

Euro-Topten: opis i analiza projektu

euro top ten

1. Wstęp

Na rynku dostępnych jest tysiące lodówek, telewizorów, samochodów oraz wszelkiego rodzaju urządzeń. Konsumenci do tej pory nie mieli możliwości porównania i właściwego wyboru na podstawie ich efektywności energetycznej. Działo się tak, ponieważ informacje tego typu nie są łatwo dostępne bez fachowej wskazówki jak do nich dotrzeć, a porównanie całości jest po prostu zbyt trudne. Z tego powodu istotnym jest aby zachęcić konsumentów do wyboru na podstawie efektywności energetycznej w celu zredukowania zużycia energii przez społeczeństwo, co spowoduje obniżenie negatywnego oddziaływania na środowisko. Jednym ze sposobów zachęcania konsumentów do zakupów produktów najbardziej efektywnych energetycznie jest udostępnienie rzetelnego, klarownego i łatwego w obsłudze narzędzia. Euro-Topten jest międzynarodowym projektem, który to umożliwia. Jednakże, koncepcja Topten wykracza poza działania prezentowane na stronie internetowej. Zróżnicowane działania opisane w niniejszym dokumencie wzmacniają się wzajemnie w ostatecznym celu jakim jest zachęcenie i wzmocnienie kształtu, marketingu i sprzedaży super efektywnych urządzeń i sprzętów w jak najkrótszym czasie. Z tego powodu Topten nie powinien być przedstawiany jako kolejna strona internetowa celująca w klienta lecz jako znacznie szersza idea dla szerokiej grupy ludzi oraz mająca potencjalny wpływ na politykę, w tym politykę producentów.



Best Refrigerators

Large range of cold appliances with energy label class A++



Best Tumble Driers

High-efficiency heat pump tumble driers consume only half of the electricity of conventional condenser driers



Cars with Best Eco-Rating

Topten considers not only CO₂ emissions but also other pollutants and the impact of noise

2. Topten

2.1 Czym jest Topten?

Topten jest narzędziem zorientowanym na konsumentów umożliwiającym przeszukiwanie oraz porównywanie urządzeń zużywających energię. Poprzez proste kliknięcie myszką dostępne są aktualne informacje o najbardziej efektywnych energetycznie urządzeniach w różnorodnych kategoriach włączając sprzęt AGD, biurowy, audiowizualny oraz samochody. Wybór produktów Topten oparty jest o ich efektywność energetyczną, czasami w kombinacji z kilkoma innymi parametrami środowiskowymi. Obok zestawień energetycznych dostarczone są inne równie ważne dla konsumentów dane jak: marka, model, cena, zdjęcie oraz koszt energii zaoszczędzonej.

Topten jest niezależny od producentów i dystrybutorów handlowych i opiera się tylko na etykietach i standardowych deklaracjach, obiektywnych testach i analizach opracowanych przez niezależne instytucje. Co najmniej raz na pół roku informacje przedstawione na stronach internetowych są aktualizowane do stanu najbliższej rzeczywistej sytuacji na rynku. Nowe grupy produktów pojawiają się na stronach regularnie. Z tego powodu informacje są rzetelne, klarowne i aktualne.

Strony internetowe projektu są bazą do dalszych inicjatyw zalecanych w promocji zrozumienia energooszczędnych produktów oraz do zwiększenia świadomości decydentów w celu rozwoju polityki efektywnościowej.

Główne inicjatywy to:

- Monitoring zmian na rynku produktów objętych projektem w celu analizy efektu funkcjonowania projektu, przeglądu specyfikacji technicznych;
- Organizacja konkursu na najbardziej oryginalną i efektywną kampanię promocyjną produktów energooszczędnych (adresowaną zarówno do dużych nabywców jak i nabywców detalicznych);
- Zaangażowanie producentów do projektu Topten poprzez wystawę produktów najbardziej energooszczędnych znajdujących się na listach Topten;
- Rozwój sieci Euro-Topten w celu umożliwienia konstruktywnego dialogu w międzynarodowym przemyśle, jednostkami rządowymi oraz sektorem prywatnym, włącznie z detalistami aby ukierunkować ich na bardziej efektywne urządzenia;
- Aktywność komunikacyjna ukierunkowana na media, społeczeństwo, prywatnych dużych nabywców, władze samorządowe stawiana na szczycie ich działalności.

2.2 Dlaczego Topten?

Celem projektu Topten jest, aby normalnym i najlepszym dla producenta jak i dla konsumenta detalicznego wyborem rynkowym, był wybór produktu energooszczędnego. Projekt zachęca konsumenta do wyboru produktów energooszczędnych, oferując mu możliwość prostego porównania i selekcji najbardziej energooszczędnych produktów. Dla każdego produktu Topten oferuje zalecenia dotyczące energooszczędnego użytkowania. Ponadto koszty zaoszczędzonej energii elektrycznej przy użyciu energooszczędnych modeli urządzeń w odniesieniu do podobnych modeli lecz mniej oszczędnych powinny zachęcić konsumentów do wyboru modeli z list Topten.

Ostatecznym celem projektu jest osiągnięcie masy krytycznej zdolnej do przesunięcia rynku w kierunku wyższej efektywności energetycznej. Już teraz strony Topten cieszą się zainteresowaniem dużej liczby internautów, którzy sprawiają, że producenci chętniej będą współpracować w transformacji rynku. Oznacza to, że działania zrealizowane w trakcie projektu powinny być kontynuowane po jego zakończeniu i dlatego zespół aktywnych na tej płaszczyźnie partnerów powinien ciągle się powiększać. Celem długoterminowym jest zaoszczędzenie około 120 GWh rocznie¹.

2.3 Kiedy Topten?

Idea Topten powstała w 2000 roku w Szwajcarii. W ciągu siedmiu lat www.topten.ch stało się powszechnie znanym portalem prezentującym porównania 1200 produktów oraz cieszącym się uwagą 1,5 miliona użytkowników odwiedzających portal rocznie. W 2004 i 2005 roku podobne inicjatywy z sukcesem powstały we Francji i Austrii.

Europejski projekt "Euro-Topten" realizowany w ramach programu IEE oficjalnie wystartował w styczniu 2006 roku i będzie kontynuowany do końca października 2008 r. (34 miesiące). Z końcem 2006 roku w internecie było już działających siedem krajowych portali, gdzie każda ze stron dostarczała informacje o wyselekcjonowanych najlepszych urządzeniach pod względem energetycznym. Spodziewamy się, że na koniec projektu będzie co najmniej 10 stron internetowych z minimum 8 kategoriami produktów. Strony krajowe są dostępne również przez główny portal www.topten.info.

Ponadto w 2006 roku powstała Międzynarodowa Grupa Topten (TIG) założona by uruchamiać, wspierać i koordynować krajowe projekty Topten.

¹ Jeśli zsumujemy liczbę odwiedzin stron Topten otrzymamy około 1,2 miliona wizyt i zsumujemy 300kWh na rok jako zużycie energii typowego urządzenia, wówczas każdy odwiedzający będzie musiał oszczędzić 33% energii.

2.4 Kto tworzy Topten?











Projekt Euro-Topten prowadzony jest pod auspicjami programu Komisji Europejskiej Inteligentna Europa Energia (Intelligent Energy-Europe). Projekt jest kierowany przez specjalistów z zakresu energetyki, ochrony środowiska oraz stowarzyszeń konsumenckich.

Partnerzy Topten

Topten składa się z poniższych partnerów:

- ADEME, Francja (koordynator projektu);
- Austrian Energy Agency, Austria;
- Ecofys b.v., Holandia;
- SEVEn, o.p.s, Republika Czeska;
- Wuppertal Institute, Niemcy;
- WWF Belgia;
- WWF Francja;
- WWF Węgry;
- WWF Włochy;
- WWF Europejskie Biuro Polityczne, Belgia;
- Fundacja na rzecz Efektywnego Wykorzystania Energii, FEWE;
- Motiva Oy, Finlandia.



 Austria	 Hungary
 Belgium	 Italy
 Czech Republic	 Netherlands
 Finland	 Poland
 France	 Portugal
 Germany	 Switzerland

Komitet Sterujący Topten

Projekt Euro-Topten wspierany jest przez Komitet Sterujący, który uczestniczy w spotkaniach projektowych. Komitet składa się z organizacji konsumenckich, pozarządowych organizacji środowiskowych oraz krajowych agencji energetycznych. Ich wkład w projekt jest wartościowy ponieważ rozpowszechniają Topten we własnych sieciach partnerskich, wspierają projekt doświadczeniem technicznym i praktycznym oraz na płaszczyźnie zachowań konsumenckich, a niektórzy planują realizację projektu we własnym kraju.

Komitet sterujący składa się:

- SAFE, Szwajcaria
- ICLEI, Niemcy
- WWF Szwajcaria
- ASECO, Włochy
- DENA, Niemcy
- WWF Wielka Brytania
- Quercus Portugalia
- CLCV, Francja
- Konsumentverket / STEM, Szwecja
- WWF Hiszpania
- Elsparefonden, Dania
- Öko Institute Niemcy
- Mouvement Ecologique, Luksemburg

Wsparcie Topten

Niezwykle istotne jest codzienne wsparcie poprzez rozpowszechnianie projektu oraz jego efektów. Holenderskie Stichting Natuur en Milieu np. jest blisko związane z projektem Topten i sprawiło, iż holenderskie media były obecne przy inauguracji krajowego portalu oraz są obecne przy każdorazowej jego aktualizacji. Ponadto zapoczątkowali dialog z przemysłem związanym z produktami prezentowanymi w projekcie Topten.

Międzynarodowa Grupa Topten

Międzynarodowa Grupa Topten (TIG) stworzona została jako zrzeszenie nie czerpiące żadnych korzyści finansowych ze swej działalności, zapoczątkowana w Paryżu w celu

koordynowania Toptenem w różnych krajach. Jest organizacją wspierającą, która towarzyszy projektowi Topten w czasie jego trwania i zaprasza do współpracy partnerów na całym świecie. Zainteresowane organizacje są zachęcane do kontaktu z TIG gdyż Topten jest otwarty na współpracę. Celem ostatecznym jest wzrost znaczenia standardów energetycznych, ochrona jakości działań oraz niezależność projektu Topten, przyspieszanie wymiany doświadczeń i danych, oraz udostępnianie narzędzi i systemu internetowego dla krajowych partnerów Topten. TIG już rozpoczął rozwój działań na zamówieniach publicznych i utrzymywanie strony www.topten.info, która zawiera linki do stron krajowych. Ponadto, TIG rozwija listę produktów europejskich "Best of Europe" (rozdział 4).

2.5 Jak powstaje strona internetowa?

Poniższe kroki brane są pod uwagę w tworzeniu dobrze zdefiniowanej, aktualnej i rzetelnej strony:

1. Rozwój specyfikacji technicznych i wybór kryteriów selekcji (efektywność energetyczna, emisja CO₂, itp.) biorących pod uwagę za najistotniejszy, rozwój technologiczny i rynkowy. Partnerzy projektu dokładają jak tylko mogą starań do zastosowania tych samych kryteriów we wszystkich krajach, nawet jeśli poziomy progowe są różne;
2. Definiowanie odpowiednich podkategorii produktów opartych na typie, rozmiarze oraz innych charakterystycznych parametrach istotnych dla konsumentów. Podkategorie są wybierane na poziomie krajowym;
3. Przeszukiwanie i analiza danych na podstawie przyjętych kryteriów, wstępna preselekcja podparta weryfikacją jakości danych, wybór metodyczny we współpracy z producentami. Podczas tych działań tworzona jest współpraca z chętnymi producentami celem zwiększenia efektywności ich produktów;
4. Zaprojektowanie przyjaznej konsumentowi strony internetowej zawierającej informacje o efektywnych energetycznie urządzeniach, informacje podstawowe, nowości, itp.;
5. Skonstruowanie i uruchomienie ostatecznej strony w celu dotarcia do konsumentów i uświadomienie ich o korzyściach oszczędzania energii poprzez dobre rady i sugestie publikowane na stronie oraz poprzez ogłoszenia medialne. Uwaga mediów jest kluczem do wzrostu świadomości społeczeństwa w zakresie efektywnych urządzeń i dlatego jest istotną częścią projektu Topten.

Zwiększenie przejrzystości na rynku jest jednym z podstawowych celów projektu, wszystkie kroki, włącznie z kryteriami są wyjaśniane na stronach.



Rangnummer	1	1	2	3	4	4
Merk	Liebherr	Miele	Siemens	Siemens	Liebherr	Bauknecht
Model	KTP 1750	K 2319 S	KT16RP20	KT 16 RE 20	KTP 1430	KRA 185 OPTIM
Inhoud koelgedeelte (liters)	156	150	154	152	137	143
Inhoud vriesgedeelte (liters)	nut	nut	nut	nut	nut	nut
Totale inhoud (liters)	156	150	154	152	137	143
Energie label	A++	A++	A++	A+	A+	A+
Energiegebruik per jaar (kWh)	84	84	85	113	117	117
Energiekosten per jaar (€)	16,80	16,80	17,00	22,60	23,40	23,40
Prijs (€)	onbekend	359,00	onbekend	309,00	299,00	269,00

Zdjęcia przedstawia przykład holenderskiej strony internetowej pokazujący listę Topten dla małych wolnostojących chłodziarek wraz ze zdjęciami, charakterystyką i cenami kilku produktów.

2.6 Osiągane rezultaty projektu Topten

Mimo, iż projekt trwa od roku (w momencie pisania) możliwe już jest przeprowadzenie pierwszych konkluzji z krajów, w których strony Topten już funkcjonują (Szwajcaria, Francja, Austria, Holandia, Belgia, Polska, Czechy) jak:

- Projekt Topten wykracza poza prezentację strony internetowej. Różnorodne działalności wzmacniają się wzajemnie z jasno nakreślonym celem przełamania oraz przyśpieszenia zmian marketingu oraz zakupów najbardziej efektywnych urządzeń i sprzętów powszechnego użytku w jak najkrótszej perspektywie czasowej;
- Grupy celowe odpowiadają bardzo pozytywnie: np. 900 tys. wizyt w Szwajcarii zanotowano w 2005, miasto Zurych systematycznie kupuje produkty z listy Topten; we Francji główne stacje radiowe i telewizyjne prezentują listy samochodów i urządzeń gospodarstwa domowego; w Holandii zanotowano 160 tys. odwiedzających w 2006 roku z ciągłością na rok 2007. Ponadto Topten rozpowszechniają partnerzy typu: przedsiębiorstwa energetyczne, organizacje konsumenckie i środowiskowe;
- Topten już udowodnił, że jest otwarty na nowych partnerów, którzy w międzyczasie dołączyli do projektu. Obecnie Hiszpania i Portugalia startują z własnymi stronami oraz prawdopodobnie niedługo dołączy do nich Luksemburg;
- Partnerstwo z lokalnymi władzami rozwinięto już w Szwajcarii, Austrii, Francji i Holandii;
- Założono stronę europejską projektu, na której zaprezentowane są „Najlepsze z Europy” produkty (The Best of Europe) szerzej opisane w rozdziale 4.

3. Inicjatywy projektu Euro-Topten

3.1 Promocja projektu Topten

Portale są promowane poprzez współpracę z mediami w celu zwiększenia zainteresowania stroną, co zwiększa naszą siłę w dialogu z producentami na poziomie europejskim, pozwala ustalać ambitne kryteria do wyboru produktów i doradzać dużym zakupującym (zamówienia publiczne). Europejskie Biuro Polityczne WWF posiada kontakty z oficjalami wysokiego szczebla oraz w przemyśle. Projekt Euro-Topten został również zaprezentowany Międzynarodowej Agencji Energii.

3.2 Konkurs Euro-Topten

"Na najlepszą kampanię promującą efektywne energetycznie produkty Topten"

Konkurs Euro-Topten pomaga stymulować działania promocyjne dotyczące redukcji zużycia energii w sektorze mieszkaniowym i biurowym. Konkurs odnosi się do strony popytowej, czyli publicznych i prywatnych nabywców, dystrybutorów i innych organizacji wspierających inicjatywę Topten. W konkursie tym zostanie wyłoniona i wyróżniona nagrodą Euro-Topten najlepsza kampania promująca efektywne energetycznie urządzenia Topten. Zwycięzca konkursu za swoją świadomą politykę energetyczną będzie nagrodzony podczas ceremonii wręczania nagród. Ponadto zwycięzca konkursu Euro-Topten zostanie zaprezentowany na 10 krajowych stronach Topten. Dlatego konkurs może stać się silnym narzędziem promocyjnym w działalności marketingowej firm, organizacji oraz dystrybutorów. Zwycięzca zostanie wyłoniony przez międzynarodową komisję złożoną z członków Euro-Topten z 16 krajów.

3.3 Wystawa produktów Euro-Topten

Wystawa produktów Euro-Topten pomaga stymulować stronę podażową produktów efektywnych poprzez zachęcenie producentów do konkurowania wg kryteriów efektywności energetycznej oraz środowiskowej. Wystawa będzie prezentować najlepszy

pod względem efektywności energetycznej produkt w Europie. Jeżeli liczba produktów prezentowana na stronach krajowych oraz głównej będzie zbyt duża zaprezentowane zostaną produkty po selekcji. Z wcześniejszych doświadczeń wynika, że producenci są chętni do oglądania ich własnych produktów na listach Topten oraz jako sklasyfikowanych na najwyższych pozycjach listy. Dzięki publikacjom wokół projektu oraz zaprezentowaniu podczas targów, spodziewanym jest, że wystawa Euro-Topten spowoduje pośrednio lub bezpośrednio, że producenci zaczną opracowywać bardziej energooszczędne produkty. Wystawa produktów Euro-Topten zostanie przeprowadzona na tym samym, międzynarodowym wydarzeniu co ceremonia wręczenia nagród dla zwycięzców konkursu. Wybrany uprzednio najlepszy produkt Euro-Topten zostanie tam zaprezentowany.

4. Najlepsze w Europie (Best of Europe)

4.1 Wstęp

„Najlepsze w Europie” realizowane jest wraz ze wszystkimi zespołami Topten w celu sprawdzenia produktów i danych rynkowych na poziomie europejskim, a także w celu zainteresowania ideą efektywnościową decydentów.

Jest skupiony na najbardziej efektywnych pod względem energetycznym urządzeniach w całej Europie. Celem jest przedstawienie energetycznego status quo Europy oraz postępu w działaniach polityków, Komisji Europejskiej, agencji energetycznych, przemysłu i naukowców. Najlepsze w Europie pojawiło się po raz pierwszy w październiku 2006 r. z produktami w kategoriach: urządzenia chłodzące (chłodziarki i zamrażarki). Od lutego 2007 pojawiły się suszarki bębnowe, samochody a także źródła światła. Dalsze kategorie będą publikowane na stronie w najbliższej przyszłości.



„Najlepsze w Europie” utożsamia najbardziej efektywne energetycznie produkty Europy, przedstawione na standardowo przygotowanej stronie internetowej www.topten.info i przez kraje, w których te produkty są dostępne. Spodziewanym jest, że te czołowe produkty będą stymulowały producentów, międzynarodowych kupujących i decydentów do przesunięcia efektywności energetycznej i zwiększenia międzynarodowej konkurencyjności. Ponadto udostępnione są informacje dla decydentów politycznych, które zawierają zalecenia dla każdej kategorii produktów, pomagające w działaniach politycznych typu kampanie, programy rabatowe, kryteria dla dużych kupujących oraz zastrzanie etykiet energetycznych.

4.2 Racjonalizacja

Początkowo Topten był traktowany jako narzędzie transformacji rynku w kierunku wyższej efektywności energetycznej skupiając się na technicznych elementach tematu w celu podniesienia świadomości konsumentów oraz dużych zakupujących o korzyściach wynikających z oszczędzania energii. Dodatkowo rozpoznano potrzebę wzmocnienia oddziaływania politycznego projektu na decydentów politycznych oraz producentów urządzeń zużywających energię na poziomie europejskim, jak nie światowym. Najlepsze w Europie pokazują status quo technologii efektywnych na rynku europejskim oraz

pokazuje wartości referencyjne efektywności energii. Dzięki profesjonalnym działaniom promującym i rozpowszechniającym wspomniane referencje mogą być używane jako podstawa w kreowaniu polityki środowiskowej, strategii etykietowania oraz europejskich programów szkoleniowych, mogą stanowić wartości referencyjne do specyfikacji zamówień publicznych przez dużych międzynarodowych kupujących. Ten nowy standard kreowany przez Topten powinien pchnąć rynek na wyższy poziom efektywności energetycznej zarówno na poziomie krajowym jak i europejskim. Należy podkreślić, że nie ma czasu do stracenia, zwłaszcza że wiele krajów jest w trakcie ustalania tych poziomów.

4.3 Działania rozpowszechniające

Działania rozpowszechniające dotyczą zarówno krajowych stron jak i strony „Najlepsze w Europie”. Każda z nich ma oczywiście trafić do różnych grup odbiorców jak: konsumenci, duzi kupujący, media itp. Rozpowszechnianie oraz polityka kreowania „Najlepszych w Europie” skupia się na poniższych grupach:

- o Komisja UE (Bruksela i Wspólne Centrum Badawcze UE Ispra)
- o Agencje energetyczne, organizacje naukowe, środowiskowe, konferencje jak np. EEDAL, eceee (Europejskie Biuro Ekonomii Efektywnej Energii - European Council for an Energy Efficient Economy)
- o Komisje etykietujące (UE - Eco-design, EU-label, Energy-Star itp.)
- o Główne siedziby producentów oraz dużych kupujących

Informacje o stronie „Najlepsze w Europie” będą również rozpowszechniane na forum pozaeuropejskim, tam gdzie widoczna będzie potencjalna współpraca (np. APEC, APP-CDC, inne działania ONZ) poprzez publikacje, spotkania, przemowy, kontakty personalne oraz sprawozdania prasowe na europejskim poziomie.

5. Kontakt

W celu uzyskania dalszych informacji na temat Topten zapraszamy na www.topten.info lub prosimy o kontakt:

Therese Kreitz (lider projektu)
500 Route des Lucioles
06560 Valbonne
France
+334 9395 7984
therese.kreitz@ademe.fr

Sophie Attali
6 rue de Verdun
93450 Ile-Saint-Denis
France
+331 4922 0064
sophie.attali@topten.info

Dr. Eric Bush
Rebweg 4
7012 Felsberg
Switzerland
+41 81 252 63 64
info@topten.info

Wspierane przez: http://europa.eu.int/comm/energy/intelligent/index_en.html

Intelligent Energy  **Europe**

Wyłączną odpowiedzialność za treść tej publikacji ponoszą jej autorzy. Publikacja nie musi odzwierciedlać opinii Wspólnoty Europejskiej. Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za jakikolwiek sposób wykorzystania informacji zawarte w tej publikacji.