

# B E L T

BOOST ENERGY LABEL TAKE UP

# WHITE PAPER

This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation program under grant agreement No 847043. The information reported in this document reflects only the author's view and the European Commission is not responsible for any use that may be made of the information it contains.

## Partners



**sofies**  
leading sustainability

**ECQDOM**  
Consorzio Italiano  
Recupero e Riciclaggio  
Elettrodomestici

**I.C.L.E.I**  
Local  
Governments  
for Sustainability

**ocu**  
La fuerza  
de tus decisiones

**BEUC**  
The European  
Consumer  
Organisation

**TESTACHATS**

**ALTROCONSUMO**

**DECO PROTESTE**  
DEFESA DO CONSUMIDOR

**worten**

**SONAE**

**ZPS** SLOVENE  
CONSUMERS'  
ASSOCIATION

# SOMMARIO

- 1. IL SISTEMA DELLE ETICHETTE ENERGETICHE EUROPEE: QUALI SONO LE FUNZIONI E PERCHÉ STA CAMBIANDO**
- 2. DA 10 A 7 CLASSI: IL NUOVO SISTEMA DELLE ETICHETTE ENERGETICHE EUROPEE**
- 3. PASSATO E PRESENTE: LE DIFFERENZE PRINCIPALI**
- 4. I PRINCIPALI VANTAGGI E CAMBIAMENTI PER LE CENTRALI DI ACQUISTO DELLE PA**
- 5. LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE E I MATERIALI INFORMATIVI REALIZZATI DAL PROGETTO BELT (BOOST ENERGY LABEL TAKE UP)**
- 6. BIBLIOGRAFIA**



## 1.

# IL SISTEMA DELLE ETICHETTE ENERGETICHE EUROPEE: QUALI SONO LE FUNZIONI E PERCHÉ STA CAMBIANDO

Sin dal 1992, il sistema delle etichette energetiche europee aiuta a valutare l'**efficienza dei prodotti connessi all'energia**. Il sistema è composto di una serie di classi progressive che mostrando ognuna uno specifico livello di consumo energetico, facilitano i consumatori e gli acquirenti professionali nella ricerca e selezione di **apparecchi sempre più efficienti dal punto di vista energetico**, e, allo stesso tempo, guidano lo sviluppo di prodotti innovativi ed efficienti.

Grazie all'aumento dell'offerta e della domanda di prodotti a risparmio energetico, derivanti anche dalle ricadute in termini di comunicazione e consapevolezza generate da questo sistema, il consumo di energia e i costi energetici degli elettrodomestici si sono notevolmente ridotti negli anni.

Il sistema delle etichette energetiche europee è già mutato diverse volte e, al momento, è nuovamente interessato da un recente e importante processo di cambiamento causato dalle evoluzioni nelle scelte dei consumatori e dalle conseguenze dei processi d'innovazione tecnologica.

Recenti studi demoscopici realizzati dall'Osservatorio Europeo sugli atteggiamenti dei consumatori sulla politica energetica dell'UE<sup>1</sup> hanno dimostrato come il 93% degli intervistati è a conoscenza delle etichette energetiche e come sia quindi possibile parlare di una consapevolezza ben diffusa e strutturata

<sup>1</sup> Special EB 492 (2019)

7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY



*Garantire l'accesso a un'energia economica, affidabile, sostenibile e moderna per tutti*

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



*Rende le città inclusive, singole, resilienti e sostenibili*

13 CLIMATE ACTION



*Intraprendere azioni urgenti per combattere il cambiamento climatico e il suo impatto*

*L'adozione della nuova etichetta energetica contribuirà al raggiungimento di alcuni obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.*



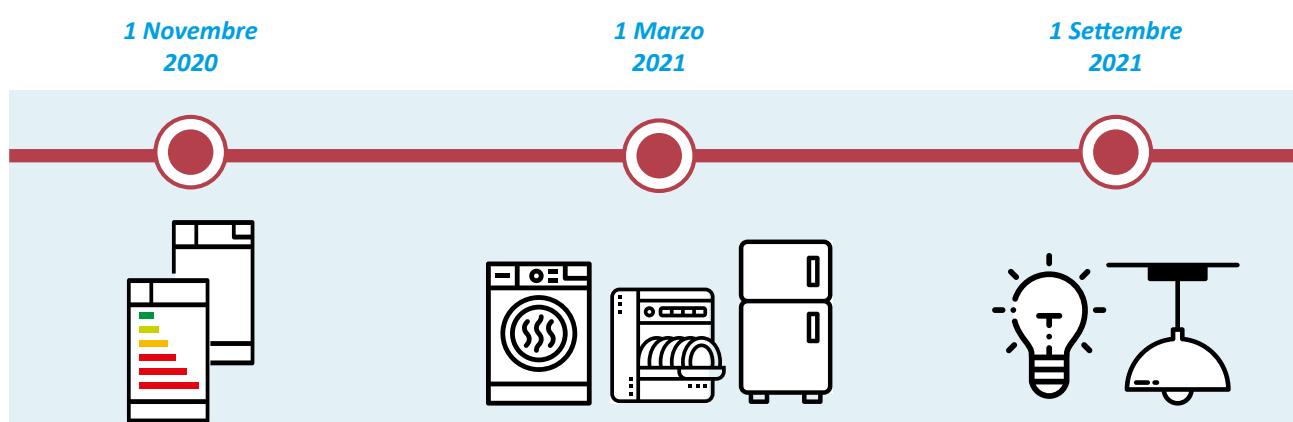
nell'opinione pubblica. Nonostante circa il loro 80% le considera decisive per l'individuazione dei prodotti più efficienti, con la vecchia etichettatura era ormai divenuto impossibile ai più rendersi conto di come tra un doppio o un triplo “+” vi fosse un'intera classe di differenza o che un frigorifero “A+” potesse rappresentare uno dei prodotti meno efficienti presenti sul mercato.

Era ormai evidente come nel tempo il **sistema composto di 10 classi**, che vanno dalle quattro diverse classi “A” (“A”, “A+”, “A++”, “A+++”) fino alla classe “G”, **fosse diventato meno efficace**, avendo ormai perso la sua originale comprensibilità.

Difatti a causa dell'evoluzione tecnologica e della graduale eliminazione dal mercato degli apparecchi più obsoleti e meno efficienti, la maggior parte dei prodotti disponibili si trovava ormai nelle classi più performanti del precedente sistema (“A++”, “A+”, “A”).

Questi cambiamenti hanno progressivamente indebolito l'efficacia comunicativa del sistema, rendendo sempre più difficile per i consumatori capire quali fossero i prodotti più efficienti, e di conseguenza hanno causato un minore impegno da parte dei produttori nella creazione di dispositivi di nuova generazione, ancora più efficienti e performanti.

Queste sono le ragioni principali per le quali, **dall'autunno 2020, è stato introdotto un nuovo e semplificato sistema di etichettatura**.



Pur dovendo presentare entrambe le etichette (vecchia + nuova), la nuova etichetta non deve essere esposta nei negozi e nei negozi online.

Le nuove etichette per lavastoviglie, lavatrici, lavasciuga, frigoriferi e congelatori, frigoriferi commerciali e display elettronici devono essere visibili nei negozi.

Le nuove etichette per le sorgenti luminose devono essere visibili nei negozi.



2.

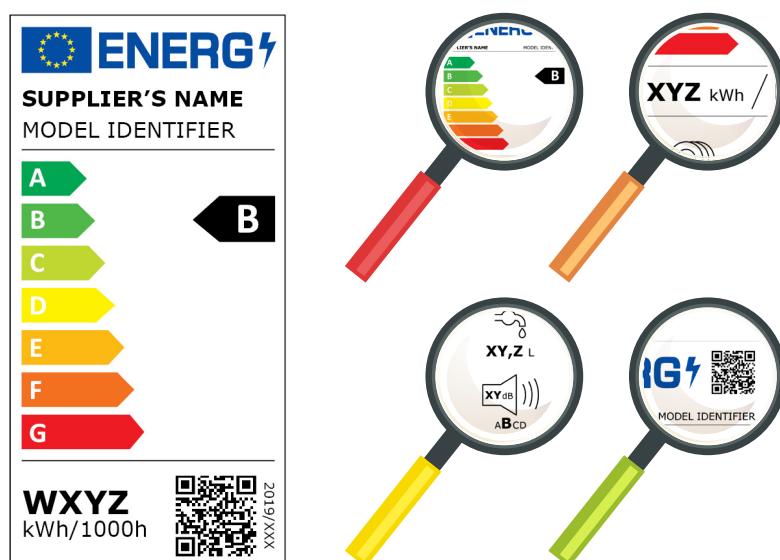
## DA 10 A 7 CLASSI: IL NUOVO SISTEMA DELLE ETICHETTE ENERGETICHE EUROPEE

Per le ragioni descritte nel precedente paragrafo, le **istituzioni europee** hanno deciso di introdurre per vari tipi di apparecchi domestici e commerciali un nuovo sistema di etichettatura energetica.

Il cambiamento principale consiste nel passaggio **da 10 a 7 classi di consumo energetico**, per rendere più chiara e immediata la comprensione dei livelli di consumo degli apparecchi e per far fronte all'eccessiva "saturazione" delle classi più performanti ormai più che evidente nel sistema finora in uso.

L'**etichetta ora include solo le classi energetiche da "A" – "G"**, e la Commissione aggiorerà i loro livelli di consumo con regolarità tutte le volte che le classi più performanti saranno troppo popolate.

**L'etichetta è collegata a un nuovo database europeo per i prodotti connessi all'energia (European Product Database for Energy Labelling - EPREL), accessibile tramite QR-Code.** Per tutti i prodotti etichettati, il database fornisce ai consumatori, ai rivenditori e agli organismi di sorveglianza del mercato informazioni aggiuntive.



**Nel 2021, sia nei negozi fisici sia in quelli online, sono state già introdotte nuove etichette per i seguenti 6 gruppi di prodotti:**

-  Frigoriferi e congelatori, incluso cantinette per vino, per uso domestico
-  Lavatrici e lavasciuga
-  Lavastoviglie
-  TV e displays
-  Sorgenti luminose (da settembre 2021)
-  Apparecchiature di refrigerazione destinate ad usi commerciali

Per il gruppo di prodotti “apparecchiature di refrigerazione destinate a usi commerciali” (noti anche come frigoriferi e congelatori commerciali) è stata implementata un’etichetta completamente nuova. Questa etichetta è rilevante per le centrali di acquisto professionali sia private che pubbliche.

**In futuro, il nuovo sistema di etichettatura sarà introdotto anche per altri gruppi di prodotti connessi all’energia, tra i quali:**

- Condizionatori
- Ventilatori
- Asciugabiancheria
- Aspirapolvere
- Etc.



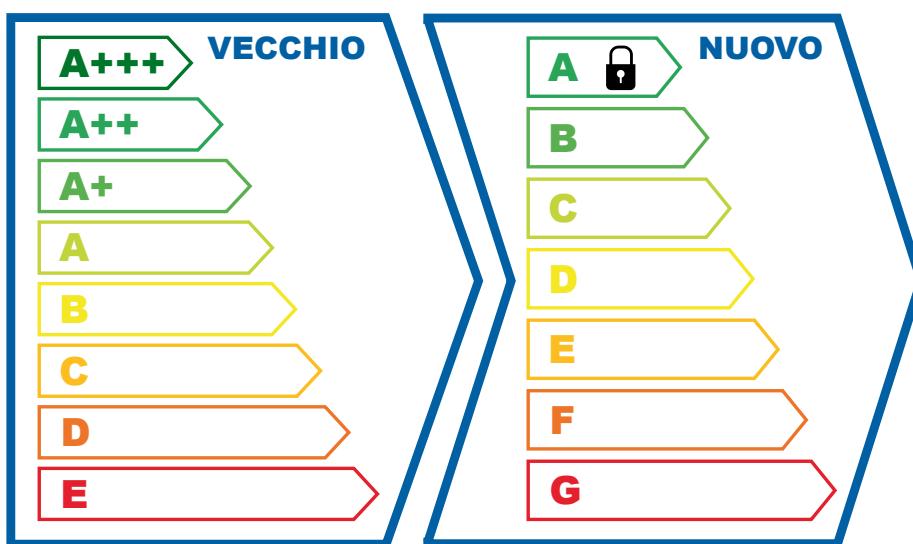
Le etichette energetiche di questi prodotti verranno modificate sulla base del nuovo sistema di classificazione non appena entreranno in vigore i relativi regolamenti delegati europei. In base al quadro legislativo fissato nel 2017 dal regolamento generale per la nuova etichettatura, è possibile prevedere che questi cambiamenti **avverranno tra il 2022 e il 2023.**



3.

## PASSATO E PRESENTE: LE DIFFERENZE PRINCIPALI

Il sistema che è stato sostituito era diviso in 10 classi: dalla “A”, composta da 4 livelli, alla “G”. Il nuovo sistema consiste di 7 classi. Per questo motivo, **sulle nuove etichette, le classi “A” con il segno più sono scomparse, così che rimangono solo le classi da “A” a “G”.**



**Non ci dovrebbero essere prodotti di classe “A” dall’entrata in vigore della nuova etichetta.** L’intenzione legata al cambiamento di etichetta è di mantenere inizialmente la classe “A” vuota, per stimolare ulteriori innovazioni nei prodotti connessi all’energia.

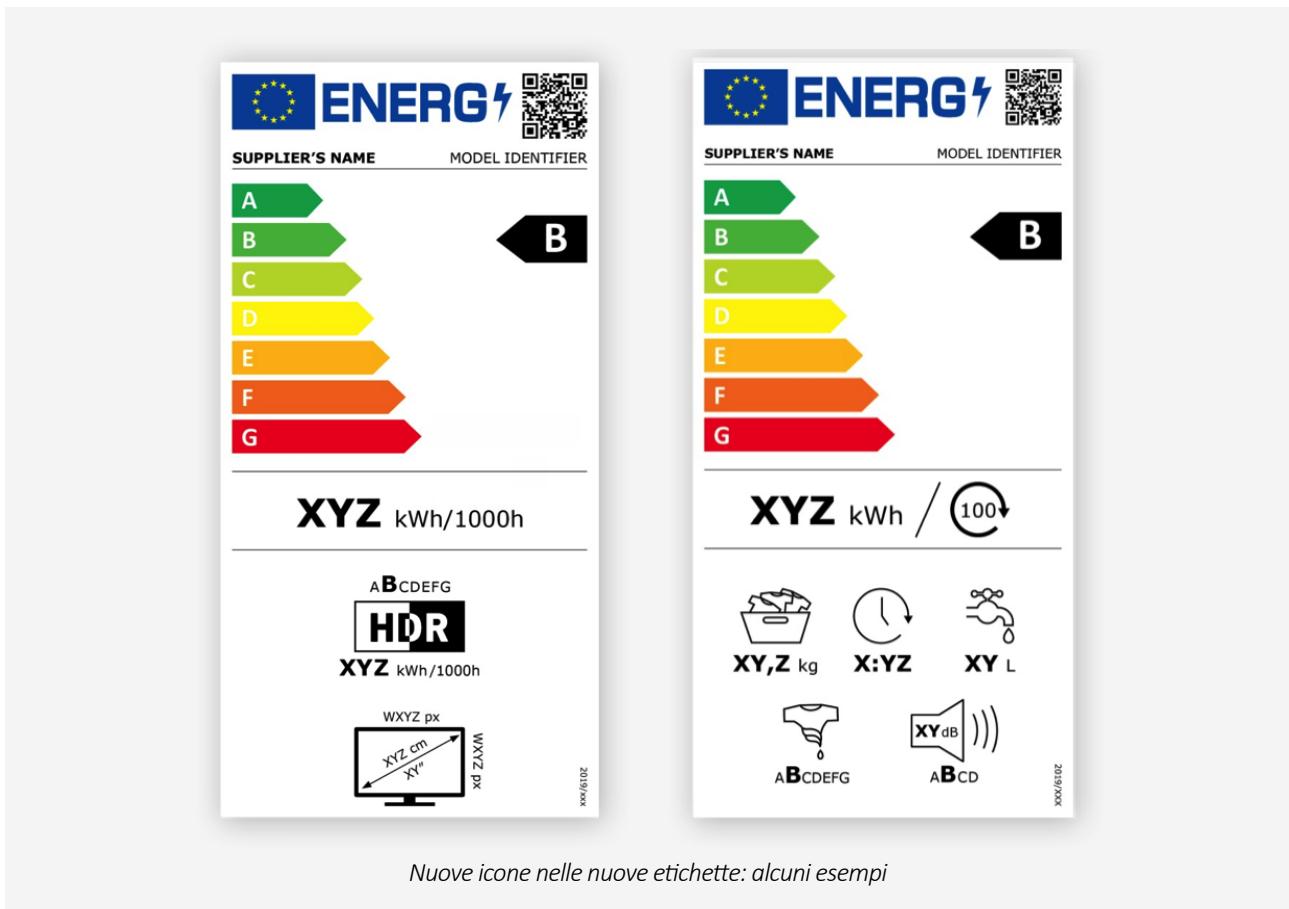
I prodotti più efficienti finora etichettati come “A+++” corrisponderanno approssimativamente alla nuova classe di etichetta “B” o “C”, a seconda del gruppo di prodotti. Tuttavia, bisogna notare che **non è possibile stabilire una corrispondenza precisa tra l’informazione sulla classe energetica indicata nella vecchia etichetta e l’informazione sulla classe energetica indicata nella nuova**. Questo perché le etichette riscalate sono elaborate con nuovi metodi di valutazione.

**Un altro cambiamento rispetto al sistema finora in vigore consisterà nella presenza di un codice QR che fornisce un collegamento diretto a specifiche informazioni non commerciali,**



introdotte direttamente dai produttori nel database EPREL sviluppato dall'UE, per favorire la trasparenza e una più facile sorveglianza del mercato da parte delle autorità nazionali. Il codice sarà mostrato nell'angolo superiore destro dell'etichetta (o nell'angolo inferiore destro nel caso delle sorgenti luminose).

**Il consumo di energia dei prodotti è indicato più chiaramente che nel sistema precedente, nella sezione centrale dell'etichetta.**



Nuove icone nelle nuove etichette: alcuni esempi



## 4.

### I PRINCIPALI VANTAGGI E CAMBIAMENTI PER LE CENTRALI DI ACQUISTO DELLE PA

In generale, la transizione verso un nuovo sistema di etichettatura ha diversi impatti positivi.

Prima di tutto, i **consumatori saranno in grado di comprendere meglio i livelli di consumo energetico degli elettrodomestici** e, di conseguenza, di fare **scelte di consumo più efficienti**. Ciò consente loro di **risparmiare denaro** e allo stesso tempo contribuire ad una **riduzione del consumo energetico in tutta l'UE, con conseguenti benefici dal punto di vista della sostenibilità ambientale**.

Questi impatti avranno conseguenze anche dal punto di vista della produzione, perché **le aziende saranno sempre più stimolate a creare prodotti energeticamente efficienti**, eliminando gradualmente dal mercato quelli più obsoleti, caratterizzati da alti livelli di consumo e impatto ambientale.

Per permettere la realizzazione concreta di questo scenario, **un ruolo fondamentale sarà giocato dai gruppi dei cosiddetti “grandi acquirenti”, sia pubblici (amministrazioni pubbliche) che privati** (grandi gruppi imprenditoriali).

Le istituzioni europee ritengono che **i “grandi acquirenti” siano un attore strategico per la transizione del mercato verso la realizzazione di prodotti energeticamente più efficienti**. Grazie alla domanda da loro generata, il mercato europeo sarà indirizzato **verso la produzione di beni e servizi con un minore impatto ambientale** e investimenti nella ricerca di soluzioni innovative eco-sostenibili.

Tenendo conto della grande **capacità di acquisto** degli acquirenti pubblici (gli appalti pubblici rappresentano oltre il 14% del PIL dell'UE)<sup>1</sup>, il loro ruolo è fondamentale per stimolare l'adozione di prodotti energeticamente efficienti. Per questo motivo, **alcuni dei più importanti cambiamenti immediati** che deriveranno dall'introduzione del nuovo sistema di etichettatura energetica **avranno un impatto sulle attività di questa categoria di professionisti**.

<sup>1</sup> European Commission, Single Market Scoreboard (2019)



Pertanto, diverse attività di sensibilizzazione sul nuovo sistema di etichettatura energetica sono rivolte agli acquirenti pubblici, - comprese quelle intraprese come parte del progetto **BELT (Boost Energy Label Take up)**.

**Il cambiamento principale per gli acquirenti pubblici riguarderà la loro capacità di promuovere elevati standard di efficienza energetica negli appalti pubblici.** Dopo la piena entrata in vigore dei rispettivi regolamenti delegati per la nuova etichettatura delle diverse classi di prodotti connessi all'energia, **sarà obbligatorio anche per loro acquistare solo ed esclusivamente gli apparecchi che hanno adottato il nuovo sistema di etichettatura**, e avranno la possibilità di escludere automaticamente dalla gara di tutti i produttori che non hanno ancora effettuato il passaggio al nuovo sistema.

Tali modifiche saranno in linea con le Direttive 2014/24/UE, 2014/25/UE e 2014/23/UE sugli appalti pubblici e le concessioni. Inoltre, per quanto riguarda la legislazione europea, è stato dichiarato già nel 2012 come obiettivo auspicabile per le amministrazioni centrali degli Stati membri acquistare solo prodotti, servizi ed edifici con elevate prestazioni di efficienza energetica (articolo 6 della Direttiva 2012/27/UE del 25 ottobre 2012 sull'efficienza energetica). Con riferimento alla Direttiva 2010/30/UE sull'etichettatura energetica del 2014, la Direttiva 2012/27/UE ha abrogato la disposizione che impone alle amministrazioni aggiudicatrici di cercare di acquistare solo prodotti appartenenti alla classe di efficienza più elevata, qualora tali prodotti siano oggetto di atti delegati ai sensi di questa Direttiva. Inoltre, l'Art 6.3 della Direttiva 2012/27/UE la ha sostituita con la disposizione per la quale: "Tenendo in debito conto le rispettive competenze e l'assetto amministrativo, gli Stati membri incoraggiano gli enti pubblici, anche a livello regionale e locale, a conformarsi al ruolo esemplare dei rispettivi governi centrali acquistando esclusivamente prodotti, servizi ed edifici ad alta efficienza energetica. Gli Stati membri incoraggiano gli enti pubblici, in caso di bandi di gara per appalti di servizi con un contenuto energetico significativo, a valutare la possibilità di concludere contratti di rendimento energetico a lungo termine che consentano risparmi energetici a lungo termine".

In Italia, queste Direttive sono state recepite tramite due distinti Decreti Legislativi:

- il Dlgs. 104/2012 che all'art. 9 comma 1 prevede che le amministrazioni aggiudicatrici



“acquistano ove possibile soltanto i prodotti che soddisfano i criteri di conseguimento dei livelli massimi di prestazione e di appartenenza alla migliore classe di efficienza energetica, salvo i casi in cui prevalgono diverse esigenze di efficienza in termini di costi, fattibilità economica, idoneità tecnica e adeguata concorrenza”

- il Dlgs. 102/2014 che all’art. 6 impone pubbliche amministrazioni centrali di attenersi al rispetto dei requisiti minimi di efficienza energetica nell’acquisto di prodotti e servizi, salvo nei casi in cui “tale previsione non sia coerente con le valutazioni di costo-efficacia, fattibilità economica e idoneità tecnica, ovvero nel caso in cui comporti una severa restrizione della concorrenza”.

Grazie a questo fondamentale cambiamento, che avrà un grande impatto sugli ordini relativi alla produzione e alle forniture su larga scala, **si prevedono importanti e consistenti benefici in termini di minore impatto ambientale**.

I più rilevanti saranno una **maggior razionalizzazione della spesa pubblica**, un contributo decisivo verso una **maggior consapevolezza collettiva** dell’importanza della riduzione dei consumi energetici, per arrivare **a uno stimolo importante a un’innovazione tecnologica e produttiva** che metta al centro i temi della sostenibilità.

Per quanto riguarda la spesa pubblica, la nuova etichetta energetica rappresenta un’opportunità per sviluppare **strategie di acquisto intelligenti e verdi** basate su tre obiettivi principali:

- 1. Efficienza** (prezzi bassi, bassi costi totali, bassi costi di transazione e soluzioni praticabili);
- 2. Innovazione e sviluppo della qualità**, basate sull’innovazione e sulla maturazione del mercato, anche attraverso lo sviluppo di nuove soluzioni che possano sostenere la crescita e la creazione di posti di lavoro.
- 3. Sostenibilità** attraverso i requisiti ambientali ed energetici e lo sviluppo di soluzioni verdi.

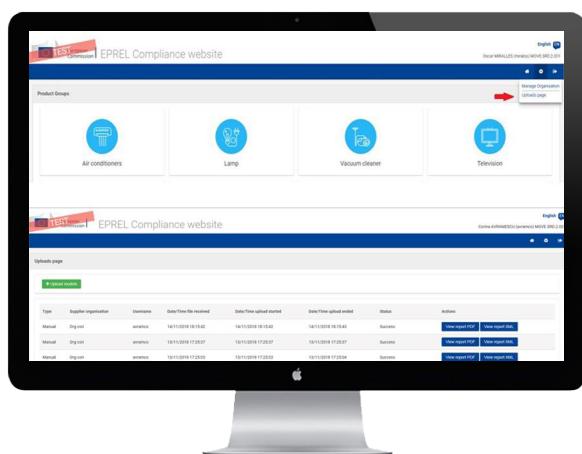
Queste strategie possono sia intercettare nuove opportunità sia rispettare i risultati consolidati e di lungo periodo ottenuti nel campo dei cosiddetti **appalti pubblici verdi europei (GPP)**.

Come nel GPP anche nelle nuove etichette energetiche sono presenti criteri ambientali chiari



e verificabili per prodotti e servizi nel processo di acquisto pubblico e per queste ragioni potrebbero aiutare la **Commissione europea** e un certo numero di **paesi europei** nei loro sforzi per una maggiore regolamentazione in questo settore, ad esempio creando sinergie con i differenti **criteri nazionali per il GPP**. Recentemente un esempio di queste condizioni di reciprocità con la nuova etichettatura energetica in grado di accelerare, aiutare a guidare il mercato unico verso la creazione di beni e servizi rispettosi dell'ambiente è rappresentato dai nuovi criteri volontari di GPP dell'UE per computer, monitor, tablet e smartphone<sup>2</sup>.

Per quanto riguarda l'**Italia**, il Regolamento quadro per l'etichettatura energetica ha effetti per quanto riguarda invece i **criteri obbligatori introdotti nel campo GPP, denominati Criteri Ambientali Minimi (CAM)**. Nei CAM per l'aggiudicazione dei contratti per il servizio di ristorazione collettiva e fornitura di derrate alimentari è stato difatti previsto che per quanto attiene il servizio di ristorazione in centro di cottura interno (acquisto o fornitura di frigoriferi, congelatori e lavastoviglie per uso professionale e altre apparecchiature connesse all'uso di energia dotate di etichettatura energetica), le apparecchiature “devono appartenere alla più elevata classe di efficienza energetica disponibile sul mercato o a quella immediatamente inferiore per la rispettiva categoria di apparecchio”.



<sup>2</sup> EU GPP criteria for computers, monitors, tablets and smartphones (2021)



## 5.

### LE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE E I MATERIALI INFORMATIVI REALIZZATI DAL PROGETTO BELT (BOOST ENERGY LABEL TAKE UP)

Le istituzioni europee ritengono che il passaggio dal vecchio al nuovo sistema di etichettatura dei prodotti connessi all'energia sia d'importanza strategica per garantire ritorni fondamentali dal punto di vista del risparmio, della riduzione dei consumi, dell'innovazione e della sostenibilità ambientale.

Per questo motivo, si sono fortemente focalizzati su azioni di comunicazione e sensibilizzazione per garantire che i consumatori, i produttori e tutti gli altri stakeholder, compresi i gruppi di grandi acquirenti pubblici e privati, acquisiscano la consapevolezza del cambiamento in atto e abbiano a disposizione tutte le informazioni necessarie per agire di conseguenza.

**Anche le attività del progetto BELT (Boost Energy Label Take up) hanno questa natura. Il loro obiettivo è di promuovere la maggior conoscenza possibile del nuovo regolamento tra i consumatori e la rete di produttori e distributori di nuovi prodotti connessi all'energia, conformi alle norme europee di etichettatura, per massimizzare la sua efficacia.**

In particolare, **uno degli obiettivi privilegiati del progetto sono i grandi gruppi di acquirenti, sia pubblici sia privati**, per le ragioni descritte nei paragrafi precedenti.

Per raggiungere questi obiettivi, il progetto è stato concepito e sviluppato per realizzare le seguenti azioni:

- Raccolta e analisi delle **buone pratiche** esistenti in questo campo
- **Disseminazione e comunicazione** rivolta ai media
- Organizzazione di eventi di formazione per società e distributori
- Sviluppo di un **piano di azione** per le amministrazioni locali e i cittadini coinvolti.

In questo quadro generale, nel 2020 e 2021 per il massimo successo del progetto, sono state realizzate e sono ancora in corso le seguenti attività di comunicazione e disseminazione.



## Piano di comunicazione

Il primo e fondamentale intervento è stato l'elaborazione di un piano di comunicazione, sensibilizzazione e formazione di portata europea. Uno dei principali obiettivi del piano era quello di **rendere chiari i potenziali benefici che deriveranno dalle nuove regole e chiarire i tempi** per l'implementazione graduale delle nuove etichette.

Alla luce di questi obiettivi generali, l'intenzione di migliorare le competenze operative delle pubbliche amministrazioni e delle piccole e medie imprese era tra quelle di natura più specifica e prioritaria. È stato difatti ritenuto che quest'obiettivo specifico potesse essere in grado di aumentare il numero di gare e contratti, nonché il numero di acquisti, che contemplassero l'acquisizione di prodotti conformi alle nuove regole di etichettatura energetica.

Per questi motivi, le azioni del piano sono state progettate per essere rivolte a un pubblico di destinatari particolarmente vario. **Tra gli altri, le reti di produttori e distributori di prodotti connessi all'energia conformi alle nuove regole europee di etichettatura, le pubbliche amministrazioni e altre tipologie di enti e organizzazioni pubbliche, eventualmente associate anche in reti per gli Appalti Pubblici Verdi (di seguito GPP), e ancora le imprese**, con particolare riferimento a quelle di piccole e medie dimensioni.

Con specifico riferimento alle pubbliche amministrazioni e al mondo imprenditoriale, **il target primario individuato sono stati i professionisti e i dipendenti che nel primo caso si occupano della gestione delle gare d'appalto, e nel secondo della gestione delle attività di acquisto o sono potenzialmente**



*11 paesi coinvolti  
nel piano di  
comunicazione BELT*





## interessati a operare in questo settore.

In entrambi i casi, l'obiettivo perseguito con il piano è stato quello di indirizzarli verso specifiche attività di comunicazione e materiali per migliorare le proprie competenze e conoscenze in materia, sensibilizzando i vantaggi derivanti dall'introduzione di nuove regole sull'etichettatura energetica dei prodotti.

Le attività di comunicazione sono state progettate e realizzate per essere rivolte al **pubblico europeo** e in particolare ai paesi direttamente coinvolti nella realizzazione del progetto BELT: **Italia, Belgio, Croazia, Grecia, Irlanda, Lituania, Portogallo e Slovenia**, ma anche ad altri paesi partner come **Germania, Spagna e Svizzera**.

Tutti i materiali e le azioni di comunicazione descritti nei punti seguenti sono una diretta conseguenza di quanto pianificato con l'elaborazione del piano di comunicazione.

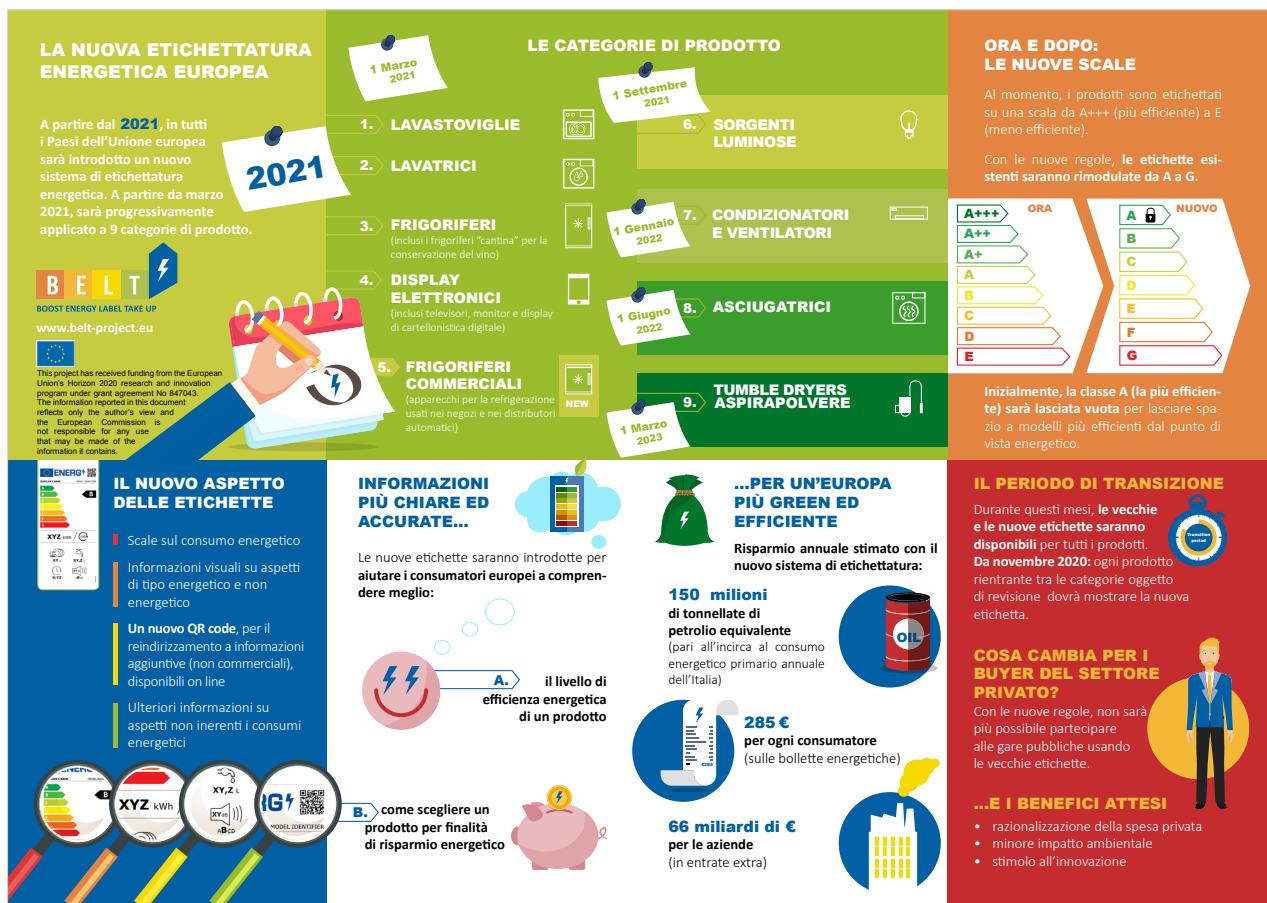
## Identità visiva

Il secondo passaggio strategico è stato quello della definizione di un'identità visiva per il progetto, propedeutica alla caratterizzazione di tutti i prodotti e materiali di comunicazione in costruzione durante la sua esecuzione, al fine di garantire il massimo riconoscimento possibile del progetto.



## Infografiche

Con la realizzazione di due infografiche, sono state illustrate le principali novità derivanti dall'introduzione del nuovo sistema europeo di etichettatura energetica, con particolare attenzione alle possibili conseguenze nella vita di tutti i giorni degli operatori delle centrali di acquisto pubbliche e private.



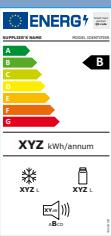
SCARICA  
L'INFOGRAFICA



## Schede informative

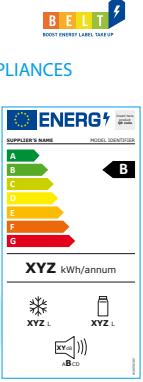
Con la creazione di due schede informative, sono state fornite informazioni puntuali sul contesto e sui cambiamenti derivanti dall'introduzione del nuovo sistema europeo di etichettatura energetica ai target individuati degli operatori delle centrali di acquisto pubbliche e private.

**ELEMENTS COMMON IN ALL LABELS**

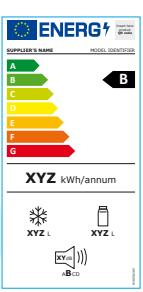


- The newly-added QR code allows consumers to get additional information about the appliance, by simply scanning it with their smartphones.
- New energy scale: from A to G, no more 'A' classes. Lower classes may be greyed out if banned from the market thanks to Ecodesign rules.
- Energy consumption: this is specific to each product. Fridges display the annual consumption. Dishwashers, washing machines and washer-dryers show the consumption per 100 cycles; the consumption of displays and lamps is for 1,000 hours use.
- Performance and characteristics: depending on the appliance, the number and type of pictograms may vary. Some pictograms might have an A-D scale, if necessary.

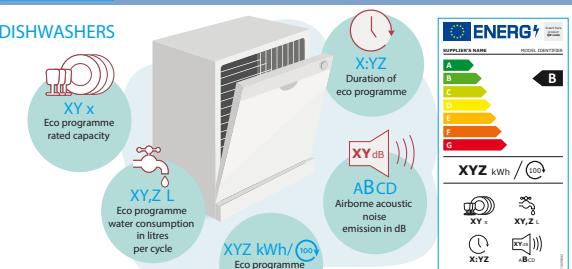
**REFRIGERATOR APPLIANCES**



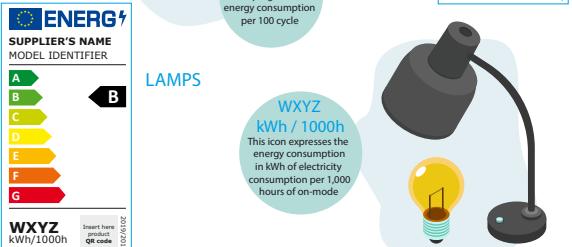
**WINE STORAGE APPLIANCES**



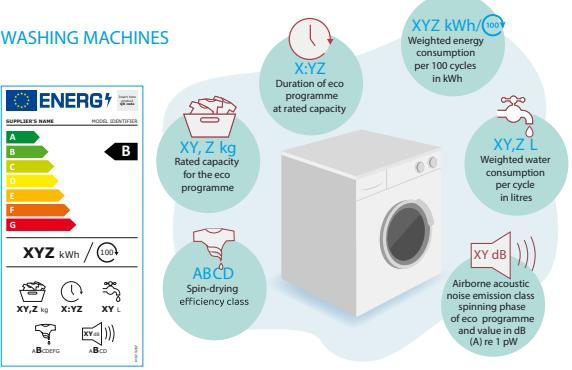
**DISHWASHERS**



**LAMPS**



**WASHING MACHINES**



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation program under grant agreement No 847043. The information reported in this document reflects only the author's view and the European Commission is not responsible for any use that may be made of the information it contains. 

This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation program under grant agreement No 847043. The information reported in this document reflects only the author's view and the European Commission is not responsible for any use that may be made of the information it contains. 

**SCARICA LE SCHEDE INFORMATIVE**



## Linee Guida

La creazione di specifiche linee guida rivolte agli acquirenti pubblici e privati è stata funzionale a fornire informazioni e approfondimenti di carattere operativo e divulgativo sulle nuove regole europee di etichettatura energetica e sulle conseguenze della loro introduzione sulle attività di questi professionisti.


**LABEL**  
2020



**LA NUOVA ETICHETTATURA ENERGETICA**

LINEE GUIDA PER I BUYER DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E PRIVATI

**FAQ PER I BUYER PUBBLICI**

**Volendo acquistare i prodotti più efficienti sul mercato una volta che la nuova etichetta sarà in vigore, i prodotti in classe A saranno disponibili da subito?**  
 Non è certo che i prodotti in classe A della nuova etichetta energetica siano immediatamente disponibili, anche se è probabile che alcuni prodotti dei vari gruppi si posizionino nella classe più efficiente.

**Come verrà controllata l'adozione della nuova scala energetica?**  
 Gli Stati membri, supportati dalle autorità di vigilanza del mercato, adotteranno le misure necessarie per garantire l'applicazione attraverso sanzioni efficaci, proporzionate e dissuasive.  
 In conformità all'articolo 7.4 del Regolamento quadro (EU) 2017/1369, gli Stati membri fissano le norme relative alle sanzioni applicabili in caso di violazione del Regolamento quadro per l'etichettatura energetica, incluso l'uso non autorizzato delle etichette.  
 In Italia, l'attività di vigilanza per i prodotti energetici è demandata dal Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) alla sua Direzione generale per il mercato, la concorrenza, il consumatore, la vigilanza e la normativa tecnica. In questa attività, la Direzione generale opera tramite gli Uffici della sua Divisione XIII "Normativa tecnica e Sicurezza e conformità dei prodotti". Il MISE si avvale inoltre della collaborazione delle Camere di Commercio e della Guardia di Finanza. Le sanzioni applicabili possono comportare oltre al ritiro ed al richiamo dal mercato dei prodotti, disciplinati dall'articolo 103 del Codice del Consumo (decreto legislativo 206/2005), ammende pecuniarie che, in base all'articolo 13 del decreto legislativo 104/2012, possono avere importi dai €500 ai €40.000.  
 Una lista completa di tutte le autorità europee di vigilanza del mercato è disponibile al seguente link: <https://ec.europa.eu/docroom/documents/42281>

**Ci saranno limitazioni nella partecipazione alle gare d'appalto pubbliche se non si adotterà la nuova scala energetica? Se sì, da quando?**  
 Se, dopo l'entrata in vigore del Regolamento quadro per l'etichettatura energetica, non sarà stata adottata la nuova scala energetica non si potrà partecipare alle gare d'appalto pubbliche poiché i regolamenti sono atti giuridici definiti nell'articolo 288 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione europea (TFUE) di applicazione generale, vincolanti in tutti i loro elementi e direttamente applicabili in tutti gli stati membri. L'azione amministrativa deve rispettare i principi di legalità, imparzialità e buon andamento e se dovesse accettare un'offerta formulata in violazione della nuova scala energetica compirebbe un chiaro illecito.

**Ci sono contributi per incentivare la nuova scala energetica?**  
 La Commissione Europea sta finanziando diversi progetti che hanno l'obiettivo di facilitare la transizione energetica verso una maggiore sostenibilità informando e sostenendo tutte le parti interessate (stakeholder). Le misure saranno sostenute da ulteriori iniziative per aumentare le capacità delle pubbliche amministrazioni. Ad esempio, rafforzando gli strumenti per lo scambio delle migliori pratiche e offrendo

5

[SCARICA LE LINEE GUIDA](#)

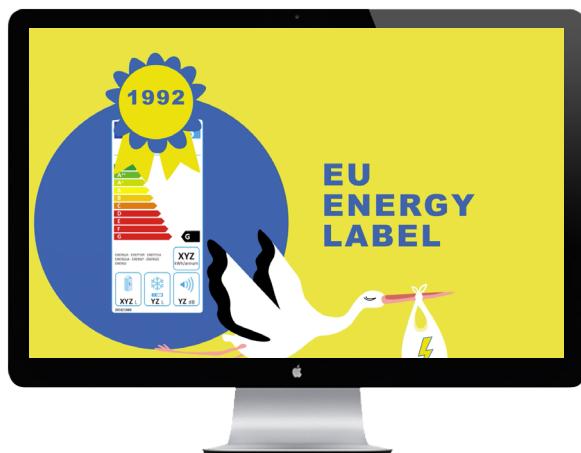
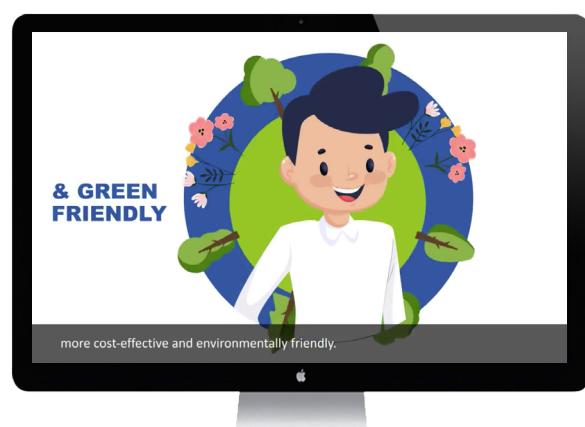


## Video (2)

All'interno del progetto sono stati realizzati due video.

Uno di natura promozionale, pensato per i canali social e digitali, volto a presentare in modo sintetico i principali cambiamenti e vantaggi derivanti dall'introduzione del nuovo sistema di etichettatura energetica, e a stimolare gli utenti a consultare gli altri canali informativi e il materiale del progetto BELT per approfondire la conoscenza sull'argomento.

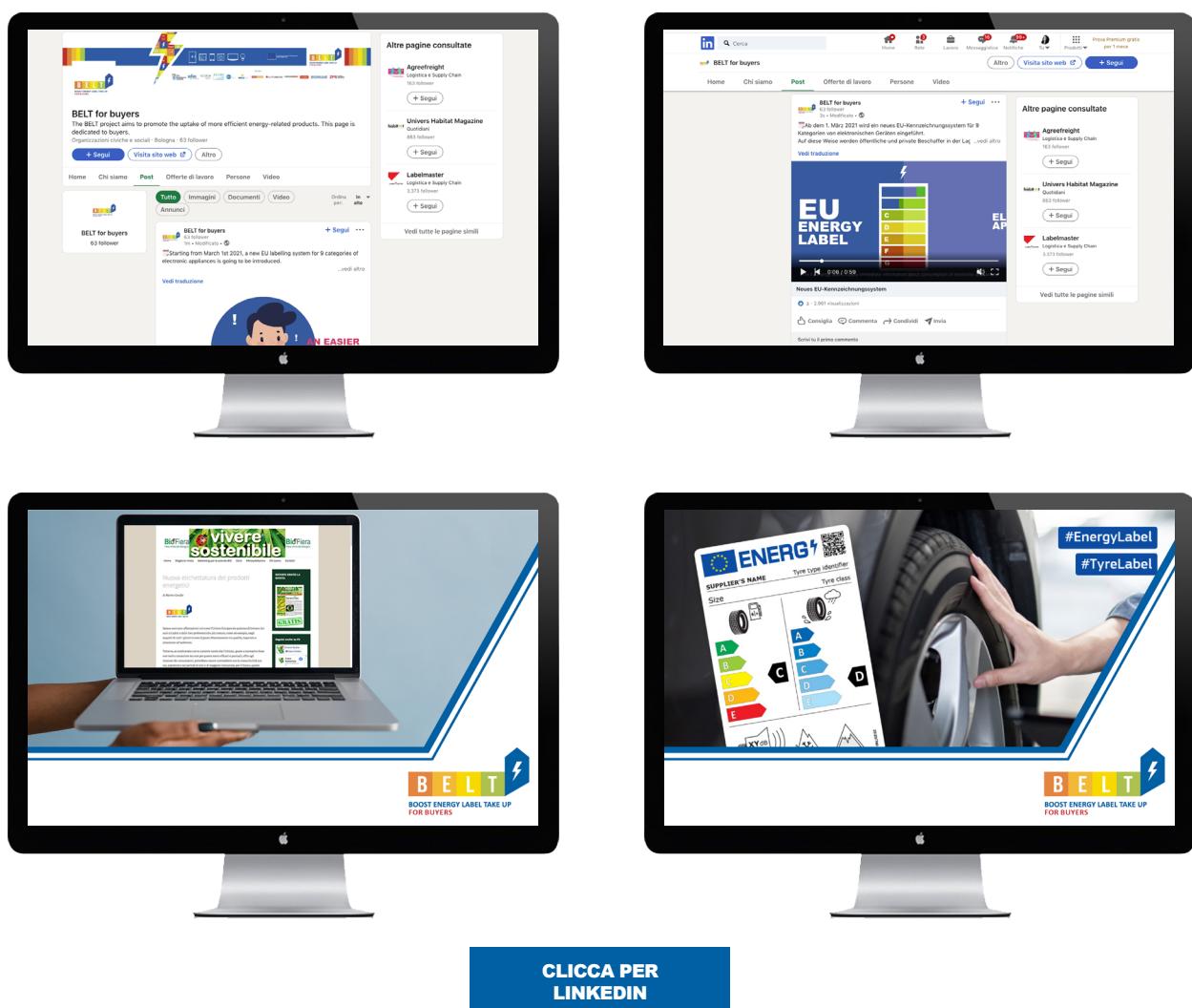
Il secondo video è stato concepito e realizzato come un tutorial informativo e operativo, per descrivere nel dettaglio i principali cambiamenti e benefici derivanti dall'introduzione del nuovo sistema di etichettatura energetica, con specifico riferimento a quelli che riguarderanno le categorie dei "grandi acquirenti" pubblici e privati.



## Pagina LinkedIn “Belt for buyers”

Alla realizzazione del video promozionale è seguita l’attivazione di una pagina del progetto LinkedIn, specificamente dedicata a i “buyer” pubblici e privati (operatori delle centrali di acquisto pubbliche e private) e concepita come canale principale per la diffusione dei materiali informativi e di approfondimento realizzati durante il progetto.

In concomitanza con la creazione della pagina, è stata lanciata una campagna di sponsorizzazione digitale per il video promozionale del progetto, i cui dettagli e risultati principali sono descritti nel paragrafo successivo.



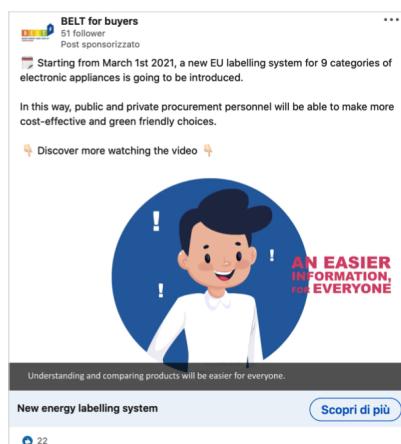

## Campagna di sponsorizzazione digitale

Subito dopo la creazione della pagina LinkedIn del progetto, è stata lanciata una campagna di sponsorizzazione digitale volta a promuovere la sua conoscenza e più in generale quella del progetto BELT.

L'attuazione della campagna ha avuto luogo con la diffusione di messaggi sponsorizzati del video promozionale del progetto, ed è stato rivolto in particolare ai professionisti delle centrali di acquisto pubblici e privati, operanti in Italia, Germania, Spagna, Portogallo, Irlanda, Svizzera, Belgio, Lituania, Croazia, Slovenia, Grecia. Grazie a questa campagna è stato stimato che già circa 10.000 città sono state raggiunte dagli annunci.

Inoltre, solo le attività della campagna condotte tra dicembre 2020 e febbraio 2021 hanno portato ai seguenti risultati principali:

- oltre 236.000 utenti unici hanno visualizzato l'annuncio (82% del settore privato e 18% del settore pubblico)
- oltre 74.000 visualizzazioni video continue
- circa 500 clic sul sito web del progetto
- oltre 2.900 interazioni via social
- 76 nuovi followers della pagina LinkedIn





### FOCUS PERFORMANCE ITAIA - Campagna di sponsorizzazione digitale

- 33.542 utenti unici hanno visualizzato l'annuncio
- 6.940 visualizzazioni video
- 147 click al sito web del progetto



### FOCUS PERFORMANCE GERMANIA - Campagna di sponsorizzazione digitale

- 13.567 utenti unici hanno visualizzato l'annuncio
- 6.268 visualizzazioni video
- 17 click al sito web del progetto



### FOCUS PERFORMANCE SPAGNA - Campagna di sponsorizzazione digitale

- 35.421 utenti unici hanno visualizzato l'annuncio
- 13.131 visualizzazioni video
- 74 click al sito web del progetto



### FOCUS PERFORMANCE IRLANDA - Campagna di sponsorizzazione digitale

- 8.209 utenti unici hanno visualizzato l'annuncio
- 3.692 visualizzazioni video
- 25 click al sito web del progetto



### FOCUS PERFORMANCE PORTOGALLO - Campagna di sponsorizzazione digitale

- 52.583 utenti unici hanno visualizzato l'annuncio
- 15.964 visualizzazioni video
- 94 click al sito web del progetto



### FOCUS PERFORMANCE LITUANIA - Campagna di sponsorizzazione digitale

- 14.219 utenti unici hanno visualizzato l'annuncio
- 5.113 visualizzazioni video
- 18 click al sito web del progetto





### FOCUS PERFORMANCE BELGIO - Campagna di sponsorizzazione digitale

- 9.479 utenti unici hanno visualizzato l'annuncio
- 3.971 visualizzazioni video
- 5 click al sito web del progetto



### FOCUS PERFORMANCE SVIZZERA - Campagna di sponsorizzazione digitale

- 7.901 utenti unici hanno visualizzato l'annuncio
- 3.249 visualizzazioni video
- 8 click al sito web del progetto



### FOCUS PERFORMANCE GRECIA - Campagna di sponsorizzazione digitale

- 25.538 utenti unici hanno visualizzato l'annuncio
- 7.824 visualizzazioni video
- 47 click al sito web del progetto



### FOCUS PERFORMANCE CROAZIA - Campagna di sponsorizzazione digitale

- 19.863 utenti unici hanno visualizzato l'annuncio
- 6.134 visualizzazioni video
- 26 click al sito web del progetto



### FOCUS PERFORMANCE SLOVENIA - Campagna di sponsorizzazione digitale

- 11.350 utenti unici hanno visualizzato l'annuncio
- 2.192 visualizzazioni video
- 22 click al sito web del progetto



## White Papers

Due White Paper, uno rivolto agli operatori delle centrali di acquisto nei settori pubblici e uno a quelli nel settore privato, forniscono chiarimenti sui principali cambiamenti derivanti dall'introduzione del nuovo sistema di etichettatura energetica, e informazioni dettagliate su tutte le attività di comunicazione e sensibilizzazione svolte, e ancora in corso, nell'ambito del progetto BELT (Boost Energy Label Take up).



**WHITE PAPER**

This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation program under grant agreement No 805300. The sole responsibility for the content of this document lies with the author(s) and it does not necessarily reflect the official opinion of the European Commission. Neither the European Commission nor any other body of the European Union is responsible for any use that may be made of the information it contains.

**Partners**

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-

**Piano di comunicazione**

Il primo e fondamentale intervento è stato l'elaborazione di un piano di comunicazione, sensibilizzazione e formazione di portata europea. Uno dei principali obiettivi del piano era quello di **rendere chiari i potenziali benefici che deriveranno dalle nuove regole e chiarire i tempi** per l'implementazione graduale delle nuove etichette.

Alla luce di questi obiettivi generali, l'intenzione di migliorare le competenze operative delle pubbliche amministrazioni e delle piccole e medie imprese era tra quelle di natura più specifica e prioritaria. È stato infatti ritenuto che quest'obiettivo specifico potesse essere in grado di aumentare il numero di gare e contratti, nonché il numero di acquisti, che contemplassero l'acquisizione di prodotti conformi alle nuove regole di etichettatura energetica.

Per questi motivi, le azioni del piano sono state progettate per essere rivolte a un pubblico di destinatari particolarmente vario. Tra gli altri, le reti di produttori e distributori di prodotti connessi all'energia conformi alle nuove regole europee di etichettatura, le pubbliche amministrazioni e altre tipologie di enti e organizzazioni pubbliche, eventualmente associate anche in reti per gli Appalti Pubblici Verdi (di seguito GPP), e ancora le imprese, con particolare riferimento a quelle di piccole e medie dimensioni.

Con specifico riferimento alle pubbliche amministrazioni e al mondo imprenditoriale, il **target primario individuato sono stati i professionisti e i dipendenti che nel primo caso si occupano della gestione delle gare d'appalto, e nel secondo della gestione delle attività di acquisto o sono potenzialmente**

11 paesi coinvolti nel piano di comunicazione BELT

 13



## Train the trainers session

Il 9 novembre 2020, ICLEI (L'organizzazione internazionale "Local Governments for Sustainability") ha organizzato un webinar di "formazione dei formatori" sul nuovo sistema di etichettatura dei prodotti connessi all'energia. ICLEI ha utilizzato il materiale di formazione sviluppato nell'ambito del progetto per informare i formatori su come gli acquirenti pubblici possono adattarsi al nuovo regolamento. Hanno partecipato formatori dai seguenti paesi: Bulgaria, Croazia, Cipro, Estonia, Grecia, Ungheria, Lettonia, Lituania, Portogallo e Romania. I formatori condivideranno le informazioni ricevute durante la formazione con gli acquirenti della loro rete in 10 paesi e li aiuteranno a capire le nuove etichette. Questo approccio contribuirà a una diffusione a livello europeo delle informazioni sulla nuova etichetta.

## "Newsbits" sulla "Sustainable Procurement Platform" e sul "Procurement Forum"

Le informazioni sul nuovo sistema di etichettatura dei prodotti connessi all'energia sono state socializzate anche tramite i vari canali di comunicazione di ICLEI come la "Sustainable Procurement Platform" e il "Procurement Forum".

[CLICCA PER  
SUSTAINABLE-PROCUREMENT.ORG](#)

[CLICCA PER  
PROCUREMENT-FORUM.EU](#)

## Newsletter

Un articolo sul nuovo sistema di etichettatura dei prodotti connessi all'energia è stato pubblicato nel "Green Public Procurement (GPP) News Alert". Il "Green Public Procurement News Alert" è inviato a 3.175 contatti diretti. L'informazione è stata anche condivisa attraverso la newsletter "Procura +" che viene inviata a 950 destinatari.

## Ulteriori attività di comunicazione

Nell'ambito del progetto sono stati realizzati anche contenuti grafici e testuali per la creazione della pagina web della Città Metropolitana di Bologna dedicata al progetto, e per la creazione di presentazioni e altri materiali formativi presentati durante webinar e altri tipi di eventi.

[CLICCA PER IL SITO DELLA CITTÀ  
METROPOLITANA DI BOLOGNA](#)



## 6.

### BIBLIOGRAFIA

- Berliner Energieagentur GmbH, *GreenLabelsPurchase making a greener procurement with energy labels*, 2018
- EU GPP criteria for computers, monitors, tablets and smartphones (2021), disponibile su [https://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/210309\\_EU%20GPP%20criteria%20computers.pdf](https://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/210309_EU%20GPP%20criteria%20computers.pdf)
- European Commission, Single Market Scoreboard (2019), disponibile su [https://ec.europa.eu/internal\\_market\(scoreboard/performance\\_per\\_policy\\_area/public\\_procurement/index\\_en.htm](https://ec.europa.eu/internal_market(scoreboard/performance_per_policy_area/public_procurement/index_en.htm)
- European Court of Auditors, Special Report. EU action on Ecodesign and Energy Labelling: important contribution to greater energy efficiency reduced by significant delays and non-compliance, 01/2020
- Frequently Asked Questions (FAQ) on the Energy Labelling Regulation EU 2017/1369 of 4 July 2017 setting a framework for energy labelling and repealing Directive 2010/30/EU and its delegated acts
- Fuentes-Bargues, J. L., Ferrer-Gisbert, P. S., González-Cruz, M. C., & Bastante-Ceca, M. J. (2019). Green Public Procurement at a Regional Level. Case Study: The Valencia Region of Spain. *International journal of environmental research and public health*, 16 (16)
- OECD (2020), Shaping the Future of Regulators: The Impact of Emerging Technologies on Economic Regulators, *The Governance of Regulators*, OECD Publishing, Paris,
- OECD, Central Public Procurement Structures and Capacity in Member States of the European Union, SIGMA PAPER No. 40, 2007
- Procura+ Manual A Guide to Implementing Sustainable Procurement, ICLEI – Local Governments for Sustainability, European Secretariat, 2016
- SMART SPP consortium, Driving energy efficient innovation through procurement A practical guide for public authorities, 2011
- Special EB 492 (2019), disponibile online su: [https://ec.europa.eu/energy/data-analysis/eurobarometer-energy\\_en](https://ec.europa.eu/energy/data-analysis/eurobarometer-energy_en)
- Taeihagh A., Ramesh M., Howlett M., Assessing the regulatory challenges of emerging disruptive technologies, *Regulation & Governance* (2021) doi:10.1111/rego.12392
- Van Holsteijn en Kemna B.V. (VHK), *Ecodesign Impacts Accounting*, Status October 2018, 2019
- Van Oppen C. Croon G., Bijl de Vroe D., Making the world a better place starts with asking better questions. *Circular Procurement in 8 steps*, State Secretary Infrastructure and Water Management, Netherlands, 2018





This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation program under grant agreement No 847043. The information reported in this document reflects only the author's view and the European Commission is not responsible for any use that may be made of the information it contains.

# WHITE PAPER

## Partners



**sofies**  
leading sustainability

**ECODOM**  
Consorzio Italiano  
Recupero e Riciclaggio  
Elettrodomestici

**I.C.L.E.I**  
Local  
Governments  
for Sustainability

**ocu**  
La fuerza  
de tus decisiones

**BEUC**  
The European  
Consumer  
Organisation

**TEST) achats**

**ALTROCONSUMO**

**DECO PROTESTE**  
DEFESA DO CONSUMIDOR

**worten**

**SONAE**

**ZPS** SLOVENE  
CONSUMERS'  
ASSOCIATION