BESCHIKKING VAN DE COMMISSIE

van 9 februari 2006

tot vaststelling van het werkprogramma inzake communautaire milieukeuren

(Voor de EER relevante tekst)

(2006/402/EG)

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap,

Gezien Verordening (EG) nr. 1980/2000 van het Europees Parlement en de Raad van 17 juli 2000 inzake een herzien communautair systeem voor de toekenning van milieukeuren [1], en met name artikel 5,

Overwegende hetgeen volgt:

(1) Verordening (EG) nr. 1980/2000 bepaalt dat de Commissie een werkprogramma voor communautaire milieukeuren dient vast te stellen.

(2) Het werkprogramma dient een strategie te bevatten voor de ontwikkeling van het systeem, waarbij de volgende elementen worden vastgesteld: doelen voor milieuverbetering en marktpenetratie, een open lijst van productgroepen die als prioritair voor communautaire actie dienen te worden beschouwd, en plannen voor coördinatie en samenwerking tussen het communautaire systeem en de milieukeursystemen van de lidstaten.

(3) Het werkprogramma dient tevens te voorzien in maatregelen voor de uitvoering van de strategie en het dient een planning voor de financiering van het systeem te bevatten.

(4) Het herziene werkprogramma moet worden opgesteld op basis van de ervaring die met de uitvoering van het eerste werkprogramma voor communautaire milieukeuren [2] is opgedaan.

(5) Het werkprogramma wordt periodiek herzien.

(6) De in deze beschikking vervatte maatregelen zijn in overeenstemming met het advies van het bij artikel 17 van Verordening (EEG) nr. 1980/2000 ingestelde comité,

HEEFT DE VOLGENDE BESCHIKKING GEGEVEN:

Artikel 1

Het herziene werkprogramma inzake de communautaire milieukeur voor de periode van 1 januari 2005 tot en met 31 december 2007, zoals uiteengezet in de bijlage, wordt vastgesteld.

Artikel 2

Met een herziening van het werkprogramma wordt vóór 31 december 2007 begonnen.

Artikel 3

Deze beschikking is gericht tot de lidstaten.

Gedaan te Brussel, 9 februari 2006.

Voor de Commissie
Stavros DIMAS
Lid van de Commissie

[1] PB L 237 van 21.9.2000, blz. 1.

[2] PB L 7 van 11.1.2002, blz. 28.

BIJLAGE

WERKPROGRAMMA INZAKE COMMUNAUTAIRE MILIEUKEUREN

INLEIDING

De communautaire milieukeur werd in 1992 ingevoerd om bedrijven aan te zetten tot het ontwikkelen van producten en diensten die gedurende hun volledige levenscyclus minder negatieve milieueffecten hebben en om consumenten beter over deze milieueffecten te informeren.

Het systeem van communautaire milieukeuren vormt onderdeel van een bredere strategie ter bevordering van duurzame productie en consumptie. Dit doel kan worden bereikt in het kader van een geïntegreerd productbeleid waarbij de levenscyclus centraal staat, zoals aangegeven in het zesde milieuactieprogramma (6MAP). De voornaamste doelstellingen zijn het verzekeren van een hoog beschermingsniveau en het verbreken van de koppeling tussen milieudruk en economische groei, een en ander in overeenstemming met de beleidslijnen van de Lissabonstrategie van de EU inzake economische en sociale vernieuwing (2000) ([1]) en de duurzameontwikkelingsstrategie (Gothenburg, 2001) ([2]).

Meer in het bijzonder wordt in de mededeling van de Commissie inzake een geïntegreerd productbeleid ([3]) (IPP) een nieuwe strategie voorgesteld ter versterking en heroriëntering van productgerelateerde milieubeleidsmaatregelen en ter ontwikkeling van de markt voor groenere producten. De communautaire milieukeur is een van de instrumenten met behulp waarvan dit doel kan worden bereikt. Binnen het milieukeursysteem is een aanzienlijke hoeveelheid informatie en kennis vergaard over een productbeleid dat op levenscycli is gebaseerd. Deze informatie en kennis dienen beschikbaar te worden gesteld aan de belanghebbenden die bij de verdere ontwikkeling van geïntegreerd productbeleid zijn betrokken.

In het kader van de verschuiving naar duurzame productie en consumptie worden in de nieuwe richtlijnen inzake overheidsopdrachten ([4]), waarmee milieuoverwegingen in het beleid op het vlak van overheidsopdrachten worden geïntegreerd, en in het onlangs gepubliceerde handboek inzake groene overheidsopdrachten nieuwe kansen voor de communautaire milieukeur geboden. Ook al vragen overheidsaankopers bij hun aanbestedingen niet uitdrukkelijk om producten en diensten met een communautaire milieukeur, de nieuwe richtlijnen voorzien in de mogelijkheid om bij de formulering van prestatiegerichte of functionele milieuvereisten, in het kader van het systeem neergelegde of gelijkwaardige criteria te gebruiken. Dit zou overheden ertoe moeten aanmoedigen het politieke besluit te nemen hun opdrachten te „groenen" door middel van de communautaire milieukeur en de hiertoe gehanteerde criteria of via andere gelijkwaardige systemen die in degelijke productinformatie voorzien.

De communautaire milieukeur heeft ook raakvlakken met een grote verscheidenheid van instrumenten die gericht zijn op een schonere productie, een schonere ontwikkeling en een schoner gebruik van milieutechnologieën. De structuren en proceduren van de milieukeur en de hieraan ten grondslag liggende kennis worden erkend als een solide uitgangspunt voor het uitwerken van de maatregelen ter uitvoering van de voorgestelde richtlijn over het ecologisch ontwerp voor energieverbruikende producten. Met het oog op de prioritaire activiteiten in het kader van het actieplan inzake milieutechnologieën (ETAP), namelijk ontwerp en implementatie van prestatiestreefwaarden, moet de relatie worden onderzocht tussen het concept van prestatiestreefwaarden en de milieuprestaties van goederen en diensten die het voorwerp zijn van EU-initiatieven als de communautaire milieukeur.

Door de uitbreiding met 10 nieuwe lidstaten in mei 2004 zijn er nieuwe voorwaarden ontstaan voor de ontwikkeling van de communautaire milieukeur en voor bijdragen aan communicatie en bewustmaking op milieugebied. Met een duidelijke, pan-Europese milieukeur als de Bloem zou het voor de consument veel gemakkelijker worden om in geheel Europa groen te kopen, terwijl dit bij hen ook bijdraagt tot een beter begrip van milieukeuren van type I.

Goed ontworpen, op de markt gebaseerde milieukeursystemen blijven voor de consument aantrekkelijk vanwege de onmiddellijke relevantie en eenvoud ervan en omdat zij de burger meer en beter toegang geven tot milieu-informatie. Verder zijn zij bedrijfsvriendelijk omdat zij een productverbeterend effect hebben met marketingvoordelen op het verkooppunt, voor zover zij in partnerschap met fabrikanten worden ontwikkeld en geen onredelijke kosten voor het bedrijf met zich meebrengen.

Duidelijk is dat met de communautaire milieukeur nog geen bevredigende mate van marktpenetratie is bereikt. Maar de zaken staan er beter voor dan ooit, met een voordurend groter en diverser wordend aantal productgroepen (met inbegrip van goederen en diensten) en met een gestage toevloed van nieuwe toepassingen; niettemin blijkt dat het systeem moet worden herzien, wil het de oorspronkelijke doelstellingen behoorlijk kunnen realiseren en in het bijzonder daadwerkelijk door het bedrijfsleven worden geaccepteerd. Met het oog op de herziening van het systeem van communautaire milieukeuren wordt er een evaluatiestudie verricht ter beoordeling van de algehele werkzaamheid van het systeem ten aanzien van een vermindering van negatieve milieueffecten. Hierbij zal de bijdrage van het systeem tot de duurzaamheid van productie en verbruik worden geëvalueerd en zullen voorstellen worden gedaan voor manieren waarop, middels een herziening van het systeem, het vraagstuk van de bevordering van duurzame ontwikkeling in Europa het best kan worden aangepakt, en het systeem voor marktsubjecten en met name voor KMO's aantrekkelijker kan worden gemaakt. Dit werkprogramma zou de evaluatie van het systeem en de herziening ervan ten volle moeten steunen, zonder op enigerlei wijze te verhinderen dat er, wanneer de verordening wordt herzien, nog veranderingen in het milieukeursysteem kunnen worden aangebracht.

([1]) COM 2000/7: http://europa.eu.int/growthandjobs/key/index_en.htm.

([2]) COM(2001)264 def.: http://europa.eu.int/eur-lex/nl/com/cnc/2001/com2001_0264nl01.pdf.

([3]) COM(2003)302 def.: http://europa.eu.int/eur-lex/nl/com/cnc/2003/com2003_0302nl01.pdf.

([4]) PB L 134 van 30.4.2004, blz. 1 en 114.

Het fundamentele doel van dit herziene werkprogramma is daarom voort te bouwen op de uit de werking van het milieukeursysteem getrokken lering en de hiermee opgedane ervaring en het werkprogramma voor de volgende drie jaar vast te stellen, met inachtneming van onderstaande beleidslijnen:

— Van de milieukeur een succesvoller en effectiever instrument maken waarmee de milieukwaliteit van goederen en diensten kan worden verbeterd.

— Het herziene werkprogramma zou tevens moeten worden gericht op de ondersteuning van de momenteel aan de gang zijnde evaluatie van het milieukeursysteem en de op handen zijnde herziening van de verordening.

— Blijven bijdragen tot een duurzamere consumptie en tot de verwezenlijking van de beleidsdoelstellingen van de communautaire duurzameontwikkelingsstrategie en het zesde milieuactieprogramma.

— Optimaal gebruik maken van de middelen die voor het systeem ter beschikking worden gesteld door de Commissie, de lidstaten en de leden van het Bureau voor de milieukeur van de Europese Unie (BMEU) [1].

STRATEGIE VOOR DE ONTWIKKELING VAN HET SYSTEEM

2005-2007

1. **Beleid en strategie ter herziening van de milieukeurverordening**

Het beleid rond de communautaire milieukeur evolueert voortdurend en past steeds zijn strategie en langetermijndoelstellingen aan. Het moet strak met de aan de gang zijnde besprekingen en de werkzaamheden i.v.m. de uitvoering van de mededeling inzake een geïntegreerd productbeleid van de EU worden geïntegreerd, en evenzo met andere wetgevingsinstrumenten in ontwikkeling, zoals de voorgestelde richtlijn ecologisch ontwerp voor energieverbruikende producten, Kaderrichtlijn 92/75/EEG betreffende het energieverbruik van huishoudelijke apparaten en het besluit van de Raad inzake het energie-efficiëntie-etiketteringsprogramma voor kantoorapparatuur, de tenuitvoerlegging van het actieplan inzake milieutechnologieën (ETAP), het zesde milieuactieprogramma en de duurzameontwikkelingsstrategie van de Gemeenschap. Met de communautaire milieukeur moet men ook de bredere ontwikkelingen rond de milieuetikettering van producten, ethische, kwaliteits- en gezondheidsetikettering op de voet volgen, door er tevens voor te zorgen dat de verschillende wetenschappelijke comités op een passende wijze bij deze materie worden betrokken, teneinde de wetenschappelijke basis van de milieucriteria verder te kunnen verbeteren. Van even groot belang zijn de ontwikkelingen op het vlak van milieubeheersystemen, in het bijzonder met betrekking tot het communautaire milieubeheer- en milieuauditsysteem (EMAS).

Om de verschillende hiermee samenhangende discussies en informatiestromen effectiever te beheren, zowel binnen het systeem als met betrekking tot externe forums, en het debat over de toekomst van het systeem voor te bereiden en te leiden, is er in het kader van het eerste milieukeurwerkprogramma een actieve stuurgroep beleidsontwikkeling opgericht. Deze stuurgroep heeft een zeer waardevolle bijdrage geleverd tot het beleid en de strategie van het systeem in de toekomst, door aandacht te besteden aan de problematiek van de integratie met andere milieubeleidssectoren, synergieën met andere informatie-instrumenten en een breed scala aan beleidskwesties op lange termijn. Zij heeft duidelijk aangegeven wat de voornaamste uitdagingen zijn waarvoor het systeem momenteel wordt gesteld en heeft aan de discussie ter zake bijgedragen door tal van ideeën over de evaluatie en herziening van het systeem te ontwikkelen. Deze ideeën zouden in de discussies over de herziening van het systeem moeten worden ingebracht, waarbij vergaderingen met belanghebbenden als prioriteit zouden moeten gelden.

Doelstelling

Het zou een prioriteit van het BMEU, de lidstaten en de Commissie moeten zijn het beleid en de strategie van het milieukeursysteem op lange termijn te ontwikkelen en aan te passen in het licht van de op handen zijnde herziening van de verordening. Zij zouden tevens een bijdrage moeten leveren tot de integratie van de milieukeur in de verschillende beleidsontwikkelingen die zich voordoen rond duurzame consumptie (zoals IPP, energieverbruikende producten, groene overheidsopdrachten, een breder opgezet etiketteringssyteem, lagere belasting op groene producten, ETAP, enz.).

Acties

Het BMEU, de lidstaten en de Commissie zouden hun bijdrage aan de evaluatie en herziening van het milieukeursysteem tot een prioriteit moeten maken om het beleid en de strategie hiervan op lange termijn te helpen ontwikkelen en aanpassen. Deze bijdrage zou de vorm moeten aannemen van speciale vergaderingen, onderzoek en de mobilisatie van kennis na de publicatie van de resultaten van de studie.

[1] Opmerking: De Commissie verzorgt het secretariaat van het BMEU en neemt aan al diens activiteiten deel.

2. **Doelstellingen voor milieuverbetering en marktpenetratie**

De doelstellingen voor milieuverbetering en marktpenetratie zullen in het licht van de herziening van het systeem worden vastgesteld. Zij zullen meer in het bijzonder het volgende omvatten:

a) het aantal markten vergroten dat potentieel openstaat voor milieukeurproducten door het gamma van milieukeurproductgroepen geleidelijk uit te breiden en het voor fabrikanten aantrekkelijker te maken;

b) binnen elke markt/productgroep de zichtbaarheid van de milieukeur (dus het aantal producten met een milieukeur op de markt) aanzienlijk vergroten;

c) de globale milieuvoordelen van het systeem en de bijdrage ervan tot een duurzamer verbruik op hun waarde schatten;

d) voortbouwen op de potentiële synergieën tussen de communautaire milieukeur en EMAS.

a) **Ontwikkeling van productgroepen**

Momenteel zijn er criteria goedgekeurd voor 23 productgroepen (tissuepapierproducten, vaatwassers, bodemverbeteraars, matrassen, verf en vernis voor gebruik binnenshuis, schoeisel, textielproducten, personal computers, wasmiddelen, machineafwasmiddelen, kopieerpapier, lampen, draagbare computers, koelapparaten, wasmachines, allesreinigers en sanitairreinigers, handafwasmiddelen, televisietoestellen, harde vloerbedekkingen, stofzuigers, toeristische accommodatie, kampeergelegenheid en smeermiddelen).

Een productgroep wordt pas als prioritair voor de communautaire milieukeur beschouwd als aan allerlei voorwaarden is voldaan. Met name in artikel 2, lid 2, van Verordening (EG) nr. 1980/2000 zijn enkele belangrijke voorwaarden geformuleerd waaraan een productgroep moet voldoen om voor de milieukeur in aanmerking te komen. Het product moet significant zijn op de interne markt en voor eindconsumptie zijn bestemd. Het moet significante milieuverbeteringen in het vooruitzicht stellen doordat het de consument in zijn keuze kan beïnvloeden, en fabrikanten en detailhandelaren moeten bereid zijn om de milieukeur voor hun producten te voeren.

Op basis van een check-list van vragen uit het eerste werkprogramma is een prioritiseringsstudie [1] verricht en de hieruit resulterende lijst van prioritaire productgroepen is opgenomen in aanhangsel 1. In het licht van de herziening van het systeem moeten het BMEU en de lidstaten de methoden voor de prioritisering van productgroepen op basis van de studie en volgens de in de studie vervatte aanbevelingen voor verdere werkzaamheden en verbeteringen blijven ontwikkelen. Tevens moeten zij meer werk maken van de evaluatie van de milieuvoordelen van en marktvooruitzichten voor de mogelijk in aanmerking komende productgroepen. De speciale vereisten voor de beoordeling van de prioriteitsgraad van diensten moeten ook verder worden geanalyseerd.

Met de verbeterde methoden zou een objectieve manier moeten worden geboden om prioritaire productgroepen voor goederen en diensten aan te wijzen. Ook dient hierbij rekening te worden gehouden met de vraag of bepaalde goederen of diensten duidelijke relaties met de bestaande productgroepen hebben.

Er dient een ad hoc-beheersgroep te worden ingesteld om op objectieve en transparante wijze de topprioriteiten onder de productgroepen aan te wijzen.

Het met betrekking tot de ontwikkeling van productgroepen gedane werk mag echter niet afdoen aan de mogelijkheid om veranderingen aan te brengen in de manier waarop productgroepen bij de herziening van het milieukeursysteem worden behandeld.

Doelstelling

In het licht van de herziening van het systeem een aantal productgroepen vaststellen welke tezamen een productengamma vormen dat compleet en handzaam genoeg is om voor detailhandelaren, fabrikanten, met inbegrip van het MKB en consumenten, aantrekkelijk te zijn.

Optimaal gebruik maken van de middelen die aan productgroepontwikkeling zijn toegewezen door de aandacht te richten op die productgroepen welke het meest geschikt zijn voor de communautaire milieukeur.

Binnen vijf jaar dient het aantal vastgestelde productgroepen te zijn uitgebreid tot 30-35.

[1] AEAT in Confidence, Prioritisation of New Ecolabel Product Groups, A Report for the European Commission, DG Environment, May 2004.
http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/product/pg_prioritisation_en.htm.

Acties

De lijst van prioritaire productgroepen zou geregeld, in overleg met het BMEU, moeten worden bijgewerkt. Wanneer een productgroep wordt herzien, moet de prioriteit ervan door het BMEU opnieuw worden beoordeeld.

Rekening houdend met de tijdens het voorgaande werkprogramma verrichte prioritiseringsstudie zouden de bevoegde instanties en het BMEU de prioritiseringsmethoden moeten blijven verbeteren en daarbij in het bijzonder moeten proberen tot een passende weging van de „prioritiseringsvragen" in de studie te komen. Hierbij zou ondermeer moeten worden gekeken naar het welslagen of falen van de gevestigde productgroepen, de milieuvoordelen van de mogelijk in aanmerking komende productgroepen en de bijzondere vereisten voor de beoordeling van de prioriteitsgraad voor diensten, zulks in het licht van de resultaten en beleidslijnen die de doorlopende evaluatie van het systeem oplevert.

De Commissie, het BMEU en de lidstaten zouden er, naast de herzieningen die zij moeten uitvoeren, naar moeten streven, elk jaar twee nieuwe productgroepen vast te stellen. Productgroepcriteria zouden in het algemeen gedurende vier tot vijf jaar geldig moeten zijn (hoewel deze voorgestelde periode per geval moet worden bekeken).

Er zou een ad hoc-stuurgroep van het BMEU moeten worden ingesteld, die eenmaal per jaar bijeenkomt om aanbevelingen te doen met betrekking tot de meest prioritaire productgroepen en om het tijschema voor de herziening van productgroepen vast te stellen. Deze groep moet dan ook een methode vaststellen om, rekening houdend met de technische ontwikkelingen op de desbetreffende terreinen, te bepalen hoe spoedeisend de herzieningscriteria zijn.

Met de ontwikkeling van nieuwe productgroepen zou het echter niet mogen gebeuren dat er minder tijd en middelen in de herziening van het milieukeursysteem zouden worden geïnvesteerd.

b) **Marktpenetratie, zichtbaarheid en bewustmaking van de consument**

Er zijn vier parameters waarmee de zichtbaarheid van de milieukeur kan worden gemeten:

— bedrijven: het aantal bedrijven waaraan de milieukeur is toegekend,

— producten: het aantal producten waarvoor deze bedrijven de milieukeur voeren,

— artikelen: het aantal productartikelen die met een milieukeur op de markt zijn gebracht,

— waarde: de verkoopwaarde af fabriek van deze artikelen.

Momenteel (mei 2005) zijn er meer dan 250 bedrijven die op enige honderden van hun producten de communautaire milieukeur voeren (vergeleken met 87 in augustus 2001). Textielproducten, verf en vernis, en toeristische accommodatie zijn veruit de meest succesvolle productgroepen in termen van het aantal aanvragers. Het aantal houders van de communautaire milieukeur en hun producten is nog altijd vrij ongelijk over de Europese Unie en de Europese Economische Ruimte verdeeld, maar vergeleken met het verleden is er toch sprake van een veel betere en meer evenwichtige spreiding over het aantal producten.

De waarde van het aantal in 2004 verkochte artikelen met de communautaire milieukeur wordt op zo'n 400 miljoen geschat (vergeleken met 54 miljoen in 2001), met een verkoopwaarde af fabriek die geraamd wordt op 700 miljoen euro (vergeleken met 114 miljoen euro in 2001).

Wat de werkelijke marktpenetratie betreft, nemen producten met een communautaire milieukeur nog steeds een relatief onbeduidende plaats in: ze vertegenwoordigen veel minder dan 1 % van de totale markt voor de verschillende productgroepen.

Hoofddoel moet zijn het systeem veel aantrekkelijker voor de marktdeelnemers te maken en het aantal producten dat de milieukeur voert aanzienlijk te vergroten, ten einde de communautaire milieukeur zichtbaarheid op de markt te geven en het positieve milieueffect ervan te vergroten. Tegelijkertijd gaat het erom deze zichtbaarheid voortdurend te vergroten en het theoretische potentieel voor marktpenetratie van de milieukeur optimaal te gaan benutten (in het algemeen tussen 5 % en 25 % van de totale markt, afhankelijk van de betrokken productgroep en de selectiviteit van de voor de betrokken milieukeur gehanteerde criteria).

Wat dit betreft, zouden de voor de milieukeur bevoegde instanties verder moeten gaan met de aanwijzing van productgroepen in elke lidstaat die voor de milieukeur in aanmerking zouden kunnen komen. Met een geïntegreerde marketingstrategie zou men de keuze van de consument veel beter kunnen beïnvloeden en zouden de producten in kwestie voor deze veel aantrekkelijker kunnen worden gemaakt, zoals de Week van de Europese Bloem in oktober 2004 zo goed heeft bewezen.

De opgedane ervaring heeft uitgewezen dat de vraagzijde in dit verband proactiever in aanmerking moet worden genomen, terwijl uit de recente ervaringen met de Week van de Europese Bloem van 2004 blijkt dat een gecombineerde vraag-aanbodstrategie de doorslag zou kunnen geven.

Het is zeer belangrijk de erkenning van de EU-milieukeur in alle lidstaten te promoten en bedrijven ertoe aan te moedigen deze aan te vragen en de voor hen hieruit voortvloeiende praktische voordelen te benadrukken.

Uit de werkzaamheden van de marketingstuurgroep tijdens de tenuitvoerlegging van het eerste werkprogramma is de noodzaak naar voren gekomen van een gemeenschappelijke methodologie voor consumentenonderzoeken. Deze onderzoeken zijn nodig om te kunnen nagaan in hoeverre de milieukeur erkenning vindt en hoe de bewustwording van de consument verloopt. Het is belangrijk de erkenning van de communautaire milieukeur in alle lidstaten te bevorderen en terzelfder tijd tussen de „oude" en de „nieuwe" lidstaten de ervaringen uit te wisselen die met de implementatie van de milieukeur zijn opgedaan.

De Commissie heeft een aantal brochures in voorbereiding waarin de doelstellingen en betekenis van de milieukeur voor specifieke productgroepen worden uitgelegd. Deze horen bij producten met een milieukeur die door de consument worden gekocht. Tevens is er een verscheidenheid van brochures ontwikkeld om producenten en detailhandelaren de nodige informatie over de belangrijkste productgroepcriteria (algemeen, textielproducten, schoeisel, wasmiddelen, verven en vernissen) te verschaffen. Dit materiaal moet nu verder worden verbeterd en systematisch door de leden van het BMEU worden verspreid.

Om het gebruik van marketingmiddelen te optimaliseren, zouden de lidstaten met de producenten moeten samenwerken en zo in elk land met hen gezamenlijke marketingcampagnes moeten opzetten.

Doelstellingen

Jaarlijkse stijging met ten minste 50 % van de waarde en/of het aantal artikelen met een milieukeur.

Voor het einde van het werkprogramma een minimale mate van zichtbaarheid in alle lidstaten realiseren en een methode ontwikkelen om deze op kosteneffectieve wijze te meten.

Alle betrokken fabrikanten en detailhandelaren moeten van het bestaan van de communautaire milieukeur bewust worden gemaakt en op lange termijn zou meer dan de helft van alle Europese consumenten het logo van de communautaire milieukeur moeten erkennen als symbool van een hoogstaande productgerichte milieuzorg.

Acties

Voordat het eerste jaar van dit werkprogramma is verstreken, moet de marketingstuurgroep, met input van de lidstaten, aanbevelingen doen over de manier waaraan „marktpenetratie, zichtbaarheid en bewustmaking van de consument" kan worden afgemeten en over de voor deze bewustmaking vast te stellen streefniveaus, een en ander aan de hand van de ervaring opgedaan tijdens de Week van de Bloem in 2004.

Het BMEU zou de reeds bestaande rapportagemechanismen moeten verbeteren en jaarstatistieken moeten gaan opstellen om deze marktpenetratie voor de verschillende productgroepen bij te kunnen houden.

Het BMEU, de lidstaten en de Commissie dienen de communautaire milieukeur te promoten om de onderling overeengekomen streefcijfers te kunnen halen. De acties moeten met name worden gericht op detailhandelaren en op inkopers in de publieke sector (zie hieronder). Voorts moet ten minste eenmaal per jaar, tijdens de vergaderingen van het BMEU, verslag over deze acties worden uitgebracht (waarbij dan ook informatie moet worden uitgewisseld). Tegelijkertijd moet systematisch feedback van belanghebbenden worden gevraagd en dient hiermee rekening te worden gehouden.

Te dien einde moeten alle lidstaten een marketingstrategie ontwikkelen waarin de verschillende activiteiten in volgorde van prioriteit worden ondergebracht.

Met alle belanghebbenden (waaronder NGO's, producenten, consumentenorganisaties en detailhandelaren) moeten passende samenwerkingsverbanden worden opgebouwd, ten einde de kennis die deze organisaties van het systeem hebben te vergroten en de marketing van de Bloem via hun contactnetwerken te promoten.

Het BMEU, de lidstaten en de Commissie zouden het nodige moeten doen om te bevorderen dat de bij de implementatie van de milieukeur opgedane ervaring tussen de „oude" en de „nieuwe" lidstaten wordt gedeeld, waarbij bijvoorbeeld aan georganiseerde lesbijeenkomsten kan worden gedacht.

Zie ook gezamenlijke promotieacties (punt 4, onder b), en punt 5).

c) **Milieuvoordelen**

De milieukeur heeft globaal tot doel producten te bevorderen die, in vergelijking met andere producten in dezelfde productgroep, negatieve milieueffecten potentieel zullen verlichten, een en ander op basis van wetenschappelijk feitenmateriaal en in overeenstemming met artikel 1, lid 4, van de Milieukeurverordening ((EG) nr. 1980/2000), en aldus bijdragen tot een efficiënt gebruik van middelen en een hoog niveau van milieubescherming. Daarmee wordt een bijdrage geleverd aan de verduurzaming van de consumptie en de beleidsdoelstellingen die zijn uiteengezet in de communautaire strategie voor duurzame ontwikkeling (bijvoorbeeld op het gebied van klimaatverandering, efficiënt beheer van hulpbronnen en ecotoxiciteit), het zesde milieuactieprogramma en de mededeling over geïntegreerd productbeleid.

Uit eerdere studies en verslagen is gebleken dat de specifieke milieuvoordelen van milieukeuren moeilijk kunnen worden berekend doordat het lastig is om ze geïsoleerd te meten naast de milieuvoordelen die via andere milieumaatregelen zijn gerealiseerd. Terwijl de rechtstreekse voordelen voornamelijk samenhangen met de milieukostenbesparingen die mogelijk zijn indien het marktaandeel van producten met een milieukeur toeneemt, gaat het bij de indirecte voordelen om andere positieve effecten die de milieukeur heeft en in de toekomst zou kunnen hebben. Uit de onlangs afgeronde studie over de directe en indirecte voordelen van de communautaire milieukeur blijkt dat deze, met een toename van de marktacceptatie van 20 %, dankzij de hieraan verbonden indirecte voordelen, tot een aanzienlijke besparing zou kunnen leiden en, vergeleken met een waaier van andere beleids- en programma-activiteiten, potentieel één van de meest kostenefficiënte instrumenten voor de vermindering van de CO_2-uitstoot zou kunnen zijn.

Overheidsopdrachten nemen ongeveer 16 % ([1]) van het totale BBP van de EU voor hun rekening en inkopers van overheidsbedrijven en gouvernementele en niet-gouvernementele organisaties zouden er meer stelselmatig toe moeten worden aangemoedigd bij hun aanbestedingen milieukeurcriteria of degelijke te hanteren. Met het onlangs gepubliceerde Handboek inzake groene overheidsopdrachten wordt een belangrijke stap in de goede richting gezet.

Het bewustzijn van inkopers is echter nog onvoldoende om significante effecten op de markt te hebben. Eén specifieke doelstelling moet er derhalve op zijn gericht om met name de vraag van inkopers in de publieke sector naar groene producten in de komende drie jaar uit te breiden. Er zouden maatregelen moeten worden onderzocht om deze vraag te vergroten.

Doelstellingen

Duurzame consumptie bevorderen en de beleidsdoelstellingen versterken, zoals aangegeven in de duurzameontwikkelingsstrategie van de Gemeenschap, het zesde milieuactieprogramma en de mededeling inzake IPP.

Inkopers in de publieke sector zouden zo snel mogelijk moeten worden geïnformeerd over de mogelijkheden van het gebruik van de communautaire milieukeurcriteria of gelijkwaardige criteria bij hun aanbestedingen.

Acties

Het BMEU moet de directe en indirecte milieuvoordelen van de milieukeur als geheel blijven evalueren. Tevens zouden de potentiële voordelen van alle nieuwe of herziene productgroepcriteria stelselmatig moeten worden geëvalueerd.

Het BMEU, de lidstaten en de Commissie moeten openbare en particuliere inkopers informeren omtrent de kansen die hun worden geboden indien zij de communautaire milieukeurcriteria of gelijkwaardige criteria bij hun aanbestedingen gebruiken.

d) **Synergieën tussen de communautaire milieukeur en EMAS**

De manieren waarop de communautaire milieukeur en EMAS elkaar onderling aanvullen en ondersteunen moeten worden geanalyseerd en, in het licht van de herziening van beide systemen, tot een echte partnerschap worden opgewaardeerd. Een nauwe samenwerking en een duidelijk begrip van de wijze waarop deze samenwerking zal verlopen, is van essentieel belang om het succes van beide systemen te kunnen verzekeren. Zoals in het vorige werkprogramma werd aangegeven, wordt een bedrijf dat EMAS of ISO 14001 implementeert onmiskenbaar systematisch vanuit milieuoogpunt beheerd en streeft het er doorlopend naar de milieuvriendelijke bedrijfsvoering te verbeteren zodat het ruimschoots aan de wettelijk gestelde minimumvoorwaarden voldoet. Een product met een milieukeur is duidelijk een van de beste producten uit milieuoogpunt. Een bedrijf met EMAS heeft er voordeel bij als het de milieukeurcriteria in zijn milieubeleid gebruikt als een duidelijke en positieve doelstelling voor zijn producten. Duidelijke milieuprestatiestreefwaarden kunnen aan de implementatie van de milieukeurcriteria worden ontleend. Een bedrijf dat de milieukeur op zijn producten voert of wil voeren doet er goed aan EMAS te gebruiken om zich aan de desbetreffende criteria te conformeren en deze conformiteit op peil te houden, en tegelijkertijd van de uitgebreide marketingmogelijkheden profijt te trekken. In het kader van het communautaire milieukeursysteem zijn verschillende kostenverlagingen mogelijk geworden voor bijvoorbeeld EMAS- en ISO 14001-gecertificeerde bedrijven, kleine en middelgrote ondernemingen en startende bedrijven.

([1]) Verslag van de Commissie over de economische gevolgen van overheidsopdrachten: „Een verslag over het functioneren van de markten voor overheidsopdrachten in de EU: voordelen van de toepassing van de EU-richtlijnen en uitdagingen voor de toekomst", van 3.2.2004. http://europa.eu.int/comm/internal_market/publicprocurement/docs/public-proc-market-final-report_en.pdf.

3. **Samenwerking, coördinatie en raakpunten tussen het EU-systeem en andere milieukeursystemen van type I in de lidstaten**

Zoals in het voorgaande werkprogramma is aangegeven, zouden de coördinatie en de samenwerking tussen de communautaire milieukeur en de andere milieukeuren in de lidstaten geleidelijk aan systematischer en meer omvattend moeten worden. Dit zou de economische efficiëntie van het systeem ten goede kunnen komen en zou helpen om potentieel concurrentievervalsende handelseffecten te verminderen. Om deze reden is de permanente stuurgroep samenwerking en coördinatie (Co-operation and Co-ordination Management Group) in het leven geroepen, die tot dusver vier maal per jaar bijeen is gekomen.

In het licht van de gedurende de laatste drie jaar in de stuurgroep opgedane ervaring zijn de doelstellingen op het vlak van samenwerking en coördinatie nog steeds actueel. De groep heeft haar theoretische potentieel nog niet verwezenlijkt.

De voornaamste positieve resultaten zijn dat er een grote hoeveelheid informatie is verzameld over de werkwijzen van de bevoegde instanties en dat er, als gevolg hiervan, maatregelen zijn genomen om de procedures van de verschillende bevoegde instanties te harmoniseren. Dit is een belangrijke stap vooruit, daar het voor de geloofwaardigheid van het systeem noodzakelijk is dat alle bevoegde instanties homogene procedures hanteren.

Niettemin hebben samenwerking en coördinatie tussen de communautaire milieukeur en andere milieukeursystemen in de lidstaten duidelijk nog een lange weg voor de boeg, want een hoge mate van samenwerking van alle partijen vergt een hoge mate van inzet.

Om verbetering in deze situatie te brengen zijn in het kader van het voorgaande werkprogramma verscheidene maatregelen getroffen, zoals het actief contacteren van de nationale milieukeursystemen om deze tot verdere samenwerking met de communautaire milieukeur aan te moedigen. Van de door de stuurgroep samenwerking en coördinatie ontplooide initiatieven moeten onder andere worden genoemd het organiseren van een ontmoeting tussen de communautaire milieukeur en de voorzitters of vertegenwoordigers van de nationale milieukeursystemen, alsook het zoeken naar overeenkomsten tussen de communautaire milieukeur en de nationale keursystemen op het stuk van participatie en toezicht van belanghebbenden. Andere maatregelen betreffen verkennend onderzoek naar de harmonisatie van productgroepcriteria, met bemoedigende resultaten in sommige lidstaten, waaronder Oostenrijk. Er wordt op dit terrein nog belangrijk werk verricht.

Zoals in het voorgaande werkprogramma is aangegeven, zal men door de ontwikkeling van de productgroepen beter te coördineren flink op de benodigde middelen kunnen besparen.

En dan is er ook nog het feit dat er met de 10 nieuwe lidstaten een aantal nieuwe nationale milieukeuren bijgekomen is, waardoor er nieuwe samenwerkingsmogelijkheden worden geboden, alsook nieuwe uitdagingen onder ogen moeten worden gezien.

Doelstelling

De synergieën tussen de communautaire milieukeur en andere milieukeuren in de lidstaten benutten door de onderlinge samenwerking, coördinatie en contacten geleidelijk en systematisch op te voeren, specifiek met het oog op de herziening van het milieukeursysteem.

Acties

De stuurgroep samenwerking en coördinatie dient een strategie voor te bereiden en uit te voeren om de nationale milieukeuren van ISO-type I ertoe aan te moedigen de samenwerking en de contacten met de communautaire milieukeur verder te intensiveren.

a) **Coördinatie van de ontwikkeling van productgroepen**

De communautaire milieukeur en de overige keuren moeten systematisch gegevens over hun bestaande productgroepen en hun programma's voor productgroepontwikkeling uitwisselen en moeten waar nodig hun inspanningen, gezamenlijke middelen, kennis en resultaten coördineren. Dit zou ertoe kunnen leiden dat wederzijdse besparingen mogelijk worden, de respectieve functies van de verschillende systemen duidelijker worden en de harmonisatie wordt vereenvoudigd (in gevallen waarin voor vergelijkbare keuren vergelijkbare doelen zijn gesteld). Alle betrokken instanties moeten zich, in het licht van de op handen zijnde herziening van de Milieukeurverordening, beraden over de best mogelijke interactie van de communautaire milieukeur en andere keuren op lange termijn.

Tijdens het voorgaande werkprogramma is dit ook gedaan (bijvoorbeeld met de „Noordse zwaan" en de Stichting Milieukeur), maar van systematische samenwerking is geen sprake geweest en er moet nog meer worden gedaan om aan een harmonisatieminimum te geraken. De inspanningen om tot coördinatie tussen de communautaire milieukeur en de nationale keursystemen te komen zullen thans worden toegespitst op de ontwikkeling van prioritaire productgroepen, convergentie, bewustmaking met aandacht voor specifieke behoeften en omstandigheden op nationaal niveau – steeds met de bedoeling materiaal voor de herziening van de Milieukeurverordening aan te dragen.

Om het coördinatieproces duidelijker en systematischer te laten verlopen, moeten de lidstaten aan het begin van de ontwikkeling of herziening van de productgroep uitdrukkelijk aangeven welk standpunt zij betreffende de strategie met betrekking tot de relevante nationale systemen innemen. In het bijzonder moeten, wanneer er voor een productgroep reeds communautaire milieukeurcriteria bestaan en de lidstaat in kwestie eigener beweging besluit nieuwe criteria voor zijn nationale keur uit te werken, de hieraan ten grondslag liggende redenen en de specifieke nationale omstandigheden die deze nieuwe criteria nodig maken, door het BMEU worden besproken.

Doelstelling

De coördinatie van de ontwikkeling van productgroepen in de verschillende keursystemen in de EU geleidelijk verbeteren, zulks met name in het licht van de herziening van het milieukeursysteem.

Acties

Het BMEU dient samenwerking met de nationale keuren aan te moedigen met het oog op het herzien en catalogiseren van alle onder de milieukeuren in de EU vallende productgroepen en het werk in verband met de aanleg en bijwerking van een centraal register van deze productgroepen en de hiervoor geldende criteria voort te zetten. Dit werk moeten worden benut om na te kunnen gaan hoe de herziening van de communautaire Milieukeurverordening tot een betere coördinatie met nationale en internationale keuren kan bijdragen.

Het BMEU en de keuren in de lidstaten dienen hun werkprogramma's geleidelijk te coördineren en stelselmatig informatie uit te wisselen.

Het BMEU dient rekening te houden met relevante werkzaamheden die tezamen met het Global Ecolabelling Network (GEN) worden verricht, en dit, ook hier, in het licht van de herziening van het milieukeursysteem.

b) **Gezamenlijke acties om het communautaire milieukeursysteem en andere milieukeursystemen in de lidstaten en de betrokken producten met een milieukeur onder de aandacht te brengen en zo de bewustwording van de consument en het inzicht in de gemeenschappelijke en onderling complementaire functies van de systemen te verbeteren**

Zoals in het vorige werkprogramma werd aangegeven, moeten de belanghebbenden informatie en uitleg krijgen over de milieuwaarde van de verschillende milieukeuren in Europa, waarbij betrokken keursystemen niet als onderling concurrerend maar als onderling aanvullend worden voorgesteld.

Er moet uitgebreid van gedachten worden gewisseld tussen de communautaire milieukeur en de nationale keuren, zodat deze overeenstemming kunnen bereiken over een gezamenlijke presentatie van de systemen en hun gemeenschappelijke en onderling complementaire doelstellingen en functies.

Er zou verder onderzoek moeten worden gedaan naar gezamenlijk opgezette promotiecampagnes voor gemeenschappelijke productgroepen, een gezamenlijke website/database, mechanismen voor wederzijdse erkenning en speciale tarieven voor producenten die tot beide keursystemen een aanvraag richten.

Doelstelling

Voorbeelden bestuderen van gevallen waarin de communautaire milieukeur en andere milieukeuren in de lidstaten elkaar in belangrijke mate aanvullen en de mogelijkheid van gezamenlijke acties onderzoeken.

Acties

De stuurgroep samenwerking en coördinatie, de Commissie, de lidstaten en de milieukeuren in de lidstaten moeten gezamenlijk een lijst opstellen van functies en doelstellingen die de nationale keuren en de communautaire milieukeur met elkaar gemeen hebben.

Het BMEU en de overige keuren in de lidstaten dienen te bestuderen welke mogelijkheden er bestaan voor een gezamenlijke „groene winkel" voor producten met een milieukeur op het internet (en/of hiermee samenhangende acties). Eventueel zou men hiervoor ook een tijdschema en een begroting moeten voorstellen.

De Commissie heeft, in overleg met het BMEU, de tariefstructuur voor de communautaire milieukeur zo aangepast dat aanvragers die zowel de de communautaire milieukeur als een of meer andere keuren in de lidstaten op hun producten wensen te voeren een passende korting krijgen aangeboden [1]***. De overige keuren in de lidstaten moeten ertoe worden aangemoedigd hetzelfde te doen.***

[1] Beschikking 2000/728/EG van de Commissie van 10 november 2000 tot vaststelling van de aanvraagkosten en de jaarlijkse vergoedingen voor de communautaire milieukeur (PB L 293 van 22.11.2000, blz. 18). Beschikking 2003/393/EG van de Commissie van 22 mei 2003 tot wijziging van Beschikking 2000/728/EG tot vaststelling van de aanvraagkosten en de jaarlijkse vergoedingen voor de communautaire milieukeur (PB L 135 van 3.6.2003, blz. 31).

4. **Gezamenlijke promotieactiviteiten**

Een vrijwillig systeem kan alleen succesvol zijn en een wezenlijk effect op de markt hebben als het een economische prikkel voor potentiële aanvragers verschaft en door voldoende marketing- en promotieactiviteiten wordt ondersteund. In artikel 10 van de herziene Verordening (EG) nr. 1980/2000 wordt een beroep gedaan op de lidstaten en de Commissie om in samenwerking met de leden van het BMEU het gebruik van de communautaire keur te bevorderen via bewustmakings- en informatiecampagnes die op consumenten, fabrikanten, handelaren, detailhandelaren en het grote publiek zijn gericht. De betrokkenheid van de verschillende belanghebbenden, met name als ze op hun beurt de informatie ook weer doorgeven (zoals de detailhandel en niet-gouvernementele consumenten- en milieuorganisaties), is van essentieel belang.

Het BMEU moet op gezette tijden, en ten minste twee maal per jaar, vergaderingen van de stuurgroep marketing blijven organiseren, waarbij voornamelijk over marketing, promotieactiviteiten en strategische ontwikekling zal worden gepraat.

Door de bestaande middelen gezamenlijk te gebruiken, moet men in staat zijn ambitieuzere campagnes ten behoeve van de consument, zoals de „Week van de Bloem" in oktober 2004 op te zetten.

Doelstelling

Het BMEU, de Commissie en de lidstaten moeten tot op gepaste hoogte hun marketinginspanningen coördineren en gezamenlijke acties ontwikkelen en ten uitvoer leggen.

Acties

De stuurgroep marketing moet ten minste twee maal per jaar bijeenkomen om in de context van de strategische ontwikkeling van het systeem over marketing en promotie van gedachten te wisselen.

Zoals in het vorige werkprogramma werd aangegeven, dienen het BMEU, de Commissie en de lidstaten gezamenlijk de verschillende doelgroepen te identificeren en voor elke groep een strategie vast te stellen en ten uitvoer te leggen.

a) **Gezamenlijke promotieactiviteiten om het bewustzijn van belanghebbenden te verbeteren**

De belangrijkste doelstelling is om fabrikanten, consumenten en informatieverspreiders (detailhandel en NGO's), dus alle belanghebbenden, doorlopend te informeren over de communautaire milieukeur en de ontwikkelingen terzake. Gedrukt materiaal (brochures, nieuwsbrieven, artikelen) en de website zijn bijvoorbeeld geschikte middelen. Tegelijkertijd moet systematisch feedback van belanghebbenden worden gevraagd en dient hiermee rekening te worden gehouden.

Door de Commissie en een aantal bevoegde instanties is een complete reeks brochures ontwikkeld, die systematisch onder de aandacht van belanghebbenden worden gebracht. Deze brochures worden geregeld bijgewerkt en verbeterd. De afgelopen drie jaar heeft men geprobeerd beter gebruik te maken van de beperkte middelen die voorhanden zijn voor de ontwikkeling van brochures, nieuwsbrieven en ander informatiemateriaal en deze systematischer onder de voornaamste doelgroepen te verspreiden.

Verder heeft de regelmatig bijgewerkte website van de communautaire milieukeur (http://europa.eu.int/ecolabel) velen aan de gewenste informatie kunnen helpen. Het aantal bezoekers op deze website vertoont een voortdurend stijgende lijn en situeert zich momenteel rond 75 000 per maand. Alle belanghebbenden, inclusief niet-gouvernementele industriële-, consumenten- en milieuorganisaties, moeten worden aangemoedigd om regelmatig een bijdrage te leveren teneinde de geloofwaardigheid en transparantie van de website te verbeteren. Het is belangrijk dat deze manier van werken wordt voortgezet en dat men de website verder ontwikkelt om het potentieel ervan ten volle te kunnen realiseren.

Naast het bieden van de adequate informatiemiddelen mogen ook bijvoorbeeld tentoonstellingen en beurzen niet worden vergeten, omdat bij dergelijke evenementen de communautaire milieukeur onder de aandacht van een breder publiek kan worden gebracht. Tot dusver is er geen systematisch onderzoek verricht naar de tentoonstellingen of beurzen die het meest geschikt zijn om het systeem te promoten, ofschoon dit wel ad hoc is gedaan, voornamelijk tijdens de gerichte marketingactiviteiten. Nog een belangrijk aspect dat is onderzocht, is de mogelijkheid om producten met een milieukeur te gebruiken ter gelegenheid van „mega-evenementen" als wereldkampioenschappen, de Olympische Spelen of festivals, enz., een en ander met zeer positieve resultaten, zoals tijdens de Olympische Spelen van 2004 te Athene en (naar verwacht wordt) bij de komende Olympische Winterspelen van 2006 te Turijn.

De in het vorige werkprogramma aangegeven doelstellingen en uitvoeringsmaatregelen blijven ook voor het herziene werkprogramma geldig.

Doelstelling

Alle belanghebbenden doorlopend informeren over de communautaire milieukeur en de ontwikkelingen terzake. Tegelijkertijd moet systematisch feedback van belanghebbenden worden gevraagd en dient hiermee rekening te worden gehouden.

Acties

Het BMEU en de lidstaten moeten nauw met de Commissie samenwerken om:

— ***de milieukeurwebsite bij te werken en te verbeteren;***

— ***brochures en ander gedrukt materiaal ter verbetering van de bewustwording van de belanghebbenden te blijven ontwikkelen en verspreiden;***

— ***belanghebbenden de nodige informatie te verschaffen om meer klaarheid te brengen in de procedures rond de aanvraag van de milieukeur en de tijd en kosten die hiermee gemoeid zijn;***

— ***een lijst op te stellen van de evenementen waarbij de milieukeur moeten worden gepromoot.***

Het BMEU moet een onderzoek instellen naar bijkomende informatiemiddelen (databases, richtsnoeren, enz.) die ter beschikking van aanvragers kunnen worden gesteld.

De bevoegde instanties moeten samen met de helpdesk bij iedere vergunninghouder navragen waar hun producten worden verkocht.

b) **Gezamenlijke promotieactiviteiten om het bewustzijn van inkopers in de publieke en particuliere sector te verbeteren**

Ten behoeve van inkopers is er informatie over zowel het wettelijk kader (hoe een inkoper de milieukeurcriteria in zijn aanbestedingen kan verwerken) als de vereisten aangaande milieuprestaties, zoals beschreven in de documenten over de milieukeurcriteria voor de verschillende productgroepen. De milieukeurwebsite speelt in dit opzicht een belangrijke rol. Ter vergemakkelijking van het gebruik van de communautaire milieukeurcriteria bij overheidsopdrachten moeten er passende hulpmiddelen worden ontwikkeld, zoals vereenvoudigde check-lists voor alle productgroepen. Er moeten gezamenlijke bijeenkomsten tussen het BMEU en inkopers in de publieke sector worden georganiseerd en ook moet worden nagedacht over nationale en/of regionale campagnes.

Doelstelling

Op korte termijn moeten inkopers in de publieke sector worden geïnformeerd over de mogelijkheden om de milieukeurcriteria of daarmee gelijkwaardige criteria bij hun aanbestedingen te gebruiken.

Acties

Het BMEU, de Commissie en de lidstaten moeten, in samenwerking met de voor groene overheidsopdrachten verantwoordelijke functionarissen, een gezamenlijke strategie en een reeks gezamenlijke acties uitwerken ter bevordering van het gebruik van de communautaire milieukeurcriteria of daarmee gelijkwaardige criteria bij aankopen door overheidsinstanties of particuliere bedrijven.

Het BMEU, de Commissie en de lidstaten moeten zorgen voor de grootst mogelijke verspreiding van het handboek voor inkopers in de overheidssector en relevant materiaal ontwikkelen. Tevens dienen zij, in samenwerking met EMAS, opleidings- en informatiedagen en andere relevante acties te organiseren en moet er op de website van de milieukeur relevante informatie worden gepubliceerd.

c) **Gezamenlijke promotie en ondersteuning van MKB en distributeurs**

De afgelopen drie jaar is de deelneming van het MKB aan de algemene vergaderingen, alsook aan de werkgroepen die de criteria voor de verschillende productgroepen ontwikkelen, een van de hoofdprioriteiten van de communautaire milieukeur geweest. Het MKB beschikt niet altijd over de juiste middelen of informatie om van de mogelijkheden die de milieukeur biedt te kunnen profiteren, en een succesvolle aanvraag voor te bereiden. Het MKB moet worden ondersteund via netwerken van andere aanvragers, belangengroeperingen, bevoegde organen en andere relevante organisaties, zoals bedrijfsfederaties of regionale overheden.

Detailhandelaren spelen als schakel tussen fabrikanten en consumenten eveneens een belangrijke rol. Zij kunnen bijvoorbeeld met de milieukeur het kwaliteitsimago van hun eigen merkproducten verbeteren en zoeken naar mogelijkheden om andere producten met een milieukeur aan te bieden aan hun klanten. Derhalve moet prioriteit worden gegeven aan het ontwikkelen van strategische partnerschappen met detailhandelaren.

Acties

Het BMEU dient een strategie en acties te ontwikkelen om ten behoeve van het MKB netwerken ter ondersteuning van milieukeuren op te zetten.

De bevoegde organen van het BMEU moeten met de detailhandelaren strategische partnerschappen ontwikkelen.

5. **Planning van de financiering van het systeem**

Omdat zo veel organisaties, met inbegrip van overheidsinstanties, bij dit proces betrokken zijn (de begroting van de Commissie, bijvoorbeeld, wordt jaarlijks vastgesteld), is het moeilijk voor de laatste drie jaar precieze begrotingen vast te stellen.

Niettemin kunnen de voorwaarden van het milieukeursysteem in twee hoofdgroepen worden ingedeeld: de middelen voor productgroepontwikkeling en de middelen voor marketing en promotie.

In 2003 is er naar schatting (voor Commissie plus lidstaten) 3,2 miljoen euro voor het systeem uitgetrokken (exclusief salarissen). Vergoedingen brachten zo'n 370 000 euro op, oftewel 11,5 %. Aldus ligt de zelffinancieringscapaciteit van het systeem iets boven 10 %, hetgeen wil zeggen dat de langetermijndoelstelling nog lang niet wordt gehaald.

De aan het systeem toegewezen middelen zijn voldoende geweest voor de ontwikkeling en herziening van de productgroepen over de afgelopen drie jaar. Zij zijn op zeer doeltreffende wijze aangewend. Het toenemende aantal productgroepen en de hieruit voortvloeiende groei van de relevante marketing zal logischerwijze leiden tot een toename van de budgettaire behoeften van het systeem. De begroting van het systeem moet daarom in de context van de globale strategie van de ontwikkeling van productgroepcriteria worden geanalyseerd.

Doelstelling

Op lange termijn moet worden gestreefd naar zelffinanciering van het systeem en er moeten haalbare kortetermijndoelstellingen worden vastgesteld, waarbij de gemaakte vooruitgang moet worden gevolgd om te verzekeren dat deze ook worden gerealiseerd.

Acties

Voordat het huidige werkprogramma verstrijkt, dient er door het BMEU een analyse te worden verricht met het oog op de uitstippeling van een coherente en realistische strategie om het systeem zelffinancierend te kunnen maken. Deze strategie moet gemeenschappelijke meetmethoden omvatten voor de bepaling, door elke lidstaat, van de uitgaven en opbrengsten van het milieukeursysteem en voor de hiermee samenhangende financiële rapportage.

Bijlage 1

Open lijst van prioritaire productgroepen (*)

Mogelijke nieuwe productgroepen:

Reizigersvervoersdiensten
Speelgoed en spellen
Verwarmingssystemen (kamer)
Detailhandeldiensten
Boodschappentassen
Artikelen voor lichaamsverzorging
Vuilniszakken
Lijmen
Waterverwarmingssystemen
Bouwonderdelen incl. isolatie
Banden
Kleine huishoudelijke elektrische apparatuur
Hygiëneartikelen
Autowasdiensten
Lederartikelen, incl. handschoenen
Chemisch reinigen
Bouwdiensten
Kopieermachines
Sociaal verantwoordelijke investeringsfondsen
Hersteldiensten voor voertuigen
Tafelgerei
Bezorgingsdiensten
Klimaatregeling

(*) Benadrukt moet worden dat het hier, zoals bepaald in artikel 5 van Verordening (EG) nr. 1980/2000, een open lijst betreft. De Commissie kan het BMEU te allen tijde een mandaat geven om de milieucriteria en de voorwaarden inzake beoordeling en verificatie te ontwikkelen en periodiek te herzien voor een productiegroep die niet in aanhangsel 1 is vermeld. De lijst kan (moet) ook worden bijgewerkt tijdens de looptijd van dit herziene werkprogramma (overeenkomstig de procedure in artikel 17 van Verordening (EG) nr. 1980/2000), en er kunnen nieuwe productgroepen aan worden toegevoegd.