32006D0402

ODLUKA KOMISIJE

od 9. veljače 2006.

o utvrđivanju radnog plana za znak za okoliš Zajednice

(Tekst značajan za EGP)

(2006/402/EZ)

KOMISIJA EUROPSKIH ZAJEDNICA,

uzimajući u obzir Ugovor o osnivanju Europske zajednice,

uzimajući u obzir Uredbu (EZ) br. 1980/2000 Europskog parlamenta i Vijeća od 17. srpnja 2000. o revidiranom programu dodjele znaka za okoliš Zajednice [1], a posebno njezin članak 5.,

budući da:

(1) Uredbom (EZ) br. 1980/2000 predviđeno je da Komisija treba utvrditi radni plan za znak za okoliš Zajednice.

(2) Radni plan treba sadržavati strategiju razvoja programa o utvrđivanju ciljeva za unapređenje stanja okoliša i prodor na tržište, netaksativni popis proizvoda koji se smatraju prioritetnima za djelovanje Zajednice i planove za koordinaciju i suradnju između tijela nadležnih za program Zajednice i tijela nadležnih za ostale programe dodjele znaka za okoliš u državama članicama.

(3) Štoviše, radnim planom treba predvidjeti mjere za provođenje strategije i obuhvatiti planirano financiranje programa.

(4) Revidirani radni plan treba izraditi na temelju iskustava stečenih tijekom provođenja prvoga radnog plana za znak za okoliš Zajednice [2].

(5) Radni plan treba periodično preispitivati.

(6) Mjere predviđene ovom Odlukom u skladu su s mišljenjem Odbora osnovanog u skladu s člankom 17. Uredbe (EZ) br. 1980/2000,

DONIJELA JE OVU ODLUKU:

Članak 1.

Usvaja se revidirani radni plan za znak za okoliš Zajednice za razdoblje od 1. siječnja 2005. do 31. prosinca 2007., koji je utvrđen u Prilogu.

Članak 2.

Preispitivanje radnog plana započinje prije 31. prosinca 2007.

Članak 3.

Ova je Odluka upućena državama članicama.

Sastavljeno u Bruxellesu 9. veljače 2006.

Za Komisiju

Stavros DIMAS

Član Komisije

[1] SL L 237, 21.9.2000., str. 1.

[2] SL L 7, 11.1.2002., str. 28.

PRILOG

RADNI PLAN ZA ZNAK ZA OKOLIŠ ZAJEDNICE

UVOD

Znak za okoliš Zajednice uveden je 1992. radi poticanja poslovnih subjekata da razvijaju robe i usluge koje tijekom cijelog životnog ciklusa imaju smanjeni utjecaj na okoliš i da potrošačima osiguraju bolje informacije o tim utjecajima.

Program dodjele znaka za okoliš Zajednice dio je šire strategije čiji je cilj promicanje održive proizvodnje i potrošnje. Taj se cilj može ostvariti u kontekstu „okvira za integriranu politiku proizvoda, usmjerenu prema životnom ciklusu", kako je navedeno u Šestom okolišnom akcijskom programu Zajednice (6. OAP). Ključni su ciljevi osigurati visoku razinu zaštite i prekinuti vezu između opterećenja na okoliš i gospodarskog rasta, odnosno djelovati u okviru Lisabonske strategije za gospodarsku i socijalnu obnovu (2000.) ([1]) i Strategije za održivi razvoj (Göteborg, 2001.) ([2]).

Konkretnije, u Komunikaciji o integriranoj politici proizvoda ([3]) (IPP) predložena je nova strategija za jačanje i preusmjeravanje okolišnih politika koje se odnose na proizvode i za razvijanje tržišta za „zelenije" proizvode (proizvode koji su manje štetni za okoliš). Znak za okoliš Zajednice jedan je od instrumenata koji mogu pomoći u postizanju tog cilja. U okviru programa dodjele znaka za okoliš puno je informacija i stručnih znanja o politici proizvoda temeljenih na konceptu životnog ciklusa, koji bi trebali biti dostupni dionicima uključenima u daljnje razvijanje pristupa integrirane politike proizvoda.

U okviru promjena usmjerenih prema održivoj potrošnji i proizvodnji, nove direktive ([4]) o javnim nabavama, kojima se pitanja okoliša integriraju u javne nabave i nedavno objavljeni Priručnik o okolišnim javnim nabavama, otvaraju nove mogućnosti za znak za okoliš Zajednice. Iako naručitelji ne mogu izričito zahtijevati proizvode i usluge koje nose znak za okoliš Zajednice u javnom natječaju, nove direktive nude mogućnost da se kriteriji navedena u tom i sličnim programima koriste pri utvrđivanju zahtjeva za okoliš koji se temelje na radnim karakteristikama ili funkcionalnosti. To bi trebalo potaknuti javna tijela da donesu političke odluke zbog kojih bi njihova nabava preko programa dodjele znaka za okoliš Zajednice i njegovih mjerila ili drugih ekvivalentnih programa, koji osiguravaju jaku bazu informacija o proizvodu, bila zelena.

Znak za okoliš povezan je i s mnogim različitim instrumentima čiji je cilj čistija proizvodnja, te razvoj i primjena okolišnih tehnologija. Njegove strukture, postupci i znanja prepoznaju se kao čvrsto polazište za kreiranje i primjenu provedbenih mjera za predloženu direktivu o ekološkom dizajniranju proizvoda za čiji je rad potrebna energija. Prioritetno područje aktivnosti u okviru Akcijskog plana za okolišne tehnologije (ETAP), a to je određivanje i postizanje ciljanih radnih svojstava, uključuje istraživanje odnosa između ideje o ciljanim radnim svojstvima i okolišnoj učinkovitosti roba i usluga koje su predmet inicijativa Europske unije kao što je znak za okoliš Zajednice.

Proširenje Zajednice na 10 novih država članica u svibnju 2004. stvorilo je nove uvjete za razvoj znaka za okoliš Zajednice, te za doprinos u području okolišne komunikacije i osvješćivanja. Jasan, paneuropski znak za okoliš kao na primjer „Cvijet", mogao bi potrošačima diljem Europe znatno olakšati kupovanje „zelenih" proizvoda i istodobno im pomoći u razumijevanju znaka tipa I.

Dobro zamišljeni programi okolišnog označivanja koji se temelje na tržištu ostat će privlačni potrošačima zbog njihove neposrednosti i jednostavnosti i zato što osiguravaju bolje i dostupnije informacije o okolišu za stanovništvo. Ako se razvijaju u partnerstvu s proizvođačima i u okviru troškova koji su prihvatljivi za poduzetnike, pogoduju poslovanju jer na prodajnim mjestima promiču proizvod dajući mu marketinšku prednost.

Jasno je da znak za okoliš još nije ostvario zadovoljavajući prodor na tržište. Sada je u boljoj situaciji nego ranije, uz raspon skupina proizvoda koji se stalno širi (uključujući i robe i usluge) te uz nove zahtjeve koji se stalno zaprimaju; međutim, jasno je da se program mora revidirati ako se žele ostvariti njegovi izvorni ciljevi, a posebno njegovo aktivno prihvaćanje u poslovnoj zajednici. S obzirom na reviziju programa dodjele znaka za okoliš Zajednice izrađuje se evaluacijska studija kako bi se ocijenila njegova sveukupna učinkovitost u smanjivanju negativnih utjecaja na okoliš. Procijenit će se doprinos programa održivoj potrošnji i proizvodnji i pripremit će se prijedlozi o tome kako revizijom programa najbolje odgovoriti na izazove promicanja održivog razvoja u Europi i kako ga učiniti privlačnijim gospodarskim subjektima, posebno malim i srednjim poduzećima. Ovaj radni plan u potpunosti treba podupirati ocjenjivanje programa i njegovu reviziju, a da se ni na koji način ne dovodi u pitanje mogućnost izmjene programa dodjele znaka za okoliš kada se Uredba bude revidirala.

([1]) COM 2000/7: http://europa.eu.int/growthandjobs/key/index_en.htm.
([2]) COM(2001) 264 završna verzija: http://europa.eu.int/eurlex/en/com/cnc/2001/com2001_0264en01.pdf.
([3]) COM(2003) 302 završna verzija: http://europa.eu.int/eurlex/en/com/cnc/2003/com2003_0302en01.pdf.
([4]) SL L 134, 30.4.2004., str. 1. i 114.

Prema tome, temeljni je cilj ovog revidiranog radnog plana da znanja i iskustva stečena kroz provedbu programa dodjele znaka za okoliš posluže kao podloga za utvrđivanje programa rada za sljedeće tri godine sa sljedećim ciljevima:

— učiniti znak za okoliš Zajednice uspješnijim i djelotvornijim instrumentom za poboljšavanje okolišne kvalitete roba i usluga,

— revidirani radni plan treba usmjeriti i na podupiranje ocjenjivanja programa dodjele znaka za okoliš koje je u tijeku i predstojeće revizije Uredbe,

— nastaviti doprinositi većoj održivosti potrošnje i ciljevima politike utvrđene Strategijom Zajednice za održivi razvoj i Šestim okolišnim akcijskim programom,

— čim učinkovitije iskoristiti resurse koje su programu dodijelili Komisija, države članice i članovi Odbora za znak za okoliš Europske unije (EUEB) ([1]).

STRATEGIJA ZA RAZVOJ PROGRAMA

2005.-2007.

1. **Politika i strategija usmjerene k reviziji Uredbe o znaku za okoliš**

Znak za okoliš Zajednice neprekidno se razvija, a njegova se dugoročna politika i strategija prilagođavaju. Mora ga se uključiti u sve tekuće rasprave i rad za provedbu Komunikacije Europske unije o integriranoj politici proizvoda, te u sve druge zakonodavne instrumente koji su još u izradi, kao što su predložena Direktiva o eko-dizajnu proizvoda za čiji je rad potrebna energija (EuP), Okvirna direktiva 92/75/EEZ o kućanskim aparatima i Odluka Vijeća o programu dodjele znaka „Energy Star" za uredsku opremu, te za provedbu ETAP-a, Šestog okolišnog akcijskog programa i Strategije Zajednice za održivi razvoj. Znak za okoliš Zajednice također mora intenzivno slijediti opsežniji razvoj označivanja proizvoda znakovima za okoliš, kao i oznakama etičke ispravnosti, kvalitete i zaštite zdravlja, te se mora osigurati odgovarajuće sudjelovanje različitih znanstvenih odbora s ciljem daljnjeg razvijanja znanstvene osnove ekoloških mjerila. Jednako je važan razvoj u području sustavâ upravljanja okolišem, posebno s obzirom na Program Zajednice za upravljanje okolišem i neovisno ocjenjivanje (EMAS).

Radi učinkovitijeg upravljanja raznim raspravama i tokovima informacija, kako unutar programa tako i u vanjskim forumima, te radi pripremanja i vođenja rasprava o budućnosti programa, u okviru prvog radnog plana za znak za okoliš osnovana je radna skupina za upravljanje politikom. Ona je dala dragocjen doprinos budućoj politici i strategiji programa, baveći se pitanjima integracije s ostalim okolišnim politikama, sinergijama s ostalim informacijskim instrumentima i najrazličitijim pitanjima dugoročne politike. Jasno je prepoznala glavne izazove s kojima se program trenutačno suočava, a raspravi je doprinijela razvojem niza različitih ideja o ocjenjivanju i reviziji programa. Te ideje treba uključiti u rasprave o reviziji programa, pri čemu sastanci na kojima sudjeluju dionici moraju biti na prvom mjestu.

Cilj

Prioritetna zadaća EUEB-a, država članica i Komisije treba biti razvijanje i prilagođavanje dugoročne politike i strategije programa dodjele znaka za okoliš s obzirom na predstojeću reviziju Uredbe. Oni također trebaju doprinositi integraciji znaka za okoliš u različite promjene u politici koje se uvode u pogledu održive potrošnje (kao što su IPP, EuP, „zelena" javna nabava, širi obim označivanja, niže oporezivanje „zelenih" proizvoda, ETAP itd.).

Mjere

Prioritet EUEB-a, država članica i Komisije treba biti doprinos u ocjenjivanju i reviziji programa dodjele znaka za okoliš kako bi na taj način pomagali razvoju i prilagođavanju njegove dugoročne politike i strategije. Taj doprinos treba biti u obliku namjenskih sastanaka, istraživanja i mobilizacije stručnih znanja nakon objave rezultata studije.

([1]) Napomena: Komisija djeluje kao tajništvo EUEB-a i sudjeluje u svim njegovim aktivnostima.

2. **Ciljevi za unapređenje stanja okoliša i prodor na tržište**

Ciljevi za unapređenje stanja okoliša i prodor na tržište bit će utvrđeni s obzirom na reviziju programa. Namijenjeni su posebno:

(a) povećanju broja tržišta koja bi se mogla otvoriti za proizvode sa znakom za okoliš, postupno proširujući raspon skupina proizvoda kojima se dodjeljuje znak za okoliš i čineći ga privlačnijim za proizvođače;

(b) znatnom povećanju zastupljenosti znaka za okoliš unutar svakog od tih tržišta/skupina proizvoda (tj. broj proizvoda na tržištu koji su označeni znakom za okoliš);

(c) razmatranju sveukupne koristi koje program donosi za okoliš i na koji način program doprinosi većoj održivosti potrošnje;

(d) daljnjem nadograđivanju potencijalne sinergije između znaka za okoliš Zajednice i EMAS-a.

(a) **Razvijanje skupine proizvoda**

Trenutačno su usvojena mjerila za 23 skupine proizvoda: papir za higijenske i sanitarne namjene, perilice posuđa, sredstva za poboljšanje tla, madraci, unutarnje boje i lakovi, obuća, tekstilni proizvodi, osobna računala, deterdženti za rublje, deterdženti za perilice posuđa, kopirni papir, žarulje, prijenosna računala, hladnjaci, perilice rublja, univerzalna sredstva za čišćenje i sredstva za čišćenje sanitarija, deterdženti za ručno pranje posuđa, televizori, tvrde podne obloge, usisavači, usluge turističkog smještaja, usluge u kampovima i maziva.

Da bi se neka skupina proizvoda smatrala prioritetnom za dodjelu znaka za okoliš Zajednice, moraju biti ispunjeni različiti uvjeti. U članku 2. stavku 2. Uredbe (EZ) br. 1980/2000 navedeni su posebno neki ključni zahtjevi u pogledu prikladnosti proizvoda za dodjelu znaka za okoliš. Proizvod mora biti značajan s obzirom na unutarnje tržište i mora se prodavati za krajnju potrošnju ili uporabu. Mora imati značajne utjecaje na okoliš na koje potrošač može pozitivno utjecati svojim izborom, a proizvođači i trgovci na malo moraju biti spremni označiti svoje proizvode znakom za okoliš.

Na temelju kontrolnog popisa pitanja koji je predviđen prvim radnim planom napravljena je studija određivanja prioriteta ([1]) čiji je rezultat popis prioritetnih skupina proizvoda koji je prikazan u Dodatku 1. S obzirom na reviziju programa, EUEB i države članice trebaju nastaviti razvijati metodologiju za utvrđivanje prioritetnih skupina proizvoda na temelju studije i u skladu s preporukama za daljnji rad i poboljšanjima objavljenima u okviru rezultata studije. Također trebaju povećati obim ocjenjivanja koristi za okoliš i tržišnih mogućnosti kandidiranih skupina proizvoda. Potrebna je i daljnja analiza posebnih zahtjeva za ocjenjivanje stupnja prioriteta za usluge.

Poboljšana metodologija treba osigurati objektivan način utvrđivanja prioritetnih skupina proizvoda za robe i usluge. Pritom također treba uzeti u obzir je li određena roba ili usluga jasno povezana s postojećim skupinama proizvoda.

Potrebno je osnovati *ad-hoc* skupinu za upravljanje koja će objektivno i transparentno odrediti koje bi skupine proizvoda trebale imati najviši prioritet.

Međutim, ono što je napravljeno na razvijanju skupina proizvoda ne smije dovesti u pitanje mogućnost izmjene načina na koji se postupa sa skupinama proizvoda pri reviziji programa dodjele znaka za okoliš.

Ciljevi

S obzirom na reviziju programa, uspostaviti asortiman skupina proizvoda koji predstavlja dovoljno cjelovit i praktičan izbor proizvoda koji će privući trgovce na malo, proizvođače, uključujući mala i srednja poduzeća te potrošače.

Na najbolji način iskoristiti resurse namijenjene za razvijanje skupina proizvoda i pritom se usredotočiti na one skupine koje su najprikladnije za dodjelu znaka za okoliš Zajednice.

U roku od pet godina broj uspostavljenih skupina proizvoda treba porasti na 30 do 35.

([1]) AEAT povjerljivo, Utvrđivanje novih prioritetnih skupina proizvoda za dodjelu znaka za okoliš, Izvješće za Europsku komisiju, Opća uprava za okoliš, svibanj 2004.
http://europa.eu.int/comm/envirnoment/ecolabel/product/pg_prioritisation_en.htm

Mjere

Popis prioritetnih skupina proizvoda treba redovito dopunjavati nakon savjetovanja s EUEB-om. Prilikom revizije svake skupine proizvoda, EUEB bi trebao ponovo ocijeniti njezin prioritetni status.

Uzimajući u obzir studiju utvrđivanja prioriteta provedenu u okviru prethodnog radnog plana, nadležna tijela i EUEB trebaju nastaviti poboljšavati metodologiju utvrđivanja prioriteta, posebno nastojeći razviti prikladno odmjeravanje značaja „pitanja za utvrđivanje prioriteta" u studiji. Među ostalim faktorima treba uzeti u obzir uspjeh ili neuspjeh utvrđenih skupina proizvoda, koristi za okoliš koje proizlaze iz predloženih skupina proizvoda i posebne zahtjeve u pogledu ocjenjivanja stupnja prioriteta za usluge, s obzirom na rezultate i smjernice koje proizlaze iz ocjenjivanja programa koje je u tijeku.

Osim obavljanja potrebnih revizija, Komisija, EUEB i države članice trebaju nastojati svake godine uspostaviti dvije nove skupine proizvoda. Mjerila za skupine proizvoda općenito bi trebala važiti četiri do pet godina (iako se to razdoblje može prilagođavati od slučaja do slučaja).

Potrebno je osnovati ad-hoc skupinu EUEB-a za upravljanje koja će se sastajati jednom godišnje kako bi dala preporuke za skupine proizvoda najvišeg prioriteta i raspored revizija skupina proizvoda. Ta skupina također treba uspostaviti metodologiju za određivanje hitnosti revizije mjerila na temelju tehničkog razvoja u relevantnim područjima.

Međutim, razvoj novih skupina proizvoda ne bi smio dovesti u pitanje potrebu da se vrijeme i resursi ulažu u proces revizije programa dodjele znaka za okoliš.

(b) **Prodor na tržište, zastupljenost i osviještenost potrošača**

Četiri su parametra za mjerenje zastupljenosti znaka za okoliš:

— trgovačka društva: broj trgovačkih društava kojima je dodijeljen znak za okoliš,

— proizvodi: broj proizvoda za koje su ta trgovačka društva dobila znak za okoliš,

— artikli: broj artikala tih proizvoda stavljenih na tržište koji nose znak za okoliš,

— vrijednosti: prodajna vrijednost tih artikala franko tvornica.

Trenutačno (svibanj 2005.) preko 250 trgovačkih društava koristi znak za okoliš Zajednice (za razliku od 87 koliko ih je bilo u kolovozu 2001.) na nekoliko stotina proizvoda. Tekstil, unutarnje boje i lakovi i usluge turističkog smještaja čine najuspješnije skupine proizvoda s obzirom na broj podnositelja zahtjeva. Raspoređenost nositelja znaka za okoliš Zajednice i njihovih proizvoda diljem Europske unije i Europskoga gospodarskog prostora još je uvijek prilično neujednačena, ali u usporedbi s prošlošću pokazuje puno bolju i uravnoteženiju pokrivenost proizvoda.

Broj artikala kojima je dodijeljen znak za okoliš Zajednice prodanih u 2004. procjenjuje se na oko 400 milijuna (za razliku od 54 milijuna koliko ih je bilo u 2001.), a njihova se prodajna vrijednost franko tvornica procjenjuje na 700 milijuna EUR, za razliku od 114 milijuna EUR u 2001.

Međutim, što se tiče stvarnog prodora na tržište, proizvodi sa znakom za okoliš Zajednice još su uvijek relativno beznačajni, budući da još uvijek predstavljaju manje od 1 % ukupnog tržišta za različite skupine proizvoda.

Glavni bi cilj programa trebao biti značajno poboljšanje njegove privlačnosti za gospodarske subjekte, kao i značajno povećanje broja označenih proizvoda, kako bi znak za okoliš postao zastupljeniji na tržištu i povećao svoj utjecaj na zaštitu okoliša. Istodobno cilj programa treba biti i stalno jačanje zastupljenosti, kako bi prodor znaka okoliša na tržište dosegnuo puni teoretski potencijal koji se općenito kreće između 5 % i 25 % ukupnog tržišta (ovisno o skupini proizvoda o kojoj se radi i o selektivnosti njezinih mjerila za dodjelu znaka za okoliš).

U tom pogledu, tijela nadležna za dodjelu znaka za okoliš trebaju nastaviti s utvrđivanjem ciljanih skupina proizvoda u svakoj državi članici. Integrirana marketinška strategija mogla bi značajno poboljšati orijentaciju potrošača i privlačnost tržišta, kao što je uspješno dokazao „Tjedan Europskog cvijeta" u listopadu 2004.

Stečena iskustva pokazuju da se potražnja na tržištu mora proaktivnije razmatrati, a nedavno iskustvo s „Tjednom europskog cvijeta" 2004. pokazuje da bi kombinirana strategija ponude i potražnje mogla dovesti do promjena.

Vrlo je važno promicati priznavanje znaka za okoliš Zajednice u svim državama članicama i motivirati trgovačka društva da podnose zahtjeve za njegovu dodjelu, te naglašavati praktične koristi koje od njega mogu dobiti.

Potreba za zajedničkom metodologijom anketiranja potrošača proizašla je iz rada skupine za marketinško upravljanje tijekom provođenja prvog radnog plana. Ankete treba provoditi kako bi se pratio stupanj prepoznavanja i slijedio razvoj svijesti potrošača. Bit će važno promicati priznavanje znaka za okoliš Zajednice u svim državama članicama i istodobno razmjenjivati iskustva u primjeni znaka za okoliš među „starim" i „novim" državama članicama.

Komisija priprema seriju brošura kojima će znatno pojasniti značenje znaka za okoliš za određene skupine proizvoda i koje će se kod prodaje potrošaču prilagati uz proizvode sa znakom za okoliš. Već je napravljen cijeli niz brošura čiji je cilj informirati proizvođače i trgovce na malo o mjerilima za vodeće skupine proizvoda (općenita mjerila, mjerila za tekstilne proizvode, obuću, deterdžente za rublje, boje i lakove). Članovi EUEB-a trebaju te materijale dalje dorađivati i sustavno distribuirati.

Da bi na najbolji mogući način iskoristile marketinške resurse, države članice trebaju raditi u suradnji s proizvođačima s ciljem organiziranja zajedničkih marketinških kampanja u svojim zemljama.

Ciljevi

Godišnje povećanje od najmanje 50 % vrijednosti i/ili broja artikala sa znakom za okoliš.

Prije kraja primjene radnog plana postići minimalnu razinu zastupljenosti u svim državama članicama, uključujući i metodologiju troškovno učinkovitog mjerenja te razine.

Svi relevantni proizvođači i trgovci na malo trebali bi znati za znak za okoliš Zajednice, a dugoročno bi više od pola europskih potrošača trebalo raspoznavati logo znak za okoliš kao znak okolišne izvrsnosti.

Mjere

Prije kraja prve godine provođenja ovog radnog plana, skupina za marketinško upravljanje treba uz pomoć država članica sastaviti preporuke o tome kako se može izmjeriti „prodor na tržište, zastupljenost i osviještenost potrošača" i koje trebaju biti ciljane razine takve osviještenosti, uzimajući u obzir iskustva stečena tijekom kampanje „Tjedan cvijeta" u 2004.

EUEB treba poboljšati već postojeće mehanizme izvješćivanja u svrhu sastavljanja godišnjih statistika za praćenje tog prodora na tržište za različite skupine proizvoda.

Da bi ostvarili dogovorene ciljeve, EUEB, države članice i Komisija trebaju promicati znak za okoliš Zajednice. Pritom ciljane skupine prije svega trebaju biti trgovci na malo i službe za javnu nabavu. Na sastancima EUEB-a barem jednom godišnje treba podnositi izvješća o tim mjerama (i razmjenjivati informacije o njima). Istodobno treba sustavno tražiti povratne informacije od dionika i uzimati ih u obzir.

U tu svrhu svaka država članica treba razviti marketinšku strategiju koja će relevantne aktivnosti uključivati redoslijedom prema prioritetu.

Prema potrebi treba razvijati savezništvo sa svim dionicima (uključujući nevladine organizacije, proizvođače, organizacije potrošača i trgovce na malo), kako bi se u tim organizacijama proširila znanja o programu i potaknulo stavljanje Cvijeta na tržište kroz njihove mreže kontakata.

EUEB, države članice i Komisija trebaju promicati razmjenu iskustava u primjeni znaka za okoliš između „starih" i „novih" država članica, npr. kroz organizirane seminare.

Vidjeti također zajedničke promidžbene aktivnosti (odjeljci 4.b i 5.)

(c) **Koristi za okoliš**

Opći cilj uporabe znaka za okoliš je promicanje proizvoda koji imaju mogućnost smanjiti negativne utjecaje na okoliš na temelju znanstvenih dokaza i u skladu s člankom 1. stavkom 4. Uredbe o znaku za okoliš (Uredba (EZ) br. 1980/2000), za razliku od ostalih proizvoda iz iste skupine proizvoda, čime se doprinosi učinkovitom iskorištavanju resursa i visokoj razini za okoliš. Na taj način znak za okoliš doprinosi većoj održivosti potrošnje i ciljevima politike utvrđenim u Strategiji Zajednice za održivi razvoj (na primjer u području klimatskih promjena, učinkovitosti resursa i toksičnosti za okoliš), Šestom okolišnom akcijskom programu i u Komunikaciji o integriranoj politici proizvoda.

Prethodne studije i izvješća pokazuju da je posebne koristi koje za okoliš donosi znak za okoliš teško izračunati budući da ih je teško izdvojiti i izmjeriti odvojeno od koristi za okoliš postignutih drugim mjerama za okoliš. Dok se izravne koristi odnose uglavnom na okolišne uštede koje bi se mogle postići ako se poveća tržišni udio proizvoda sa znakom za okoliš, kod neizravnih koristi uzimaju se u obzir drugi pozitivni učinci koje znak za okoliš ima ili bi potencijalno mogao imati u budućnosti. Nedavno završena studija o izravnim i neizravnim koristima znaka za okoliš Zajednice pokazuje da bi se uz 20 %-tno povećanje udjela proizvoda sa znakom za okoliš na tržištu mogle postići znatne uštede kroz neizravne koristi koje bi, u usporedbi s nizom drugih politika i programa aktivnosti, mogle djelovati kao jedan od troškovno učinkovitijih instrumenata za smanjivanje emisija CO_2.

Javna nabava čini oko 16 % ukupnog BDP-a Europske unije [1] pa bi se službe nabave u trgovačkim društvima i drugim vladinim i nevladinim organizacijama trebale sustavnije poticati da u svojim natječajima koriste mjerila za dodjelu znaka za okoliš ili ekvivalentna mjerila. Nedavno objavljeni Priručnik okolišne javne nabave značajan je doprinos u tom smjeru.

Međutim, osviještenost kupaca još uvijek nije dovoljno visoka da bi značajno utjecala na tržište. Zato jedan od posebnih ciljeva u sljedeće tri godine treba biti povećanje potražnje za „zelenim" proizvodima, posebno u javnoj nabavi. Treba istražiti koje su mjere potrebne za povećanje takve potražnje.

Ciljevi

Povećati održivu potrošnju i pojačati ciljeve politike utvrđene u Strategiji Zajednice za održivi razvoj, Šestom okolišnom akcijskom programu i Komunikaciji o integriranoj politici proizvoda (IPP).

Službe javne nabave treba čim prije obavijestiti o mogućnostima primjene mjerila za dodjelu znaka za okoliš Zajednice ili ekvivalentnih mjerila u svojim natječajima.

Mjere

EUEB treba nastaviti raditi na ocjenjivanju cjelokupne izravne i neizravne koristi koje za okoliš donosi znak za okoliš. Isto tako treba sustavno procjenjivati koristi koje bi mogle proisteći iz novih ili revidiranih mjerila za skupine proizvoda.

EUEB, države članice i Komisija trebaju obavješćivati službe za javnu i privatnu nabavu o mogućnostima primjene mjerila za dodjelu znaka za okoliš Zajednice ili ekvivalentnih mjerila u svojim natječajima.

(d) **Sinergije između znaka za okoliš Zajednice i EMAS-a**

Uloge znaka za okoliš Zajednice i EMAS-a, koje se dopunjuju i međusobno podupiru, potrebno je analizirati i podići na razinu pravog partnerstva s obzirom na reviziju tih dvaju programa. Bliska suradnja i jasno razumijevanje načina na koji će ta dva programa zajednički djelovati bitni su za ostvarivanje uspjeha oba programa. Kako je već bilo navedeno u prethodnom radnom planu, jasno je da je trgovačko društvo koje ima EMAS ili ISO 14001 trgovačko društvo kojim se sustavno upravlja sa stajališta za okoliš i koje stalno poboljšava svoju okolišnu učinkovitost, povrh minimalnih zahtjeva propisanih zakonom. Proizvod koji nosi znak za okoliš Zajednice nedvojbeno je jedan od najboljih sa stajališta za okoliš. Trgovačkom društvu koje ima sustav EMAS koristilo bi da u svojoj okolišnoj politici primjenjuje mjerila za dodjelu znaka za okoliš Zajednice kao jasan i pozitivan cilj za svoje proizvode. Iz primjene mjerila za dodjelu znaka za okoliš mogu se izvući jasni ciljevi okolišne učinkovitosti. Trgovačko društvo koje ima ili želi znak za okoliš za svoje proizvode imalo bi koristi od primjene EMAS-a pri upravljanju i održavanju svoje usklađenosti sa svim mjerilima koja se na njega odnose, istodobno profitirajući od proširenih marketinških mogućnosti. U okviru programa dodjele znaka za okoliš Zajednice omogućena su različita snižavanja naknada, npr. za trgovačka društva koja imaju certifikat EMAS i ISO 14001, za mala i srednja poduzeća i za poduzeća koja su tek započela s radom.

[1] Izvješće Komisije o gospodarskim učincima javne nabave „Izvješće o funkcioniranju tržišta javne nabave u Europskoj uniji: koristi od primjene direktiva Europske unije i izazovi u budućnosti", 3.2.2004.
http://europa.eu.int/comm/internal_market/publicprocurement/docs/public-proc-market-final-report_en.pdf

3. **Suradnja, koordinacija i povezivanje između programa Europske unije i drugih programa dodjele znakova za okoliš tipa I. u državama članicama.**

Kako je bilo navedeno u prijašnjem radnom planu, koordinacija i suradnja između tijela nadležnih za program dodjele znaka za okoliš Zajednice i tijela nadležnih za druge programe dodjele znaka za okoliš u državama članicama trebaju postupno postati sustavne i sveobuhvatne. Time bi se mogla povećati gospodarska učinkovitost programa i smanjiti mogućnost narušavanja trgovine. U tu je svrhu osnovana stalna skupina za upravljanje suradnjom i koordinacijom, koja se sastaje oko četiri puta godišnje.

S obzirom na iskustva koja je skupina za upravljanje suradnjom i koordinacijom stekla u zadnje tri godine, ciljevi koji se odnose na suradnju i koordinaciju važe i dalje. Skupina još nije dosegla svoj puni teoretski potencijal.

Glavni pozitivni rezultati koncentrirani su u dva područja: prikupljeno je puno informacija o radu nadležnih tijela i posljedica toga je bilo poduzimanje mjera za usklađivanje postupaka različitih nadležnih tijela. Ovo je važan korak naprijed, budući da vjerodostojnost sustava zahtijeva da sva nadležna tijela primjenjuju jednake postupke.

Međutim, suradnja i koordinacija između programa dodjele znaka okoliša Zajednice i drugih programa dodjele znaka za okoliš u državama članicama nedvojbeno imaju pred sobom još dugi put, budući da visoka razina suradnje zahtijeva visoku razinu obveza koje trebaju preuzeti sve strane.

Da bi se ta situacija poboljšala, poduzeto je više mjera u okviru prijašnjeg radnog plana, kao što je aktivno povezivanje nacionalnih programa dodjele znaka za okoliš, kako bi ih se potaklo na daljnju suradnju s programom dodjele znaka za okoliš Zajednice. Inicijative koje je pokrenula skupina za upravljanje suradnjom i koordinacijom obuhvaćaju organiziranje sastanaka između tijela nadležnih za program dodjele znaka za okoliš Zajednice i predsjednika ili predstavnika nacionalnih programa za dodjelu znaka za okoliš, kao i proučavanje sličnosti između znaka za okoliš Zajednice i drugih nacionalnih znakova s obzirom na sudjelovanje dionika i verifikaciju. Ostale se aktivnosti sastoje od ispitivanja usklađenosti mjerila za skupine proizvoda, s ohrabrujućim rezultatima u nekim državama članicama, npr. u Austriji. U tom su području još uvijek u tijeku važne aktivnosti.

Kao što je bilo navedeno u prijašnjem radnom planu, boljom koordinacijom razvijanja skupina proizvoda ostvarit će se znatne uštede resursa.

I posljednje, ali ne najmanje važno, proširenje na 10 novih država članica donijelo je neke nove nacionalne znakove za okoliš, što otvara nove mogućnosti za suradnju – kao i nove izazove.

Cilj

Iskoristiti sinergiju između znaka za okoliš Zajednice i ostalih znakova za okoliš u državama članicama postupnim i sustavnim jačanjem suradnje, koordinacije i povezivanja, posebno s obzirom na reviziju programa dodjele znaka za okoliš.

Mjere

Skupina za upravljanje suradnjom i koordinacijom treba pripremiti i provoditi strategiju poticanja daljnje suradnje između tijela nadležnih za oznake za okoliš tipa I. i tijela nadležnih za znak za okoliš Zajednice.

(a) **Koordinacija razvijanja skupina proizvoda**

Tijela nadležna za znak za okoliš Zajednice trebaju sustavno razmjenjivati informacije o postojećim skupinama proizvoda i o svojim programima za razvijanje skupina proizvoda i, tamo gdje je to potrebno, koordinirati svoja nastojanja, ujediniti resurse, stručna znanja i rezultate. To bi dovelo do zajedničkih ušteda, pojašnjenja uloga pojedinačnih različitih programa, te bi olakšalo usklađivanje (u slučajevima gdje slični znakovi imaju slične ciljeve). U kontekstu dolazeće revizije Uredbe o znaku za okoliš Zajednice, sva uključena tijela trebaju razmotriti kako znak za okoliš Zajednice i ostali znakovi mogu dugoročno najbolje međusobno djelovati.

U prijašnjem radnom planu to je bilo napravljeno (na primjer sa znakom „Nordic Swan" (Nordijski labud) i znakom „Stichting Milieukeur" (simbol za okoliš Nizozemske), ali koordinacija nije bila sustavna, pa je za postizanje minimalnog praga usklađenja potreban dodatni napor. Nastojanja da se postigne koordinacija između znaka za okoliš Zajednice i nacionalnih programa sada će biti usmjerena na područja utvrđivanja prioritetnih skupina proizvoda, usklađenosti, osvješćivanja u pogledu posebnih potreba i uvjeta na nacionalnoj razini – sve u vezi osiguravanja ulaznih informacija za reviziju Uredbe o znaku za okoliš.

Da bi proces koordinacije učinile što jasnijim i sustavnijim, na početku razvijanja ili revizije skupina proizvoda države članice trebaju jasno iznijeti svoja stajališta o strategiji koja se odnosi na relevantne nacionalne programe. Posebno u slučajevima kada već postoje mjerila za dodjelu znaka za okoliš Zajednice i kada država članica samostalno odluči razvijati nova mjerila za svoj nacionalni znak, treba na EUEB-u raspraviti o razlozima za razvijanje tih mjerila i o specifičnim nacionalnim uvjetima zbog kojih je ta mjerila potrebno razvijati.

Cilj

Postupno unaprijediti koordinaciju razvijanja skupina proizvoda u različitim programima dodjele znaka za okoliš u okviru Europske unije, posebno s obzirom na reviziju programa dodjele znaka za okoliš.

Mjere

U svrhu preispitivanja i izrade popisa svih skupina proizvoda obuhvaćenih znakovima za okoliš u Europskoj uniji EUEB treba poticati suradnju tijela nadležnih za nacionalne znakove u državama članicama, te nastaviti raditi na uspostavljanju i dopunjavanju središnjeg registra tih skupina proizvoda i njihovih mjerila. Na temelju tih aktivnosti treba razmotriti kako revizija Uredbe o znaku za okoliš može doprinijeti boljoj koordinaciji s nacionalnim i međunarodnim znakovima.

EUEB i tijela nadležna za druge znakove u državama članicama trebaju postupno usklađivati i koordinirati svoje radne programe, te sustavno razmjenjivati informacije.

EUEB treba uzeti u obzir relevantne aktivnosti koje se odvijaju preko globalne mreže za dodjelu znaka za okoliš (Global Eco-labelling Network – GEN), opet s obzirom na reviziju programa dodjele znaka za okoliš Zajednice.

(b) **Zajedničke mjere s ciljem promicanja programa dodjele znaka za okoliš Zajednice i ostalih znakova za okoliš u državama članicama i proizvoda koji te znakove nose, radi podizanja osviještenost potrošača i razumijevanja komplementarnih uloga tih programa.**

Kao što je bilo navedeno u prijašnjem radnom planu, različitim dionicima treba dati informacije o okolišnim vrijednostima različitih znakova za okoliš u Europi, predstavljajući različite programe kao programe koji nisu međusobno konkurentni, već komplementarni.

To zahtjeva brojne zajedničke rasprave između tijela nadležnih za znak za okoliš Zajednice i tijela nadležnih za nacionalne znakove, kako bi se postiglo njihovo međusobno razumijevanje, te kako bi se predstavili ti programi i njihovi zajednički i komplementarni ciljevi i uloge.

Dalje treba istraživati mogućnosti za zajedničke promidžbene kampanje za zajedničke skupine proizvoda, zajedničke internetske stranice/baze podataka, mehanizme međusobnog priznavanja i posebno prilagođene naknade za proizvođače koji primjenjuju oba programa.

Cilj

Proučiti primjere gdje se znak za okoliš Zajednice i ostale znakovi za okoliš u državama članicama snažno nadopunjuju i istražiti mogućnosti za zajedničke mjere.

Mjere

Skupina za upravljanje suradnjom i koordinacijom, Komisija, države članice i tijela nadležna za ostale znakove u državama članicama trebaju zajednički sastaviti popis zajedničkih uloga i ciljeva nacionalnih znakova i znaka za okoliš Zajednice.

EUEB i tijela nadležna za ostale znakove za okoliš u državama članicama trebaju istražiti mogućnosti uspostavljanja zajedničke „zelene trgovine" proizvoda sa znakom za okoliš na internetu (i/ili uz to vezanih mjera). Ako bi se ta ideja ocijenila korisnom, treba predložiti vremenski plan i proračun za njezino provođenje.

Komisija je u dogovoru s EUEB-om usvojila strukturu naknada za znak za okoliš Zajednice koja nudi mogućnost odgovarajućeg sniženja podnositeljima zahtjeva koji u državama članicama žele koristiti i znak za okoliš Zajednice i jedan ili više drugih znakova za okoliš [1]. ***Tijela nadležna za ostale znakove u državama članicama treba poticati da učine isto.***

[1] Odluka Komisije 2000/728/EZ od 10. studenoga 2000. o utvrđivanju naknade za podnošenje zahtjeva i godišnje naknade za znak za okoliš Zajednice (SL L 293, 22.11.2000., str. 18.). Odluka Komisije 2003/393/EZ od 22. svibnja 2003. o izmjeni Odluke Komisije 2000/728/EZ o utvrđivanju naknade za podnošenje zahtjeva i godišnje naknade za znak za okoliš Zajednice (SL L 135, 3.6.2003., str. 31.).

4. **Zajedničke mjere u svrhu promidžbe**

Dobrovoljni program može biti uspješan i značajno utjecati na tržište samo ako osigurava gospodarsku inicijativu za potencijalne podnositelje zahtjeva i ako je u velikoj mjeri podržan marketinškim i promidžbenim aktivnostima. Člankom 10. revidirane Uredbe (EZ) 1980/2000 pozivaju se države članice i Komisija da u suradnji s članicama EUEB-a promiču uporabu znaka za okoliš Zajednice kroz mjere koje podižu osviještenost potrošača i kroz informativne kampanje za potrošače, proizvođače, veletrgovce, trgovce na malo i javnost. Od temeljne je važnosti uključivanje različitih dionika, a posebno onih koji mogu djelovati kao „multiplikatori", odnosno krovne organizacije (kao što je sektor maloprodaje i nevladine organizacije potrošača i nevladine organizacije za zaštitu okoliša).

EUEB treba nastaviti najmanje dvaput godišnje organizirati redovite sastanke skupine za upravljanje marketingom koja se uglavnom bavi marketingom, promidžbom i strateškim razvojem.

Zajedničko korištenje postojećih resursa moglo bi omogućiti pripremanje ambicioznije kampanje posvećene potrošačima, kao što je bio Tjedan cvijeta („Flower Week") u listopadu 2004.

Cilj

EUEB, Komisija i države članice trebaju do odgovarajuće mjere koordinirati svoje marketinške aktivnosti, te razvijati i provoditi zajedničke mjere.

Mjere

Skupina za upravljanje marketingom treba se sastajati najmanje dvaput godišnje kako bi raspravljala o marketingu i promidžbi s obzirom na strateški razvoj Programa.

Kako je bilo navedeno u prijašnjem radnom planu, EUEB, Komisija i države članice trebaju zajednički odrediti različite ključne ciljane skupine, te utvrditi i provoditi strategiju za svaku od njih.

(a) **Zajedničke promidžbene aktivnosti za povećanje osviještenosti dionika**

Glavni je cilj neprekidno informiranje proizvođača, potrošača i „multiplikatora" (trgovaca na malo i nevladinih organizacija), zapravo svih dionika, o znaku za okoliš Zajednice i uz njega vezanim događajima. Tiskani materijali (brošure, okružnice, članci) i web-stranice neka su od prikladnih sredstava. Istodobno treba sustavno tražiti i uzimati u obzir povratne informacije od dionika.

Komisija i različita nadležna tijela razvili su cijeli niz brošura koje se sustavno daju na raspolaganje relevantnim dionicima i koje se redovito ažuriraju i poboljšavaju. Tijekom zadnje tri godine učinjeni su napori da se bolje iskoriste ograničena sredstva za razvoj brošura, okružnica i informativnih materijala i da se oni sustavnije distribuiraju ključnim dionicima.

Isto je tako i internetska stranica za znak za okoliš Zajednice (http://europa.eu.int/ecolabel) učinkovit izvor svih relevantnih informacija i redovito se ažurira. Broj posjeta stranici stalno raste i trenutačno iznosi oko 75 000 mjesečno. Da bi se pojačala njezina vjerodostojnost i transparentnost potiču se svi dionici, uključujući industriju, potrošače i nevladine organizacije za zaštitu okoliša, da redovito daju svoj doprinos. Važno je taj rad nastaviti i razvijati internetsku stranicu do njezinog punog potencijala.

Osim osiguravanja odgovarajućih informacijskih alata, također je važno uzimati u obzir događaje kao što su izložbe i sajmovi na kojima se znak za okoliš Zajednice može predstaviti javnosti. Do sada nije napravljena nikakva sustavna analiza kojom bi se istražilo koje su izložbe i sajmovi najprimjereniji za promicanje programa, iako je to bilo rađeno na *ad hoc* osnovi, uglavnom tijekom ciljanih marketinških akcija. Drugi važan aspekt koji se istraživao je mogućnost uporabe proizvoda sa znakom za okoliš na „mega-događajima" kao što su svjetska natjecanja, Olimpijske igre ili festivali itd. Rezultati su vrlo pozitivni, kao na primjer tijekom Olimpijskih igara u Ateni 2004. i Zimskih olimpijskih igara 2006. u Torinu.

Ciljevi i provedbene mjere navedene u prijašnjem radnom planu ostaju važiti i za revidirani radni plan.

Cilj

Neprekidno informirati sve dionike o znaku za okoliš Zajednice i uz njega vezanim događajima. Istodobno treba sustavno tražiti i uzimati u obzir povratne informacije dobivene od dionika.

Mjere

EUEB i države članice trebaju tijesno surađivati s Komisijom na:

— ***ažuriranju i poboljšavanju web-stranice o znaku za okoliš,***

— ***daljnjem razvijanju i distribuciji brošura i ostalih tiskanih materijala namijenjenih za podizanje osviještenosti,***

— ***pružanju informacija dionicima, kojima se pojašnjavaju postupci, vrijeme i troškovi vezani za podnošenje zahtjeva za dodjelu znaka za okoliš Zajednice,***

i

— ***sastavljanju popisa događaja na kojima treba promicati znak za okoliš.***

EUEB treba istražiti koje besplatne informacijske alate (baze podataka, smjernice itd.) treba osigurati za podnositelje zahtjeva.

Nadležna tijela i služba za pomoć korisnicima trebaju prikupiti informacije od svakog nositelja dozvole o tome gdje se prodaju njihovi proizvodi.

(b) **Zajedničke promidžbene aktivnosti za podizanje osviještenosti privatnih kupaca**

Kupcima su dostupne informacije o pravnom okviru (kako kupac može uključiti mjerila za dodjelu znaka za okoliš u svoje natječaje) i o zahtjevima za okoliš koji se temelje na radnim karakteristikama kako je opisano u dokumentima o mjerilima za dodjelu znaka za okoliš za različite skupine proizvoda. U tom je smislu važna internetska stranica o znaku za okoliš. Treba razraditi odgovarajuće materijale koji će olakšati uporabu mjerila za dodjelu znaka za okoliš u javnim nabavama, na primjer, pojednostavljene kontrolne popise za sve skupine proizvoda. Treba organizirati zajedničke sastanke EUEB-a i tijela nadležnih za javne nabave, a isto tako treba razmisliti i o nacionalnim i/ili regionalnim kampanjama.

Cilj

U kratkom roku treba službe za javnu nabavu informirati o mogućnostima primjene mjerila za dodjelu znaka za okoliš ili ekvivalentnih mjerila u njihovim natječajima.

Mjere

EUEB, Komisija i države članice trebaju u suradnji sa službama javne uprave koje su nadležne za „zelenu" javnu nabavu razviti zajedničku strategiju i niz zajedničkih mjera za promicanje mjerila za dodjelu znaka za okoliš ili ekvivalentnih mjerila u javnim i privatnim nabavama.

EUEB, Komisija i države članice trebaju osigurati što širu distribuciju Priručnika službama za javnu nabavu i razviti relevantne materijale. Isto tako trebaju organizirati izobrazbu i informativne sastanke i ostale relevantne mjere u suradnji s EMAS-om. Relevantne informacije trebaju biti objavljene na web-stranici znaka za okoliš.

(c) **Zajednička promidžba i potpora malim i srednjim poduzećima i distributerima**

Jedan od glavnih prioriteta tijela nadležnog za znak za okoliš u zadnje tri godine bilo je sudjelovanje malih i srednjih poduzeća na općim skupovima, ali i u radnim skupinama koje razvijaju mjerila za različite skupine proizvoda. Mala i srednja poduzeća nemaju uvijek odgovarajuća sredstva ili informacije da bi mogla uvidjeti prilike koje im nudi znak za okoliš i pripremiti njegovu uspješnu primjenu. Njima trebaju pomagati mreže u koje su uključeni drugi podnositelji zahtjeva, dionici, nadležna tijela i ostale relevantne organizacije, kao što su poslovni savezi i regionalna nadležna tijela.

Trgovci na malo, kao posrednici između proizvođača i potrošača, također imaju ključnu ulogu. Oni bi, na primjer, mogli koristiti znak za okoliš za poboljšanje slike kvalitete njihovih vlastitih robnih marki, te svojim kupcima nastojati nuditi i druge proizvode sa znakom za okoliš. Zato jedan od prioriteta treba biti i razvijanje strateških partnerstava s trgovcima na malo.

Mjere

EUEB treba razvijati strategiju i mjere za uspostavljanje mreža potpore znaku za okoliš za mala i srednja poduzeća.

Nadležna tijela u EUEB-u trebaju razvijati strateška partnerstva s trgovcima na malo.

5. **Planirano financiranje programa**

Zbog sudjelovanja mnogih organizacija, uključujući i javnu upravu (na primjer, proračun Komisije je godišnji), posljednje tri godine bilo je teško utvrditi precizni proračun.

Zahtjevi Programa dodjele znaka za okoliš Zajednice obuhvaćaju dvije glavne komponente: sredstva za razvijanje skupina proizvoda i sredstva za marketing i promidžbu.

Procijenjena sredstva namijenjena za Program u 2003. (Komisija plus države članice) iznosila su oko 3,2 milijuna EUR (ne uključujući mjesečne plaće). Financiranje iz naknada iznosilo je oko 370 000 EUR, što predstavlja oko 11,5 %. To znači da mogućnost samofinanciranja programa jedva prelazi 10 %, što je daleko do dugoročnog cilja samofinanciranja.

Sredstva namijenjena za Program bila su dostatna za razvijanje i reviziju skupina proizvoda tijekom zadnje tri godine. Ta su sredstva utrošena na vrlo učinkovit način. Sve veći broj skupina proizvoda i posljedično povećanje odgovarajućeg marketinga logično će dovesti do povećanja proračunskih potreba za Program. Zato je proračun Programa potrebno analizirati u vezi s cjelokupnom strategijom razvijanja mjerila za skupine proizvoda.

Cilj

Dugoročni cilj treba biti postizanje samofinanciranja programa, a da bi se ono postiglo treba utvrditi izvedive kratkoročne ciljeve i pratiti njihovo ostvarivanje.

Mjere

Prije kraja važenja ovog radnog plana EUEB će napraviti analizu radi utvrđivanja koherentne i realne strategije koja će biti usmjerena na mogućnost samofinanciranja Programa. Ta strategija treba uključivati metodologiju za zajedničko mjerenje izdataka i prihoda iz Programa dodjele znaka za okoliš u kojem će sudjelovati svaka država članica, i s tim povezano izvješćivanje o financiranju.

Dodatak 1.

Netaksativni popis prioritetnih skupina proizvoda (*)

Moguće nove skupine proizvoda:

Usluge prijevoza putnika

Igračke i igre

Sustav grijanja (prostorija)

Usluge prodaje na malo

Vrećice za kupovanje

Toaletni proizvodi

Vreće za smeće

Ljepila

Sustavi za zagrijavanje vode

Građevinske komponente uključujući izolaciju

Pneumatici za vozila

Mali kućanski aparati

Sanitarni proizvodi

Usluge pranja automobila

Kožni proizvodi uključujući rukavice

Usluge kemijskog čišćenja

Kopirni strojevi

Socijalno odgovorni investicijski fondovi

Usluge mehaničarskih popravaka

Stolno posuđe i pribor za jelo

Usluge dostave

Klimatizacija

(*) Treba naglasiti da je ovaj popis nepotpun, kako je navedeno u članku 5. Uredbe (EZ) br. 1980/2000. Bilo kada Komisija može EUEB-u dati mandat za razvijanje i periodično preispitivanje ekoloških kriterija, kao i zahtjeva u pogledu ocjenjivanja i verifikacije, za skupinu proizvoda koja nije navedena u Dodatku 1. Popis se može ažurirati tijekom razdoblja važenja ovog revidiranog radnog plana (u skladu s postupkom utvrđenim u članku 17. Uredbe (EZ) br. 1980/2000) pa se mogu dodavati nove skupine proizvoda.