

# CIVIL SOCIETY ROLE



**Example: Portugal**



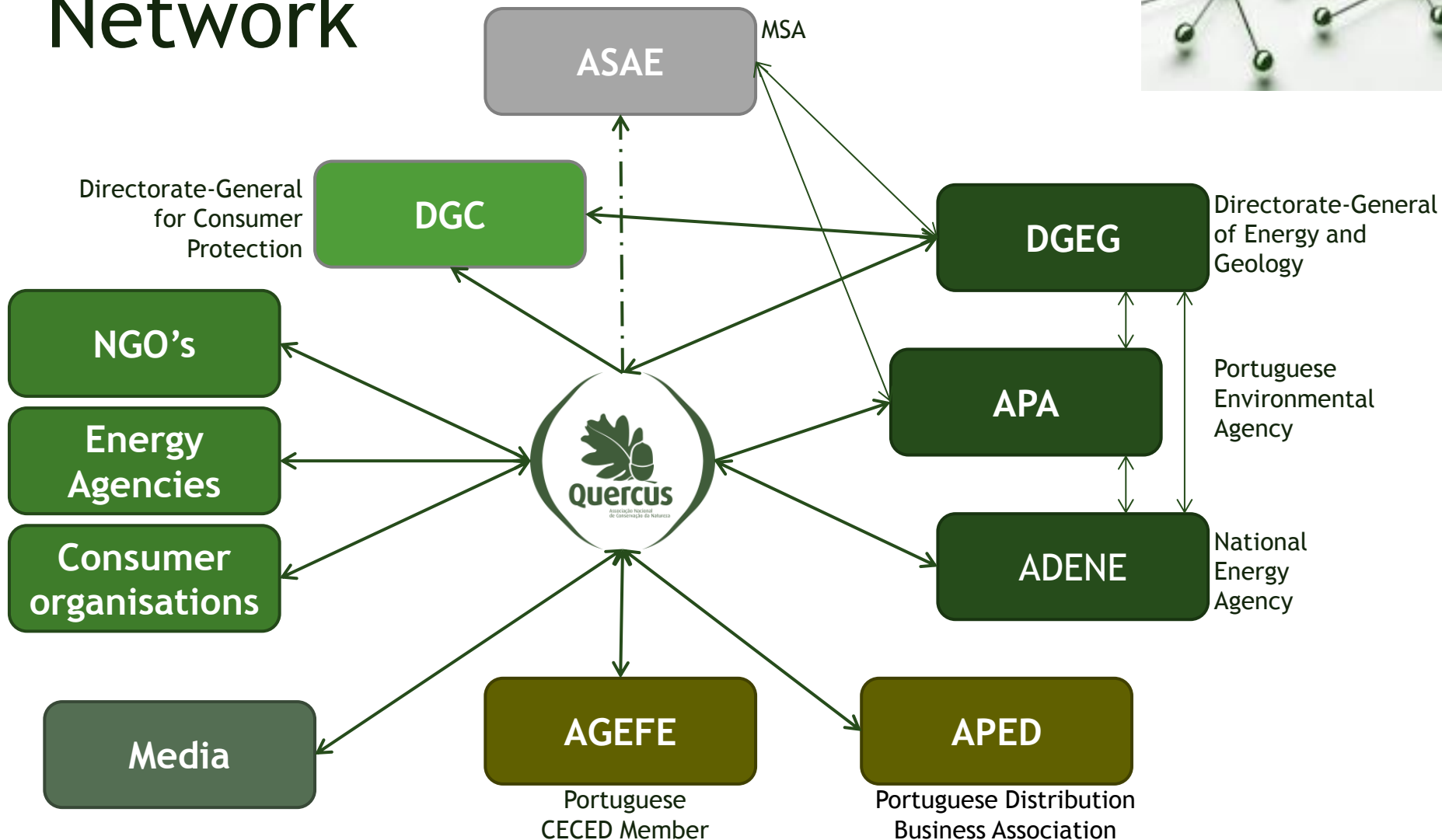
*Para promover os produtos verdadeiramente eficientes!*

# Starting point



- ❌ Lack of data
- ❌ Lack of human and financial resources
- ❌ Insufficient dialogue between stakeholders
- ❌ Insufficient information (stakeholders and consumers)

# Network



# Media



ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE CONSERVAÇÃO DA NATUREZA

QUERCUS

NÚCLEOS REGIONAIS

ÁREAS TEMÁTICAS

PROJECTOS

COMUNICADOS

CAMPANHAS

CONTACTOS

## Quercus alerta: 97% dos produtos vendidos em lojas online sem a informação energética obrigatória



*Para promover os produtos verdadeiramente eficientes!*

A Quercus, através do Projeto MarketWatch ([www.market-watch.org.pt](http://www.market-watch.org.pt)), visitou recentemente lojas online e físicas para verificar se os produtos sujeitos ao sistema de rotulagem energética e conceção ecológica cumpriam os respetivos regulamentos. A conformidade encontrada nas lojas físicas rondou os 74%, ou seja, três em cada quatro produtos apresentavam a etiqueta energética de acordo com a legislação. Nas lojas online a situação foi muito diferente e a conformidade foi de apenas 3%.

### A relevância do Projeto MarketWatch

A rotulagem energética e a conceção ecológica são duas ferramentas de diferente implementação mas com um objetivo final comum, ou seja, a eficiência energética dos produtos. Os regulamentos de rotulagem energética definem as informações que devem constar nas etiquetas energéticas, como a classe de eficiência energética, o consumo energético anual ou o ruído, e onde estas deverão ser colocadas nos aparelhos para que o consumidor as possa consultar e comparar no momento da compra. Os regulamentos de conceção ecológica de produtos definem os critérios mínimos de desempenho energético ou não que os produtos têm que cumprir para poderem ser colocados no mercado, como por exemplo, a classe de eficiência energética mínima, a eficiência mínima de secagem de uma máquina de lavar louça ou o tempo de arranque de uma lâmpada fluorescente compacta.

A implementação das Diretivas de Conceção Ecológica e de Rotulagem Energética têm sido comprometidas pela insuficiente fiscalização de mercado nos Estados-Membros traduzindo-se em perdas de 10% da poupança energética prevista, correspondente a mais de 100 TWh por ano (duas vezes o consumo anual em Portugal).

A fiscalização de mercado contribui para assegurar a igualdade de condições de mercado para os produtores e distribuidores. Neste contexto, o projeto MarketWatch, de que a Quercus é responsável em Portugal, tem como objetivo auxiliar as autoridades nacionais com os resultados das suas atividades entre as quais se destacam:

# PROJETO MARKETWATCH

## ETIQUETA ENERGÉTICA NAS LOJAS ONLINE TRIPLICOU NOS ÚLTIMOS 5 MESES

Grupo da Energia e Alterações Climáticas



Para promover os produtos verdadeiramente eficientes!

A legislação atualmente em vigor na União Europeia relativa à conceção ecológica e etiquetagem energética dos equipamentos exige o cumprimento de vários requisitos em termos de consumo energético, bem como a correta disponibilização de informação ao consumidor. A fiscalização do mercado e da sua conformidade com as normativas deve ser assegurada por cada país e a verdade é que nem todas as lojas, quer físicas quer online, cumprem as regras.

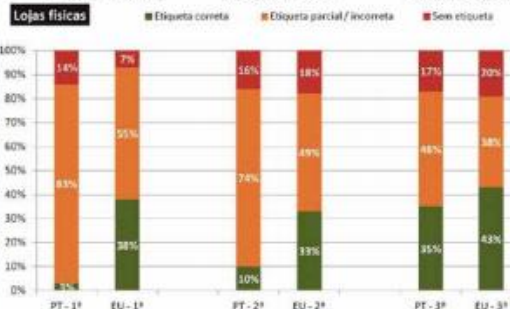
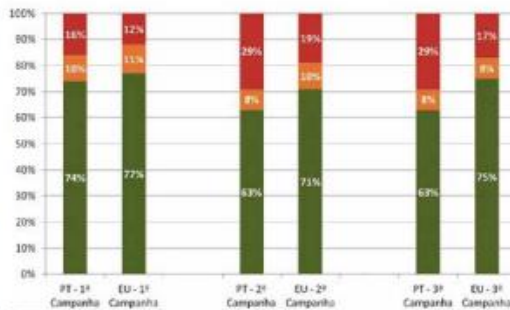
Na sua terceira campanha, entre Agosto e Setembro de 2015, o MarketWatch escrutinou a presença e a correta afixação das etiquetas de eficiência energética em 12 lojas físicas e 11 lojas online com atividade em Portugal. O objetivo desta e outras atividades do projeto é precisamente identificar as empresas que não estão a respeitar as regras, envolvendo a sociedade civil neste escrutínio e auxiliando as autoridades nacionais na sua função de controlo do mercado, de modo a identificar as áreas problemáticas.

Em relação ao início do ano de 2015, em que decorreu a segunda campanha, a percentagem de lojas online que apresentam a informação corretamente triplicou, subindo de 10% para 30%. Se analisarmos a evolução face ao início do projeto, esta melhoria foi mais expressiva, tendo subido dos 3% verificados na fase inicial (Dezembro 2013 e Janeiro 2014) para os 30% da última avaliação.

Numa análise mais setorial, os aparelhos de refrigeração e as máquinas de lavar roupa - coincidentemente os aparelhos com etiqueta energética há mais tempo, são os que apresentam, nas lojas físicas, uma maior taxa de produtos corretamente etiquetados (superior a 90%). Já as categorias de produtos abrangidos recentemente pela etiqueta energética (por exemplo, aspiradores e exaustores) apresentam ainda uma taxa de conformidade reduzida nas lojas físicas e muito inferior à maioria dos outros produtos verificados. Já nas lojas online, o seu nível de conformidade é maior e semelhante ao das outras categorias, chegando a superá-las em alguns casos. As lojas físicas que pertencem à tipologia Hiper/Cash&Carry são as que menos apresentam as etiquetas energéticas nos produtos que vendem.

Estima-se que a entrada no mercado e nas casas dos consumidores de produtos não conformes e com desempenho insuficiente se traduza em perdas que podem ir até 10% das poupanças previstas no âmbito da aplicação das diretivas sobre conceção ecológica e rotulagem energética. Este facto comporta um elevado desperdício de energia - cerca de 100TWh por ano, o equivalente a duas vezes o consumo anual em Portugal - para além de se traduzir em faturas mais elevadas e contribuir para o aquecimento global.

Nos últimos anos, o projeto MarketWatch tem trabalhado junto dos retalhistas no sentido de informar e sensibilizar para a correta aplicação da lei e, consequentemente, informação ao consumidor, tendo obtido resultados muito satisfatórios (ver gráficos). Apesar de, no contexto do mercado português, a conformidade das lojas relativamente à etiquetagem energética ter ainda uma grande margem para melhorar, a tendência positiva que se tem verificado poderá ser um bom indicador para os próximos tempos.





# 30% das lojas vendem eletrodomésticos sem etiqueta energética

Quase 30% dos retalhistas vendem eletrodomésticos sem etiqueta energética, enquanto apenas 16% das lojas "online" o fazem, segundo dados recolhidos pela Quercus no âmbito do projeto europeu MarketWatch.



ECONOMIA QUERCUS

Nesta segunda campanha, que decorreu entr

Sociedade

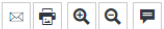
## Três em cada dez lojas vendem electrodomésticos sem etiqueta energética

Partilhar no Facebook

Partilhar no Twitter

Partilhar no Google+

10/08/2015 10:57 181 Visitas



Três em cada dez lojas vendem electrodomésticos sem etiqueta energética

DR

24

Like

0

G+



Quase 30% dos retalhistas vendem eletrodomésticos sem etiqueta energética, enquanto apenas 16% das lojas "online" o fazem, segundo dados recolhidos pela Quercus no âmbito do projeto europeu MarketWatch.

Nesta segunda campanha, que decorreu entre novembro de 2014 e abril de 2015, foram visitadas 10 cadeias retalhistas físicas, onde foram identificados 29% de produtos sem etiqueta, e 10 "online", com 16% de produtos não-etiquetados.

Em comparação com a primeira campanha de visitas, registou-se um aumento da taxa de produtos sem etiqueta, sobretudo nas lojas físicas, que quase duplicou.


Nos estabelecimentos físicos foram encontrados mais produtos corretamente etiquetados (63% face a 10% das cadeias "online"), enquanto nas lojas que vendem através da Internet 74% dos produtos apresentavam uma etiquetagem incorreta ou parcial.



# Achievements



- Significant support from DGEG (APED, AGEFE, ADENE)
- Collaboration with some retailers:

41% physical shops 

48% online shops 

- Technical support to some retailers and producers (even not involved in the project)
- Significant improvements in online compliance

2<sup>nd</sup> round 26% - 3<sup>rd</sup> round 99%

2<sup>nd</sup> round 6% - 3<sup>rd</sup> round 85%

1<sup>st</sup> round 0% - 3<sup>rd</sup> round 56%





# Starting point



- ✓  Lack of data
  - Lack of human and financial resources
- ✓  Insufficient dialogue between stakeholders
- ✓  Insufficient information (stakeholders and consumers)

# THANK YOU!

## CIVIL SOCIETY ROLE



**Example: Portugal**

**[lauracarvalho@quercus.pt](mailto:lauracarvalho@quercus.pt)**



*Para promover os produtos verdadeiramente eficientes!*