



Briselē, 18.5.2016.
COM(2016) 263 final

KOMISIJAS ZIŅOJUMS EIROPAS PARLAMENTAM UN PADOMEI

Iespējas izveidot ES zvejas un akvakultūras produktu ekomarkējuma shēmu

1. IEVADS

Regulas (ES) Nr. 1379/2013 par zvejas un akvakultūras produktu tirgu kopīgo organizāciju¹ 36. pantā paredzēts, ka Komisija iesniedz Eiropas Parlamentam un Padomei priekšizpētes ziņojumu par iespējām izveidot zvejas un akvakultūras produktu ekomarķēšanas shēmu.

Šā ziņojuma sagatavošanas laikā tika pasūtīts pētījums ar mērķi analizēt pastāvošos ekomarķējumus un citus veidus, kādos tiek izplatīta vides informācija. Šo analīzi pēc tam papildināja sabiedriskā apspriešanās un tiešas sarunas ar ieinteresētajām personām².

Šajā ziņojumā ir aprakstīts konteksts, kādā ir veidojies ekomarķējums zvejniecības un akvakultūras nozarē. Tajā raksturotas attiecīgās publiskās un privātās iniciatīvas, kas ES un starptautiskā līmenī īstenotas saistībā ar brīvprātīgām ekoloģiskuma norādēm, attēlots stāvoklis ekomarķētu produktu tirgū, kā arī iztirzāti galvenie jautājumi, kas aktualizējušies saistībā ar ekomarķējumu. Visbeidzot, ziņojumā norādītas jomas, kurās iespējams veikt ar zvejas un akvakultūras produktu ekomarķējuma shēmu saistītus pasākumus, un izvērtēta to īstenojamība.

2. KONTEKSTS

Kopējās zivsaimniecības politikas (KZP) mērķis ir nodrošināt to, ka zvejas un akvakultūras darbības palīdz ilgtermiņā sasniegt vidisko, ekonomisko un sociālo ilgtspēju.

Ekomarķējums ir viens no veidiem, kādā patērētājiem tiek sniegta brīvprātīga informācija, un tas tiek ieviests ne tikai zvejniecībā un akvakultūrā. Pēdējo divdesmit gadu laikā publiskas un privātas shēmas ir izstrādātas vairākās jomās. Shēmas, ko izmanto mežsaimniecībā³ un tradicionālajā lauksaimniecībā⁴, koncepcijas un prasību ziņā atšķiras no zvejniecībā un akvakultūrā izmantotajām shēmām, un tās nav salīdzināmas standartu ziņā. Attiecībā uz klātesību tirgū jānorāda, ka svarīgākie zvejas un akvakultūras produktu ekomarķējumi ir līdzīgi privātajiem marķējumiem, ko izmanto, piemēram, mežsaimniecībā, lai gan pirmajā gadījumā logotipi varētu būt mazāk atpazīstami.

Šo shēmu valstiskās atzīšanas sakarā jāatzīmē, ka situācija šajās nozarēs neatšķiras no pašreizējā stāvokļa zvejniecības un akvakultūras jomā, t. i., izņemot bioloģiskās ražošanas sertifikāciju, patlaban nav konkrētas ES regulas, kas būtu piemērojama

¹ Eiropas Parlamenta un Padomes 2013. gada 11. decembra Regula (ES) Nr. 1379/2013 par zvejas un akvakultūras produktu tirgu kopīgo organizāciju un ar ko groza Padomes Regulas (EK) Nr. 1184/2006 un (EK) Nr. 1224/2009 un atceļ Padomes Regulu (EK) Nr. 104/2000 (OV L 354, 28.12.2013., 1.–21. lpp.).

² http://ec.europa.eu/dgs/maritimeaffairs_fisheries/consultations/eco-label/index_en.htm.

³ Piemēram, Meža uzraudzības padome (FSC) vai Meža sertifikācijas sistēmu novērtēšanas programma (PEFC).

⁴ Piemēram, taisnīgas tirdzniecības shēma vai shēma "Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)".

minētajās nozarēs. Patērētājiem brīvprātīgi sniedzamajai informācijai piemēro vispārējo principu, ka norādēm jābūt skaidrām un pārbaudāmām.

Saskaņā ar definīciju, ko noteikusi Apvienoto Nāciju Organizācijas Pārtikas un lauksaimniecības organizācija (FAO), ekomarķējums dod tiesības produkta apzīmēšanai izmantot logotipu vai izteikumu, kas apliecina ražošanas atbilstību saglabāšanas un ilgtspējas standartiem. Lai iegūtu pārlicību par to, ka ražošanas process atbilst noteiktajām prasībām, sertifikāciju veic trešā persona. Lai garantētu to, ka tirgū laistie ekomarķētie produkti nāk no sertificētiem avotiem, tiek ieviesti pasākumi, ar kuriem nodrošina kā produktu, tā arī to sertifikācijas izsekojamību.

Zvejniecības nozarē ekomarķējumu sāka izmantot 20. gs. 90. gados. Bioloģiskā akvakultūra ES tiek reglamentēta⁵ kopš 2010. gada, bet ilgtspējīgas akvakultūras sertifikācija parādījās šā gadsimta sākumā un nu strauji attīstās. Ekomarķējums, ko izmanto abās minētajās jomās, atšķiras un attiecas uz dažādiem ilgtspējas aspektiem. Zvejniecībā galvenā uzmanība tiek pievērsta krājumu saglabāšanai, turpretī akvakultūrā par svarīgāko aspektu tiek uzskatīta nelabvēlīga ārējā ietekme, ko varētu radīt ražošana, piemēram, dabisko ekosistēmu traucējumi vai ūdens piesārņojums.

Vairums zvejas un akvakultūras produktu ekomarķējumu ir privāti starptautiski marķējumi, un nav praktiski neviena publiska marķējuma, kas atbilstu standartā ISO14024 ietvertajām prasībām I tipa vides marķējumam, kuras Starptautiskā Standartizācijas organizācija (ISO) noteikusi vides marķējumiem un deklarācijām. 2014. gadā ISO sāka izstrādāt arī standartu par minimālajām prasībām, kas piemērojamas ilgtspējīgās jūras zvejniecībās iegūtu produktu sertifikācijā, un to plānots publicēt 2017.–2018. gadā.

Nesen ekomarķējuma vajadzībām tika ieviesta pilnīgāka ilgtspējas definīcija, kurā ietverti arī ekonomiskie un sociālie aspekti.

Ekomarķējums darbojas apstākļos, kad līdz patērētājiem nonāk daudzējādi vēstījumi par zvejas un akvakultūras produktu ilgtspēju; tie iekļauti gan informācijas materiālos, gan NVO kampaņās un brīvprātīgos rīcības kodeksos. Lielais daudzums informācijas par ilgtspēju ir radījis pretrunas un zināmu neskaidrību. Šāda problēma ir aktuāla arī citos tirgos. Lielās marķējumu un ekoloģiskuma norāžu gūzmas dēļ ES patērētājiem nereti ir grūti noteikt atšķirību starp produktiem un uzticēties pieejamajai informācijai. Turklāt norādes par produktu ekoloģiskumu ne vienmēr atbilst juridiskajām prasībām par ticamību, pareizību un skaidrību⁶.

3. ES UN STARPTAUTISKA LĪMEŅA RĪCĪBA SAISTĪBĀ AR BRĪVPRĀTĪGĀM NORĀDĒM

Pēdējo desmit gadu laikā Eiropas Savienība ir uzsākusi vairākas iniciatīvas ar mērķi veicināt brīvprātīgo norāžu skaidrību un ticamību, izstrādāt instrumentus, kas dod

⁵ Komisijas Regula (EK) Nr. 710/2009, ar kuru groza Regulu (EK) Nr. 889/2008, ar ko paredz sīki izstrādātus noteikumus, lai īstenotu Padomes Regulu (EK) Nr. 834/2007, attiecībā uz sīki izstrādātiem noteikumiem par akvakultūras dzīvnieku un jūras alģu bioloģisko ražošanu (OV L 204, 6.8.2009., 15.–33. lpp.).

⁶ Patērētāju tirgus pētījums par norādēm par nepārtikas produktu ekoloģiskumu: http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/environmental_claims/index_en.htm.

patērētājiem iespēju izdarīt apzinātu izvēli, un nodrošināt patērētājiem augsta līmeņa aizsardzību, vienlaikus veicinot patērētāju intereses saskaņā ar LESD 169. pantu.

ES tiesību aktu jomā ir pieņemti noteikumi, kas attiecas uz norāžu saturu un sertifikāciju, ko veic trešās personas. Ir pārskatīti noteikumi par patērētājiem paredzētu informāciju, ko norāda par zvejas un akvakultūras produktiem, un nu tie ļauj brīvprātīgi sniegt vides informāciju, ja tā ir skaidra, nepārprotama un pārbaudāma⁷. Līdztekus ir noteiktas akreditācijas prasības sertifikācijas jomā. Tās ietver nosacījumu, ka sertifikācijas iestāžu publisko kontroli nodrošina viena valsts akreditācijas struktūra⁸.

Ir izstrādātas arī nelegislatīvas iniciatīvas ar mērķi sniegt vadlīnijas par brīvprātīgām norādēm. 2009. gadā tika darīta zināma ES pieeja ilgtspējas nodrošināšanas sistēmām un taisnīgas tirdzniecības sertifikācijai⁹. Paziņojumā bija uzsvērts tas, ka tiek saglabāts šo sistēmu brīvprātīgais un nevalstiskais raksturs, un tas, cik svarīga ir pārredzama un piemērota informācija. Šī nelegislatīvā pieeja tika nostiprināta ar Paziņojumu par lauksaimniecības produktu kvalitātes politiku¹⁰. Turklāt darbs, kas paveikts dažādu ieinteresēto personu dialogā par ekoloģiskuma norādēm, tiks izmantots Komisijas vadlīnijās, kas palīdzēs īstenot Negodīgas komercprakses direktīvu¹¹ šajā jomā. Vienlaikus tiek rosināts izstrādāt aprites cikla ekoloģisko raksturlielumu novērtēšanas metodes¹², un ir pieņemtas labākās prakses pamatnostādnes lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu brīvprātīgās sertifikācijas shēmām¹³. Turpinās arī Eiropas Komisijas, dalībvalstu, uzņēmumu un citu ieinteresēto personu dialogs par korporatīvo sociālo atbildību¹⁴.

Turklāt pēc Eiropas Parlamenta pieprasījuma Komisija 2016. gadā sāks izmēģinājuma projektu, kurā tiks novērtētas brīvprātīgas norādes par zvejas un

⁷ TKO regulas 39. panta 1. punkts un 39. panta 4. punkts.

⁸ Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 9. jūlija Regula (EK) Nr. 765/2008, ar ko nosaka akreditācijas un tirgus uzraudzības prasības attiecībā uz produktu tirdzniecību un atceļ Regulu (EEK) Nr. 339/93 (OV L 218, 13.8.2008., 30.–47. lpp.).

⁹ Komisijas paziņojums “Ilgtspējīgas attīstības veicināšana: godīgās tirdzniecības un nevalstisku ar tirdzniecību saistītu ilgtspējas nodrošināšanas sistēmu nozīme” (COM(2009) 215, 5.5.2009.).

¹⁰ Komisijas paziņojums par lauksaimniecības produktu kvalitātes politiku (COM(2009) 234, 28.5.2009.).

¹¹ Eiropas Parlamenta un Padomes 2005. gada 11. maija Direktīva 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem un ar ko groza Padomes Direktīvu 84/450/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 97/7/EK, 98/27/EK un 2002/65/EK un Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (EK) Nr. 2006/2004 (“Negodīgas komercprakses direktīva”) (Dokuments attiecas uz EEZ) (OV L 149, 11.6.2005., 22.–39. lpp.).

¹² Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam un Padomei “Ekoloģisko produktu vienotā tirgus izveide: kvalitatīvāka informācija par produktu un organizāciju ekoloģiskajiem raksturlielumiem” (COM/2013/0196).

Viens no uzsāktajiem 26 produktu vides pēdas nospieduma izmēģinājuma projektiem attiecas uz zvejas un akvakultūras produktiem.

¹³ Komisijas paziņojums “ES labākās prakses pamatnostādnes ar lauksaimniecības produktiem un pārtikas produktiem saistītām brīvprātīgās sertifikācijas shēmām” (COM 2010/C, 341/04).

¹⁴ Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu komitejai “Atjaunota ES stratēģija 2011.–2014. gadam attiecībā uz korporatīvo sociālo atbildību” (COM/2011/0681).

akvakultūras produktiem. Projektā tiks pētīts, cik lielā mērā šādas norādes tiek izmantotas zvejas un akvakultūras produktu apzīmēšanā un ciktāl tās atbilst attiecīgajām prasībām.

Nesen pieņemtajā ES Rīcības plānā par aprites ekonomiku¹⁵ atkārtoti uzsvērts, ka ir ļoti svarīgi dot iespēju patērētājiem izdarīt apzinātu izvēli. Saskaņā ar šo iniciatīvu tiek pārskatīts brīvprātīgais ES ekomarķējums¹⁶.

Apvienoto Nāciju Organizācijas Pārtikas un lauksaimniecības organizācija (FAO) ir pieņēmusi starptautiski atzītas pamatnostādnes attiecībā uz zvejniecības un akvakultūras ekomarķējumu¹⁷, kuru izstrādē ES intensīvi iesaistījās.

4. EKOMARĶĒTU ZVEJAS UN AKVAKULTŪRAS PRODUKTU TIRGUS

Patlaban ES ir lielākais ekomarķētu zvejas un akvakultūras produktu tirgus. Tomēr ekomarķētu produktu ienākšana dažādu dalībvalstu tirgū norisinās ļoti atšķirīgi un ir saistīta galvenokārt ar saldētiem vai apstrādātiem produktiem. Lielākie jūras produktu patērētāji (patēriņš uz vienu iedzīvotāju) nebūt nav galvenie ekomarķētu produktu pircēji. Tādās valstīs kā Francija, Itālija, Portugāle un Spānija, kurās patērētāji pārsvarā iegādājas svaigus produktus, ekomarķējumam un sertifikācijai ir maznozīmīga loma¹⁸. No otras puses, dažās dalībvalstīs, piemēram, Vācijā un Apvienotajā Karalistē, ekomarķēti produkti ir sekmīgi iekarojuši pienācīgu vietu tirgū¹⁹.

Salīdzinājumā ar citiem patērētāju informēšanas līdzekļiem ekomarķējumu skaits joprojām ir salīdzinoši neliels, un tikai dažu shēmu tirgus daļa pieaug.

Nozīmīgāko privāto ekomarķējumu patlaban piešķir Jūras uzraudzības padome (MSC), kas ir paziņojusi, ka 2014. gadā sertificējusi 8,8 miljonus tonnu savvaļā nozvejotu zivju (t. i., 10 % no pasaules izkrāvējiem), *Friend of the Sea (FoS)*, par kuru pieejamie FAO dati liecina, ka 2011. gadā saskaņā ar šo shēmu sertificēti aptuveni 10 miljoni tonnu produktu, *GLOBALG.A.P. Aquaculture Standards*, par kuru pieejamie dati liecina, ka 2013. gadā saskaņā ar šo shēmu sertificēti vairāk nekā 2 miljoni tonnu produktu, un Akvakultūras uzraudzības padome (*Aquaculture Stewardship Council, ASC*), kas ir paziņojusi, ka 2014. gadā sertificējusi vairāk nekā 400 000 tonnu produktu. Nesen ražotāji no ES dalībvalstīm ir sākuši sertificēt

¹⁵ Komisijas paziņojums Eiropas Parlamentam, Padomei, Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejai un Reģionu komitejai “Noslēgt aprites loku – ES rīcības plāns pārejai uz aprites ekonomiku” (COM/2015/0614).

¹⁶ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr. 66/2002 par ES ekomarķējumu (OV L 27, 30.1.2010., 1.–19. lpp.).

¹⁷ FAO *Guidelines for the Eco labelling of Fish and Fishery Products from Marine Capture Fisheries. Revision 1. (2009)*, *Guidelines for the Eco labelling of Fish and Fishery Products from Inland Capture Fisheries (2011)*, *Technical guidelines on aquaculture certification (2011)*. FAO ir apspriedusi arī projektu pamatsistēmai, kā novērtējamās ekomarķējuma shēmas iekšzemes un jūras zvejniecībās.

¹⁸ Jūras uzraudzības padomes (*Marine Stewardship Council, MSC*) deklarētā tirgus daļa ir mazāka par 1 %.

¹⁹ MSC deklarētā tirgus daļa Austrijā, Beļģijā, Dānijā, Vācijā, Zviedrijā, Nīderlandē un Apvienotajā Karalistē ir lielāka par 35 %.

savus produktus, galvenokārt zvejas produktus, un tas liecina par jaunu tendenci tirgū, jo līdz šim lielākā daļa ES pārdoto ekomarkēto produktu bija importēti.

Iepriekš minētās shēmas ir specializējušās konkrētu sugu grupu sertifikācijā. *MSC* darbojas galvenokārt balto zivju (sertificē 45 % no pasaules balto zivju nozvejām) un mazo pelaģisko zivju sertifikācijā, *FoS* pamatā pievēršas zvejniecībām, kuras apgādā zivju miltu ražotājus, taču sertifikē arī tunzivis, garneles, ēdamgliemenes un lašus. Akvakultūras jomā *GLOBALG.A.P* sertifikē galvenokārt pangasijas, tilapijas, lašus un garneles, un *ASC* ir sākusī sertifikēt tās pašas sugas, kā arī gliemenes un foreles. Dažas pazīmes liecina, ka šīs shēmas ir sākušas sadarboties kopīgu kritēriju un savstarpējas atzīšanas jomā.

Pēdējo gadu laikā dažās valstīs ir ieviests publisks zvejas un akvakultūras produktu ekomarkējums. Tomēr līdz šim nav izveidojusies neviena liela publiskā shēma, kas būtu kļuvusi par alternatīvu privātajai sertifikācijai. No ES dalībvalstīm Francija 2014. gada beigās izveidoja zvejas un akvakultūras produktu publisku ekomarkējumu, tomēr spriest par tā potenciālo tirgu vēl ir pārāgri.

5. GALVENIE JAUTĀJUMI, KAS SAISTĪTI AR EKOMARKĒJUMU

Analīzes un apspriešanās gaitā ir izkristalizējušies trīs galvenie jautājumi, kas saistīti ar pašreizējo zvejas un akvakultūras produktu ekomarkējumu, proti, a) norādes ticamība, b) neskaidrība, ko rada daudzējādie vēstījumi, un c) ienākšana tirgū, tostarp ar to saistītās izmaksas.

- (a) Ticamības jautājums ir saistīts ar izteiktā apgalvojuma patiesumu. Ekomarkējuma shēmas ir vislabāk strukturētais veids, kādā patērētājiem tiek sniegta informācija par vides aspektiem. Ticamība pamatojas uz shēmas struktūru, tās standartiem un sertifikācijas procesa pārredzamību.

Ticamības nodrošināšana ir īpaši svarīga mazumtirgotājiem, jo tā ir būtisks zīmola tēla elements. Attiecīgi norādes ticamība ietekmē uzticēšanos mazumtirgotājam. Interesanti ir tas, ka liela daļa sertificēto produktu tiek pārdoti bez logotipa, tātad sertifikācija galvenokārt noder uzņēmumu savstarpējām attiecībām, nevis patērētāju informēšanai.

- (b) Neskaidrība bieži vien ir saistīta ar šķietami pārmērīgu ekomarkējuma izplatīšanos un tendenci nenošķirt ekomarkējumu no citām iniciatīvām, kuru mērķis ir informēt uzņēmumus un patērētājus, piemēram, informatīviem materiāliem vai NVO kampaņām.

Otrs neskaidrības avots var būt ekomarkējumu satura un tvēruma atšķirības. Šis iespējamā apjukuma cēlonis caurvij visu piegādes ķēdi. Ražotāji var nezināt, kuru ekomarkējumu izvēlēties savu produktu sertificēšanai, jo tas ir atkarīgs no mazumtirgotāju lēmumiem un katra tirgus specifiskajām iezīmēm. Turpretī mazumtirgotājiem jāizvēlas ekomarkējums, kas nāk par labu viņu tēlam. Visbeidzot, patērētāji var arī nezināt, ko nozīmē katrs ekomarkējums.

Grūtības izlemēt, kuram vides aspektam pievēršama īpaša uzmanība un kādā veidā izplatāms vēstījums, var likt nosliekties par labu vairākkārtējai sertifikācijai un dažādiem vēstījumiem. Šādas rīcības mīnuss ir neskaidrība, un galu galā tā var novest pie papildu izmaksām operatoriem un neuzticēšanās norādēm.

- (c) Trešais jautājums ir saistīts ar ienākšanu tirgū un tās izmaksām, kas rodas operatoriem. Sertificēšanai saskaņā ar ekomarķējuma shēmām ir vajadzīgas revīzijas, inspekcijas un novērtējumi. Klāt var nākt arī citas izmaksas, piemēram, par ekomarķējuma logotipa izmantošanu. Turklāt procesa radītās izmaksas un administratīvais slogs ne vienmēr atspoguļojas ražotāja pārdošanas cenās. Ar sertifikāciju saistītās izmaksas īpašas raizes sagādā mazapjoma ražotājiem. Dažas shēmas ir atvēlējušas pašu resursus iesaistošu programmu izveidei, un NVO aktīvi atbalsta mazapjoma ražotājus sertifikācijas procesā.

Turklāt bez sertifikācijas nevar iztikt ražotāji un tirgotāji, kas vēlas pārdot produktus konkrētos tirgos, kuros citādi nevarētu iekļūt vai produktu vērtība būtu zemāka.

Vienlaikus sertifikācija ļauj ražotājiem izcelt savus produktus un piekļūt jauniem tirgiem.

6. PASĀKUMI, KO VARĒTU VEIKT PUBLISKĀS IESTĀDES

Pēdējo desmit gadu laikā ES un starptautiskā līmenī ir izstrādātas iniciatīvas ar mērķi pievērsties ekoloģiskuma norādēm. Kā izklāstīts 3. punktā, tās ietver arī vairāku leģislatīvu un neleģislatīvu aktu pieņemšanu ES.

Priekšizpētes vajadzībām ir izskatīti trīs ES rīcības varianti: pieejamo instrumentu lietpratīga izmantošana, minimālo prasību izstrāde un iespējama piemērošana un Savienības mēroga ekomarķējuma izveide.

6.1. 1. variants. Izmaiņu nav – pašreizējie tiesību akti paliek spēkā, pieejamie instrumenti tiek lietpratīgi izmantoti

Viena iespēja, kā ES varētu rīkoties zvejas un akvakultūras produktu ekomarķējuma jomā, ir pastiprināt spēkā esošo noteikumu izpildes kontroli un vēl aktīvāk veicināt tādu pieejamo instrumentu izmantošanu kā Eiropas Jūrlietu un zivsaimniecības fonda (EJZF) regulas 68. pantā paredzētie tirdzniecības pasākumi. Ticamības vairošanai lieti varētu noderēt brīvprātīgo norāžu novērtēšana un kontrole. Operatori un patērētāji katrā ziņā būtu ieguvēji.

Neskaidrība, kuras iemesls ir daudzējādie vēstījumi, praktiski netiktu novērsta: kaut arī būtu iespējams pārbaudīt produkta marķējumā iekļauto norāžu saturu, cita veida informācija, kas neietilpst šajā kategorijā, kontrolēta netiktu.

Par operatoru izmaksām jāteic, ka pieejamā finansējuma lietpratīga izmantošana ļautu ražotājiem piekļūt jauniem tirgiem un vienlaikus samazināt izmaksas, kas tiem jāsedz par sertifikāciju. Konkrēti, atbalsts sertifikācijai ES ražotājiem ir pieejams no EJZF un ražotājiem jaunattīstības valstīs – no attīstības programmām.

Varētu apsvērt iespēju iekļaut zvejas un akvakultūras produktus pašreizējā ES ekomarķējuma darbības jomā, jo pārtikas produkti tajā jau ir iekļauti. Kā liecina pašreizējā pieredze kritēriju izstrādē, jaunu kritēriju izveides process ilgtu vismaz 3 gadus un prasītu līdzekļu ieguldījumus. Jāatgādina, ka

bioloģiskā akvakultūra tiek reglamentēta un ka 2011. gadā veikta analīze nesniedza pārliecinošas atbildes uz jautājumu, cik reāli ir noteikt ES ekomarķējuma kritērijus, kas aptvertu pārtikas produktu ekoloģiskos raksturlielumus, un kāda būtu to pievienotā vērtība²⁰.

Ja tiktu izmantoti spēkā esošie ES tiesību akti un instrumenti, pievienotās vērtības, subsidiaritātes un proporcionālītātes kritēriji būtu izpildīti. No otras puses, kontroles pasākumiem, kuros pārbaudītu brīvprātīgo norāžu atbilstību spēkā esošajiem tiesību aktiem, varētu būt vajadzīgi papildu finanšu līdzekļi.

6.2. 2. variants. Minimālās prasības, ko nosaka ES

Šajā variantā tiek apsvērta ES iespēja noteikt minimālās prasības, kas piemērojamas norādēm uz zvejas un akvakultūras produktu ilgtspēju. Šis variants nodrošinātu saskaņotu sistēmu šādu norāžu satura salīdzināšanai.

Pasākumi šajā jomā faktiski novērstu iespējamo neskaidrību, kas saistīta ar ekoloģiskuma norādēm, un tādā veidā mazinātu patērētāju skepsi. Atrisinātos arī ticamības problēma, jo sertifikācijas procesu pamatā būtu pienācīgas prasības. Tomēr līdz galam neatbildēts paliktu jautājums par izmaksām, kas ražotājam jāsedz saistībā ar sertifikāciju.

Īstenojot šo variantu, tiktu noteikti ilgtspējas standarti, kuros būtu ņemtas vērā *FAO* pamatnostādnes šajā jomā un indikatori, kas jau iestrādāti kopējā zivsaimniecības politikā (KZP). ES līmenī būtu jāizstrādā divi standarti – viens zvejniecībai un viens akvakultūrai, jo abām ražošanas metodēm piemīt būtiskas atšķirības.

Šā varianta īstenošanas gaitā būtu vajadzīga plaša sagatavošanās un apspriešanās, arī periodiska standartu pārskatīšana un jaunu ES legislatīvo aktu pieņemšana.

Otra iespēja būtu pievērsties minimālajām prasībām, kas piemērojamas sertifikācijas procesam. Šādai pieejai jau ir veltīti ES un starptautiska līmeņa pasākumi. Spēkā esošie tiesību akti nodrošina izšķirīgo sertifikācijas procesa posmu kontroli. Jau ir pieejami sīki izstrādāti ieteikumi, kas attiecas uz shēmas izstrādi, prasībām un attiecīgajām norādēm. Sertifikācijas paraugprakses piemēri atrodami arī Starptautiskās Sociālās un vides akreditācijas un marķējuma alianses (*ISAE*) Labas prakses kodeksā un *FAO* pamatnostādnēs, un tie tiks ņemti vērā uzsāktajā *ISO* darbā.

Vēl viena alternatīva būtu Komisijas izstrādāti ieteikumi un paraugprakse. Šādā nelegislatīvā iniciatīvā varētu ietvert atsauces uz starptautiskiem zvejas un akvakultūras produktu ekomarķējumiem un uz līdzīgu pieeju ekoloģiskuma norādēm, kuras tiek izmantotas pārtikas un nepārtikas produktu jomā. Tādējādi varētu uzlabot pārredzamību un veicināt piegādes ķēdē iesaistīto operatoru un publisko iestāžu kopīgu izpratni par ekomarķējuma shēmām. Šim variantam būtu vajadzīga līdzīga apspriešanās un sagatavošanās kā iepriekšējiem apakšvariantiem, taču tiesību akti nebūtu jāpieņem.

²⁰ http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/EUEB_position_on_food_final.pdf.

6.3. 3. variants. Savienības mēroga ekomarkējuma shēmas izveide

Ja Savienības mērogā tiktu izveidota patstāvīga brīvprātīga zvejas un akvakultūras produktu ekomarkējuma shēma, būtu jānosaka arī attiecīgās prasības. Papildus būtu jāizstrādā pārskatīšanas, sertifikācijas, marķēšanas un strīdu izšķiršanas procedūras un jaunās shēmas popularizēšanas pasākumi. Darbības jomai būtu jāaptver gan zvejniecība, gan akvakultūra, kā arī visi ES pārdotie produkti neatkarīgi no to izcelsmes. Zivsaimniecības nozarē tas ir īpaši būtiski, jo ES importē 65 % no patērētajām zivīm un būtisku piegādes daļu nodrošina jaunattīstības valstis.

Pasākumi šajā jomā varētu labvēlīgi ietekmēt ekomarkējuma ticamību, jo ar publisku shēmu var sasniegt augstākus standartus un labāku sertifikācijas izpildījumu. Publiska ekomarkējuma klātesība tirgū varētu mazināt arī neskaidrību, kas saistīta ar ekoloģiskuma norāžu saturu. Tomēr nav zināms, vai šāds ekomarkējums ietekmēs cita veida vides informāciju, ko saņem patērētāji, un nav skaidrs, vai tas iedarbosies tirgū, kurā jau pastāv vairāki atzīti marķējumi. Attiecībā uz sertifikācijas izmaksām, kas jāsedz operatoriem, jānorāda, ka zināmā mērā varētu ietaupīties līdzekļi par logotipa izmantošanu, jo tas būtu publisks logotips. Tomēr ar produktu sertifikāciju saistītās izmaksas būtiski nemainītos.

Savienības mēroga shēma neapturētu citu ekomarkējumu izplatīšanos un līdz ar vēl viena marķējuma ienākšanu tirgū sarežģītība varētu vēl pieaugt. Šāds ekomarkējums jo īpaši varētu izrādīties par bioloģiskās ražošanas logotipa sāncensi. No otras puses, īpašs publisks zvejas un akvakultūras produktu ekomarkējums paplašinātu izvēles iespējas, kas patlaban pieejamas ražotājiem un mazumtirgotājiem, un mazinātu risku, ka iedibināts privāts ekomarkējums kļūst pārlietu dominējošs.

Ja tiktu īstenots šis variants, nāktos pieņemt jaunu tiesību aktu, kā arī atvēlēt līdzekļus shēmas pārvaldībai. Īpaši zvejas un akvakultūras produktiem paredzēta Savienības mēroga ekomarkējuma izstrādes, ieviešanas un popularizēšanas izmaksas līdzinās bioloģiskās ražošanas sertifikācijas un ES ekomarkējuma izveides izmaksām, un salīdzinājumā ar citiem šajā ziņojumā aprakstītajiem variantiem tās ir ievērojamas.

7. SECINĀJUMI

Zvejas un akvakultūras produktu ekomarkējuma nozīme pēdējo desmit gadu laikā ir augusi. Lai gan ekomarkētu produktu apjoms šobrīd ir ievērojams, to veido tikai daži produkti dažos ES tirgos. Tajā pašā laikā ES ir pieņēmusi vairākas regulas un uzsākusi iniciatīvas ar mērķi veicināt patērētāju aizsardzību un reglamentēt vides informācijas sniegšanu. Aplūkots pasaules līmenī, zvejas un akvakultūras produktu ekomarkējums neuzrāda būtiskas atšķirības salīdzinājumā ar citām nozarēm.

Mūsdienās ekomarkējums zvejniecības un akvakultūras nozarē kalpo vairākiem mērķiem: tas dod mazumtirgotājiem apliecinājumu par viņu pārdoto produktu ilgtspēju. Savukārt mazumtirgotāji šo apliecinājumu izmanto, lai patērētāju informēšanas kampaņās uzsvērtu ilgtspējas aspektus un aizsargātu savu zīmolu. Turklāt ekomarkējums informē patērētājus par to, cik ilgtspējīgs ir konkrētais

produkts. Tas arī ļauj tirgū noteikt atšķirības starp produktiem un var atvieglot patērētāju izvēli.

Patērētāji tiek uzskatīti par ļoti nozīmīgu faktoru, un nereti tiek pieņemts, ka viņi pieprasa ekomarķētus produktus. Tomēr izšķirošā saikne ir saikne starp piegādātāju un mazumtirgotāju. Ekomarķējums varētu palīdzēt apturēt mazumtirgotāju līmenī veiktas sertifikācijas vai pašdeklarāciju pārmērīgu izplatīšanos.

Ziņojumā ir īpaši izcelti vairāki jautājumi, kas saistīti ar ekomarķējumu. Pirmkārt, norāžu ticamība izriet no stabila sertifikācijas procesa. Otrkārt, neskaidrība ir saistīta ar šķietami pārmērīgu ekomarķējuma izplatīšanos un ar citu komunikācijas līdzekļu paralēlu izmantošanu, kā arī ar ekomarķējumu satura un tvēruma atšķirībām. Visbeidzot, sertifikācija varētu ražotājiem radīt ievērojamas izmaksas, taču ekomarķētu produktu pārdošana varētu pavērt jaunus tirgus.

Šajā ziņojumā ir analizēti **trīs varianti, kā varētu rīkoties publiskās iestādes**, un to rezultāti atšķiras ES pievienotās vērtības, izmaksu, subsidiaritātes un proporcionalitātes ziņā.

Pirmais variants – tiesību akti paliek spēkā bez izmaiņām un pieejamie instrumenti tiek lietpratīgi izmantoti – faktiski uzlabotu norāžu ticamību, taču nenovērstu pašreizējo neskaidrību, ko rada daudzējādie vēstījumi, jo patērētājiem paredzētā informācija, kas neietilpst spēkā esošo ES regulu darbības jomā, kontrolēta netiktu. Attiecībā uz izmaksām jāteic, ka publisko līdzekļu izmantošana palīdzētu samazināt sertifikācijas izmaksas ražotājiem.

Šis variants atbilst pievienotās vērtības, subsidiaritātes un proporcionalitātes kritērijiem, jo tā pamatā ir jau pieņemti tiesību akti. No otras puses, varētu būt vajadzīgs papildu finansējums, lai stiprinātu pārtikas produktu marķējumā brīvprātīgi sniedzamās informācijas kontroli.

Otrais variants – minimālās prasības attiecībā uz ilgtspēju un sertifikācijas procesu – iedarbotos tādos aspektos kā iespējamā neskaidrība un norāžu ticamība. Tas ietvertu plašu sagatavošanās darbu un jaunu tiesību aktu vai ieteikumu pieņemšanu ES līmenī. Līdzīgus mērķus varētu sasniegt arī atbalstot starptautiskus standartus, kas patlaban ir izstrādes procesā.

Trešais variants – patstāvīga zvejas un akvakultūras produktu ekomarķējuma shēma, kas izveidota Savienības mērogā, – varētu sasniegt labvēlīgus rezultātus ekomarķējuma ticamības ziņā, jo tiktu radīti nepieciešamie stimuli un iedarbīga publiskā kontrole. Šis variants varētu novērst arī neskaidrību, kas saistīta ar ekoloģiskuma norāžu saturu, taču nav zināms, vai tas jēlkādā veidā ietekmētu cita veida vides informāciju, ko saņem patērētāji. Attiecībā uz sertifikācijas izmaksām jānorāda, ka ietaupījumi būtu visai nelieli.

Lai izveidotu Savienības mēroga shēmu, būtu jāpieņem jauni tiesību akti. Ņemot vērā to, ka ekomarķētu produktu ienākšana tirgū dažādās dalībvalstīs noris atšķirīgi un valstu shēmu ieviešana ir tikai sākumposmā, ES līmeņa pasākumus varētu apstiprināt no subsidiaritātes viedokļa. Tā kā nav iespējams atklāt acīmredzamas tirgus nepilnības, varētu rasties arī jautājumi par ES rīcības pievienoto vērtību un šīs izvēles samērīgumu. Šā variantā izmaksas salīdzinājumā ar abiem pārējiem variantiem ir ievērojamas.

Paredzams, ka KZP īstenošanas rezultātā ilgtspēja tiks sasniegta, vēlākais, 2020. gadā, tātad daļēji mazināsies vajadzība pēc publiska marķējuma, kas kalpotu par ilgtspējas virzītājspēku. Turklāt ES divējāda uzdevums – uzlabot vides ilgtspēju, īstenojot KZP, un noteikt ilgtspējas novērtēšanas kritērijus – var radīt jautājumus par konsekvenci.