšanai tiešā vai netiešā veidā, ieskaitot pārdošanu caur internetu. Informācijai par produkta energoefektivitātes klasi jābūt iekļautai visās produkta reklāmās vai popularizēšanas materiālos.

Iekārtas ar jaunu energomarķējumu, kas ietver papildus klases A⁺, A⁺⁺ un A⁺⁺⁺:

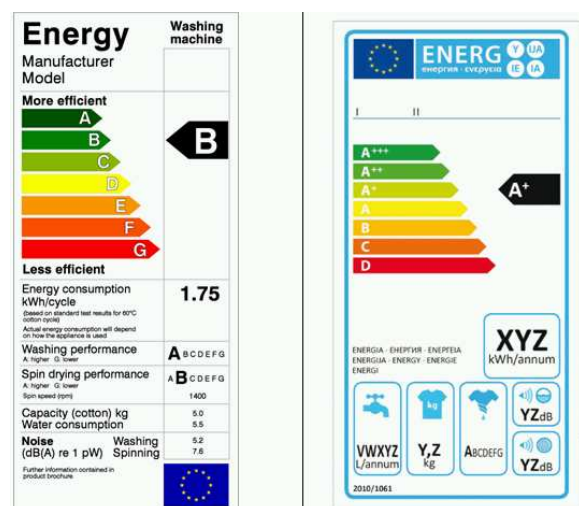
- ✓ **Veļas mazgājamās mašīnas,**
- ✓ **Trauku mazgājamās mašīnas,**
- ✓ **Ledusskapji, saldētavas un kombinētas iekārtas,**
- ✓ **Televizori.**

Uzlabotais marķējums tiek izvietots brīvprātīgi sākot ar 2010. gada decembri un obligāti jauniem produktiem, kas tiek izlaisti tirgū sākot ar 2011. gada beigām. Tas nozīmē, ka kādu laiku veikalos vienlaicīgi varēs ieraudzīt vienu un to paši precī ar jaunā un vecā parauga marķējumu. Faktiski visi produkti, kas tiks izlaisti tirgū līdz tam brīdim, kad jaunais marķējums kļūs par obligātu, varēs tikt pārdoti ar vecu marķējumu.

„Vecā” un „jaunā” marķējuma piemēri veļas mazgājamajai mašīnai:

Citas iekārtas, kas ir marķētas saskaņā ar „vecu” ieviešanas marķējuma direktīvu 92/75/EK, tika pārdotas ar nedaudz atšķirīgu „vecu” marķējumu. Šīs iekārtas ir:

- ✓ **Veļas žāvētāji;**
- ✓ **Veļas mazgājamās mašīnas, kombinētas ar veļas žāvētājiem;**
- ✓ **Elektriskās krāsnis;**
- ✓ **Gaisa kondicionētāji;**
- ✓ **Saimniecības spuldzes.**



6. Vizītes uz veikaliem

Iestādēm, kas ir atbildīgas par veikalu pārbaudēm attiecībā uz atbilstošu marķējumu izmantošanu, ir jāveic pārbaudes, lai apstiprinātu atbilstību normatīvo aktu nosacījumiem.

⁵ Sk. 2. piezīmi

Tirgotājiem jānodrošina, ka katrai iekārtai, kas ir izstādīta apskatei vai pārdošanai veikalā, ir jābūt pareizi marķētai atbilstoši attiecīgā energomarķējuma shēmai. Tas nozīmē, ka visām jaunām iekārtām jābūt skaidri redzāmam un pareizi izvietotam energomarķējumam.
„Vecais” energomarķējums sastāv no krāsainas etiķetes, kas atbilst iekārtas tipam, un sleju ar specifisku informāciju par konkrētu preces modeli. ”Jaunais” marķējums ir drukāts vienā gabalā.

Pareiza marķējuma izvietošana veikalos jāpārbauda pēc vienas un tās pašas procedūras visos veikalos vienādi, lai panāktu iespēju salīdzināt iegūtos rezultātus.

Turpmākajās sadaļās ir piedāvāti praktiski soļi, kas ir domāti veikalu inspektoriem pārbaudēm interneta veikalos un pasta katalogos.

6. 1. Pārbaudes veikalos

Procedūra pārbaūžu veikšanai veikalos sastāv no trīs soļiem: sagatavošana, pārbaude un tālākās aktivitātes.

Veikali: pārbaudes procedūra

Sagatavošana

Iekārtu izvēle, veikalu izvēle, pārbaudes lapas (check-list) izstrāde.

Pārbaude

- Vizītes uz veikaliem un marķējumu izvietojuma statusa pierakstīšana.
- Informēt veikalu par nākamajiem soļiem.

Sekojošās aktivitātes

- Rezultātu vērtēšana un apstrāde (sankciju uzlikšanas gadījumā).
- Veikala administrācijas informēšana par veikala apgaitas rezultātiem.
- Rezultātu saglabāšana nākamo veikalu vai iekārtu izvēlei
- Ziņojuma nosūtīšana par iegūtajiem rezultātiem.

i) Sagatavošana

Tā kā nav iespējams pārbaudīt visus tirgū esošos veikalus un produktus, pirms veikala apmeklējuma nepieciešams sagatavot darba plānu, kas apraksta vizīšu skaitu gadā, iesaistīto veikalu sadalījumu pa tiem, reģioniem, u.t.t., kā arī iekārtas, kas tiks pārbaudītas uz atbilstību nomatīvo aktu prasībām, ņemot vērā pieejamus resursus un darba spēku.

Iekārtu izvēle: ideālajā gadījumā pārbaudes pasākumā jāiekļauj visas iekārtas, kurus aptver ieviešanas direktīvas un regulas. Tomēr, dažos gadījumos iekārtu izvēle ir nepieciešama resursu trūkuma dēļ. Sekojošie prioritātes kritēriji var būt piemēroti iekārtu izvēlei:

- ✓ Produkti, kas ir iekļauti neseno ievestajos normatīvajos aktos vai kuriem ir novērotas problēmas iepriekšējos tirgus uzraudzības pasākumos;
- ✓ Produkti ar augstu pieprasījuma līmeni tirgū
- ✓ Produkti, kas pieder ļoti zemai vai īpaši augstai energoefektivitātes klasei
- ✓ Produkti ar ļoti zemu vai ļoti augstu pārdošanas cenu
- ✓ Ražošanas vieta: importētas preces vai vietēji saražotie produkti un zīmoli
- ✓ Produktu pārbaude uz rotācijas pamata: konkrēts produktu skaits no noteiktām produktu grupām tiek pārbaudīts katras vizītes laikā.
- ✓ Produktu grupas un paraugu skaita gadījuma atlase.

Izvēles kritēriji var noteikt veikalu tipa izvēli, jo ne visi veikali var piedāvāt pārbaudei izvēlēto produktu klāstu.

Veikalu izvēle: var būt veikta, piemērojot dažādus kritērijus:

- ✓ Gadījuma atlase
- ✓ Atlase pēc reģioniem
- ✓ Veikala izmērs: lielie pret mazajiem veikaliem
- ✓ Veikala tips: atbilstoši aprakstītām sadaļā 4.
- ✓ Veikali, kas jau tika pārbaudīti iepriekš vai, otrādi, veikali, kas nekad nav tikuši iekļauti pārbaudes pasākumos;
- ✓ Veikali, kuros tika konstatētas neatbilstības marķējuma prasībām iepriekšējā pārbaudē laikā.

Pārbaudes lapa: pārbaudes lapā ir uzskaitīti tie jautājumi, kas tiek pārbaudīti apmeklējuma laikā. Pārbaudes lapas piemērs ir parādīts tabulā zemāk:

2. tabula: Pārbaudes lapa

Informācija par veikalu:	
- Veikala nosaukums	Šī informācija nodrošina, ka veikals var būt identificēts un ar to varēs sazināties vēlāk, gadījumā, ja būs nepieciešamas papildus aktivitātes.
- Adrese	
- Veikala vadītājs vai atbildīgā / kontaktpersona	
- Vizītes datums un laiks	
- Persona, kas veica pārbaudi	
Uz produktiem attiecināma informācija:	
- Pārbaudāmie produkti (sk. direktīvas un EN testa standartus)	Ir svarīgi zināt, kādām iekārtām jābūt marķētām. Dažas ieviešanas direktīvas neparedz dažu iekārtu marķēšanu, piem., mikroviļņu krāsnis nav iekļautas krāsnis direktīvā, kā arī ledusskapji ar tilpumu, lielāku par 1500l, nav paredzēti marķēšanai.
- Iekārtām jābūt izvietotām pārdošanai. Iekārtas, kas ir pieņemtas remontam, lietotas iekārtas un iekārtas, kas nav paredzētas pārdošanai, piem., kas atrodas noliktavā, nav jāmarķē.	
Uz marķējumiem attiecināma informācija:	
- Marķējuma izskats, t.i. pārbaude, vai marķējums satur krāsainas bultas (melnbaltas kopijas nav pieļaujamas iekārtām, izņemot spuldzes).	Marķējums ir precīzi aprakstīts attiecīgajā ieviešanas direktīvā vai regulā.
- Vai marķējums apraksta īstu iekārtas veidu, vai, piem., trauku mazgājamas mašīnas marķējums ir izvietots uz veļas mazgājamas mašīnas?	Vecais marķējums sastāv no krāsaina pamata un datu lapas. Tirgotājs, kas izvieto tikai datu lapu, neatbilst normatīvo aktu prasībām, jo neparāda pircējam pilnu marķējuma versiju.
- (attiecībā uz veciem marķējumiem): Vai marķējums satur visus nepieciešamos datus, t.i. vai datu lapa ir uzlikta un ir pareiza? Datu lapa iekļauj iekārtas modeļa numuru, kam jāskatās ar modeļa numuru uz plāksnes, kas piestiprināta iekārtai..	Jaunais marķējums sastāv no vienas daļas. Katra iekārta, kas ir iekļauta jaunajā likumā – veļas mazgājama mašīna, trauku mazgājama mašīna, ledusskapis, saldētava vai TV, pārdošanā nāk ar marķējumu.
- Vai marķējums ir izvietots pareizi? Marķējums ir labi redzams un izvietots saskaņā ar attiecīgo ieviešanas direktīvu.	
- Vai uz iekārtas nav citu, potenciāli mulsinošu vai maldinošu, marķējumu?	

Avots: Pārņemts no CEECAP - http://www.ceecap.org/img_assets/File/1_Ceecap_D1a_graphics.pdf

ii) Pārbaudes veikalos

Vizītes uz izvēlētajiem veikaliem jāveic bez iepriekšējā brīdinājuma. Tomēr, lai paaugstinātu efektu no veikalu apmeklējumiem, vispārēja informatīva vēstule var būt izsūtīta nacionālai tirdzniecības un/vai rūpniecības asociācijai, informējot tās dalībniekus par to, ka noteiktā laikā tiks veikti veikalu apmeklējumi ar mērķi pārbaudīt energomarķējumu pariezu izvietošānu.

Šī vēstule var saturēt arī informāciju par to, ka sekojošie vai līdzīgie attaisnojumi no tirgotāju puses par marķējuma pienācīgu neizvietošānu uz viena vai vairākiem produktiem netiks pieņemti:

- ✓ Tirgotājs nav saņēmis marķējumus no piegādātāja (tas ir diezgan neiespējami, jo datu lapa vai jaunais marķējums tiek ievietots produkta iepakojumā ražošanas vietā).
- ✓ Tirgotājs nav izvietojis marķējumu uz iekārtas priekšējas vai augšējās daļas, jo tas bojā iekārtas izskatu.

Gadījumā, ja tas var tikt uzskatīts par nozīmīgu faktoru, vēstulē var iekļaut brīdinājumu par to, ka citu marķējumu vai zīmju izvietošana blakus ES energomarķējumam nav atļauta, ja tas var maldināt vai mulsināt pircēju.

Atbilstoša iekārtas marķējuma izvietošana tiek atzīmēta atsevišķā tabulā (3. tabula). Veikala administrāciju nepieciešams informēt par nacionālās pārbaudes institūcijas turpmākajiem soļiem, kuri tiks veikti pēc slēdziena sagatavošanas. Nākamie soļi ir atkarīgi no nacionālajos normatīvajos aktos noteiktās apstiprināšanas procedūras.

Šajā dokumentā tiek pieņemts, ka nākamās nacionālās pārbaudes institūcijas aktivitātes tiek veiktas pēc apmeklējumu veikšanas.

3. tabula: Marķējuma izvietošana

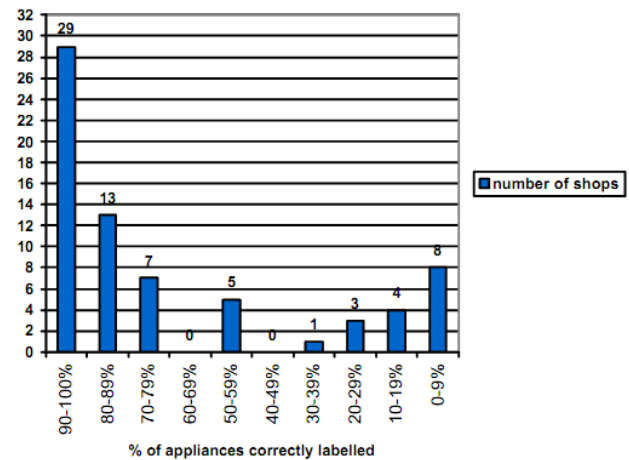
Iekārta	Vieta	Avots (Eiropas direktīvas pants)
Kopējā informācija	Skaidri redzamā vietā, kas noteikta attiecīgajā īstenošanas direktīvā	Direktīva 92/75, pants 4(a) (vecais marķējums) Direktīva 2010/30, pants. 6 (jaunais marķējums)
Ledusskapji, saldētavas un to kombinācijas	Marķējums ir izvietots uz iekārtas ārējās daļas tās priekšējā vai augšējā pusē tā, lai būtu skaidri redzams.	Deleģēta regula 2010/1060/EU, pants 4
Veļas mazgājamās mašīnas		Deleģēta regula 2010/1061/EU, pants 4
Trauku mazgājamās mašīnas		Deleģēta regula 2010/1059/EU, pants 4
Televizori	Iekārtas priekšējā pusē tā, lai būtu skaidri redzams.	Deleģēta regula 2010/1062/EU, pants. 4
Veļas žāvētāji	Marķējums ir izvietots uz iekārtas ārējās daļas tās priekšējā vai augšējā pusē tā, lai būtu skaidri redzams.	Direktīva 95/13, pants 2(2)
Kombinētā veļas mazgāšanas-žāvēšanas iekārta		Direktīva 96/60, pants 2(2)
Gaisa kondicionētāji		Direktīva 2002/31, pants 3(2)
Krāsns	Uz iekārtas durtiņas (ārējās daļas) tā, lai būtu skaidri redzams un nebūtu apslēpts. Krāsnīm ar vairākiem nodalījumiem marķējumam jābūt uz katra nodalījuma, izņemot nodaļas, kas nav iekļautas harmonizētajos standartos, kas attiecas uz 2. pantu.	Direktīva 2002/40, pants 3(2)
Spuldzes	Marķējumam jābūt novietotam, uzdrukātam uz katras spuldzes iepakojuma vai piestiprinātam tam. Marķējums nevar būt apslēpts un tā redzamība nevar būt samazināta.	Direktīva 98/11, pants 2 (2)

Avots: pārņemts no CEECAP - http://www.ceecap.org/img_assets/File/1_Ceecap_D1a_graphics.pdf

Piemērs: pārbaudes veikalos Dānijā

Energy Labelling Denmark veic normatīvo aktu atbilstības pārbaudes Dānijas enerģētikas aģentūras uzdevumā. Izvēlētos veikalus apmeklē kontrolieris, kas pārbauda, vai katra veikalā izvietota iekārta ir pareizi marķēta. Kontrolieri iziet apmācību, kas nepieciešama paredzēto funkciju pildīšanai.

Marķējuma līmenis veikalā tiek uzskatīts par apmierinošu, ja vismaz 90% no piedāvātajām iekārtām ir marķētas pareizi. Veikali, kuros mazāk par 90% no visām iekārtām ir marķētas, atbilstoši likumam saņem rekomendāciju par marķējuma novietošanu līdz noteiktam datumam. 2. attēlā ir atspoguļoti 2009. gada pārbaūžu rezultāti, kur procentos ir parādīts, cik iekārtas veikalos bija marķētas pareizi.



Att. 2: 2009. gada veikalu pārbaūžu rezultāti Dānijā.

Avots: “Shop inspections 2009” Energy Labelling Denmark.

Pārbaūžu izmaksas

Pārbaudes veikalos ir relatīvi lētāks pareiza marķējuma apstiprinājuma veids salīdzinājumā ar iekārtu testēšanu. Lielākās izmaksas attiecas uz personālu, kas veic veikalu apmeklēšanu. Pagaidu darbinieki var būt piesaistīti darbam, lai samazinātu šīs izmaksas. Tomēr, sakarā ar to, ka šiem darbiniekiem jābūt tiesībām ieiet veikalos, drošības nolūkos ir svarīgi apkopot visu nepieciešamo informāciju par darbiniekiem. Pastāv arī šaubas par to, cik lietderīgi ir izmantot neapmācītu pagaidu personālu.

Efektīvai rezultātu apstrādei ir nepieciešama elektroniska datu vadības sistēma.

iii) Sekojošās aktivitātes

Apmeklējumu rezultāti tiek apkopoti un novērtēti. Vērtēšanas rezultātā tiek pieņemts lēmums par to, vai ir nepieciešams uzlikt sankcijas, lai panāktu normatīvo tiesību aktu prasību pareizu ieviešanu, vai nav. Sankciju būtība ir atkarīga no nacionālajiem normatīvajiem tiesību aktiem, bet tiem jāpanāk, lai piegādātāji un tirgotāji pildītu savus pienākumus.

Nākamo pārbaūžu efektivitāte sagaidāma lielāka, ja par iepriekšējo pārbaūžu rezultātiem tiek paziņots veikalu darbiniekiem/vadītājiem. Ja veikals ir tirdzniecības tīkla daļa, par rezultātiem jāpaziņo pašam veikalam un galvenajām birojam.

Tie veikali, kuru rezultāti atbilst normatīvo aktu prasībām, būs ļoti apmierināti ar oficiālu rezultātu paziņošanu.

Veikali, kuru izpildījums daļēji vai pilnībā neatbilst normatīvajos aktos noteiktajām normām, zinās, ka nepieciešams veikt uzlabojumus. Vēstules šiem veikaliem var saturēt piezīmi par to, ka atkārtotas vizītes tiks veiktas tuvākajā laikā.

6.2. Pārbaudes interneta veikalos un pasta katalogos

Ir ļoti svarīgi, ka pircējiem, kas nevar redzēt produktu (un marķējumu) klātienē, ir nodrošināta svarīga informācija par produktu pirms tā iegādes.

Pārbaudes interneta veikalos un pasta katalogos tiek veiktas tādā pašā veidā, kā pārbaudes veikalos. Informācija, kura jāpārbauda, ir iekļauta attiecīgā produkta ieviešanas dokumentācijā.

Zemāk tabulā ir parādīta informācija, kurai jābūt atrodamai ieviešanas regulās. „Pirms iegādes” nozīmē, ka informācijai jābūt nodrošinātai pasta katalogā (ne tikai iepakojumā, kurā prece ir atsūtīta pircējam), bet, ja prece tiek pārdota interneta veikalā, informācijai jābūt novietotai kopā ar visu pārējo informāciju par iekārtu.

4. tabula: Informācija, kurai jābūt nodrošinātai interneta veikalos un pasta katalogos

Iekārta	Juridiskais pamats	Informācija un tas izvietošanas kārtība
Trauku mazgājamās mašīnas	Deleģētā regula 2010/1059/EU, pants 4 (b) un pielikums IV	<ul style="list-style-type: none"> (a) Energoefektivitātes klase (b) Nomināla jauda pie standarta uzstājumiem un standarta mazgāšanas cikla (c) Enerģijas patēriņš gadā (AE C) kWh (d) Ūdens patēriņš (AW C) gadā litros (e) Žāvēšanas efektivitātes klase (f) Akustiskā trokšņa emisija gaisā, dB(A) (g) Informāciju, ja sadzīves veļas mazgāšanas mašīna ir paredzēta iebūvēšanai.
Ledusskapji	Deleģētā regula 2010/1060/EU, pants 4 (b) un pielikums V	<ul style="list-style-type: none"> (a) Energoefektivitātes klase (b) Enerģijas patēriņš gadā kWh gadā (c) Katra uzglabāšanas nodaļuma tilpumu un piemērotais zvaigžņu skaits (d) ‘Klimata klase’ (e) Akustiskā trokšņa emisija gaisā, dB(A) (f) Informāciju, ja iekārta ir paredzēta iebūvēšanai (g) Vīna uzglabāšanas iekārtām uzrādāmā informācija: ‘Šī iekārta ir paraudzēta tikai vīna uzglabāšanas nolūkiem’
Veļas mazgājamās mašīnas	Deleģētā regula 2010/1061/EU, pants 4 (b) un pielikums IV	<ul style="list-style-type: none"> (a) Novērtētā vilnas ietilpība kilogramos pie standarta 60OC vilnas mazgāšanas programmai pie maksimāli pieļaujamā apjoma vai pie standarta 40OC vilnas mazgāšanas programmas pie maksimāli pieļaujamā apjoma, atkarībā no tā, kur šī ietilpība ir mazāka (b) Energoefektivitātes klase (c) Gada vidējais svērtais elektroenerģijas patēriņš kWh gadā (d) Gada vidējais svērtais ūdens patēriņš litros gadā (e) Centrifugēšanas efektivitātes klase (f) Maksimāli sasniegtais centrifūgas ātrums pie standarta 60°C vilnas mazgāšanas programmai pie maksimāli pieļaujamā apjoma vai pie standarta 40°C vilnas mazgāšanas programmas pie puses no pieļaujamā apjoma, atkarībā no tā, kuram parametram ir augstākā vērtība

		<p>(g) Akustiskā trokšņa emisijas gaisā mazgāšanas un centrifugēšanas laikā, pie standarta 60°C vilnas mazgāšanas programmai pie maksimāli pieļaujamā apjoma, kas izteikts dB(A)</p> <p>(h) Informāciju, ja iekārta ir paredzēta iebūvēšanai.</p>
Televizors	Deleģētā regula 2010/1062/EU, pants 4 (b) un pielikums VI	<p>(a) Energoefektivitātes klase</p> <p>(b) Enerģijas patēriņš ieslēgtā stāvokļa</p> <p>(c) Ikgadējais enerģijas patēriņš</p> <p>(d) Ekrāna diagonāles izmērs</p>
Gaisa kondicionieris	Direktīva 2002/31/EC, pants 3.4 un pielikumi II un III	<p>(a) Piegādātāja preču zīme</p> <p>(b) Piegādātāja modeļa identifikācijas kods</p> <p>(c) Energoefektivitātes klase</p> <p>(d) ES ekomarķējums, ja tāds piešķirts</p> <p>(e) Indikatīvais ikgadējais enerģijas patēriņš</p> <p>(f) Dzesēšanas jauda kW</p> <p>(g) Iekārtas energoefektivitātes koeficients iekārtai darbojoties pilnas noslodzes režīmā</p> <p>(h) Iekārtas tips: tikai dzesēšana, dzesēšana/apkure</p> <p>(i) Dzesēšanas veidi: gaisa dzesēšana, ūdens dzesēšana,</p> <p>(j) Apkures jauda kW (tikai iekārtām ar apkures funkciju)</p> <p>(k) Apkures slodzes energoefektivitātes klase (tikai iekārtām ar apkures funkciju)</p> <p>(l) Trokšņu līmenis standarta darbības režīmā, kur nepieciešams</p>
Cepeškrāsnis	Direktīva 2002/40/EC, pants 3(4) un pielikums III	<p>(a) Piegādātāja preču zīme un modeļa identifikācijas kods</p> <p>(b) energoefektivitātes klase</p> <p>(c) Enerģijas patēriņš</p> <p>(d) Izmantojama ietilpība</p> <p>(e) Izmērs</p> <p>(f) Trokšņu līmenis</p>
Spuldzes	Direktīva 98/11/EC, pants 2(4) un pielikums III	<p>(a) Energoefektivitātes klase</p> <p>(b) Spuldzes emitētā gaismas plūsma noteikta lūmenos</p> <p>(c) Pievadītā jauda</p> <p>(d) Vidējais spuldzes degšanas laiks (ja katalogos attiecīgā informācija netiek norādīta, to var arī izlaist)</p> <p>Piezīme: saistošā direktīva attiecas tikai uz drukāto informācijas materiālu (direktīva tika izdota pirms parādīšanās internetā), kamēr ietvardirektīva tiek attiecināta arī uz ‘‘citiem gadījumiem, kurā tiek ietverts, ka pircējs ne vienmēr var paskatīt piedāvāto iekārtu’’</p>
Mazgātāji-žāvētāji	Direktīva 96/60/EC pants 2(4) un pielikums III	<p>(a) energoefektivitātes klase</p> <p>(b) Enerģijas patēriņš (mazgāšanas, centrifugēšanas un žāvēšanas)</p> <p>(c) Enerģijas patēriņš (mazgāšanas un tikai žāvēšanas)</p> <p>(d) Mazgāšanas veiktspējas klase</p> <p>(e) Ūdens notecināšanas efektivitāte</p> <p>(f) Maksimālais centrifugēšanas ātrums</p> <p>(g) Ietilpība (mazgāšanas)</p>

		<p>(h) Ietilpība (žāvēšanas)</p> <p>(i) Ūdens patēriņš (mazgāšana, centrifugēšana un žāvēšana)</p> <p>(j) Ūdens patēriņš (mazgāšana un tikai žāvēšana)</p> <p>(k) Izvērtēts četru personu mājsaimniecības ikgadējais enerģijas patēriņš, ja vienmēr tiek izmantots žāvētājs</p> <p>(l) Izvērtēts četru personu mājsaimniecības ikgadējais enerģijas patēriņš, ja nekad netiek izmantots žāvētājs</p> <p>(m) Trokšņu līmenis, ja nepieciešams</p> <p>Piezīme: saistošā direktīva attiecas tikai uz drukāto informācijas materiālu (direktīva tika izdota pirms interneta parādīšanās), tīkmēr ietvardirektīva tiek attiecināta arī uz ‘‘citiem gadījumiem, kurā tiek ietverts, ka pircējs ne vienmēr var paskatīt piedāvāto iekārtu’’</p>
Veļas žāvētājiem	Direktīva 95/13/EC, pants 2(4) un pielikums III	<p>(a) Energoefektivitātes klase</p> <p>(b) Enerģijas patēriņš</p> <p>(c) Ietilpība</p> <p>(d) Katra žāvēšanas cikla ūdens patēriņš (ja nepieciešams)</p> <p>(e) Izvērtētais ikgadējais enerģijas patēriņš</p> <p>(f) Trokšņu līmenis</p>

Pastiprinātu uzmanību nepieciešams pievērst, lai visās dalībvalstīs pasta sūtījumu un it īpaši interneta veikalu pasūtījumu piegādātāji un izplatītāji veiktu savas darbības saskaņā ar regulējošajiem noteikumiem, kas ir svarīgs priekšnosacījums kontroles nodrošināšanai. Atbildīgajām iestādēm nepieciešams pārliecināties vai šīs saistības tiek pilnībā pildītas, piemēram, pārbaudīt vai interneta vietne, kas piedāvā attiecīgos produktus, patiešām ir norādījusi tās valsts adresi, kurā tā atrodas. Ja nē, tad atbildīgās institūcijas var dot ziņu tās valsts institūcijām, kuras veic preču tirgotāju pārbaudes savā valstī (institūcijām nepieciešams sadarboties)

6.3 Iekārtu reklāmu pārbaude

Saskaņā ar jauno energomarkējuma ietvardirektīvu, ja kādas konkrētas iekārtas reklāmā tiek ietverta informācija par tās cenu vai ar enerģijas patēriņu saistīta informācija, tad reklāmā obligāti ietverama arī informācija par šīs iekārtas energoefektivitātes klasi.



























Līdz ar to, kā viens no tirgus uzraudzības instrumentiem tiek uzskatīts arī apritē esošo reklāmu monitorings, kā rezultātā būtu iespējams pārbaudīt, vai reklāmās ir pareizi norādīta iekārtas energoefektivitātes klase.

Atsauces

1. “Implementing EU Appliance Policy in Central and Eastern Europe”. CEECAP, 2006. www.ceecap.org
2. “Energy efficiency Labels and Standards”. CLASP, 2008. www.clasponline.org
3. “Annual Report 2008, Report on the work of Energy Labelling Denmark on checking energy labelling of household appliances, air conditioning systems and household lamps in Denmark”. Energy Labelling Denmark, 2009.
4. “Recommendations for policy design” .Top –Ten, 2010. www.topten.eu
5. Electricity Consumption and Efficiency Trends in the Enlarged European Union. JRC - European Commission, 2010.
6. “Discover the New EU Energy Label”. CECED, 2011. www.newenergylabel.com



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	
	Great Britain	Severn Wye Energy Agency www.swea.co.uk	
	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.A. www.escansa.com	



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