

Consumidores ainda sem acesso à etiqueta energética online

17 de Agosto, 2015

A Quercus realizou mais uma campanha de visitas a lojas físicas e online, através do projecto MarketWatch (www.market-watch.org.pt), para verificar se os produtos sujeitos ao sistema de etiquetagem energética e concepção ecológica cumpriam os respectivos regulamentos.

A taxa de presença das etiquetas energéticas nos produtos à venda nas lojas físicas analisadas, foi significativamente superior (63%) aos das lojas online (10%) em comparação com a campanha anterior. O maior problema registado nas lojas físicas foi a grande percentagem de produtos sem etiqueta (29%), superior ao das lojas online (16%). Enquanto nas lojas online, a principal questão está relacionada com a parcial ou incorreta etiquetagem dos produtos (74%), ou seja, nem toda a informação exigida nos regulamentos é incluída, valor que se reduz nas lojas físicas (8%).

Ainda segundo os resultados deste projecto, nas lojas físicas, os grandes equipamentos, televisores e aparelhos de ar condicionado obtiveram níveis de conformidade elevados (superiores a 68%) e, nas lojas online, os televisores alcançaram a maior taxa de conformidade (apenas 29%), enquanto as outras categorias estiveram bem abaixo (menos de 14%).

Este ano, as regras para os retalhistas online mudaram e, para todos os novos modelos, colocados no mercado desde Janeiro, têm de ser disponibilizadas a etiqueta energética e a ficha de produto, em formato electrónico. As fichas de produto, contêm informação adicional sobre o desempenho dos aparelhos e, de uma forma geral, foram encontradas nas lojas físicas (no catálogo dos produtos ou num documento à parte), mas raramente se encontraram nas lojas online (quer sob a forma de texto, como exigia o antigo regulamento, quer em formato electrónico). Quanto à etiqueta energética em formato digital, a sua taxa de presença nas lojas online é ainda reduzida (8%).

Os regulamentos impõem que nos anúncios aos produtos, em que seja indicado o preço, seja mencionada a respectiva classe energética. Porém, foram encontrados em vários folhetos promocionais, modelos de lâmpadas, televisores, secadores de roupa e aparelhos de ar condicionado sem a classe energética. Outro tipo de irregularidades detectadas estão relacionadas com a venda de luminárias com etiquetas cujo texto não estava em português.

Os retalhistas avaliados nesta campanha receberam uma carta com o respectivo relatório. Alguns rectificaram de imediato as irregularidades assinaladas e com outros foram trocadas informações detalhadas e exaustivas, em reuniões, por telefone ou correio electrónico, de forma a contribuir para a sua regularização e tendo em conta os objectivos deste projeto.

Esta segunda campanha da Quercus decorreu entre Novembro e Abril deste ano e foram visitadas dez lojas físicas nos distritos de Beja, Faro, Leiria,

Santarém e uma em Lisboa e dez lojas online.

Entre Agosto e Setembro de 2015 será realizada a terceira e última campanha de visitas às lojas.

É importante salientar, também, diz a Quercus, que os produtos sem etiqueta energética ou não corretamente etiquetados, para além de não cumprirem com a legislação aplicável, impossibilitam o consumidor de fazer uma “compra informada e consciente”, prejudicando também os fabricantes que investem na inovação tecnológica e os vendedores que cumprem a legislação. Por outro lado, os produtos que não cumprem os requisitos impostos pela Diretiva de concepção ecológica, defraudam as expectativas de poupança energética definidas pela Comissão Europeia e desejadas pelos consumidores.