

32002D0018

L 7/28

EUROOPA ÜHENDUSTE TEATAJA

11.1.2002

**KOMISJONI OTSUS,
21. detsember 2001,
millega kinnitatakse ühenduse ökomärgise tööplan**

(teatavaks tehtud numbri K(2001) 4395 all)

(EMPs kohaldatav tekst)

(2002/18/EÜ)

EUROOPA ÜHENDUSTE KOMISJON,

võttes arvesse Euroopa Ühenduse asutamislepingut,

võttes arvesse Euroopa Parlamendi ja nõukogu 17. juuli 2000. aasta määrust (EÜ) nr 1980/2000 ühenduse muudetud ökomärgise andmise süsteemi kohta, ⁽¹⁾ eriti selle artiklit 5,

ning arvestades järgmist:

- (1) Määrusega (EÜ) nr 1980/2000 nähakse ette, et komisjon peab koostama ühenduse ökomärgise tööplani.
- (2) Tööplaanis peaks olema süsteemi arengustrateegia, milles määratakse kindlaks keskkonna parandamise ja turu hõlvamise eesmärgid, mittetäielik loetelu tooterühmadest, mida loetakse ühenduse tegevuses esmatahtsaks, ning ühenduse süsteemi ja liikmesriikides kasutusel olevate muude ökomärgise andmise süsteemide koordineerimise ja koostöö kavad.
- (3) Lisaks sellele nähakse tööplaanis ette ka meetmed strateegia elluviimiseks ja esitatakse süsteemi rahastamise kava.
- (4) Tööplaanis tuleks esitada ka teenuste lühiiseloostus, mille suhtes süsteemi ei kohaldata, võttes arvesse Euroopa Parlamendi ja nõukogu 19. märtsi 2001. aasta määrust

(EÜ) nr 761/2001 organisatsioonide vabatahtliku osaluse võimaldamise kohta ühenduse keskkonnajuhtimis- ja -auditeerimissüsteemis (EMAS). ⁽²⁾

- (5) Tööplan vaadatakse korrapäraselt läbi.
- (6) Käesoleva otsusega ettenähtud meetmed on kooskõlas määruse (EÜ) nr 1980/2000 artikli 17 alusel loodud komitee arvamusega,

ON VASTU VÕTNUD KÄESOLEVA OTSUSE:

Artikkel 1

Lisas esitatud ühenduse ökomärgise tööplan ajavahemikuks 1. jaanuar 2002-31. detsember 2004 on vastu võetud.

Artikkel 2

Tööplani läbivaatamist alustatakse enne 31. detsembrit 2004.

Artikkel 3

Käesolev otsus on adresseeritud liikmesriikidele.

Brüssel, 21. detsember 2001

*Komisjoni nimel
komisjoni liige
Margot WALLSTRÖM*

⁽¹⁾ EÜT L 237, 21.9.2000, lk 1.

⁽²⁾ EÜT L 114, 24.4.2001, lk 1.

LISA

ÜHENDUSE ÖKOMÄRGISE TÖÖPLAAN

SISSEJUHATUS

Ühenduse ökomärgis kehtestati 1992. aastal, et ergutada ettevõtteid arendama kogu olelustersüklil jooksul keskkonda vähem mõjutavaid tooteid ja andma tarbijatele nende toodete keskkonnamõju kohta paremat informatsiooni.

Sellest ajast alates on välja töötatud uusi tegevuspõhimõtteid, mis käsitlevad säästva arengu põhimõtetele vastavaid kaupu ja teenuseid. Kõikidel poliitilistel tasanditel tehtud püüdluste tulemusel on välja antud roheline raamat tervikliku tootepoliitika kohta (IPP). ⁽¹⁾ Selles dokumendis soovitatakse toodetega seotud keskkonnapoliitika tugevdamise ja raskuspunktide muutmise ning keskkonnasäästlikumate ehk rohelisemate toodete arendamise uut strateegiat, millest tuleb kuuenda keskkonnaalase tegevusprogrammi "Keskkond 2010: Meie tulevik, meie valik" ⁽²⁾ kõige uuenduslikum põhiosa.

Strateegiat, mille komisjon tervikliku tootepoliitika kohta esitas rohelises raamatus, arutatakse praegu muudes Euroopa institutsioonides ja sidusrühmades. Selle laiaulatusliku arutelu tulemusena saadakse ülevaade sellest, kuidas tervikliku tootepoliitika strateegiat edukalt keskkonnapoliitikasse kaasata. See arutelu on samuti aluseks tulevasele valgele raamatule, milles komisjon esitab oma järeldused tervikliku tootepoliitika rakendamiseks. Rohelises raamatus esitatud strateegiasse kuulub kolm põhielementi, nimelt hinnamehhanismid, tarbijate nõudlus roheliste toodete järele ja toodete keskkonnasõbralikumaks valmistamiseks ja kasutamiseks rakendatavad meetmed. Muuhulgas tuleks tarbijatele anda arusaadavat, asjakohasemat ja usaldusväärsemat informatsiooni parema ja ümbertöötatud ökomärgistamise strateegia abil.

See annab uusi võimalusi Euroopa ökomärgisele, mida muud poliitilised meetmed ei ole siiani peaaegu üldse toetanud ja mis ei ole veel turul saavutanud rahuldavat nähtavust. Euroopa ökomärgise süsteemis on märkimisväärselt palju informatsiooni ja asjatundlikkust tootepoliitika kohta, mille aluseks on toote olelustersüklil põhinev mõtteviis, ja see tuleks teha kättesaadavaks sidusrühmadele, kes tegelevad tervikliku tootepoliitika arendamisega.

Käesolevat tööplaani tuleks seetõttu vaadelda osana käimasolevast diskussioonist, milles käsitletakse ELi tervikliku tootepoliitika, kuuenda keskkonnaalase tegevusprogrammi ja ühenduse säästva arengu strateegia arendamist. Euroopa Liidu säästva arengu strateegia moodustab osa liidu ettevalmistustest säästva arengu tippkohtumiseks Johannesburgis 2002. aastal. Sellel tippkohtumisel, mis jätkab 1992. aastal Rio de Janeiro alanud protsessi, tahab Euroopa Liit saavutada säästva arengu alast "globaalset kokkulepet". Juunis 2001 toimunud Euroopa Ülemkogu Göteborgi kohtumisel ⁽³⁾ lepiti kokku säästva arengu strateegias ja lisati keskkonda puudutavad probleemid tööhõivet, majandusreformi ning sotsiaalselt ühtekuuluvust käsitlevale Lissaboni protsessile. Euroopa Ülemkogu nimetas selgesõnaliselt, et tervikliku tootepoliitika rakendamine on ülesanne, mille eest vastutatakse ühiselt, ja kutsus tööstusi osalema keskkonnasõbralike tehnoloogiate arendamisel ja laiemal kasutamisel ning rõhutas majanduskasvu ja loodusvarade kasutamise vahelise seose katkestamise tähtsust.

Ökomärgistamisel on tähtis osa kõikides nendes uutes lähenemisviisides, millesse annavad märkimisväärse panuse ISO I tüübi kohased märgised (olelustersüklil põhinevad, kolmanda isiku sertifitseeritud ISO 14024 kohased märgised), mille hulka kuulub ka ühenduse ökomärgis. Tuleb tunnistada, et ei vabatahtlikul ega ka valikulise süsteemi ökomärgisel ei ole niisugust jõudu ega universaalsust, kui on sellisel meetmel nagu määrus. Kuid head ökomärgise süsteemid pakuvad endiselt tarbijatele suurt huvi oma vahetuse ja lihtsuse tõttu. Need on ka ettevõtjasõbralikud, sest need toovad toote esile ja annavad müügikohas turueelise. Lisaks saab ökomärgisega viidata sellele, et toode vastab rangetele keskkonnanõuetele Euroopa tasandil, ning seda saab kasutada näiteks roheliste kriteeriumide arvessevõtmisel riigihangete puhul ja niisuguste roheliste toodete kindlaksmääramisel, mille puhul võiks makse alandada. Ka elektri- ja elektroonikaseadmete keskkonnamõju direktiivi eelnõus tehakse ettepanek, et ökomärgisega toodete puhul eeldatakse nende vastavust direktiivi nõuetele.

On selge, et ühenduse ökomärgisega toodete turuosa ei ole veel piisavalt suur, kuid praegu on olukord parem kui kunagi varem, sest tooterühmade valik laieneb pidevalt, peaaegu kõikides liikmesriikides on ökomärgistatud tooteid ja pidevalt esitatakse uusi taotlusi. Uued perspektiivid, näiteks terviklik tootepoliitika üldiselt ja rohelised riigihanked eriti, avavad uusi turuvõimalusi. Siiski on veel palju teha, et muuta ökomärgis tootjatele, turustajatele, tarbijatele ja muudele sidusrühmadele ahvatlevaks.

⁽¹⁾ EÜT L 237, 21.9.2000, lk 1.

⁽²⁾ EÜT L 114, 24.4.2001, lk 1.

⁽³⁾ Eesistujariigi lõppjärelused, 15. ja 16. juuni 2001, SN 200/01, lk 4; komisjoni teatis: Säästev Euroopa parema maailma heaks: Euroopa Liidu säästva arengu strateegia (9175/01).

Eriti tähtis on, et laiemalt tunnistataks ökomärgist rangetele keskkonnanõuetele vastavuse märgisena, millel on mitmeid eriomaseid tugevaid külgi. See on ainuke tõeline Euroopa ökomärgis, mis kehtib Euroopa Liidu 15 liikmesriigis ja Euroopa Majanduspiirkonna kolmes liikmesriigis. See on riiklik, mitte erasektori märgis, ja on välja töötatud Euroopa institutsioonide juhtimisel. Selle kriteeriumid töötatakse välja väga laiaulatuslike konsultatsioonide alusel, mida peetakse kõikide huvitatud isikutega, sealhulgas riigiasutustega, tarbija- ja keskkonnaküsimustega tegelevate valitsusväliste organisatsioonide esindajatega, tööstusega, väikeste ja keskmise suurusega ettevõtetega, turustajatega ja teistega. See on ökomärgis, mitte tervise- ega kvaliteedimärk, kuigi ka neid aspekte on arvesse võetud. Selle puhul võetakse arvesse toote olemustsükli kõiki etappe, teiste sõnadega — see ei ole ühe aspekti märgis ega piirdu ainult toote enda omadustega. Sama logo kasutatakse paljude tooterühmade puhul, tarbija märkab seda kergesti ja ta võib olla kindel, et märgisega toode kuulub keskkonnamõju poolest parimate hulka. See ei ole tootja enda väide, sest toote vastavust kriteeriumidele on tõestanud, kinnitanud ja kontrollinud sõltumatu kolmas isik (üks asutustest, kes on pädev ökomärgisega tegelema).

Seetõttu on käesoleva tööplaani põhieesmärk nendele tugevatele alustele toetudes koostada kolmeks järgmiseks aastaks tööplan, mis:

- teeb ökomärgisest toodete ja teenuste keskkonnakvaliteedi parandamise edukama ja tõhusama vahendi,
- annab panuse tarbimise säästvamaks muutmise ja edendab ühenduse säästva arengu strateegias, kuuendas keskkonnavalas tegevusprogrammis ja tulevases valges raamatus seatud tervikliku tootepoliitika eesmärkide saavutamist,
- kasutab kõige tõhusamal viisil komisjoni, liikmesriikide ja Euroopa Liidu Ökomärgise Komisjoni (EUEB) ⁽¹⁾ liikmete poolt süsteemile eraldatud ressursse.

STRATEEGIA SÜSTEEMI ARENDAMISEKS AASTATEL 2002-2004

1. Poliitika ja strateegia

Ühenduse ökomärgise süsteemi arendatakse pidevalt ja kohandatakse seda pikaajalise poliitika ja strateegiaga, mida tuleb tihedalt siduda muuhulgas ELi tervikliku tootepoliitika üle peetavate aruteludega, kuuenda keskkonnavalas tegevusprogrammi arendamisega ja ühenduse säästva arengu strateegiaga. Ökomärgise süsteem peab hoolikalt jälgima tootemärgistuse laiemat arengut, sealhulgas ISO II ja III tüüpi märgiste ja eetika-, kvaliteedi- ja tervisemärkide arengut.

Asjaga seotud arutelude ja infovoogude tõhusamaks juhtimiseks süsteemi sees ja välisfoorumitel ning süsteemi tulevikku käsitlevate mõttevahetuste paremaks ettevalmistamiseks ja juhtimiseks tuleks luua aktiivne ja alaline poliitikajuhtimise rühm.

Eesmärk

Jätkata süsteemi pikaajalise poliitika ja strateegia arendamist ja kohandamist ning ökomärgise kaasamist eri poliitikavaldkondadesse, mida arendatakse seoses säästva tarbimisega (näiteks terviklik tootepoliitika, rohelised riigihanked, tootemärgid laiemalt, roheliste toodete väiksem maksustamine jne).

Rakendusmeetmed

EUEB peaks looma alalise poliitikajuhtimise rühma, et arendada ja kohandada oma pikaajalist poliitikat ja strateegiat ning koordineerida neid eespool nimetatud poliitika arengusuundadega ja anda sellesse oma panus. Neid poliitikaküsimusi tuleks arutada koosolekul eesistujariigis. ⁽²⁾

2. Keskkonna parandamise ja turu hõlvamise eesmärgid

Peamised keskkonna parandamise ja turu hõlvamise eesmärgid on:

- a) suurendada ökomärgistatud toodete potentsiaalsete turgude arvu, järk-järgult laiendades ökomärgistatud tooterühmade valikut,
- b) oluliselt suurendada ökomärgise nähtavust kõikidel nendel turgudel ja kõikides nendes tooterühmades (st suurendada ökomärgistatud toodete arvu turgudel) ja
- c) sellega jätkuvalt tugevdada süsteemi üldist keskkonnatulu ning selle osa tarbimise säästvamaks muutmisel.

⁽¹⁾ Märkus: Komisjon tegutseb EUEB sekretariaadina ja osaleb kõikides selle toimingutes.

⁽²⁾ EUEB koosolekud, mida EUEB eesistujariik korraldab kaks korda aastas oma riigis poliitika ja turunduse arutamiseks.

a) Tooterühmade arendus

Praeguseks on kinnitatud kriteeriumid 17 tooterühmale (pehme paber, nõudepesumasinad, mullaparandusained, madratsid, sisevärvid ja -lakid, jalatsid, tekstiiltooted, personaalarvutid, pesupesemiseks ettenähtud detergendid, nõudepesumasinas kasutatavad detergendid, koopiapaber, elektripirnid, kantavad arvutid, külmikud, pesumasinad, üldpuhastusained ja sanitaarpuhastusained, käsinõudepesu vahendid).

Praegu käib töö vähemalt viie tooterühma kriteeriumidega (keraamilised pörandakatted, televiisorid, mööbel, tolmuimejad ja majutusteenused), mis peaks lõppema 2002. aastal.

Pikaajaline eesmärk on kinnitada tooterühmade kogum, mis moodustab sedavõrd täieliku tootevaliku, et sellest piisab jaemüüjate, tootjate ja tarbijate huvi äratamiseks, ja mille kriteeriumide kinnitamiseks ja korrapäraseks läbivaatamiseks vajalik töö on jõukohane. Lühemaajaliselt on eesmärk 25-35 rühma (vt punkti 4 alapunkti a ja prioriteetsete tooterühmade mittetäielikku nimekirja punkti 3 alapunkti a ja 2. liites). Iga tooterühma ulatust tuleks järk-järgult laiendada, näiteks tuleks sellesse lisada teatavaid erialaseks kasutamiseks ettenähtud tooteid.

Süsteem, selle menetlused ja ressursid on praegu niisugused, et need võimaldavad komisjonil teha igal aastal tooterühmade kriteeriumide kohta 4-8 otsust. Süsteemi kuuluvate tooterühmade läbivaatamine peaks üldiselt toimuma iga 4-5 aasta tagant (kuigi seda ajavahemikku tuleks kohandada iga juhtumi puhul erinevalt), mis tähendab keskmiselt 4-6 läbivaatamist aastas ja seega on võimalik kinnitada umbes kaks tooterühma aastas.

Eesmärk

Kinnitada tooterühmade kogum, mis moodustab piisavalt tervikliku ja juhitava tootevaliku jaemüüjate, tootjate ja tarbijate huvi äratamiseks.

Viie aastaga peaks kinnitatud tooterühmade arv suurenema 25–35ni.

Rakendusmeetmed

Komisjon, EUEB ja liikmesriigid peaksid lisaks vajalikele läbivaatustele kinnitama tööplaani igal aastal ühe või kaks tooterühma, võttes aluseks prioriteetsete tooterühmade nimekirja.

Tooterühmade kriteeriumide kehtivusaeg peaks üldjuhul olema 4-5 aastat (kuigi seda soovitatavat ajavahemikku tuleks kohandada iga üksikjuhtumi puhul eraldi).

Et hõlbustada kriteeriumide kinnitamist, peaks EUEB looma töөрühma, mis tegeleb paljudele tooterühmadele ühiste horisontaalprobleemidega (nt põlemist takistavad ained, pakendid jne).

b) Turu hõlvamine, nähtavus ja tarbijate teadlikkus

Ökomärgise nähtavust mõõdetakse nelja parameetri abil:

- äriühingud: ökomärgise saanud äriühingute arv,
- tooted: toodete arv, millele need äriühingud on saanud ökomärgise,
- kaubad: nendesse toodetesse kuuluvate kaupade arv, mida turustatakse ökomärgisega,
- väärtused: nende kaupade müügiväärtus tehasetasandil.

Praegu (2001. aasta augustis) kasutab ökomärgist 83 äriühingut (2000. aasta märtsis 37) sadadel toodetel. Taotlejate arvu põhjal otsustades on kõige edukamad tooted tekstiilmaterjalid, värvid ja lakid. Pehmest paberist tooted moodustavad märkimisväärse osa ökomärgistatud toodete kogumüügist. Ökomärgise valdajad ja nende tooted on Euroopa Liidus ja Euroopa Majanduspiirkonnas ikka veel küllaltki ebaühtlaselt jaotunud, kuid võrreldes olukorraga üks aasta tagasi on see parem ja tasakaalustatum, sest 12 tooterühmal 17st on 13 loovaldajat 18st osalevast riigist. Esialgsed andmed 2000. aasta kohta näitavad, et on müüdnud umbes 17 miljonit ökomärgistatud toodet ja nende müügiväärtus tehasetasandil on umbes 38 miljonit eurot.

Ühenduse ökomärgisega toodete tegelik turuosad on siiski veel suhteliselt tagasihoidlik, praegu on see alla 1 % eri tooterühmade turuosast. Näiteks ökomärgisega sisevärvide ja -lakkide müügiväärtus tehasetasandil oli Euroopa Liidus 1999. aastal umbes 8 miljonit eurot, kuid kõikide viimistlusvärvide müügi koguväärtus oli umbes 7 200 miljonit eurot.

Seetõttu on lühiajaline eesmärk märkimisväärselt suurendada ökomärgisega toodete arvu, et teha ökomärgis turul nähtavaks ja suurendada selle keskkonnamõju. Pikemaajaline eesmärk on nähtavust pidevalt suurendada, et liikuda ökomärgise teoreetiliselt suurima võimaliku turuosa poole, mis on üldiselt 1-30 % koguturust (sõltudes kõnealuselt tooterühmast ja sellega seotud ökomärgise valikulise andmise kriteeriumidest).

Tuleks rõhutada, et kogu maailmas saadud ökomärgise I tüübi kogemused näitavad, et harva saavutatakse nii kõrge turuosa hõlvamise tase ning üldjuhul on see saavutatud ühe või kahe tooterühma osas geograafiliselt piiritletud turgudel. Seetõttu peaksid ökomärgisega seotud eesmärgid olema realistlikud, kuid samal ajal ambitsioonikad. Nähtavuse minimaalse taseme saavutamiseks lühikese aja jooksul oleks vaja ökomärgistatud kaupade väärtust ja/või arvu suurendada vähemalt 25 % aastas.

Nähtavus ei ole mingil juhul täpne mõiste, kuid ökomärgise osas võiks lugeda, et nähtavuse miinimumtase on saavutatud, kui terves Euroopa Liidus ja Euroopa Majanduspiirkonnas on tarbijatel võimalus poes valida mitmesuguste ökomärgistatud toodete vahel neid aktiivselt otsimata. Esiolgu suunav määratlus võiks olla, et igas liikmesriigis tuleks turustada vähemalt kolme kuni nelja eri tooterühma ökomärgistatud tooteid kogustes, mis moodustavad vähemalt 1 % nende tooterühmade koguturust.

Iga liikmesriigi ökomärgise andmiseks pädevad asutused on kindlaks teinud teatavad olemasolevad tooterühmad, mis on valitud turustamise ja tuntuse edendamise sihtrühmadeks, sealhulgas eelkõige tekstiiltooted, jalatsid, värvid ja lakid, mullaparandusained ja pehme paber.

Kuigi lõpliku otsuse ökomärgise kasutamise või mittekasutamise kohta teevad ainult äriühingud ise (ja see tehakse põhiliselt majandus- ja turundustegurite alusel), võivad EUEB, liikmesriigid ja komisjon ökomärgise turuhõlvamist siiski märkimisväärselt mõjutada. Lisaks ökomärgise aktiivsele tutvustamisele kõikides sidusrühmades (vt ka punkti märgise tuntuse edendamise ühismeetmete kohta), püütakse kriteeriumide kinnitamise ajal peetavate laiaulatuslike konsultatsioonide ja dialoogi abil saavutada võimalikult parim tasakaal keskkonnanäesmärkide ja tehnilise teostatavuse vahel, et süsteem pakuks tootjatele, turustajatele ja tarbijatele huvi.

Kuigi üha rohkem asjaomaseid tootjaid ja jaemüüjaid on nüüd teadlikud ökomärgisest ja võimalustest, mida uus süsteem nende toodetele pakub, tuleks neid kui peamisi sidusrühmi asjakohaselt ja võimalikult kiiresti süsteemist informeerida.

Euroopa Komisjoni viimaste aastate mitmesugused uurimused on esile toonud mõned ühised teabevahetusprotsessi häirivad tõkked, muuhulgas ikka veel puuduv informatsioon süsteemi ja selle võimaluste kohta (kuigi olukord on muutumas) ning arusaam, et ökomärgis on suhteliselt nõrk turustusvahend. Muude tegurite hulka kuulub vastumeelsus ökomärgise süsteemides kui niisugustes osalemise suhtes ja eelkõige teatavate tooterühmade puhul valikulised kriteeriumid, mida taotlejatel on raske täita, sest neil ei ole alati täielikku kontrolli kogu tootmisahela üle (nt tekstiiltooted). Enamik nendest tõketest tuleneb süsteemi edendamise ja levitamise tegevate ettevõtjate vahelistest kommunikatsiooni- ja koostööprobleemidest ning neid käsitletakse käesolevas tööplaanis.

Teist, nähtavuse ja turu hõlvamise seisukohast ja seetõttu ökomärgise otsese keskkonnatulu seisukohast väga olulist aspekti on rõhutatud hiljuti Kreekas sõlmitud lepingus, mis käsitleb ökomärgise turustamist, kui uurimusega püüti suurendada ökomärgise lillilego tuntust üldsuse hulgas. Et logo mõjutaks tarbijate valikut, peaksid nad aru saama (teadma, olema kuulnud, lugema märgiselt või brošüürist), et ökomärgistatud toote keskkonnamõju on tavalisest väiksem. Näiteks Soomes tehtud varasem uuring (1999) näitas, et umbes 39 % tarbijatest teadis või arvas, mida Euroopa ökomärgis tähistab, kuigi vähem tarbijaid (22 %) teadis täpselt, et see on ühenduse ökomärgis.

Kuni ainult suhteliselt vähesel hulgal toodetel on ökomärgis, peaks märgise tuntuse edendamine tõhususe huvides keskenduma rohkem tootjatele ja turustajatele kui tarbijatele. Kui ökomärgist kasutavate tootjate ja turustajate hulk kasvab ja märgi tuntust edendatakse tõhusamalt, võiks oodata tähelepanu suurenemist ning selles punktis peaksid otse tarbijale suunatud teadlikkuse tõstmise meetmed hakkama end ära tasuma.

Vahepeal on komisjon koostanud sarja konkreetsete tooterühmade ökomärgiste eesmärgi ja tähendust selgitavaid brošüüre, mida võib lisada ökomärgistatud toodetele, kui neid müüakse tarbijale. EUEB liikmed peaksid neid nüüd süstemaatiliselt levitama.

Isegi tohutute turundusressursside olemasolu korral kestab tootemärgi kinnistumine ja laiema tuntuse saavutamine aastaid. Kuigi pikaajaline eesmärk peaks olema, et üle poole Euroopa tarbijatest peavad Euroopa ökomärgist märgiseks, mis näitab, et toode vastab rangetele keskkonnanõuetele, tuleb tunnistada, et selle eesmärgini võib jõuda ainult järk-järgult. Lühema aja jooksul ja olemasolevate ressurside piires tuleks korraldada vaatlusi, et jälgida tuntuse taset ja tarbijate teadlikkuse arengut. Nende arvude suurendamise võimalusi tuleks uurida ja ära kasutada.

Taanis aastatel 2000-2001 läbiviidud kampaania märgise tuntuse edendamiseks näitas, et märgise tuntust tarbijate hulgas on võimalik märkimisväärselt suurendada (kõnealusel juhul tuntus neljakordistus ja suurenes 20 %ni) tihedas koostöös tootjate ja turustajatega, koordineerides tegevust teatavas sektoris. Kampaania õnnestumise peamine tegur oli, et suur hulk tootjaid viis ökomärgistatud tooted (tekstiiltooted ja detergendid) turule samaaegselt reklaamikampaania algusega (reklaam televisioonis, müügikohtades jagatavad brošüürid jne).

Eesmärgid

Suurendada ökomärgistatud toodete väärtust ja/või arvu vähemalt 25 % aastas.

Enne tööplaani kehtivusaaja lõppu saavutada nähtavuse miinimumtaseme kahes kolmandikus liikmesriikidest.

Kõik asjaomased tootjad ja jaemüüjad peaksid olema ökomärgisega tuttavad.

Pikema aja jooksul peaks üle poole Euroopa tarbijatest ühenduse ökomärgise logo pidama märgiseks, mis näitab, et toode vastab rangetele keskkonnanõuetele.

Rakendusmeetmed

EUEB peaks enne tööplaani esimese kehtivusaasta lõppu looma aruandlusmehhanismid, mille abil koostatakse iga-aastane statistika eri tooterühmade turu hõlvamise kohta.

EUEB peaks enne tööplaani esimese kehtivusaasta lõppu välja töötama kriteeriumi eespool nimetatud ökomärgise nähtavuse miinimumtaseme määramiseks ja hindama, millistes riikides see on saavutatud.

EUEB, liikmesriigid ja komisjon peaksid kogu ökomärgise tööplaani kehtivuse ajal rakendama üksikult ja/või kollektiivselt meetmeid ühenduse ökomärgise tuntuse edendamiseks. Sihtrühmadeks peaksid olema jaemüüjad ja riigihangetega tegelevad ametnikud (vt allpool). Meetmete kohta tuleks aru anda (ja nende kohta informatsiooni vahetada) EUEB eesistujariigis peetavatel koosolekutel, mis toimuvad kaks korda aastas. Ka tuleks aru anda märgise tuntuse edendamiseks kasutatud ressursside kohta, mis võimaluse korral peaksid moodustama 50 % tooterühmade arendamiseks ja läbivaatamiseks ettenähtud ressurssidest. Samal ajal tuleks sidusrühmadelt süstemaatiliselt saada tagasisidet ja see arvesse võtta.

Igas liikmesriigis peaksid ökomärgise andmiseks pädevad asutused, huvirühmad ja riigiasutused seadma teatavad kinnitatud tooterühmad tähtsuse järjekorda ja vajaduse korral suunama märkimisväärse osa oma turundustööst nendele tooterühmadele.

EUEB peaks välja töötama efektiivse meetodika, mille abil jälgida, kuidas tarbijad ühenduse ökomärgise logo ära tunnevad, ning selle järkjärguliseks parandamiseks välja töötama tõhusad meetmed.

Vt ka märgise tuntuse edendamise ühismeetmeid (punkti 4 alapunkt b ja punkt 5).

c) Keskkonnatulu

Ökomärgise süsteemi üldeesmärk on edendada niisuguseid tooteid, mida kasutades on võimalik vähendada negatiivset mõju keskkonnale, võrreldes sama tooterühma muude toodetega, ja aidata sellega kaasa ressursside tõhusale kasutamisele ning keskkonnakaitse kõrgele tasemele. Sellega antakse panus tarbimise säästvamaks muutumise ja edendatakse ühenduse säästva arengu strateegias (näiteks kliimamuutuse valdkond, ressursitõhusus ja ökotoksilisus), kuuendas keskkonnavalas tegevusprogrammis ja tulevases valges raamatus seatud tervikliku tootepoliitika eesmärkide saavutamist.

Varasemad uuringud ja aruanded on näidanud, et ökomärgise täpset keskkonnatulu on raske arvutada, sest seda on raske eristada muude keskkonnameetmete rakendamise abil saavutatud keskkonnatulust ja eraldi mõõta. Siiski on võimalik prognoosida suurimat keskkonnatulu, mida võiks saada, kui kõik tooterühma tooted vastaksid ökomärgise kriteeriumidele. Kui kavandatakse tooterühma uusi kriteeriume, peaks tehnilistes uuringutes seda maksimumvõimalust hindama nii palju kui võimalik.

Üldiselt on ökomärgise otsene keskkonnatulu ja selle turuosa tihedalt seotud. See saavutatakse esiteks ökomärgise tugevdamise ja ökomärgistatud toodete kui väiksema keskkonnamõjuga toodete müüginõu suurendamisega ja teiseks parandustega, mida tootjad peavad tegema, et tooted vastaksid ökomärgise kriteeriumidele. Ökomärgise keskkonnatulu edukas suurendamine sõltub kindlalt mitmetest märgise tuntuse edendamise meetmetest ja turundusmeetmetest, mida juba rakendatakse ja mis on käesolevas tööplaanis ette nähtud.

Tegelikkuses on ökomärgisel ka väga oluline kaudne tulu, mis ei kajastu ökomärgistatud toodete ega litsentside arvus. See kaudne tulu on positiivne ning seda tuleks mõõta ja ergutada.

Üks kõige tähtsam ökomärgisest saadav kaudne keskkonnatulu on, et järjest rohkem kasutatakse riigi- või erahangete puhul ökomärgist või muid keskkonnakriteeriume. Määruse (EÜ) nr 1980/2000 artiklis 10 on sätestatud: "Ökomärgisega toodete kasutamise edendamiseks peaksid komisjon ja teised ühenduse institutsioonid ning siseriikliku tasandi ametiasutused näitama eeskju, sätestades nõuded oma toodetele, ilma et see piiraks ühenduse õiguse kohaldamist."

Riigihanked moodustavad Euroopa turunõudlusest umbes 14 %⁽¹⁾ ning ostjaid äriühingutes ja riiklikes ja valitsusvälistes organisatsioonides tuleks julgustada ökomärgise kriteeriume pakkumiskutsetes süstemaatiliselt kasutama. Komisjoni tõlgendusdokumendis riigihangete ja keskkonna kohta⁽¹⁾ on nüüd antud selgitused, kuidas seda teha.

Turu oluliseks mõjutamiseks ei ole ostjate teadlikkus siiski veel piisavalt kõrge. Seega peaks üks konkreetne eesmärk olema suurendada tulevikus avalik-õiguslike ja eraõiguslike ostjate nõudlust roheliste toodete järele. Nende numbrite suurendamiseks tuleks korraldada vaatlusi ja uurida, milliseid meetmeid rakendada.

Tuleks ka rõhutada, et see on üks valdkond, kus ökomärgise mõju ei ole tingimata seotud ökomärgistatud toodete arvuga. Kui on osutatud, et toode vastab ökomärgise andmise kriteeriumidele, võib ostja seda eelistada, isegi kui sellel ökomärgist ei ole.

Samasugune kaudne tulu, mis samuti alati ei kajastu ökomärgistatud toodete arvus, on selles, et äriühingud kasutavad järjest rohkem ökomärgise kriteeriume kui rangete keskkonnanõuete täitmist näitavaid kriteeriume oma toodete arendamisel ja isegi turustamisel. Näiteks mõned äriühingud tagavad, et nende tooted vastavad mõnele või kõikidele ökomärgise kriteeriumidele, kuigi nad ökomärgist ei taotle.

Eesmärgid

Anda panus tarbimise säästvamaks muutmise ja edendada ühenduse säästva arengu strateegias, kuuendas keskkonnavalas tegevusprogrammis ja tulevases valges raamatus seatud tervikliku tootepoliitika eesmärkide saavutamist.

Järk-järgult arendada ökomärgise otsuste ja kaudsete keskkonnatulude kvalitatiivset ja kvantitatiivset hindamist.

Keskmise tähtaja jooksul tuleks informeerida riigihankega tegelevaid ametnikke ökomärgise kasutamise võimalustest nende pakkumiskutsetes.

Keskmise tähtaja jooksul tuleks oluliselt suurendada ökomärgise kriteeriumide kui rangete keskkonnanõuete täitmist näitava tähise rolli.

Rakendusmeetmed

EUEB, liikmesriigid ja komisjon peaksid kogu ökomärgise tööplaanide kehtivuse ajal rakendama üksikult ja/või kollektiivselt meetmeid era- ja riigihangetega tegelevate ametnike informeerimiseks ökomärgise kriteeriumide kasutamise võimalustest nende pakkumiskutsetes.

EUEB peaks käesoleva plaani esimese kolme aasta jooksul välja töötama ökomärgise otsese ja kaudse keskkonnatulu hindamise meetodika ja parameetrid ning neid parandama. Uute või muudetud kriteeriumide kinnitamisel tuleks alati hinnata iga tooterühma maksimaalset potentsiaalset keskkonnatulu. Tuleks luua ökomärgise kriteeriumide kaudse keskkonnatulu kontrollimise, hindamise ja suurendamise strateegia.

3. Prioriteetsete tooterühmade mittetäielik nimekirj

a) Prioriteetsed tooterühmad

Tooterühm peab vastama paljudele tingimustele, et seda lugeda prioriteetseks tooterühmaks ühenduse ökomärgise saamisel. Määruse (EÜ) nr 1980/2000 artikli 2 lõikes 2 esitatakse rõhutatult mõned kõige tähtsamad nõuded, mis käsitlevad tooterühma sobivust ökomärgise saamiseks. Tootel peab siseturul olema tähtis koht ja seda tuleb müüa lõpptarbimiseks. Sellel peab olema oluline keskkonnamõju, mida tarbijavalik saab positiivselt mõjutada, ning tootjatel ja jaemüüjatel peab olema kindel soov ökomärgis oma toodetele panna.

⁽¹⁾ Komisjoni tõlgendusdokumendis riigihangete suhtes kohaldatava ühenduse õiguse kohta ja võimaluste kohta keskkonnakaalutlused riigihangete puhul arvesse võtta. K(2001)274, lõplik.

Teisisõnu, tooterühmi tuleks hinnata nende tähtsuse, potentsiaali ja juhitavuse alusel. Tähtsus viitab kaasnevate keskkonnamõjude laadile ja suurusele, potentsiaal võimalikule keskkonnatulule ja juhitavus ulatusele, mil määral võib ökomärgistamine toodet mõjutada.

1. liites esitatakse kokkuvõtvalt põhipunktid, mida tuleb "kandideeriva" tooterühma puhul arvesse võtta. Selle kontrollküsimuste nimekirja alusel tuleks iga kandideeriv tooterühm liigitada "esmatahtsaks", "keskmise tähtsusega", "vähetähtsaks" või "tähtsusetuks" ning vastavalt sellele eraldada ressursid. "Tähtsusetute" toodetega tuleks töö lõpetada.

Praegu on nendele küsimustele antud tähtsus kindlaks määramata ja on loogiline, et see võib igal üksikjuhtumil erineda. Lisaks sellele tuleb arvesse võtta tervikliku tootepoliitika arengut (nt võimalusi välja töötada ISO II või III tüüpi märgised kõnealustele tooterühmadele). Iga tooterühma tähtsuse järgi liigitamisel tuleb üksmeelsele otsusele jõuda EUEBs korraldatud arutelude tulemusena. Metoodikat (ja seetõttu 1. liidet) tuleks ka edaspidi parandada ja ajakohastada ning seda tuleks kohaldada 2. liites loetletud prioriteetsete tooterühmade suhtes, mille hulka kuuluvad kinnitatud ja kinnitamisel olevad tooterühmad ning ettepanekud võimalike uute tooterühmade kohta (kandideerivad tooterühmad).

2. liidet tuleks vastavalt ajakohastada ja kandideerivate tooterühmade nimetusi tuleks vajaduse korral kohandada, et paremini arvesse võtta nende tulevast ulatust. Samuti tuleks märkida, et kinnitatud tooterühmade läbivaatamise käigus tuleks nende ulatust võimaluse korral järk-järgult laiendada, näiteks lisada teatavaid erialaseks kasutamiseks ettenähtud tooteid.

On rõhutatud, et 2. liite nimekirjad on mittetäielikud, nagu määruse (EÜ) nr 1980/2000 artiklis 5 ette on nähtud. Komisjon võib igal ajal anda EUEBLE volitused 2. liites loetlemata tooterühma jaoks ökoloogilised kriteeriumid ning hindamis- ja kontrollinõuded välja töötada ja need korrapäraselt läbi vaadata. Neid nimekirju võib ajakohastada ka tööplaanis kehtivusaajal (määruse (EÜ) nr 1980/2000 artiklis 17 ettenähtud korras) ning uusi tooterühmi võib lisada.

Eesmärgid

Kasutada parimal viisil tooterühmade arendamiseks eraldatud ressursse, keskendudes ühenduse ökomärgiseks kõige sobivamatele tooterühmadele.

Rakendusmeetmed

EUEB peaks välja töötama prioriseerimismeetodid ja neid parandama, püüdes eelkõige arendada keskkonnakriteeriumidel põhinevat järjestamist ja ajakohaste küsimuste tähtsuse arvestamist. Siin tuleks muuhulgas arvesse võtta kinnitatud tooterühmade edu või ebaedu, mida tuleks eraldi analüüsida. 1. liidet tuleks vastavalt ajakohastada.

2. liites esitatud prioriteetsete tooterühmade tabelit ja nende prioriteete tuleks korrapäraselt ajakohastada, konsulteerides enne EUEBga ja kohaldades eespool nimetatud meetodeid. Nimetatud hindamine tuleks võimalikult kiiresti läbi viia eelkõige nende 2. liites nimetatud tooterühmade osas, mis ei ole veel prioriteetide alusel järjestatud. Iga tooterühma läbivaatamisel peaks EUEB selle prioriteetstust uuesti hindama.

b) Teenuste lühiiseloostus, mille suhtes süsteemi ei kohaldata

Määruse (EÜ) nr 1980/2000 artikkel 2 ei arva otseselt ühtki teenust ökomärgise süsteemi kohaldamisalast välja. Kõik tooterühmad, olgu need kaubad või teenused, peavad vastama artikli 2 lõikes 2 ettenähtud tingimustele ja nende kohta tuleb teha komisjoni otsus, millega kinnitatakse sellele tooterühmale ökomärgise andmise ökoloogilised kriteeriumid.

Samuti ei arvata Euroopa Parlamendi ja nõukogu määruses (EÜ) nr 761/2001 (organisatsioonide vabatahtliku osaluse võimaldamise kohta ühenduse keskkonnajuhtimis- ja -auditeerimissüsteemis) ühtki teenust otseselt keskkonnajuhtimis- ja -auditeerimissüsteemi (EMAS) kohaldamisalast välja. Üldiselt võib iga teenuste osutaja, kes püüab oma keskkonnavalase tegevuse üldist tulemuslikkust parandada, omal algatusel taotleda keskkonnajuhtimis- ja -auditeerimissüsteemi registreerimist, olenemata pakutava teenuse tüübist.

Ei ole mingit põhjust ühtki teenust ökomärgise kohaldamisalast pika aja jooksul välja arvata. Määruse (EÜ) nr 1980/2000 artikli 2 lõike 2 piirangud jätavad välja palju rohkem teenuseid kui kaupu, sest teenustel ei ole olulisi keskkonnamõjusid või olulisi potentsiaali tarbijavaliku abil keskkonda parandada.

Ühenduse ökomärgise süsteemis tuleks vähemalt alguses kaaluda rohkem niisuguste teenuste kinnitamist, millel on tugev seos kaupadega, näiteks autopesulad (mis kasutavad vett, energiat ja detergente) või pesumaju (mis kasutavad pesumasinaid, vedu, energiat, detergente ja toodavad jäätmeid).

Üks põhjus on, et ühenduse ökomärgise süsteemil või siseriiklikul märgisesüsteemil on palju vähem kogemusi teenustega kui kaupadega ja olelustusikli meetodite kohaldamisega teenuste suhtes. Majutusteenuse kui esimese teenustega seotud tooterühma kinnitamine ja saadud kogemused on sellega seoses väga kasulikud. On siiski väga soovitatav käesoleva tööplaani kehtivusaajal läbi viia veel ühe või kahe teenustega seotud tooterühma teostatavusuuringud, et muuhulgas saada rohkem kogemusi ja süvendada teenuste mõistmist.

Selged turundusväited toetavad seisukohta, et kõigepealt lõpetatakse kaupade "perekond", mis pakuvad tootjatele, jaemüüjatele ja tarbijatele kõige rohkem huvi, ning seejärel kõik sellega seotud teenused, enne kui alustatakse uute teenustega seotud perekondadega, näiteks roheline rahastamine või roheline riigihaldus.

Ühenduse ökomärgise roll tervikliku tootepoliitika laiemas kontekstis ja muudes poliitikavaldkondades nõuab vähemalt alguses sellesse süsteemi kuuluvate kaupade valiku laiendamist, enne kui hakatakse arendama süsteemi kuuluvate teenuste valikut.

Koos meie kaupadest ja teenustest arusaamise arenguga ja ökomärgise süsteemi rolli muutmise ja arenguga võivad teatavatest, praegu veel kindlaksmääramata teenustest põhjendatult saada ökomärgise õiguspärased prioriteedid.

Kokkuvõtteks ei ole asjakohane ühtki teenust süsteemist välja arvata. Eespool nimetatud kontrollküsimuste nimekirja kohaldamine igal üksikul juhul eraldi peaks olema objektiivne viis kaupade ja teenuste tooterühmi järjestada. Lisaks sellele tuleks arvesse võtta, kas kõnealusel teenusel on selge seos olemasolevate tooterühmadega.

Lõpuks tuleb veel rõhutada ökomärgise ja ühenduse keskkonnajuhtimis- ja -auditeerimissüsteemi (ja muude keskkonnajuhtimissüsteemide nagu ISO 14001) teineteist täiendavat ja vastastikku toetavat rolli. Lühidalt öeldes, keskkonnajuhtimis- ja -auditeerimissüsteemi kasutavat äriühingut juhitakse süstemaatiliselt ka keskkonnanõudeid arvestades ning ta parandab pidevalt oma keskkonnavalase tegevuse tulemuslikkust rohkem, kui õigusaktide miinimumnõuetega ette on nähtud. Ökomärgisega toode kuulub keskkonna seisukohalt kindlasti parimate toodete hulka. Ühenduse keskkonnajuhtimis- ja -auditeerimissüsteemi kasutava äriühingu keskkonnapoliitikas on kasu ökomärgise kriteeriumidest, mis kujutavad endast tema toodete jaoks selget ja positiivset keskkonnavalast eesmärki. Äriühingul, millel on ökomärgis olemas või mis tahab seda oma toodetele saada, on ühenduse keskkonnajuhtimis- ja -auditeerimissüsteemist kasu, et kontrollida ja säilitada vastavust kõikidele märgise andmise kriteeriumidele. Uues ökomärgise süsteemis on osutunud võimalikuks teha mitmesuguseid maksuvähendusi ühenduse keskkonnajuhtimis- ja -auditeerimissüsteemi ja Rahvusvahelise Standardiorganisatsiooni kuuluvatele sertifitseeritud äriühingutele, väikestele ja keskmise suurusega ettevõtetele ning esimestele liikmetele.

Rakendusmeetmed

EUEB peaks tööplaani esimese kolme kehtivusaasta jooksul välja töötama teenuste ökoloogiliste kriteeriumide kinnitamise meetodid ning läbi vaatama teenuste valiku, et määrata nende prioriteetsuse aste.

EUEB peaks tööplaani kahe esimese kehtivusaasta jooksul analüüsima ökomärgise ja ühenduse keskkonnajuhtimis- ja -auditeerimissüsteemi ning muude keskkonnajuhtimissüsteemide nagu näiteks ISO 14001 potentsiaalset koostoimet.

4. EL süsteemi ja liikmesriikides kasutusel olevate muude ökomärgise andmise süsteemide koordineerimine ja koostöö

Ühenduse ökomärgise ja liikmesriikides kasutusel olevate muude ökomärgiste vaheline koostöö ja koordineerimine peaks järk-järgult muutuma süstemaatilisemaks ja igakülgsemaks. Sellega võib oluliselt suurendada Euroopas kasutatavate ökomärgise süsteemide panust säästva tarbimise edendamisse ja arendamisse.

Koostöö- ja koordineerimisvaldkondi on mitmeid, sealhulgas infovahetus, ühine edendustöö ja tooterühmade arendus.

Tooterühmade arendamise parema koordineerimisega võib ressursse märkimisväärselt kokku hoida.

Eesmärk

Järk-järgult ja süstemaatiliselt arendada ühenduse ökomärgise süsteemi ja liikmesriikides kasutusel olevate muude ökomärgiste süsteemide vahelist koostööd ja koordineerimist.

Rakendusmeetmed

EUEB ja liikmesriikide muud ökomärgise süsteemid peaksid looma alalise koostöö ja koordineerimise juhtühma.

a) Tooterühmade arendamise koordineerimine

Ühenduse ökomärgise ja muude ökomärgiste süsteemid peaksid olemasolevate tooterühmade ja tooterühmade arendamisprogrammide kohta süstemaatiliselt infot vahetama ning vajaduse korral seda tööd koordineerima, andes ühiskatsutusse ressursse, asjatundlikkust ja tulemusi. Nii saaksid kõik osalised ressursse kokku hoida, eri süsteemide rollid saaksid selgemaks ja ühtlustamine muutuks lihtsamaks (juhtudel, kui sarnastel märkidel on sarnased eesmärgid).

Paljudel eri lähenemisviisidel on oma eelised, mida tuleks arendada paralleelselt. Iga ökomärgise iga tooterühma kohta tuleks teha ühine otsus eri olukordade ja võimaluste kohaselt järgmiselt.

ELi märgis on, siseriiklikku või piirkondlikku märgist ei ole: juhtudel, kui kõnealuse tooterühma kohta on ELi ökomärgise andmise kriteeriumid olemas, kuid siseriiklike või piirkondliku märgise andmise kriteeriume ei ole, peaks siseriiklik (või piirkondlik) märgise süsteem otsustama (ja EUEBd sellest informeerima), et:

- i) ei tööta välja kriteeriume sellele tooterühmale (st see võib saada ainult ELi ökomärgise). Selle eelis on, et tootjatel on lihtsam teha valikut, see tugevdaks ELi ökomärgist ja nõuaks ökomärgise kõnealuse tooterühma osas aktiivsemat turundustegevust;
- ii) kinnitab ELi kriteeriumid siseriiklikeks kriteeriumideks (nagu Austria tegi elektripirmide puhul). Selle eelis on, et siseriiklikel tootjatel on võimalik valida, kas kohalikus turustuses kasutada siseriiklikku ökomärgist ja/või ELi ökomärgist ning muudes liikmesriikides ELi ökomärgist. Seda tuleks lugeda mõlema märgise tugevdamiseks;
- iii) kinnitab ELi ökomärgise andmise kriteeriumidest erinevad kriteeriumid. Seda tuleks motiveerida erinevate keskkonna- ja turunduseesmärkidega ning otsust tuleks kõikidele sidusrühmadele siseriiklikul ja ELi tasandil selgelt põhjendada. Näiteks juhtudel, kus ELi kriteeriumid on väga ranged, võib siseriikliku märgise abil õigustatult eesmärgiks seada tegevuse laiemas turusegmendis, kinnitades vähem ranged kriteeriumid, ja vastupidi. Siseriiklikul märgisel võivad olla konkreetsed keskkonnanäesmärgid, mida tahetakse kriteeriumides rõhutada, kuid mis ei ole Euroopa tasandil nii olulised või asjakohased. Enamikul juhtudest peaksid siiski mõlemad pooled püüdma kriteeriume lähendada, kui see on võimalik.

ELi märgist ei ole, siseriiklik on: juhtudel, kui siseriiklikud (või piirkondlikud) kriteeriumid on olemas, tuleks seda ühenduse ökomärgise süsteemis arvesse võtta, kui määratakse tooterühma prioriteeti selle võimalikuks kinnitamiseks ELi tasandil. Kui ELi ökomärgise süsteem otsustab seda teha, peaks EUEB Euroopa Liidu kriteeriumide väljatöötamisel arvesse võtma kehtivaid siseriiklike kriteeriume. Kõik erinevused siseriiklike kriteeriumide ja lõplike kriteeriumide vahel tuleks kindlaks määrata, lühidalt iseloomustada ja selgitada ning edastada asjaomastele sidusrühmadele.

ELi märgist ei ole, siseriiklikku ei ole: juhtudel, kui siseriiklike ega ELi kriteeriume ei ole, peaksid ühenduse ökomärgise süsteem ja siseriiklik ökomärgise süsteem iga üksikjuhtumi puhul arutama, kas kriteeriumide väljatöötamine on kõige asjakohasem ELi tasandil, siseriiklikul tasandil või mõlemal tasandil (viimasel juhul selgitades, kuidas ja miks lähenemisviisid üksteist täiendavad) ja kuidas kõige tõhusamalt toimida.

ELi märgis on, siseriiklik on: juhtudel, kui kõnealusel tooterühmal on olemas nii siseriiklik kui ka ühenduse ökomärgis, tuleks otsustada, kas kriteeriume järk-järgult ühtlustada (nt üks süsteem võtab üle teise süsteemi kriteeriumid), kasutusele võtta täiendavad lähenemisviisid (vt eespool) või võtta üks märgis (või mõlemad märgised) tooterühmalt ära.

Eesmärk

Järk-järgult koordineerida ELis eri ökomärgise süsteemides tehtavat tooterühmade arendustööd.

Rakendusmeetmed

EUEB ja liikmesriikide muud ökomärgise süsteemid peaksid läbi vaatama ning kataloogima kõik ELi ja kandidaatriikide (ja lõpuks muude riikide) ökomärgisega tooterühmad ning kasutusele võtma mehhanismi nende tooterühmade ja nende kriteeriumide keskregistri loomiseks ning ajakohastamiseks.

EUEB ja liikmesriikide muud ökomärgise süsteemid peaksid kasutusele võtma mehhanismi nende tööprogrammide järkjärguliseks koordineerimiseks ja informatsiooni vahetamiseks.

EUEB ja liikmesriikide muud ökomärgise süsteemid peaksid iga süsteemi iga tooterühma kohta kindlaks tegema, millist punkti 4 alapunktis a esitatud olukorda ja lähenemisviisi kohaldada.

EUEB ja liikmesriikide muud ökomärgise süsteemid peaksid nii palju kui võimalik ühtlustama detergentide koostisosade andmebaase (DID-loendeid) ja nendega seotud küsimusi.

EUEB ja liikmesriikide muud ökomärgise süsteemid peaksid tooterühma arendamise raames uurima võimalusi mõnd liikmesriigi ökomärgisega vahe- või lõpptoodet asjakohasel viisil vastastikku tunnustada, näiteks seoses tooterühmadega, mille puhul antakse ökomärgise kasutamise eest soodustusi.

EUEB peaks arvesse võtma globaalse ökomärgise võrgustikus (GEN) tehtavat asjakohast tööd.

b) Ühismeetmed ELi süsteemi ja liikmesriikide muude ökomärgiste ning nende ökomärgistatud toodete tuntuse edendamiseks, et suurendada tarbijate teadlikkust ja arusaamist nende süsteemide ühistest ja täiendavatest rollidest

Eri sidusrühmadele tuleks anda informatsiooni, milles selgitatakse Euroopa eri ökomärgiste keskkonnaväärtusi ja esitatakse eri süsteeme pigem üksteist täiendavate kui konkureerivate süsteemidena, kuigi nende tooterühmad ja eesmärgid on erinevad, ja pööratakse tähelepanu panusele, mida need annavad säästva arengu ja säästvate tarbimisharjumuste edendamisele, mis on nende ühine lõppeesmärk.

See eeldab mõningaid ELi ökomärgise süsteemi ja liikmesriikide muude ökomärgise süsteemide vahelisi ühisarutelusid, et süsteemide, nende esitlemise, ühiste ja üksteist täiendavate eesmärkide ja rollide suhtes jõuda ühisele arusaamisele.

Üks konkreetne valdkond oleks kattuvate tooterühmade ühised müügi edenduskampaaniad, mille käigus selgitatakse tarbijatele kattuvate süsteemide eri keskkonnaaspekte (kui neid on) ja seda, milline on neist saadav tulu.

Samuti on tähtis luua ühine kodulehekülj/andmebaas, mis aitab Euroopa tarbijatel ning avalik-õiguslikel ja eraõiguslikel ostjatel ökomärgistatud tooteid kergemini leida (st seal peaks olema informatsioon, kust neid saab osta, kes on tootja, kontaktandmed).

Juhtudel kui siseriiklikus (või piirkondlikus) ökomärgise süsteemis ja ELi ökomärgise süsteemis mõlemas on teatavale tooterühmale kriteeriumid kinnitatud, on selge, et parim võimalik tulemus (tarbijate informeerimise ja ökomärgise kui säästva tarbimise edendamise vahendi tugevdamise mõttes) on, kui taotlejad taotlevad mõlemat märki ja saavad need. Siseriiklikult saaks tootja tulu siseriikliku märgise kohalikust tuntusest ja ELi ökomärgise Euroopa mõõtmest, ja kui ta müüb oma tooteid muudes liikmesriikides (kus tema siseriiklikku märgist tuntakse vähem), saab ta kasu ELi ökomärgisest. Kui mõlemad märgised on kõrvuti, saab tarbija teadlikumaks mõlemast logost ja mõlemad süsteemid muutuvad tugevamaks.

Et ergutada mõlema märgise süsteemi kasutamist, tuleks kohandada lõivusüsteeme nii, et mõlema ökomärgise taotleja saaks asjakohast hinnaalandust. Näiteks võiks lubada tal ühe märgise eest makstavast lõivust maha arvata teise märgise eest makstav lõiv. Selle finantstagajärgi (positiivseid, negatiivseid, lühiajalisi ja pikaajalisi) tuleks hoolikalt uurida, nagu ka menetlusi, mille abil lahendada võimalikud raskused.

Eesmärk

Järk-järgult tõsta teadlikkust ELi ökomärgise ja liikmesriikides kasutusel olevate muude ökomärgiste ühiste ja üksteist täiendavate eesmärkide ning rollide kohta.

Rakendusmeetmed

Komisjon, liikmesriigid, EUEB ja liikmesriikide muud ökomärgise süsteemid peaksid tööplani kehtivuse esimese aasta jooksul ühiselt koostama informatsiooni sidusrühmadele (tootjatele, tarbijatele, turustajatele, avalik-õiguslikele ostjatele jt), mis käsitleb siseriiklike ökomärgiste süsteemide ja ELi ökomärgise süsteemi olemasolu ning nende ühiseid ja üksteist täiendavaid rolle ja ülesandeid. Tööplani kehtivuse teisel aastal tuleks võtta meetmeid selle informatsiooni levitamiseks.

EUEB ja liikmesriikide muud ökomärgise süsteemid peaksid vahetama ja levitama informatsiooni, milliseid ökomärgistatud tooteid ja kus müüakse.

Komisjon, EUEB ja liikmesriikide muud ökomärgise süsteemid peaksid uurima võimalusi välja arendada ühine "roheline kaubamaja" ökomärgistatud toodete müümiseks Internetis (ja/või sellega seotud toimingud). Kui otsustatakse seda teha, tuleks samal ajal esitada ettepanek selle elluviimise ajakava ja eelarve kohta.

EUEB ja siseriiklikud ökomärgise süsteemid peaksid välja töötama ühisstrateegia ja -meetmed, et edendada ökomärgise kriteeriumide kasutamist riigi- ja erahangetes.

Komisjon peaks EUEBga konsulteerides uurima ühenduse ökomärgise lõivusüsteemi kohandamise võimalusi, et pakkuda asjakohast hinnaalandust taotlejatele, kes tahavad kasutada nii EL ökomärgist kui ka üht või mitut liikmesriikides kasutatavat ökomärgist, võttes arvesse finantstagajärgi (nii positiivseid kui ka negatiivseid, lühiajalisi ja pikaajalisi) ning vajaduse korral tegema ettepaneku otsuse muutmiseks. Liikmesriikide muud ökomärgise süsteemid peaksid tegema sama.

5. Ühismeetmed tuntuse edendamiseks

(Märkus: Need ühismeetmed ühenduse ökomärgise tuntuse edendamiseks täiendavad eespool nimetatud siseriiklike ökomärgistega seotud ühismeetmeid, samuti üksikute liikmesriikide, EUEB ja komisjoni poolt praegu rakendatavaid edendamismeetmeid.)

Vabatahtlik süsteem võib olla edukas ja turgu märkimisväärselt mõjutada ainult siis, kui see saab olulist tuge turundus- ja edendusmeetmetest. Muudetud ja täiendatud määruse artiklis 10 kutsutakse liikmesriike ja komisjoni koostöös EUEB liikmetega edendama ühenduse ökomärgise kasutamist teadlikkuse tõstmise ja teabekampaaniate korraldamisega tarbijatele, tootjatele, hulgimüüjatele, jaemüüjatele ja üldsusele. Eri sidusrühmade, eriti nende kaasamine, kes võivad tegutseda propageerijatena (näiteks jaemüügisektor ning tarbijate ja keskkonnaasjadega tegelevad valitsusvälised organisatsioonid), on otsustava tähtsusega. Need rühmad tuleks selgelt identifitseerida ja välja töötada sihtstrateegia, kuidas iga rühma kõige paremini informeerida.

Eelkõige peaks EUEB jätkama korrapäraselt kaks korda aastas korraldatavaid koosolekuid, kus käsitletakse põhiliselt turundust, märgise tuntuse edendamist ja strateegia arendamist, ning peaks looma alalise turundusjuhtimise töörühma, kes töötab välja ja koordineeriks igasuguseid ühiseid märgise tuntuse edendamise toiminguid, sealhulgas neid, mida korraldavad komisjon ja liikmesriigid.

Nagu eespool märgitud (vt turu hõlvamise punkti), peaksid tuntuse edendamiseks ja turunduseks (koos või eraldi) ettenähtud ressursid kokku olema märkimisväärsed ning moodustama vähemalt 50 % ressursidest, mis on eraldatud tooterühmade tehniliseks arendamiseks.

Eesmärk

EUEB, komisjon ja liikmesriigid peaksid asjakohasel määral koordineerima oma turundustegevust ning välja töötama ja rakendama ühismeetmed.

Rakendusmeetmed

EUEB peaks looma alalise turundusjuhtimise rühma.

Märgise tuntuse edendamiseks (ühiselt või teisiti) kasutatavaid ressursse tuleks võimaluse korral suurendada 50 %ni ressursidest, mis on ette nähtud tooterühmade arendamiseks ja läbivaatamiseks.

EUEB peaks kokku tulema kaks korda aastas, et arutada peamiselt turundust, märgi edendamist ja süsteemi strateegilist arengut (koosolekud eesistujariigis).

EUEB, komisjon ja liikmesriigid peaksid ühiselt identifitseerima kõige tähtsamad sihtrühmad, kindlaks määrama igaihe jaoks strateegia ja selle rakendama.

a) Ühised edendusmeetmed sidusrühmade teadlikkuse parandamiseks

Põhieesmärk on pidevalt anda tootjatele, tarbijatele ja mõjutajatele (jaemüüjatele ja valitsusvälistele organisatsioonidele), tegelikult kõikidele sidusrühmade, infot ökomärgise ja selle arengu kohta. Trükised (brošüürid, teabelehed ja artiklid) ja koduleheküljed on mõned asjakohastest vahenditest. Samal ajal tuleks sidusrühmadelt süstemaatiliselt saada tagasisidet ja seda arvesse võtta.

Juba on valminud komisjoni ja eri pädevate asutuste poolt väljatöötatud täielik brošüüride sari (ökomärgise infopakett), mida tuleks asjaomastele sidusrühmadele korrapäraselt kättesaadavaks teha ning ajakohastada ja täiendada. Neid tuleks paremini kasutada ning EUEB, komisjon ja liikmesriigid peaksid oma tööd koordineerima, et tõhusamalt kasutada oma piiratud ressursse brošüüride, teabelehtede ja kodulehekülje koostamiseks ja nende korrapärasemaks jaotamiseks peamistele sihtrühmadele.

Ka ühenduse ökomärgise koduleheküljest (<http://europa.eu.int/ecolabel>) on juba kujunenud keskne asjakohase informatsiooni allikas, mida tuleb aktiivselt ja ühiselt hallata ja korrapäraselt ajakohastada. Selle usaldusväärsuse ja läbipaistvuse suurendamiseks tuleks kõiki sidusrühmi, sealhulgas tarbijaid ja keskkonnaasjadega tegelevaid valitsusväliseid organisatsioone, julgustada, et nad annaksid sellele regulaarselt andmeid.

Lisaks asjakohastele infovahenditele on tähtis arvesse võtta ka üritusi, näiteks näitusi ja messe, kus Euroopa ökomärgist võiks laiemale avalikkusele esitleda. Senini ei ole süstemaatiliselt analüüsitud, millised näitused või messid on ökomärgise tuntuse edendamiseks kõige sobivamad. Teine tähtis aspekt, mida peaks täiendavalt uurima, on ökomärgistatud toodete kasutamise võimalus megaüritustel, näiteks maailmameistrivõistlustel, olümpiamängudel, festivalidel jne.

Lõpuks, ikka veel on laialt levinud eksiarvamus, et ökomärgise taotlemine on tülikas, bürookraatlik ja kulukas protsess, kuigi määruuse ja lõivusüsteemi hiljutise läbivaatamise tulemusena on taotlemine varasemast lihtsam ja odavam. Lisaks sellele pööratakse iga toote kriteeriumide kinnitamisel erilist tähelepanu sellele, et hoida katsetamiskulud võimalikult väikestena ja täpselt selgitada, millised dokumendid ja katsearuanded taotlejal tuleb esitada. Sidusrühmadele tuleb nende punktide kohta anda paremat informatsiooni.

Eesmärk

Pidevalt informeerida sidusrühmi ökomärgisest ja selle arengust. Samal ajal tuleks sidusrühmadelt süstemaatiliselt saada tagasisidet ja see arvesse võtta.

Rakendusmeetmed

EUEB ja komisjon peaksid korraldama ökomärgise kodulehekülje ajakohastamise ja selle pidava täiustamise.

EUEB peaks korraldama ja koordineerima brošüüride ja muude trükiste koostamist ja levitamist.

EUEB peaks koostama sündmuste nimekirja, kus esitleda ökomärgist, ning tegema ettepaneku ökomärgistatud toodete kasutamiseks valitud megäiritustel.

EUEB peaks tagama, et sidusrühmadele esitatud teabes selgitatakse ökomärgise taotlemiseks vajalikke menetlusi, aega ja kulusid.

b) Ühised edendusmeetmed avalik-õiguslike ja eraõiguslike ostjate teadlikkuse tõstmiseks

Punktis turu hõlvamise kohta rõhutatakse avalik-õiguslike ja eraõiguslike ostjate mõjutamispotentsiaali. Ühised edendusmeetmed peaksid keskenduma sellele kõige tähtsamale sihtrühmale. Informatsiooni tuleb anda õigusraamistiku kohta (kuidas ostja saab ökomärgise kriteeriumid oma pakkumiskutsesse lisada, mida on nüüd selgitatud komisjoni tõlgendusdokumendis riigihangete ja keskkonna kohta) ja eri tooterühmadele kinnitatud kriteeriumide kohta. Ka siin peaks tähtsat rolli mängima ökomärgise kodulehekülje. Tuleks korraldada EUEB ja avalik-õiguslike ostjate ühiseid koosolekuid ja kaaluda siseriiklike ja/või piirkondlike kampaaniate korraldamist.

Eesmärk

Keskmise tähtaja jooksul tuleks informeerida riigihankega tegelevaid ametnikke ökomärgise kasutamise võimalustest nende pakkumiskutsetes.

Rakendusmeetmed

EUEB, komisjon ja liikmesriigid peaksid enne tööplaani teise kehtivusaasta lõppu välja töötama ühisstrateegia ja ühismeetmete sarja, et edendada ökomärgise kriteeriumide kasutamist riigi- ja erahangetes.

Komisjon peaks koostama roheliste riigihangete käsiraamatu, kus lisaks muudele küsimustele käsitletakse ka ökomärgise kriteeriumide kasutamist pakkumiskutsetes. EUEB, komisjon ja liikmesriigid peaksid tagama selle käsiraamatu võimalikult laia levitamise avalik-õiguslike ostjate hulgas ning korraldama koolituskursusi ja info levitamist ning muid asjakohaseid üritusi. Asjakohane info peaks olema ökomärgise koduleheküljel.

c) Ühine tuntuse edendamine ning väikeste ja keskmise suurusega ettevõtete ja turustajate toetamine

Lisaks mitmesugustele märgise tuntust edendavatele meetmetele, mida on eespool olevates punktides üksikasjalikult kirjeldatud, tuleks luua võrgustikud väikeste ja keskmise suurusega ettevõtete ökomärgise taotluste toetamiseks. Väikestel ja keskmise suurusega ettevõtetel ei ole alati piisavalt ressursse või informatsiooni, et hinnata ökomärgise pakutud võimalusi ja koostada nõuetekohane taotlus. Nad peaksid saama abi võrgustikelt, millesse kuuluvad teised taotlejad, huvirühmad, pädevad asutused ja muud asjakohased organisatsioonid, näiteks kutseorganisatsioonid või piirkondlikud asutused.

Jaemüüjatel, kes peavad sidet tootjate ja tarbijate vahel, on samuti väga tähtis roll. Nemad võiksid näiteks kasutada ökomärgist oma margitoodete kvaliteediimidži parandamiseks ja püüda oma klientidele pakkuda teisi ökomärgistatud tooteid. Strateegiliste partnerlussuhete arendamine jaemüüjatega peaks seetõttu olema üks prioriteetidest.

Rakendusmeetmed

EUEB peaks välja töötama strateegia ja meetmed, et luua ökomärgise toetusvõrgustikud väikeste ja keskmise suurusega ettevõtete jaoks.

EUEB peaks koos jaemüüjatega välja töötama partnerlusstrateegia.

6. Süsteemi rahastamise kava

Paljude organisatsioonide osalemise tõttu, sealhulgas riiklikud haldusorganid, ei ole järgmisteks aastateks võimalik koostada täpset eelarvet (näiteks komisjoni eelarve kinnitatakse üheks aastaks).

Ökomärgise süsteemi vajadused koosnevad siiski kahest osast: ressursid tooterühma arenduseks ning ressursid turunduseks ja märgise tuntuse edendamiseks.

Hinnangulised ressursid, mis 2000. aastal ökomärgisele eraldati, sealhulgas EUEB, komisjoni ja liikmesriikide eraldised, olid umbes 45 inimest ja 4 miljonit eurot (palgad välja arvatud). Sellest umbes 2,8 miljonit eurot kasutati turunduseks ja märgise tuntuse edendamiseks.

Niisugusest ressurside tasemest piisab tooterühmade arendamiseks ja läbivaatamiseks ning nende eraldamist peaksid EUEB, komisjon ja liikmesriigid jätkama oma eelarve võimaluste piires. Neid ressursse tuleks kasutada võimalikult tõhusalt.

Kogutulu, mis pädevad asutused said lõivudest, oli 2000. aastal umbes 280 tuhat eurot ning see võib kasvada koos süsteemi arenguga. See peaks võimaldama turunduse ja märgise tuntuse edendamise jaoks antud ressurside taseme regulaarset kasvu, mis peaks jõudma vähemalt 50 % tasemele sellest, mida kasutatakse tooterühmade arendamiseks ja läbivaatamiseks (välja on arvatud ressursid, mida kasutavad ökomärgise saanud äriühingud).

Eesmärk

Kavandada süsteemi pikaajaline rahastamine, kasutades kõiki eraldatud vahendeid nii tõhusalt kui võimalik.

Rakendusmeetmed

EUEB, komisjon ja liikmesriigid peaksid eesmärgiks seadma nõusoleku saavutamise süsteemi pikaajaliseks rahastamiseks.

1. LIIDE

PRIORISEERIMISMEETODID

Järgmisse mittetäielikku kontrollnimekirja on koondatud põhiküsimused, mida tuleks iga "kandideeriva" tooterühma kohta esitada (kõikidele küsimustele antud jaatav vastus lubab jätkata ja sellele tooterühmale ökoloogilised kriteeriumid kinnitada).

Keskkonnaküsimused: Kas tooterühmal on...

1. ... olulist keskkonnamõju globaalselt, piirkondlikult või üldiselt?
2. ... olulisi võimalusi tarbija valiku kaudu keskkonda parandada?
3. ... tähtsust prioriteetsetele keskkonnapoliitika valdkondadele, vahenditele ja õigusaktidele (nt terviklikule tootepoliitikale, kliimamuutusele, energiamärgisele)?

Turundusküsimused: Kas tooterühm...

4. ... moodustab siseturu müügi- ja kaubandusmahust märkimisväärse osa?
5. ... annab tootjatele ja/või jaemüüjatele võimalusi ja stiimuleid saada konkurentsieeliseid ökomärgisega tooteid pakkudes?
6. ... on turustamisel juba seotud keskkonnaväidetega?
7. ... vastab selgelt sidusrühmade huvile saada sellele tooterühmale ökomärgis?
8. ... on oluline lõpptarbimiseks või lõppkasutamiseks minevas müügi mahus?
9. ... on oluline riigihanketurul?
10. ... on oluline erahanketurul?
11. ... on valmistatud väiketootjate poolt?
12. ... on oluline tarbijate ostumahu seisukohalt (nt kas rühma tooteid ostetakse iga päev või iga nädal)?
13. ... toetab olemasolevat "tooterühmaperet"?
14. ... pakub erilist võimalust kogu süsteemi paremini nähtavaks teha?

Muud asjaga seotud küsimused: Kas tooterühm...

15. ... võtab arvesse tarbija tervise ja ohutuse küsimusi?
16. ... kuulub mõnda muusse ökomärgise süsteemi Euroopas või mujal, ja kui kuulub, siis kas tooterühm on selles süsteemis edu saavutanud?
17. ... omab selle suhtes kehtestatud kasutuskõlblikkuse standardeid?

2. LIIDE

PRIORITEETSETE TOOTERÜHMADE MITTETÄIELIK NIMEKIRI

Praegused ja arendatavad tooterühmad

Pehmest paberist tooted
Kopeerpaber
Mullaparandusained
Sisevärvid ja -lakid
Tekstiiltooted
Jalatsid
Nõudepesumasinas kasutatavad detergendid
Pesupesemiseks ettenähtud detergendid
Universaalsed puhastusained ja sanitaarsõlmede puhastusained
Käsitsipesuks ettenähtud detergendid
Madratsid
Elektripirnid
Personaalarvutid
Kantavad arvutid
Pesumasinad
Külmikud
Nõudepesumasinad
Majutusteenused
Mööbel
Keraamilised põrandakatted
Televiisorid
Tolmuimejad
Rehvid

Võimalikud uued tooterühmad

(Märkus: EUEB ja komisjon töötavad praegu, et uute võimalike tooterühmade prioriteetsustasandit üksikasjalikult hinnata ja määrata kindlaks nende arendamise parim viis ja ajakava.)

Trükipaber
Trükitooted
Järeltöödeldud paberist tooted, kirjatarbed
Tapeet
Prügikotid/plastkotid
Ostukotid — kilekotid
Kirjutustarbed
Telefonid
Koopiamasinad
Väikesed elektrilised kodumasinad
Moelisandid
Kindad
Nahktooted
Spordivarustus
Mänguasjad ja mängud
Pakendid

Meisterdamistooted
Kliimaseadmed
Küttesüsteemid
Veesoojendussüsteemid
Isolatsioon
Ehitusdetailid
Ehitusteenused
Jaemüügteenused
Keemiline puhastus
Finantsteenused
Transporditeenused
Kohaletoiemetamisteenused
Sõiduki remonditeenused
Sõiduautod
Kööginõud, majapidamisseadmed jms
Hügieenitooted (hügieenisidemed, salvrätid jms)
Šampoon ja seep

3. LIIDE

EESMÄRKIDE JA RAKENDUSMEETMETE KOKKUVÕTE

Eesmärgid	Rakendusmeetmed		
	2002	2003	2004
Poliitika ja strateegia			
Jätkata süsteemi pikaajalise poliitika ja strateegia arendamist ja kohandamist ning ökomärgise kaasamist mitmesugustesse säästva tarbimisega seotud poliitikavaldkondadesse	Alalise poliitikajuhtimise rühma loomine, mis arendab ja kohandab pikaajalist poliitikat ja strateegiat, koordineerib seda asjakohase poliitika arenguga ja annab sellesse oma osa	Jätkamine	Jätkamine
Tooterühmade arendus			
Kinnitada tooterühmade kogum, mis moodustab piisavalt tervikliku ja juhitava tootevaliku jaemüüjate, tootjate ja tarbijate huvi äratamiseks Viie aasta jooksul tuleb kinnitada 25–30 tooterühma	Uute tooterühmade kinnitamine Kriteeriumide kehtivusaja kohandamine üldiselt 4–5 aastaks. Välja töötada meetodid teenuste kriteeriumide kinnitamiseks Töörühma loomine, kelle ülesanne on tegelda paljudele tooterühmadele ühiste horisontaalküsimustega	Uute tooterühmade kinnitamine	Uute tooterühmade kinnitamine
Kasutada kõige paremini tooterühma arendamiseks eraldatud ressursse, keskendudes ühenduse ökomärgiseks kõige sobivamatele tooterühmadele	Prioriseerimismeetodite arendamine ja täiustamine Muude ökomärgistega koordineerimine	Jätkamine Prioriteetsete tooterühmade tabeli ajakohastamine Teenusterühmade valiku hindamine	Jätkamine
Turustamine, müügi edendamine			
Turustustöö koordineerimine ning ühismeetmete arendamine ja rakendamine	Alalise turundusjuhtimise rühma loomine EUEB kohtumised kaks korda aastas, et arutada turundust, märgise edendamist ja süsteemi strateegilist arengut (koosolekud eesistujariigis)	Kõige tähtsamate sihtrühmade identifitseerimine ning nendele strateegia kindlaksmääramine ja rakendamine	Jätkamine

Eesmärgid	Rakendusmeetmed		
	2002	2003	2004
<p>Ökomärgistatud toodete kasv vähemalt 25 % aastas</p> <p>Nähtavuse miinimumtaseme saavutamine kahes kolmandikus liikmesriikidest</p> <p>Sidusrühmade pidev informeerimine ökomärgisest ja selle arengust Samal ajal sidusrühmadelt tagasiside taotlemine</p> <p>Kõik asjaomased tootjad ja jaemüüjad peaksid ökomärgisega tuttavad olema</p> <p>Üle poole Euroopa tarbijatest peaksid ühenduse ökomärgist pidama märgiseks, mis näitab, et toode vastab rangetele keskkonnanõuetele</p>	<p>Märgise tuntuse edendamine</p> <p>Igas liikmesriigis kõige tähtsamate tooterühmade kindlaksmääramine ja neile suunatud turundustöö</p> <p>Ökomärgise kodulehekülje ajakohastamine ja täiustamine</p> <p>Brošüüride ja muude trükiste koostamise ja levitamise korraldamine ja koordineerimine</p> <p>Sündmuste loetelu koostamine, kus tuleks ökomärgist esitleda</p> <p>Potentsiaalsete taotlejate informeerimine taotlusmenetlustest ja -kuludest</p> <p>Aruandlusmehhanismi kehtestamine, mille abil kogutakse aastaandmed, et jälgida turu hõlvamist</p>	<p>Märgise tuntuse edendamine</p> <p>Kodulehekülje ajakohastamine, brošüüride levitamine, üritustest osavõtmine, kulutustest informeerimine jne</p> <p>Strateegia ja meetmete väljatöötamine väikeste ja keskmise suurusega ettevõtete toetusvõrgustiku jaoks ning partnerlusstrateegia väljatöötamine jaemüüjatega</p> <p>Tasuva meetodika väljatöötamine, mille abil jälgitakse ühenduse ökomärgise logo tuntust tarbijate hulgas, ning tasuvate meetmete väljatöötamine, et seda tuntust järkjärgult suurendada</p>	<p>Märgise tuntuse edendamine</p> <p>Kodulehekülje ajakohastamine, brošüüride levitamine, üritustest osavõtmine, kulutustest informeerimine jne</p> <p>Märgise edendamiseks kasutatavad ressursid peaksid moodustama vähemalt 50 % tooterühmade arendamiseks kasutatavatest ressursidest</p>
	<p>Ökomärgise nähtavuse miinimumtaseme kriteeriumi väljatöötamine ja hindamine, millistes riikides see on saavutatud</p>		

Otsesed ja kaudsed mõjud

<p>Riigihankega tegelevate ametnike informeerimine ökomärgise kriteeriumide kasutamisevõimalustest pakumiskutsetes</p>	<p>Roheliste riigihangete ja ökomärgise kriteeriumide käsiraamatu koostamine, selle levitamine (ka koduleheküljel), kursuste ja teabeürituste korraldamine</p>	<p>Ühisstrateegia ja -meetmete väljatöötamine, et edendada ökomärgise kriteeriumide kasutamist riigi- ja erahangetes</p>	<p>Jätkamine</p>
<p>Kaasaaitamine tarbimise säästvamaks muutmisele</p> <p>Ökomärgise otseste ja kaudsete tulude kvalitatiivse ja kvantitatiivse hindamise järkjärguline arendamine</p> <p>Ökomärgise kriteeriumide kui rangete keskkonnanõuete täitmist näitavate tähistete rolli otsene suurendamine</p>	<p>Ökomärgise otsese ja kaudse keskkonnatulu hindamismetoodika ja -parameetrite väljatöötamine</p> <p>Uute või muudetud kriteeriumide kinnitamisel maksimaalse potentsiaalse keskkonnatulu süstemaatiline määramine igale tooterühmale</p> <p>Ökomärgise kriteeriumide kaudse keskkonnatulu kontrollimise, hindamise ja suurendamise strateegia loomine</p>	<p>Jätkamine</p> <p>EMASiga koostoime analüüsimine</p>	<p>Jätkamine</p>

Eesmärgid	Rakendusmeetmed		
	2002	2003	2004

Koostöö ja koordineerimine

<p>Ühenduse ökomärgise ja liikmesriikides kasutusel olevate muude ökomärgiste vahelise koostöö ja koordineerimise järkjärguline arendamine</p> <p>ELis eri märgisesüsteemides tehtava tooterühmade arendustöö järkjärguline koordineerimine</p>	<p>Koostöö ja koordineerimise alalise juhtühema loomine</p> <p>Kõikide ELi ja kandidaatriikide ökomärgist kasutavate tooterühmade läbivaatamine ja kataloogi koostamine</p> <p>Tooterühmade ja nende kriteeriumide keskregistri loomise ja ajakohastamise mehhanismi väljatöötamine</p> <p>Iga tooterühma iga märgise puhul selle kindlaksmääramine, kuidas see sobib Euroopa ja/või siseriiklikku süsteemi</p>	<p>Eri süsteemide tööprogrammide järkjärgulise koordineerimise ja teabevahetuse mehhanismi loomine</p> <p>Mõne muu ökomärgisega pool- või lõpptoodete "äratundmise" võimaluste uurimine</p> <p>Globaalse ökomärgise võrgustikus (GEN) tehtava asjakohase töö arvesevõtmine</p>	<p>Detergentide koostisainete andmebaaside (DID loendid) ja nendega seotud küsimuste harmoneerimine</p>
<p>Järkjärguline teadlikkuse tõstmine seoses ELi ökomärgise ja liikmesriikides kasutusel olevate muude ökomärgiste ühiste ja täiendavate eesmärkide ning rolliga</p>	<p>Sidusrühmade jaoks siseriiklike ökomärgiste ja ELi ökomärgise olemasolu, ühiseid ja täiendavaid rolle ja eesmärke käsitleva informatsiooni ühine koostamine ja levitamine</p> <p>Informatsiooni vahetamine selle kohta, millise märgisega tooteid ja kus müüakse</p>	<p>Jätkamine</p> <p>Võimaluste uurimine ühise rohelise kaubamaja avamiseks Internetis, kus müüakse ökomärgistatud tooteid</p> <p>Ühismeetmete väljatöötamine, et edendada ökomärgise kriteeriumide kasutamist riigihangetes</p>	<p>Jätkamine</p> <p>Ühenduse ökomärgise lõivusüsteemi kohandamisvõimaluste uurimine, et pakkuda asjakohast hinnaalandust taotlejatele, kes tahavad kasutada nii ELi ökomärgist kui ka üht või mitut liikmesriikides kasutatavat ökomärgist</p>

Rahastamine

<p>Süsteemi pikaajalise rahastamise kavandamine, kasutades kõiki eraldatud vahendeid nii tõhusalt kui võimalik</p>		<p>Nõusoleku saavutamine süsteemi pikaajaliseks rahastamiseks</p>	<p>Jätkamine</p>
--	--	---	------------------