

Événement national sur l'étiquetage
énergétique

17/09/2015



Market Watch

<http://www.market-watch.fr/>

A PROPOS DE MARKETWATCH

- Projet **cofinancé par l'Union européenne** dans le cadre du programme énergie intelligente pour l'Europe – sur 3 ans
- **16 partenaires** issus de la société civile de **10 pays de l'UE** : associations de consommateurs et ONG environnementales



OBJECTIFS

- Vérifier le respect de la réglementation par les fabricants et les distributeurs: évaluation de la conformité
- Instaurer un dialogue avec les acteurs du marché: échanges autour des difficultés rencontrées par les professionnels et identifier les solutions pour y faire face
- Renforcer les relations avec les autorités de surveillance via la mise à disposition des résultats d'enquête et sensibiliser le public
- Disséminer les résultats et enseignements tirés à l'ensemble des acteurs

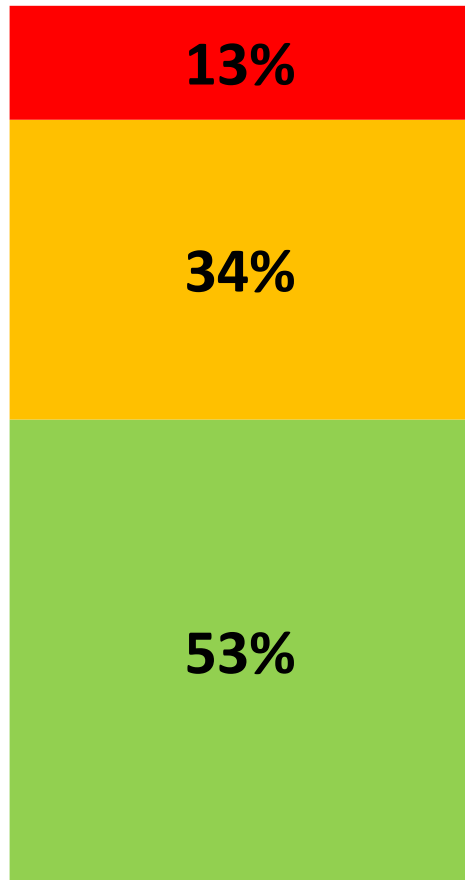
- **Deux vagues d'enquêtes** en France en décembre 2013 et décembre 2014/avril 2015 auprès de 20 magasins physiques et 12 sites en ligne. Au niveau européen, l'enquête s'est déroulée dans 11 pays, sur un total de 70 712 produits contrôlés dans 468 magasins (physiques et en ligne).
- **+ 3400 produits contrôlés** : TV, lave-linge, sèche-linges, aspirateurs, lave-vaisselle, réfrigérateurs
- **Éléments contrôlés:**
 - ✓ Affichage étiquetage énergétique: Présence, Format, Placement, correspondance modèle, ordre des informations
 - ✓ Présence d'une « fiche produit » contenant les informations définies pour chaque produit
 - ✓ Respect des exigences spécifiques à chaque produit en matière d'écoconception (classes énergétiques interdites sur le marché, programmes éco standards)
 - ✓ Publicité / Packaging

Comparaison Europe/France des deux rounds de visite

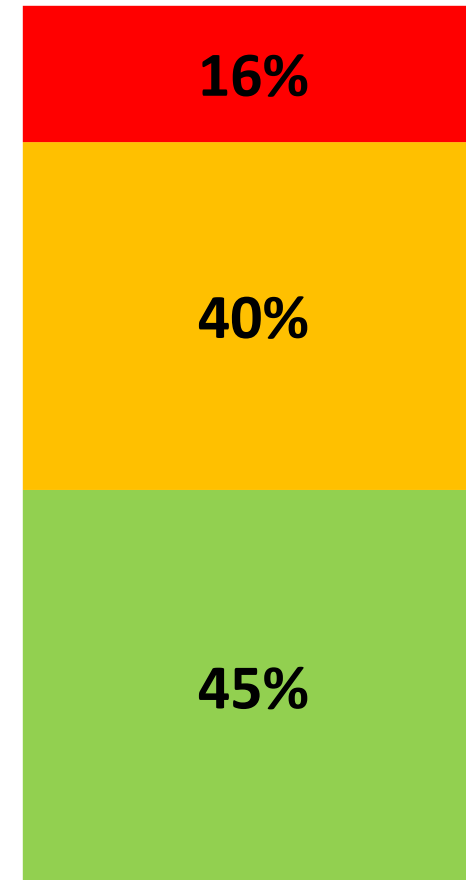
■ Etiquettes conformes

■ Etiquettes non conformes

■ Etiquettes absentes



70712 produits

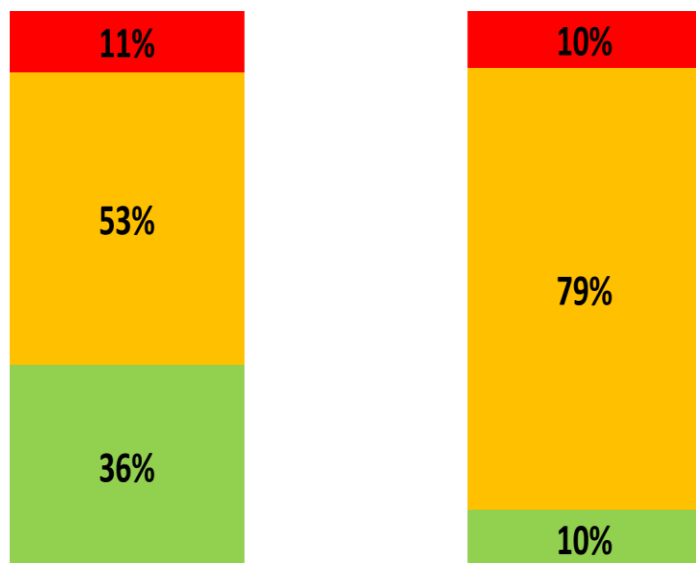


3403 produits

Comparaison Europe-France magasins physiques – sites en ligne

Comparaison Europe/France des deux rounds de visite pour les magasins en ligne

■ Etiquettes conformes ■ Etiquettes non conformes ■ Etiquettes absentes



39 950 produits

1 512 produits

Sources : Enquête Marketwatch/UFC-Que Choisir

Comparaison Europe/France des deux rounds de visite pour les magasins physiques

■ Etiquettes conformes ■ Etiquettes non conformes ■ Etiquettes absentes



30 744 produits

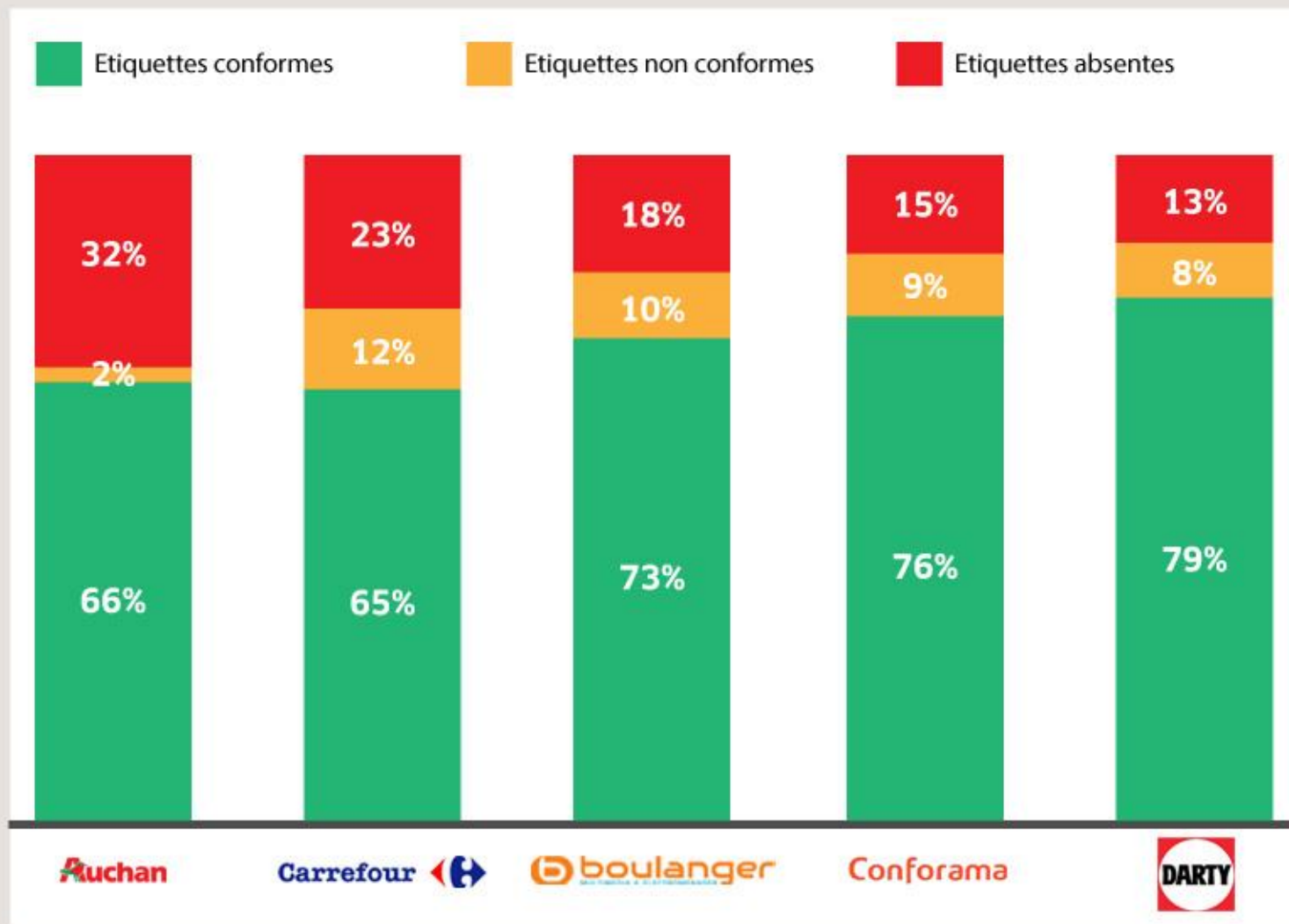
1 891 produits

Sources : Enquête Marketwatch/UFC-Que Choisir

COMPARAISON DES MAGASINS PHYSIQUES ET EN LIGNE

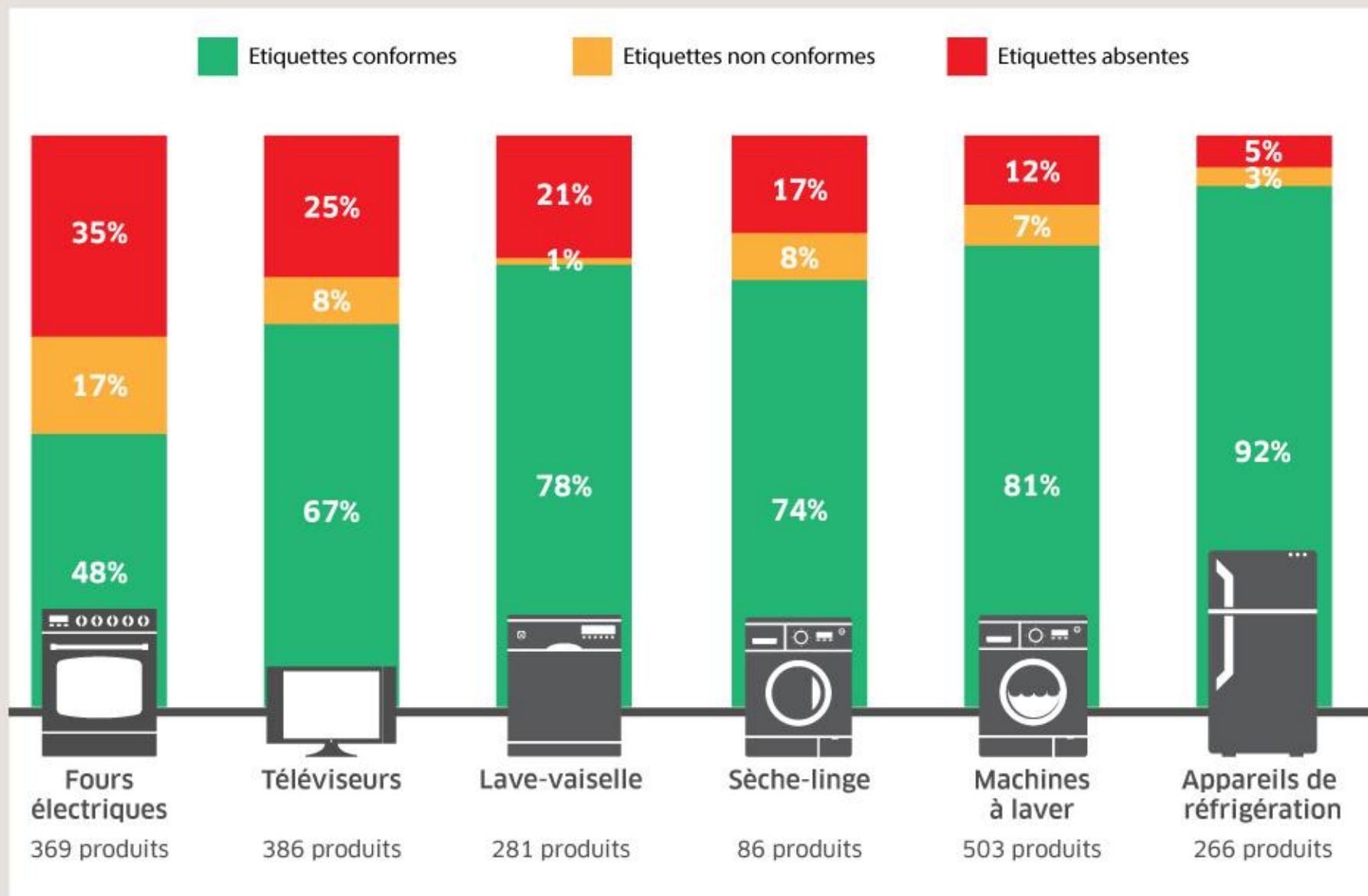


RÉSULTATS CONFORMITÉ PAR ENSEIGNES PHYSIQUES



Source : UFC-Que Choisir/MarketWatch

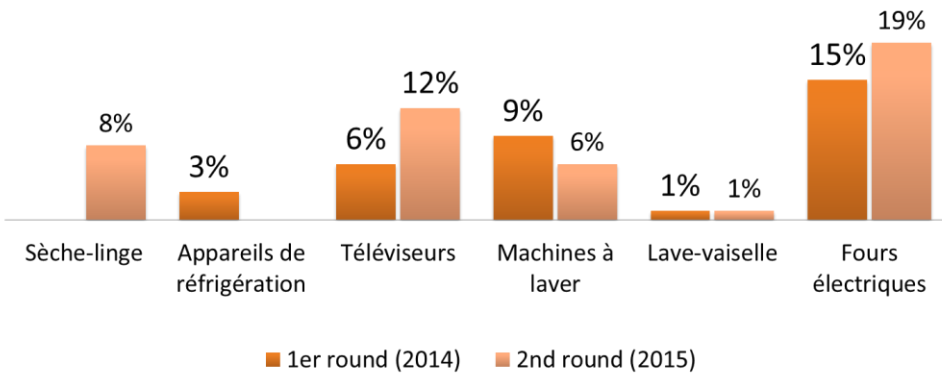
RÉSULTATS CONFORMITÉ PAR PRODUIT - MAGASINS PHYSIQUES



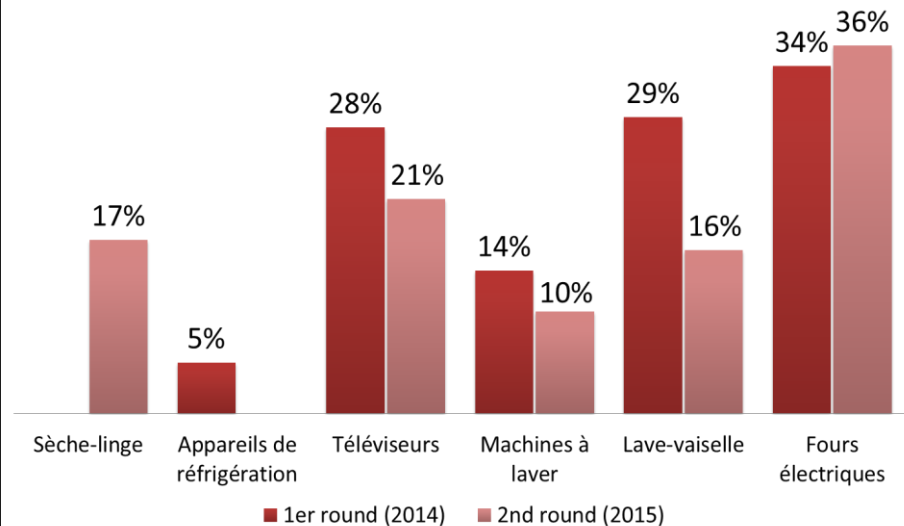
Evolution par produit

Magasins physiques

Evolution de l'étiquetage incorrect dans les magasins physiques (par équipement)

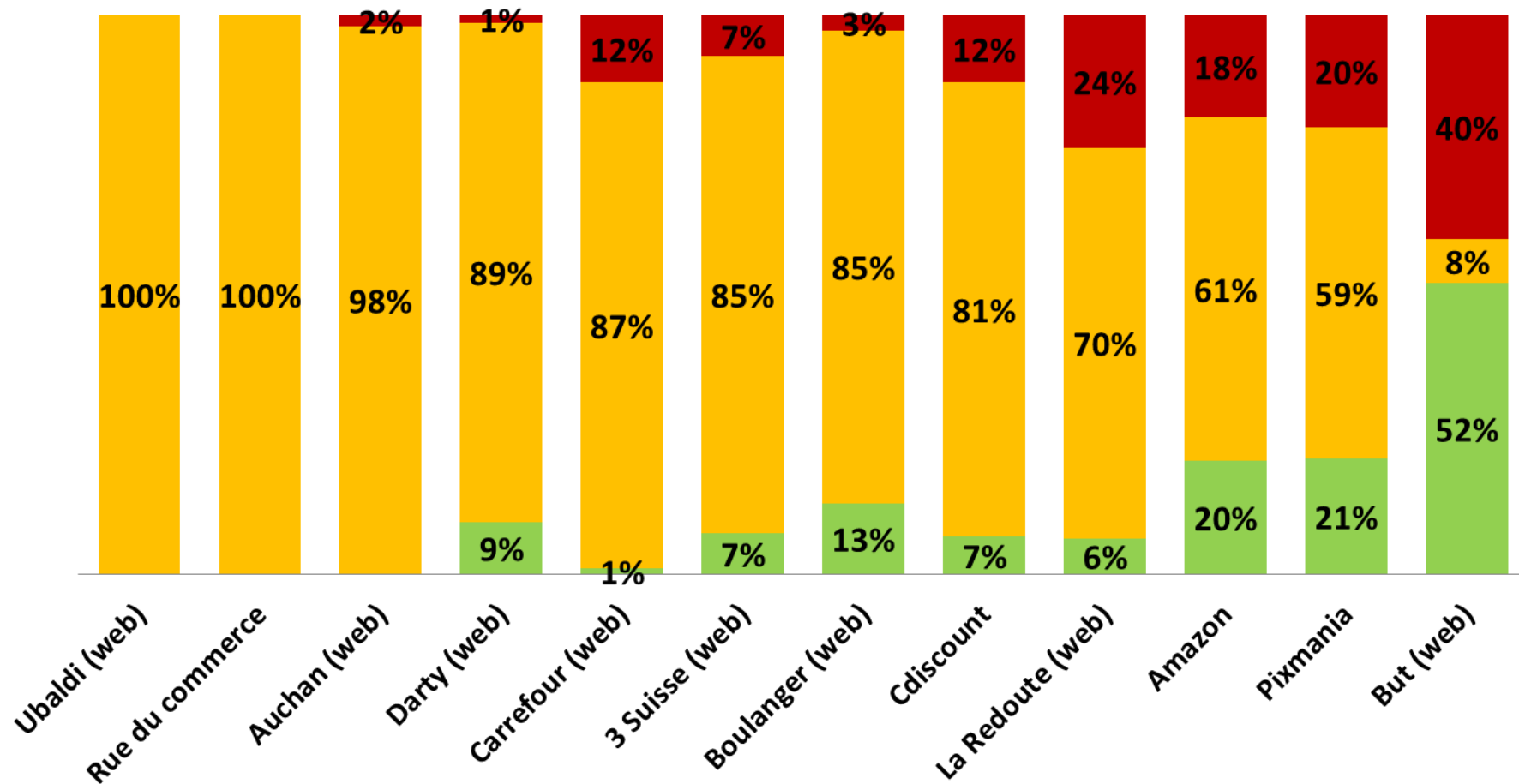


Evolution de l'absence d'étiquetage dans les magasins physiques (par équipement)



Conformité de l'étiquetage énergétique sur les deux visites (magasins en ligne)

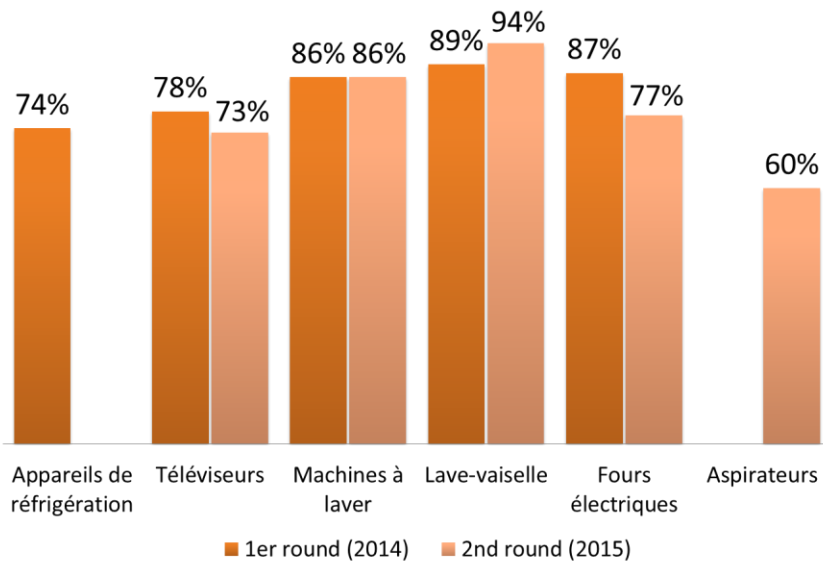
■ Etiquette correcte ■ Etiquette incorrecte ■ Etiquette absente



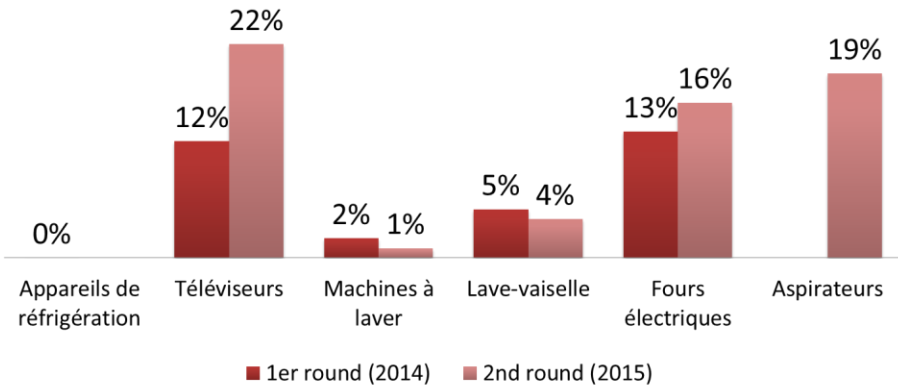
Evolution par produit

Magasins en ligne

Evolution de l'étiquetage incorrect dans les magasins en ligne (par équipement)



Evolution de l'absence d'étiquetage dans les magasins en ligne (par équipement)



ENJEUX

- L'étiquetage énergétique vise à protéger l'environnement en informant mieux le consommateur
- Bien appliquer la législation est aussi un gage de sérieux et de confiance pour les professionnels
- Cependant nous constatons des difficultés de ces derniers pour faire face à leurs obligations, quelles pistes d'amélioration ?

Difficultés rencontrées – retour d'expériences

Problèmes identifiés

Relations entre distributeurs et fournisseurs

Le fabricant doit fournir l'étiquette au distributeur qui doit l'afficher en magasin: difficultés à obtenir les étiquettes, non affichage: comment améliorer les pratiques?

« Notre difficulté principale réside dans la récupération des informations auprès de nos fournisseurs »

Formation et information du personnel

Améliorer la formation du personnel, y compris pour les sites en lignes pourrait conduire à des améliorations

« La majorité des produits commercialisés sur notre site internet sont vendus par des marchands tiers sur notre marketplace »

Vente en ligne

L'un des principaux enjeux est l'application de la législation en ligne: nouvelle réglementation, marketplace

« Les exigences réglementaires relatives à l'ordonnancement des données nécessite une refonte de l'architecture de notre site internet, Ce travail est techniquement complexe et long à mettre en place. »

Bonnes pratiques

« Nous avons mis en place une procédure. Pour tous nouveaux produits, nous effectuerons une copie couleur au format réglementaire qui sera archivée. Ainsi, en cas de détérioration, nous pourrions dupliquer l'étiquette énergétique. »

« Nous avons sensibilisé notre équipe sur nos obligations en tant que distributeur ... en diffusant à nos responsables des fiches pratiques pour chaque catégorie de produits »

« Nous travaillons actuellement au développement d'un outil permettant d'empêcher la republication intempestive de fiches produits dépubliées »

Révision européenne: quelles solutions?

- **Clarifier les obligations** respectives des différents acteurs: fabricants et distributeurs
- **Simplifier leur mise en œuvre pratique**, notamment par la création d'une base de données centralisée
- **Uniformiser l'étiquetage de classes A à G** pour tous les produits obligés d'en porter un pour mettre fin à la classification actuelle obsolète et qui porte à confusion
- **Renforcer la surveillance du marché** et continuer le dialogue avec l'ensemble des acteurs

Merci de votre attention

Questions ?