

O papel da sociedade civil

Projeto MarketWatch



Para promover os produtos verdadeiramente eficientes!

- ✓ Breve introdução à etiquetagem energética e conceção ecológica
- ✓ Papel da sociedade civil
- ✓ Projeto MarketWatch
 - Breve descrição
 - Campanhas de visitas
 - Testes laboratoriais
 - Divulgação
 - Conclusões

ETIQUETA ENERGÉTICA

- informa o consumidor acerca do consumo de energia dos aparelhos, através de um intervalo de classes de eficiência energética
- fornece outras informações sobre o desempenho funcional do produto
- permiti a comparação entre modelos
- orienta o consumidor no momento da compra



Grande visibilidade junto dos consumidores

CONCEÇÃO ECOLÓGICA

- otimiza o desempenho ambiental dos produtos, pela definição de requisitos mínimos que os produtos têm que cumprir para poderem ser colocados no mercado
- promove a melhoria da eficiência energética, mantendo as características funcionais dos produtos;
- estimula o desenvolvimento tecnológico



Sem visibilidade junto dos consumidores

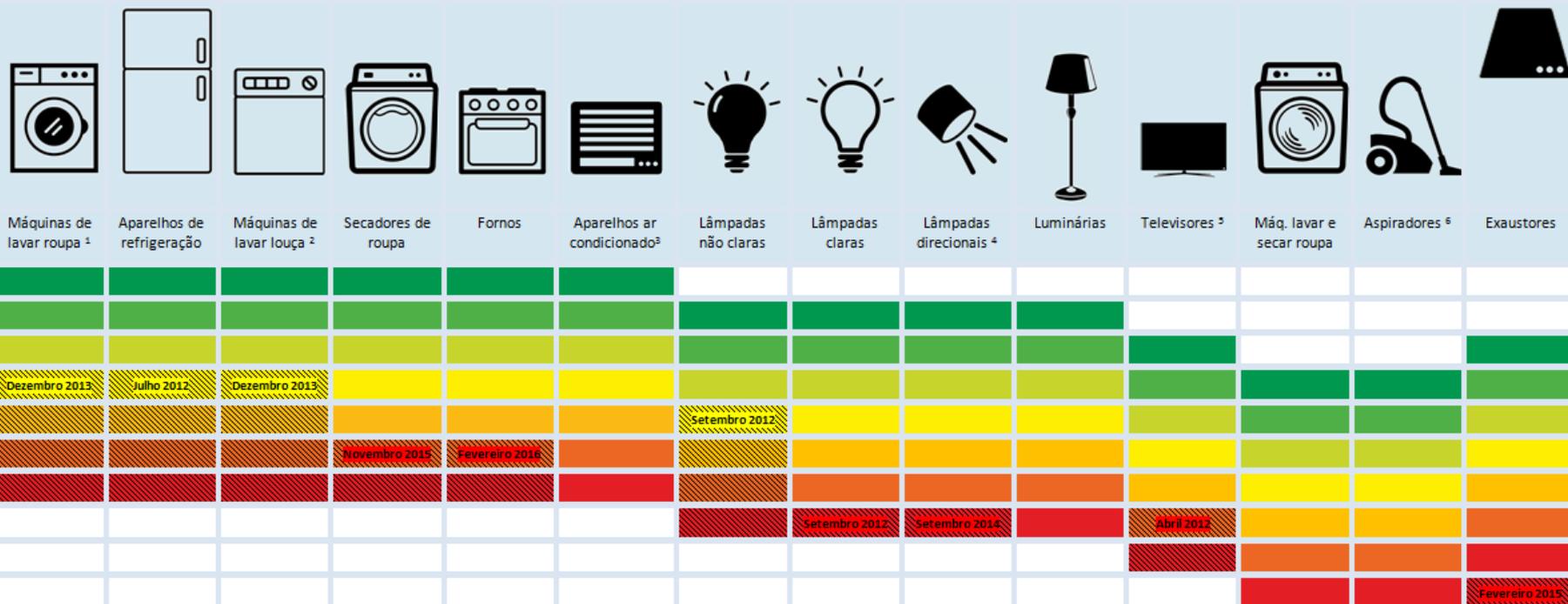
ETIQUETAGEM ENERGÉTICA E CONCEÇÃO ECOLÓGICA



465 €/ano de poupança por família até 2020



ETIQUETAGEM ENERGÉTICA E CONCEÇÃO ECOLÓGICA



1 Com capacidade ≥ 4 kg

2 Com capacidade ≥ 11 serviços ou 10 serviços e largura > 45 cm

3 A classe mínima varia em função da tipologia do aparelho e do potencial de aquecimento global do refrigerante

4 Lâmpadas direcionais

5 Se adequado, os fornecedores podem já usar a classe A++

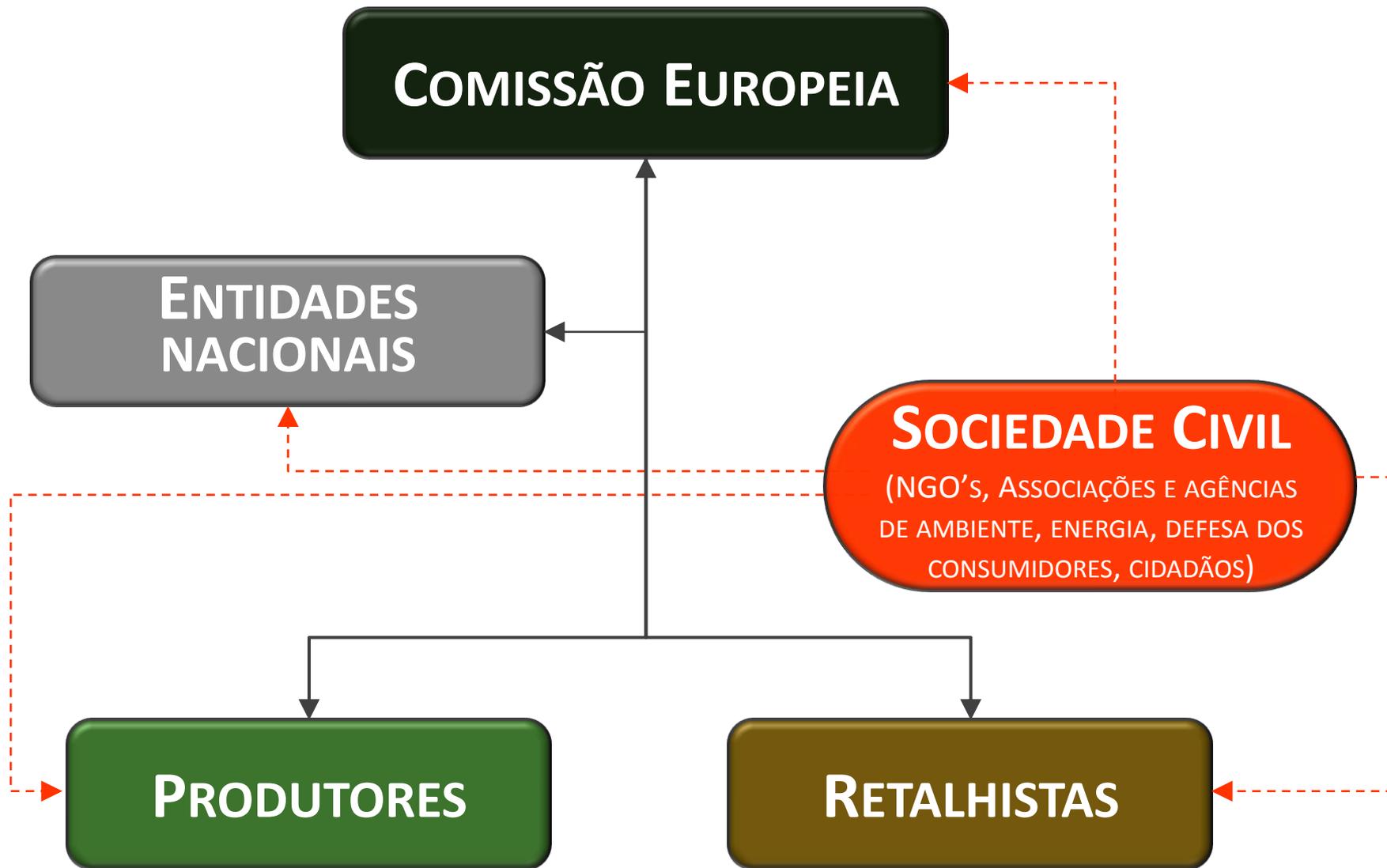
6 O consumo anual deve ser inferior a 62 kWh e a potência nominal inferior a 1600 W

Atualização MarketWatch/BUND Março 2016; Fonte: Deutsche Energie Agentur, Stiftung Warentest; Grafismo: ifeu – Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg



Co-financiado pelo Programa "Energia Inteligente - Europa" (IEE), da UE

Os conteúdos desta tabela são da inteira responsabilidade dos seus autores e não refletem necessariamente a opinião das Comunidades Europeias. Nem a EACI nem a Comissão Europeia são responsáveis pelo uso que possa ser dado à



OBJETIVOS

- Incrementar o nível de conformidade dos produtos abrangidos pelas diretivas EE e CE, através do envolvimento da sociedade civil em atividades de verificação de mercado. Assegurar a igualdade de condições de mercado para produtores e distribuidores e as poupanças esperadas pelos consumidores

ATIVIDADES

- Campanhas de verificação do cumprimento de requisitos EE e CE, por parte de fabricantes e retalhistas, através de “visitas” a lojas físicas e *online*
- Ensaios, em laboratórios acreditados, de produtos “suspeitos” de não conformidade
- Diálogo regular com as autoridades nacionais para que possam integrar as atividades e resultados dos agentes da sociedade civil

16 ORGANIZAÇÕES DE 11 PAÍSES: Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Espanha, França, Itália, Polónia, Portugal, Reino Unido e República Checa



Co-financiado pelo Programa "Energia Inteligente - Europa" (IEE), da UE

CAMPANHAS DE VISITAS A RETALHISTAS

Lojas físicas



Lojas *online*



CAMPANHAS DE VISITAS A RETALHISTAS – DADOS GERAIS

			
1ª Campanha	Dez13–Jan14	Categorias de produtos: 9 Lojas online: 10 (todas com lojas físicas exceto 1) Lojas físicas: 10 (4 Mobiliário e “Faça você mesmo e 6 Hiper/Cash&Carry) Modelos nas lojas físicas: 458 Modelos nas lojas online: 2476	Distritos de Lisboa e Setúbal
2ª Campanha	Nov14–Abr15	Categorias de produtos: 10 Lojas online: 10 (todas com lojas físicas exceto 1) Lojas físicas: 10 (2 Mobiliário e “Faça você mesmo e 8 Hiper/Cash&Carry) Modelos nas lojas físicas: 336 Modelos nas lojas online: 1435	Distritos de Beja, Faro, Leiria, Lisboa e Santarém
3ª Campanha	Ago15–Set15	Categorias de produtos: 11 Lojas online: 11 (todas com lojas físicas exceto 1) Lojas físicas: 12 (1 Grande retalhista, 2 Mobiliário e “Faça você mesmo e 9 Hiper/Cash&Carry) Modelos nas lojas físicas: 548 Modelos nas lojas online: 1803	Distrito de Lisboa

ETIQUETAGEM ENERGÉTICA (EE)

- Presença da EE, nas lojas físicas. Presença da EE ou informação definida nos regulamentos, nas lojas *online*
- Aposição correta da EE nos produtos expostos
- Formato correto da EE, nas lojas físicas. Formato correto ou ordenação correta da informação disponibilizada, nas lojas *online*
- Presença da ficha de produto, com a informação requerida pelos regulamentos
- Existência de “super declarações” nos produtos à venda *online*
- Presença da classe energética nos modelos publicitados em catálogos e folhetos, com indicação de preço

CONCEÇÃO ECOLÓGICA (CE)

- Existência de modelos com classes que já não podem ser colocadas no mercado, embora possam vendidos sem data limite
- Sinalização do programa de lavagem normal, no painel das MLR, MLL e SR
- Existência de aspiradores com potência $\geq 1600W$, embora possam ser vendidos sem data limite

Lojas físicas

- 3 categorias de produto
- 2 fichas de produto (categoria e marcas diferentes)

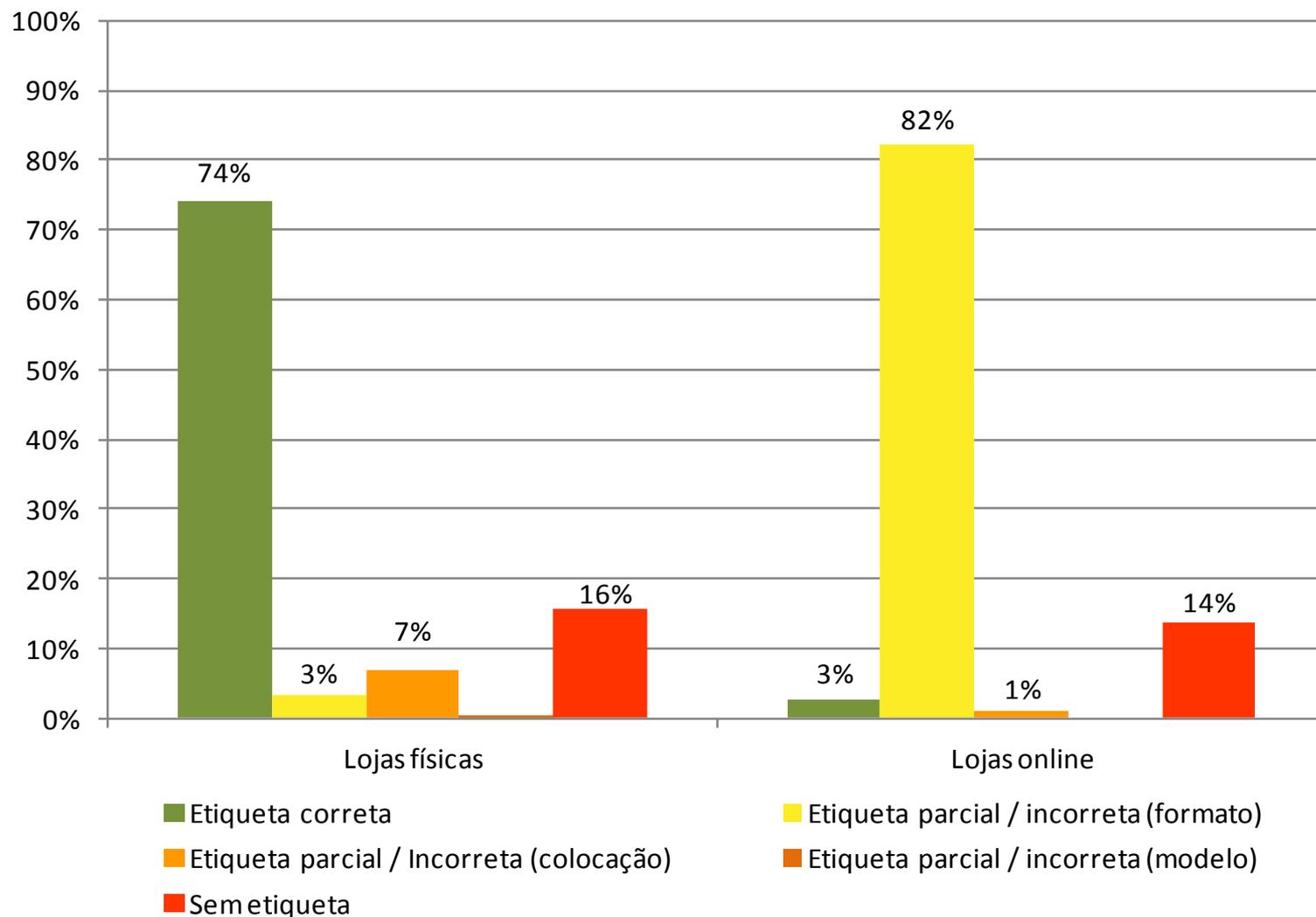
- 3 categorias de produto (mínimo 10 modelos por categoria)

Lojas *online*

- todas as categorias (mínimo 20 modelos/categoria: 10 com classe energética superior e 10 com menor preço)

CAMPANHAS DE VISITAS - RESULTADOS

1ª CAMPANHA



Amostra

23% MLR
21% Ap. refrigeração
19% MLL
14% TV
10% Fornos
5% Ap. ar cond.
4% Secadores roupa
2% MLS
1% Ap. Vinhos

Melhor nas lojas físicas (>70%)

MLL; Ap. refrigeração;
MLR; TV

Melhor nas lojas online

-

Pior nas lojas físicas (<30%)

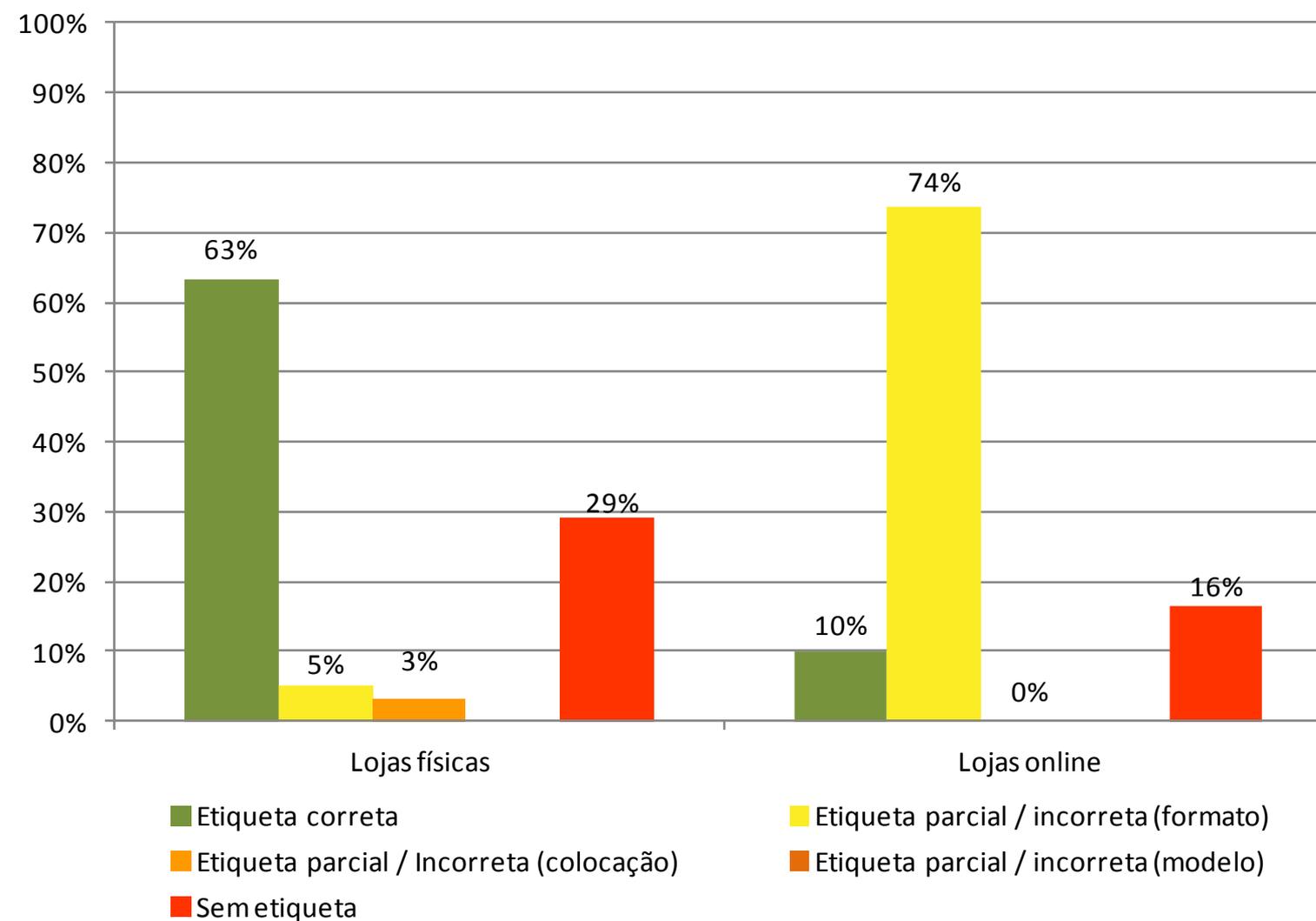
Ap. vinhos

Pior nas lojas online

Todas categorias (exceto
TV – 21%)

CAMPANHAS DE VISITAS - RESULTADOS

2ª CAMPANHA



Amostra

25% Ap. Refrigeração
16% TV
13% Fornos
10% MLR
9% MLL
9% Aspiradores
8% Secadores roupa
6% Ap. ar cond.
2% MLS
2% Ap. Vinhos

Melhor nas lojas físicas (>70%)

MLL; Ap. refrigeração;
Ap. ar cond.; MLR

Melhor nas lojas online (melhoria em relação à campanha anterior)

Pior nas lojas físicas (<30%)

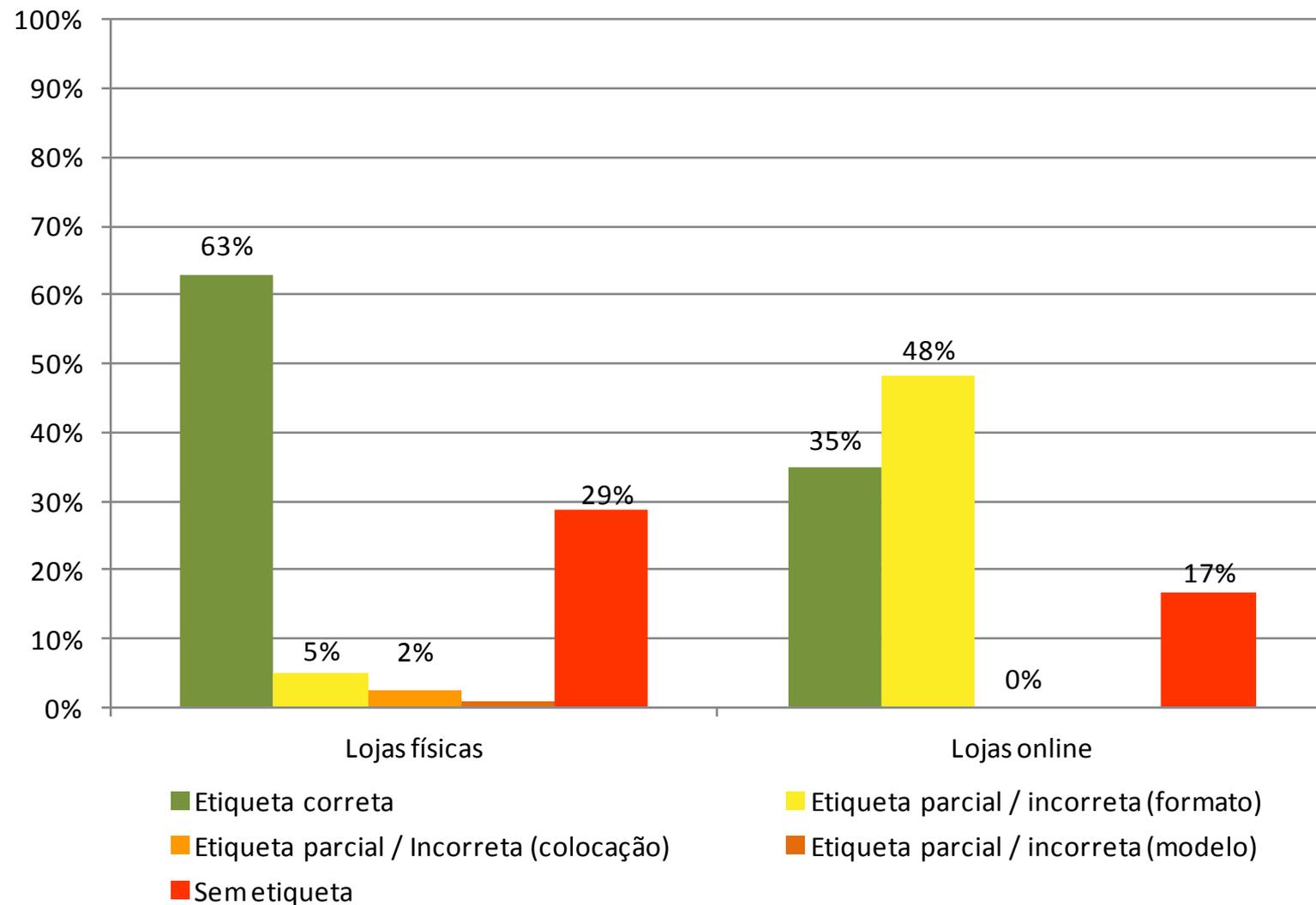
Ap. Vinhos; aspiradores

Pior nas lojas online

Todas categorias (exceto TV – 29%)

CAMPANHAS DE VISITAS - RESULTADOS

3ª CAMPANHA



Amostra

- 14% Ap. Refrigeração
- 13% Fornos
- 12% TV
- 10% MLR
- 10% Aspiradores
- 9% MLL
- 9% Exaustores
- 9% Ap. ar cond.
- 7% Secadores roupa
- 4% MLS
- 3% Ap. Vinhos

Melhor nas lojas físicas (>70%)

Ap. refrigeração; MLR; Secadores roupa; MLL; TV

Melhor nas lojas online (>40%)

TV; MLL; Ap. refrigeração
(melhoria em relação à campanha anterior)

Pior nas lojas físicas (<30%)

Ap. Vinhos; Exaustores

Pior nas lojas online (<30%)

Ap. ar condicionado; MLS; Ap. vinhos

CAMPANHAS DE VISITAS - RESULTADOS

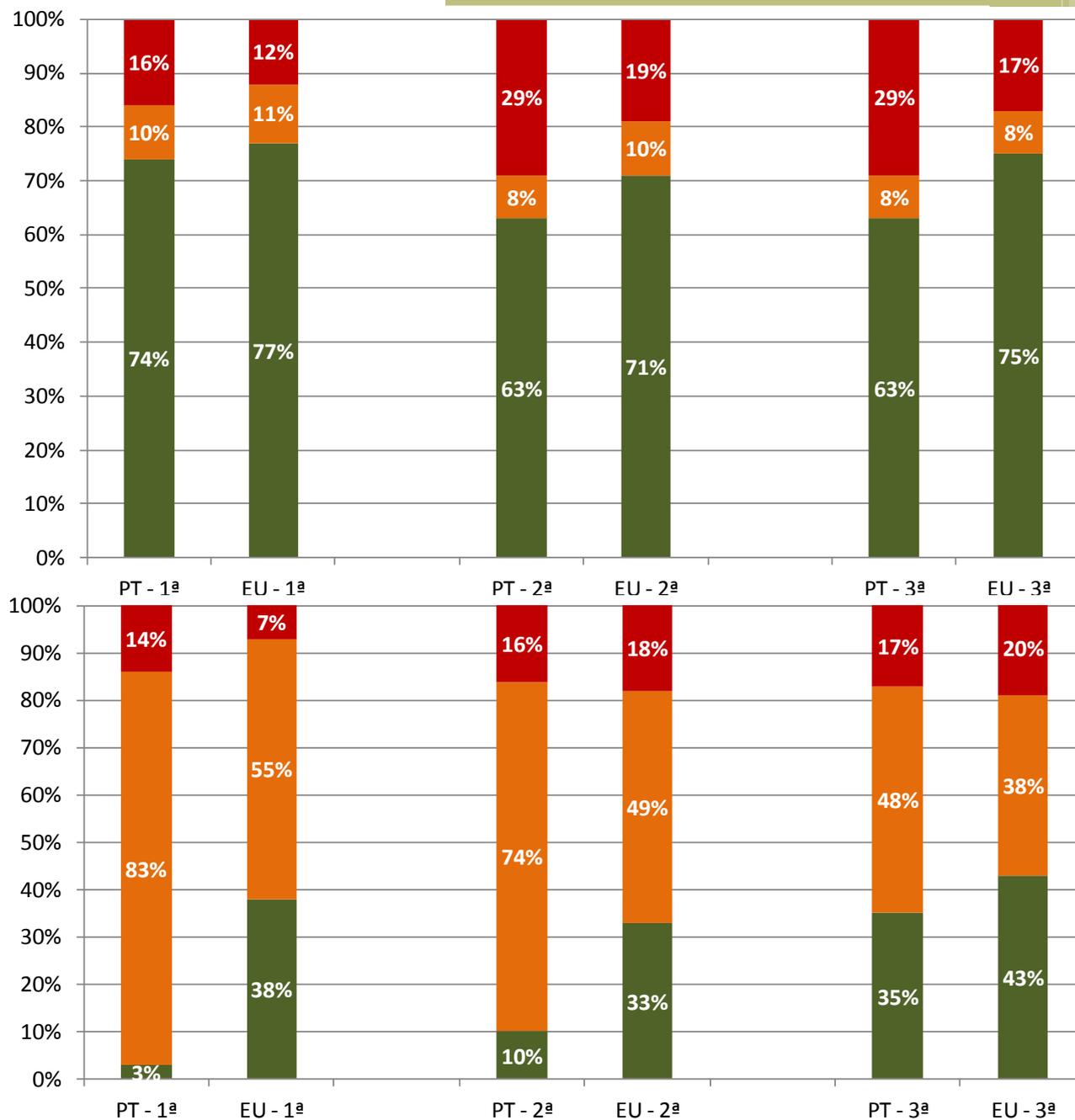
PT vs EU

Lojas físicas



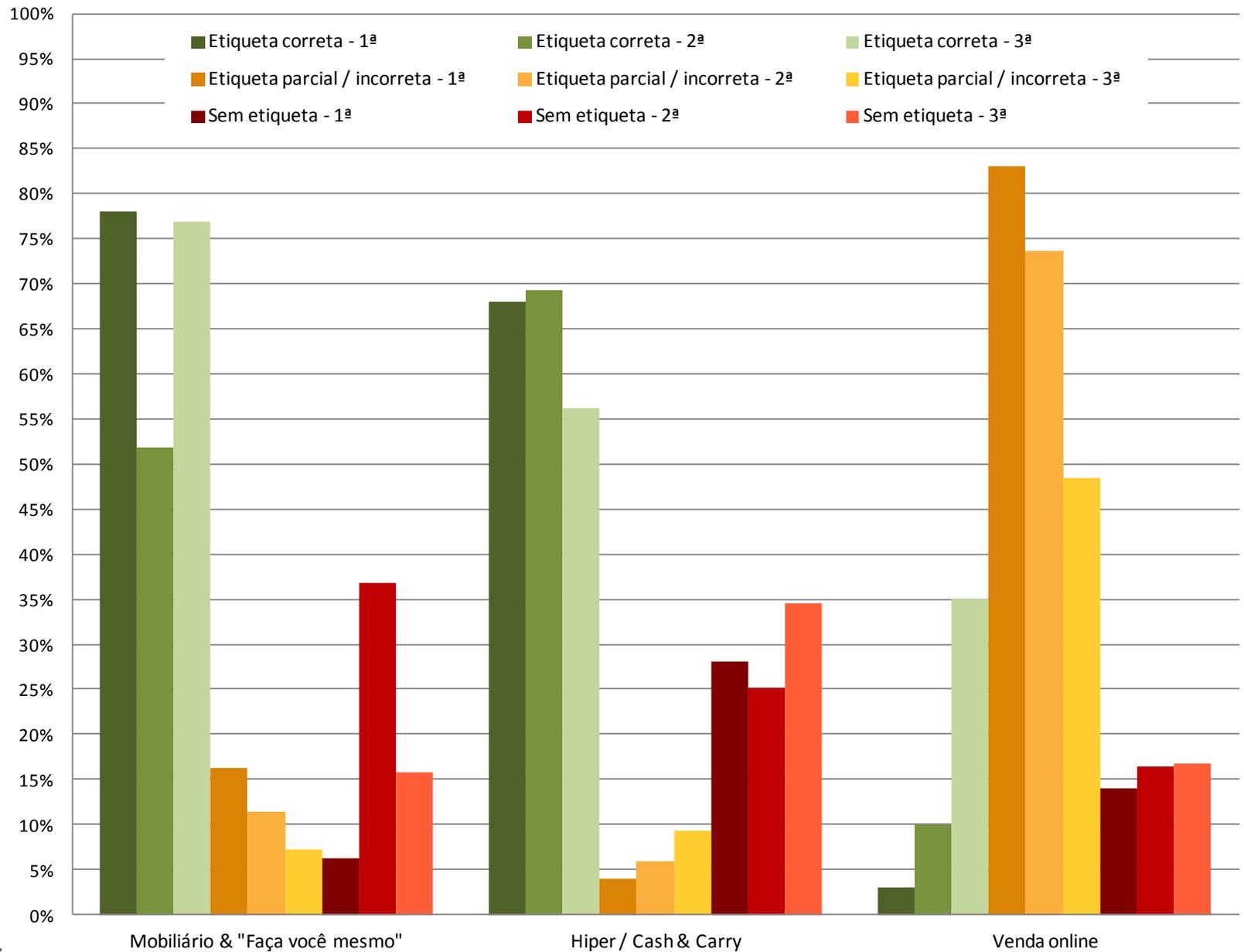
- Etiqueta correta
- Etiqueta parcial / incorreta
- Sem etiqueta

Lojas online



CAMPANHAS DE VISITAS - RESULTADOS

TIPOLOGIA DE LOJA



CAMPANHAS DE VISITAS - RESULTADOS

CATEGORIA DE PRODUTO

	LOJAS FÍSICAS			LOJAS ONLINE		
	OK	Incorreta	Sem	OK	Incorreta	Sem
Ap. refrigeração	80-92% ↗	14-7% ↓↑	6-1% ↑↓	0-41% ↗	94-55% ↘	6-4% ↘
Ap. vinhos	0-25% ↗	0-75% ↗	100-0% ↘	0-16% ↗	23-40% ↑↓	77-44% ↘
Televisores	71-73% ↓↑	6-0% ↘	23-27% ↑↓	21-51% ↗	32-30% ↓↑	47-16% ↑↓
Máq. lavar roupa	77-91% ↗	4-3%	19-6% ↑↓	0-37% ↗	97-58% ↘	3-4%
Máq. lavar louça	88-75% ↑↓	10-0% ↘	2-25% ↗	1-49% ↗	96-49% ↘	3-2%
Ap. ar condicionado	61-60% ↑↓	0-1%	39-38% ↓↑	0-6% ↗	63-79% ↗	37-14% ↘
Fornos	63-48% ↓↑	23-31% ↑↓	13-21% ↑↓	0-35% ↗	65-49% ↑↓	35-17% ↓↑
Secadores de roupa	60-87% ↗	33-9% ↘	7-4%	0-34% ↗	99-58% ↘	1-8% ↗
Máq. lavar e secar	0-50% ↑↓	0-25% ↗	0-25% ↗	1-13% ↗	96-83% ↘	3-5%
Aspiradores	10-36% ↗	0-3%	90-61% ↘	10-37% ↗	40-35% ↘	50-28% ↘
Exaustores	3%	0%	97%	31%	13%	56%

Nota: Os valores indicam os resultados obtidos na 1ª e 3ª campanhas e a seta a tendência nas 3 campanhas de visitas

CAMPANHAS DE VISITAS - OUTROS RESULTADOS

	1ª CAMPANHA	2ª CAMPANHA	3ª CAMPANHA
Ficha de produto			
Físicas	15% não conformidade (fornos e ap. ac)	6% não conformidade (MLL)	25% não conformidade (forno, ap. vinhos, aspirador, ap. ac, ap. ref)
Online	n.a.	~ 100% não conformidade	93% não conformidade
“Super declarações”			
Físicas	-	-	-
Online	30% não conformidade (fornos, MLR, SR e MLL)	12% não conformidade (fornos, MLR, MLL, SR e MLSR)	3% não conformidade (fornos, MLSR, MLR e MLL)
Classes obsoletas (2ª e 3ª campanhas incluem aspiradores)			
Físicas	-	-	-
Online	2% não conformidade (ap. refrigeração)	4% não conformidade (MLR, MLL, ap. ref., SR, aspiradores)	1% não conformidade (MLL)
Indicação programa de lavagem normal			
Físicas	16% não conformidade (MLL e MLR)	32% não conformidade (MLR, MLL e SR)	21% não conformidade (MLR, MLR e SR)
Online	n.a.	3% não conformidade (MLR e SR)	3% não conformidade (MLR, MLL, SR)
Publicidade (modelos sem classe energética)			
	n.a.	5 folhetos (Ap. ac, TV, SR e lâmpadas)	5 folhetos (TV, MLR, ap. ac, exaustores e aspiradores)

CAMPANHAS DE VISITAS – EXEMPLOS DAS LOJAS FÍSICAS



PT ?

Энергетическая эффективность
 Стирально-сушильный автомат
 Изготовитель
 Модель

Низкий расход электроэнергии

A	B
B	C
C	D
D	E
E	F
F	G

Высокий расход электроэнергии

Потребление электроэнергии, кВтч (на один цикл стирки и сушки при полной загрузке при температуре 60°C)	4.84
Потребление электроэнергии на цикл стирки, кВтч	1.12
Класс качества стирки	A B C D E F G
Макс. частота вращения центрифуги (об/мин)	1000
Номинальная загрузка (хлопок), кг	6.0
Расход воды (общий), л	88
Корректированный уровень звуковой мощности, дБА	58 / 76

ЭТИКЕТКА ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ КРЕПИТСЯ НА ПРИБОР, ВЫСТАВЛЯЕМЫЙ ДЛЯ ПРОДАЖИ. ПРЕДСТАВИТЕЛЕМ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ



energia - energia IE IA

A+	A+
A	
B	
C	
D	
E	
F	

ENERGIA - ENERGIJA ENERGIJA - ENERGIJA ENERGIJA - ENERGIJA ENERGIJA - ENERGIJA

45 kWh/annum

31 Watt

80 cm

32 inch

2010/1062 - 2014

PT ?

ENERGIA - ENERGIJA - ENERGIJA

A+++	A+
A++	
A+	
A	
B	
C	
D	
E	

306 kWh/annum

237 min/cycle

8 kg

40 db

ABCDERG

PT ?

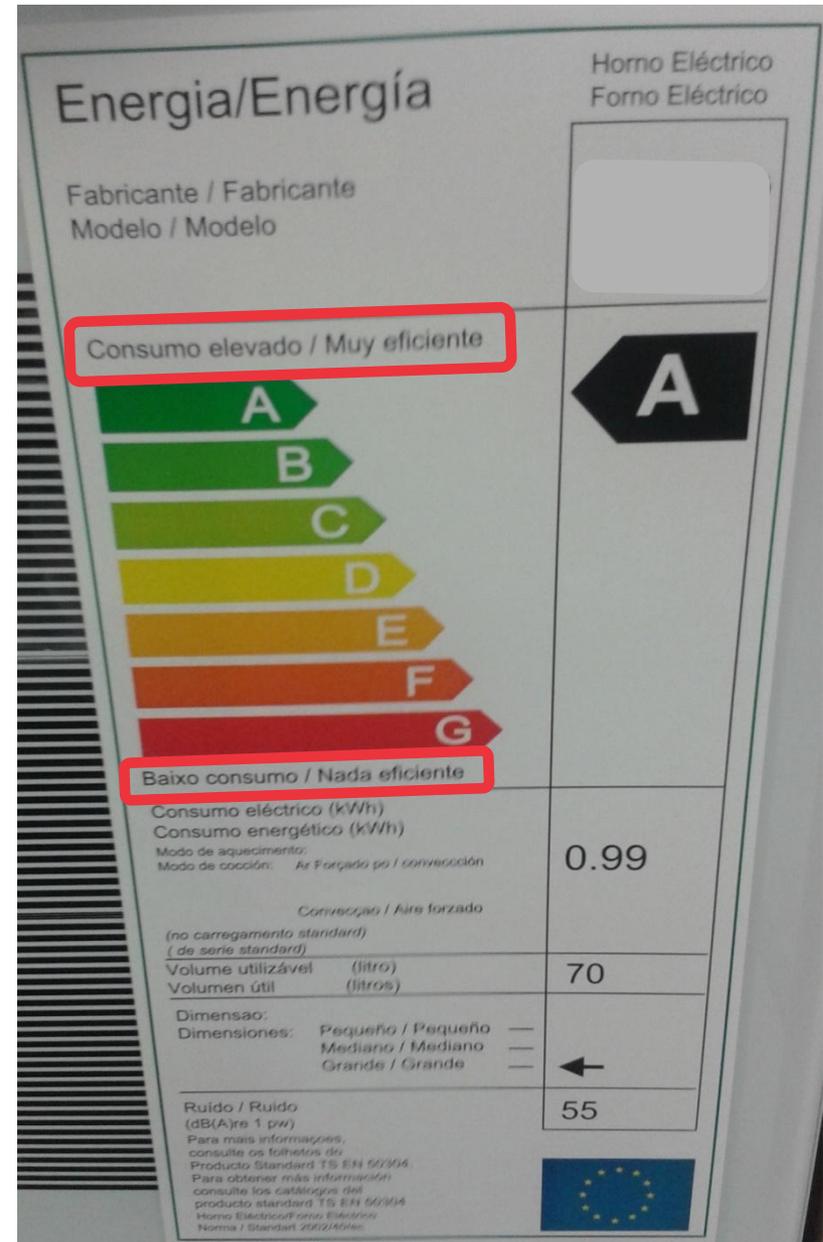
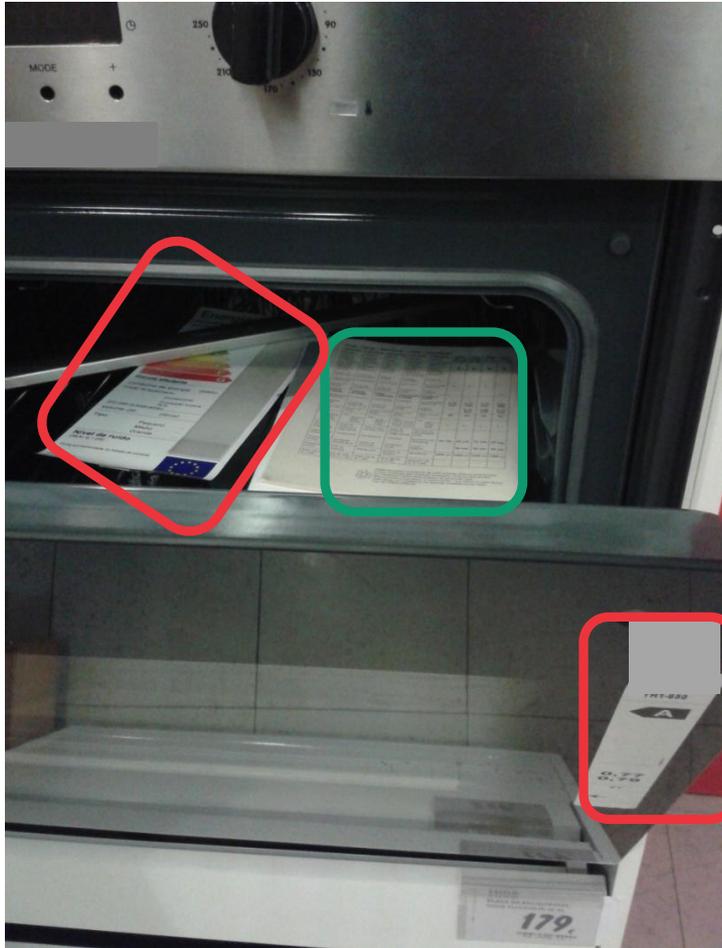
Esta luminaria lleva lámparas LED incorporadas.

A++	LED
A+	
A	
C	
D	
E	

Las lámparas de esta luminaria no son recambiables.

874/2012

CAMPANHAS DE VISITAS – EXEMPLOS DAS LOJAS FÍSICAS

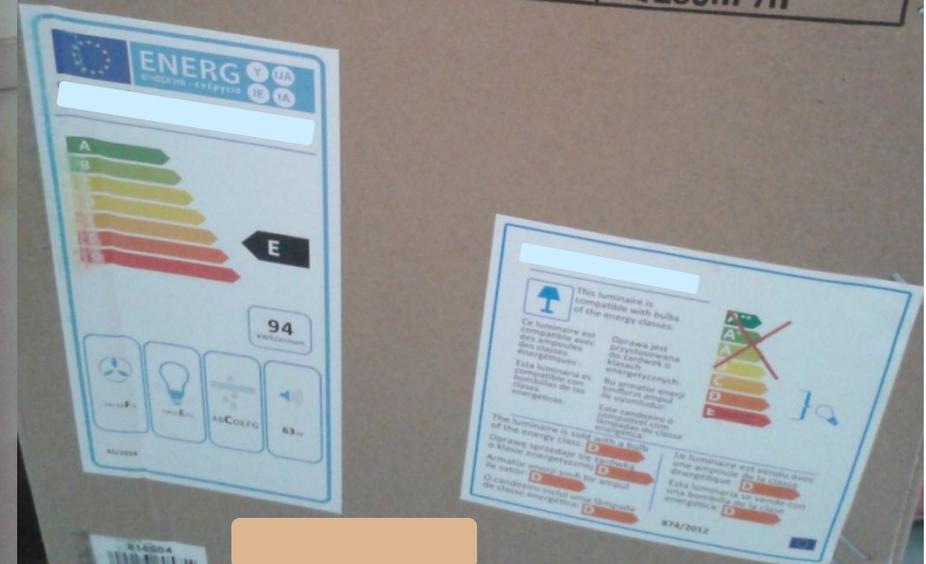


CAMPANHAS DE VISITAS – EXEMPLOS DAS LOJAS FÍSICAS



CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

Alimentación	220-240 V, 50Hz
Potencia total	145W
Potencias	2 x 40W
Potencia motor	65W
Velocidades	3
Diámetro del conducto de extracción	150mm
Flujo de aire	≤ 280m³/h



Máq. Lavar Louça



Fabricantes: _____
 Código do produto:
 Disponibilidade: Em Stock

Preço: 459,00€

Qtd: - OU -

[Adicionar à lista de desejos](#)
[Adicionar para comparar](#)

★★★★★ [0 comentários](#) | [Escrever um comentário](#)

Compartilhar

Descrição
 Sinal de vídeo; 576i SIM ; 480p SIM ; 576p SIM ; 1080i SIM ; 720p SIM ; 1080p SIM (HDMI/Component) ; Entrada de 24p SIM (HDMI) ; Temporizador; Relógio SIM ; Temporizador para desligar SIM ; Temporizador ligado/desligado (com definição de relógio) SIM ; Acessórios; Cabo CA SIM ; Manual de instruções SIM ; Furos de montagem VESA SIM ; Furos de espaçamento VESA (cm) 30 x 30 ; Dimensões de parafusos VESA (tipo/compartimento) M5; Suporte de mesa Fornecido ; Telecomando RM-ED030 ; Suporte de parede SU-WH500 / SU-WL700 / SU-WL500 (Opcional) ; Suporte para televisor SU-B550S (Opcional) ; Oculos 3D de tamanho normal TDG-BR100B (opcional) ; Oculos 3D dimensões reduzidas TDG-BR50L, TDG-BR50P (opcional) ; Transmissor 3D Sync TMR-BR100 (opcional) ; Áudio; Amplificador digital SIM ; 5-Forçe Front Surround SIM ; Potência de saída (W) 26 W (8 x 8 x 10 W) ; Modo de som Dinâmico/Padrão/Clear Voice ; Modo Surround Cinema/Música/Desporto/Jogo ; Som uniforme SIM ; Dolby® Digital Plus SIM ; Saída áudio 5.1 canais SIM ; Coluna desligada SIM ; Sistema de cores; NTSC 3.58/4.43 (Entrada de Vídeo) SIM ; PAL SIM ; Secam SIM ; Ligações; Saída de áudio digital (óptica) 1 ; Entradas HDMI™ 4 (2 laterais/2 posteriores) ; Capacidade de sinal para PC em HDMI™ SIM ; Entrada PC (D-Sub de 15 pinos) + Entrada áudio SIM ; Entrada Component 1 ; Entrada Composite Video 1 ; Entrada USB 2.0 1 ; Mirr-tomada (Auscultadores/Auriculares) (mm) 3,5 ; Lector de placa PC/MCIA SIM ; Entrada AV/RCA SIM ; Entrada RF SIM ; Entradas Scart (RGB) 1 ; BRAVIA Sync SIM ; DLNA SIM ; Renderização DLNA Fotografia (jpeg)/Música (LPCM/mp3)/Vídeo (MPEG2/AVCHD) ; Cliente DLNA Fotografia (jpeg)/Música (LPCM/mp3)/Vídeo (MPEG2/AVCHD) ; BRAVIA Internet Video SIM ; BRAVIA Internet Widgets SIM ; Rede local sem fios Incorporado ; Dimensões; Com suporte de mesa (L x A x P) 127,6 x 80,0 x 32,3 ; Sem suporte de mesa (L x A x P) 127,6 x 77,0 x 3,2; Dimensões da caixa (L x A x P, cm) 136,2 x 85,2 x 21,3; Dados gerais; Cor Preto ; Consumo de energia (Standby) (W) 0,20 ; Consumo de energia (Modo Demonstração) (W) 180 ; Consumo de energia (Modo Doméstico) (W) 118 ; Rácio de pico de luminância 69% ; Teor de mercúrio (g) 0 ; Teor de chumbo SIM ; Peso com suporte de mesa (kg) 32,2 ; Peso sem suporte de mesa (kg) 26,9 ; Rotação SIM ; Amplitude de rotação 20° esquerda/direita ; Iluminação do logotipo SIM ; Menu XrossMediaBar™ (XMB™) SIM ; Auto Standby SIM ; Inibidor de acesso a programas SIM ; Tabela de Índice de programas SIM ; Manual de instruções no ecrã SIM ; Imagem; Contraste dinâmico Mega ; 3D SIM (São necessários acessórios) ; Retroluminação Dynamic Edge LED ; BRAVIA ENGINE 3 SIM ; Advanced Contrast Enhancer (ACE) SIM ; Imagem Inteligente SIM ; Redução de ruído MPEG SIM ; Escolha rápida de entrada Automática ; Sensor de luz SIM ; Live Colour SIM ; Modo Imagem Vivo/Standard/Personalizado/Cinema/Jogo (Standard/Original)/Gráficos/Desporto/Fotografia (Vivo/Standard/Original/Personalizado) ; Definição automática de imagem (com HDMI™) Cinema/Desporto/Música/Fotografia/Gráficos/Jogo ; Scene Select Auto/Cinema/Jogo/Música/Fotografia/Desporto/Gráficos/Desligado ; Modo Theatre SIM ; CineMotion/Modo de Filme/Cinema Drive SIM ; 24p True Cinema SIM ; Motionflow 200Hz Pro SIM ; PhotoTV HD SIM ; USB Photo Viewer SIM (jpeg/RAW) ; Lector de música USB SIM (mp3) ; Lector de vídeo USB SIM (AVC / AVCHD / MPEG4) ; Modo automático de fotografia (DLNA/USB/HDMI™) SIM (através de HDMI/USB/DLNA) ; Modo Picture Frame SIM ; Photo Map SIM ; Configurações Eco SIM ; Poupança de energia + Imagem desligada SIM ; Modo de poupança de energia SIM ; Botão de poupança de energia SIM ; Modo 14:9 SIM ; Modo 4:3 SIM ; Inteligente SIM ; Modo Wide SIM ; Modo de zoom SIM ; AFD (Detecção automática do formato) SIM ; Filtro Comb 3D SIM ; Resolução do visor (Pixels) 1.920 x 1.080 ; Tecnologia do ecrã LCD ; Picture In Picture Entrada PC (HDMI) Canal de TV/CVBS e entrada PC (Análogica)/Canal de TV (apenas digital) ; Picture & Picture SIM ; Formato de imagem do ecrã 16:9 ; Tamanho do ecrã (cm) 139 ; Tamanho do ecrã (polegadas) 55 ; Sistema de som; B/G SIM ; D/K SIM ; I SIM ; L SIM ; NICAM SIM ; Teletexto; Teletexto SIM ; EPG (NextView/Digital EPG) SIM ; Memória de páginas de teletexto 1000; Sintonização; Sintonizador terrestre analógico SIM ; Sintonizador terrestre digital (MPEG-2) SIM (DVB-T) ; Sintonizador de cabo de TV digital (com operadores suportados) DVB-C ; Preparado para CI+ (com operadores suportados) SIM ; Sintonizador de TV de Alta Definição (MPEG-4) - H.264 (com operadores suportados) SIM ; Canais favoritos SIM (Interface de utilizador melhorada) ; Identificação automática SIM ; Sintonização/arranque automático SIM ; Cobertura de canais CATV S1-S20 ; Cobertura de canais HIPER S21-S41 ; Cobertura de canais UHF E21-E69 ; Cobertura de canais VHF E2-E12 ; Ignorar canal SIM ; Nº de sintonizadores 1 ; Identificação das estações SIM



Preço: 2 108,99€

Desejo extensão de garantia por mais 3 anos com o valor de 244,70€

Quantidade:

[Comprar](#)

[Sugere produto](#)

Descrição Comentários (0)

- 6 Programas
- 4 Temperaturas
- Display digital
- Início diferido 1-24h
- Auto Flex
- Auto Off
- Classe A+A
- Inox



MÁQUINA LAVAR ROUPA

Referência 176633

5KG-600RPM-A+ 15 Programas, sistema Ecologic
Medidas: Largura :60XAltura :85XProfundidade :50Cm



- Adicionar à Lista de Presentes
- Enviar por email a um amigo

Gosto 1 Tweetar 0

175,08 €

Disponibilidade: Disponível

Qty:

Garantia Plus [Mais info](#)

ADICIONAR AO CESTO

Financing available

MÁQ. L/S ROUPA

€749,00

★★★★★
COD:5622105

DESCRIÇÃO

COMENTÁRIOS

MÁQ. L/S ROUPA

Cor
Classe Energética

CAMPANHAS DE VISITAS – EXEMPLOS DAS LOJAS ONLINE

MAQ. LAVAR LOUCA



» Classe A+ | Integrável

stock indisponível

PREÇO: 368,00 €
(IVA INCLUIDO)



Ficha Técnica

Modelo:
Garantia 2 Anos



2ª Campanha

3ª Campanha



MAQ. LAVAR LOUCA |



A+

» Classe A+ | Integrável

X stock indisponível

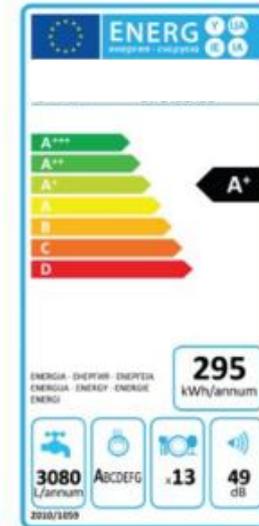


PREÇO: 348,00 €
(IVA INCLUIDO)

COMPRAR



Ficha Técnica



FICHA DE PRODUTO

Modelo:
Classe A+
Integrável

Garantia de 2 anos

CAMPANHAS DE VISITAS – EXEMPLOS DA PUBLICIDADE



79€ / 67 / Mês

~~279€~~

239€ / Unid.

Secador de Roupa por Ventilação

7Kg Capacidade

- Botão secagem intensiva
- Rotação bidirecional alternada



AR CONDICIONADO INVERTER
Capacidade de refrigeração 11.000 BTU. Gás refrigerante R410-A. Tubo de conexão 3/8" - 1/4".

- + com bomba de calor
- + baixo nível sonoro

APENAS 40 unid.

239€



FULL HD 1080p

2X HDMI

PC-IN

USB

22" (56 cm)

~~159€~~ **149€**

LED 22"
LED Full HD, com USB, HDMI x 2, PC-IN e entrada de Audio.
Cód. 374717

- Modelos expostos nas lojas e à venda *online* sem etiqueta energética
- Etiquetas energéticas não corretamente apostas nos aparelhos (deixadas dentro dos aparelhos)
- Modelos etiquetados apenas com a faixa estreita de dados das etiquetas antigas e sem a base, onde estão indicados os parâmetros (ex: fornos)
- Modelos de luminárias com o texto das etiquetas energéticas em língua estrangeira
- Modelos à venda *online* com informação incompleta, nalguns casos inexistente
- Modelos à venda *online* com informação que não respeita a ordem indicada nos regulamentos
- Modelos à venda *online* com “super declarações” relativas à sua classificação energética
- Modelos sem classe energética, nos folhetos publicitários

TESTES LABORATORIAIS

testes
simplificados



testes
completos

- Identificação de modelos suspeitos de não conformidade, em várias categorias de produto, recorrendo a diversas fontes de informação
- Desenvolvimento de metodologias para os testes simplificados (disponíveis no site europeu)
- Realização de testes completos de conformidade em laboratórios acreditados aos produtos com resultados suspeitos nos testes simplificados
- Diálogo com fabricantes e autoridades de fiscalização de mercado no caso dos produtos suspeitos de não conformidade
- Comunicação clara, objetiva e transparente dos resultados
- Recomendações para melhorar as políticas europeias e o nível de conformidade dos produtos

**100 testes
simplificados**

+

**27 testes
completos**

TESTES LABORATORIAIS SIMPLIFICADOS – RESULTADOS

TIPOLOGIA DE PRODUTO	MODELOS TESTADOS	TESTES REALIZADOS	MODELOS A TESTAR
Máquina lavar roupa	4	Etiqueta energética, estado de vigília	0
Secador de roupa	6	Etiqueta energética, estado de vigília	2
Descodificador	6	Estado ativo, vigília e desligamento automático	1
TV	5	Etiqueta energética, estado de vigília, taxa de luminância de pico, desligamento automático	2
Lâmpada	9	Etiqueta energética	4
Barras de som	6	Estado de vigília e estado de vigília em rede	3
Rádio digital	7	Estado de vigília	3
Escova dentes elétrica	5	Estado de vigília	2
Microondas	5	Estado de vigília	2
Torradeira	3	Estado de desativação	0
Secador de cabelo	5	Estado de desativação	0
Jarro elétrico	4	Estado de desativação, estado de vigília em rede	1
Máquina café	7	Estado de desativação	0
Web camera	1	Estado de vigília em rede	0
Router	1	Estado de vigília e estado de vigília em rede	0
Forno elétrico	7	Etiqueta energética	0
Máquina lavar louça	5	Etiqueta energética, estado de vigília	3
Ap. refrigeração	7	Etiqueta energética	1
Aspirador	7	Etiqueta energética	2
Total	100		26

TESTES LABORATORIAIS COMPLETOS – RESULTADOS

MARCA/MODELO	TIPOLOGIA DE PRODUTO	RESULTADOS
OBH Nordica Andoria Retro	Microondas	Descontinuado
Remington SFT100	Escova de dentes elétrica	Data de entrada no mercado incerta
Blaupunkt LS162eBK	Barra de som	Estado de vigília dentro do limite de tolerância (média das 3 amostras)
SONOS Playbar	Barra de som	Estado de vigília abaixo do limite
Lightme LED LM85236-3	Lâmpada	Fluxo luminoso dentro do limite de tolerância (média das 20 amostras)
Smarter iKettle 2.0	Jarro elétrico	Dualidade se é ou não um produto em rede (estado de vigília com limites diferentes se produto em rede)
Amica ESP 14386V	Máquina lavar louça	Eficiência de lavagem e secagem abaixo da declarada mas dentro dos limites de tolerância
Whirlpool ADP2300A	Máquina lavar louça	Eficiência de lavagem e secagem abaixo da declarada mas dentro dos limites de tolerância
-	-	Resultados inconclusivos. Novos testes serão realizados

TESTES LABORATORIAIS COMPLETOS – RESULTADOS

MARCA/MODELO	TIPOLOGIA DE PRODUTO	PARÂMETRO PROBLEMÁTICO	Nº AMOSTRAS
Hotpoint V4D01P(UK)	Secador de roupa	Estado de desativação	4
CDA CI560WH*	Secador de roupa	Eficiência de condensação	1
Sangean WFR-29C	Rádio digital	Estado de desativação	4
Roberts Radio Stream 107	Rádio digital	Estado de vigília	4
Ted Baker Finisterre	Rádio digital	Estado de vigília	1
Reflexion LDD-197	Televisor	Classe energética, Estado ativo	4
Gelhard GTV-2253	Relevisor	Classe energética, Estado ativo	4
Zehnder DX860 E*	Descodificador	Desligamento automático	4
OBH Nordica Antares 7519	Microondas	Estado de vigília	1
Waterpik SR-300	Escova de dentes elétrica	Estado de vigília	4
Azatom Stealth Bar AZHD1	Barra de som	Estado de vigília em rede	4
Megaman 141401*	Lâmpada direcional	Fluxo luminoso	20
Megaman MM27442*	Lâmpada direcional	Fluxo luminoso	20
Star Trading 358-70*	Lâmpada não direcional	Fluxo luminoso	20
OK ODW 451 FS	Máquina lavar louça	Eficiência de secagem	4
AEG S53530CNX2	Frigorífico com congelador	Classe energética, Consumo energético anual	4
Kunft KVC1119	Aspirador	Classe energética	1
Rowenta RO6673A	Aspirador	Eficácia limpeza de pavimentos duros	1

Custo extra estimado durante a vida útil destes aparelhos → 300€

DIVULGAÇÃO DO PROJETO





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), 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 da 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.

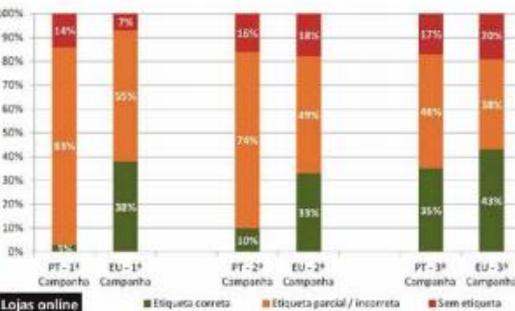
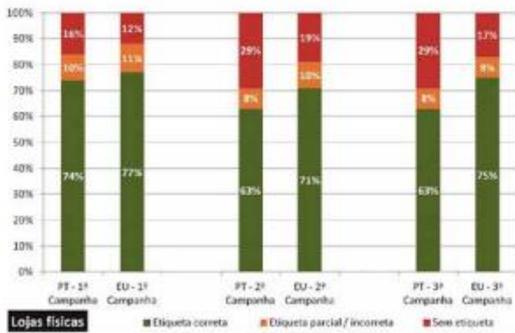
Na sua terceira campanha, entre Agosto e Setembro de 2015, o MarketWatch escrutinou a presença e a correta afixação das etiquetas de eficiência energética em 12 lojas físicas e 11 lojas online com atividade em Portugal. O objetivo desta e outras atividades do projeto é precisamente identificar as empresas 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 entre



FICHA TÉCNICA | ESTATUTO EDITORIAL | ORGANOGRAMA | ORÇAMENTO 2016

INÍCIO MULTIMÉDIA OPINIÃO POLÍTICA SOCIEDADE ECONOMIA INTERNACIONAL CULTURA DESPORTO

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.

DIVULGAÇÃO DO PROJETO - TELEVISÃO



- Escassa informação disponível aos atores de mercado

- Colaboração positiva com retalhistas

41% lojas físicas



48% lojas *online*



- Apoio técnico a alguns retalhistas e fornecedores (mesmo não diretamente envolvidos no projeto)

- Melhorias significativas nas lojas *online* (3% – 35%)

Ex: 2ª campanha 26% - 3ª campanha 99%

2ª campanha 6% - 3ª campanha 85%

1ª campanha 0% - 3ª campanha 56%



- Testes simplificados antes dos testes completos aparentam ser uma boa estratégia
67% (18) dos 27 modelos testados confirmaram as suspeitas iniciais
- Colaboração positiva com produtores
12 respostas em 18 produtos problemáticos
- Informações importantes para futuras ações de monitorização e verificação da conformidade

Evento final em Lisboa - venha assistir

A 29 de Março serão apresentados os resultados finais do MarketWatch.

[Saber mais](#)

Informações sobre produtos & lojas

OBH Nordica Antares 7519



VIGÍLIA E DESATIVAÇÃO (STANDBY E OFF-MODE)

AEG S53530CNX2



FRIGORÍFICOS / CONGELADORES

A+++
DECLARADO

A++
MEDIDO

Lightme LED LM85236-3



ILUMINAÇÃO DOMÉSTICA

A+
DECLARADO

A+
MEDIDO

Zehnder DX 860E



DESCODIFICADORES

O projeto MarketWatch

MarketWatch - Para promover os produtos verdadeiramente eficientes

[Saber mais](#)

Notícias & Eventos

GUIA PARA RETALHISTAS

A publicação, preparada pela Quercus e pelo consórcio MarketWatch, destina-se aos retalhistas de produtos sujeitos aos regulamentos de etiquetagem energética. Este documento pretende resumir as principais obrigações legais dos retalhistas das lojas físicas e online, e fornecer informação para que estes possam ajudar, da melhor forma, os consumidores durante a compra de um novo produto. Para [...]

🕒 24.03.2016

Guia retalhistas

UM EM CINCO ELETRODOMÉSTICOS TESTADOS PELO MARKETWATCH CONSUME MAIS ENERGIA DO QUE O DECLARADO

O MarketWatch encarregou laboratórios acreditados de verificar a conformidade de produtos com a legislação europeia de eficiência energética, seguindo as metodologias oficiais. No total foram encontrados 18 produtos que não respeitam a legislação. Somando o consumo extra, originado pela diferença entre os consumos declarados e os medidos, atinge-se o valor de quase 300€ em custos [...]

🕒 23.03.2016

EVENTO FINAL DO MARKETWATCH EM LISBOA

Venha conhecer os resultados finais desde projeto e perceber como a sociedade civil se pode envolver nas atividades de vigilância de mercado. O evento final vai decorrer, no próximo dia 29 de Março, das 17h45 às 19h30, no Centro de Informação Urbana de Lisboa (CIUL), com a colaboração da Lisboa E-Nova. A inscrição é gratuita [...]

🕒 9.03.2016

SAIBA COMO VERIFICAR ALGUNS REQUISITOS DE ETIQUETAGEM E CONCEÇÃO ECOLÓGICA NOS APARELHOS À VENDA NAS LOJAS

As etiquetas energéticas são uma ferramenta fundamental para orientar o consumidor nas suas escolhas. Para tal, deve ser corretamente exibida nos produtos à venda nas lojas físicas e online. O consórcio do MarketWatch preparou um guia para que ONG's e consumidores possam verificar alguns dos requisitos de etiquetagem energética e de conceção ecológica. Para qualquer [...]

🕒 1.03.2016

Guia NGO e consumidores

[Ver todas as notícias & eventos](#)

Obrigada pela vossa atenção

<http://www.market-watch.org.pt>

lauracarvalho@quercus.pt



Para promover os produtos verdadeiramente eficientes!



Os conteúdos desta apresentação são da inteira responsabilidade dos seus autores e não refletem necessariamente a opinião das Comunidades Europeias. Nem a EASME nem a Comissão Europeia são responsáveis pelo uso que possa ser dado à informação aqui apresentada.