



EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION

Bryssel den 22.12.2006
KOM(2006) 865 slutlig

**MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN
TILL EUROPAPARLAMENTET OCH RÅDET**

**BUDGETPLAN FÖR BYRÅN FÖR HARMONISERING INOM DEN INRE
MARKNADEN (VARUMÄRKEN OCH FORMGIVNING)**

**MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN
TILL EUROPAPARLAMENTET OCH RÅDET**

**BUDGETPLAN FÖR BYRÅN FÖR HARMONISERING INOM DEN INRE
MARKNADEN (VARUMÄRKEN OCH FORMGIVNING)**

1. INLEDNING

Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken och formgivning)¹ ansvarar för registrering av gemenskapens varumärken och formgivning. Harmoniseringsbyråns verksamhet inleddes 1996. Sedan dess har över 200 000 företag från hela världen vänt sig till byrån, med säte i Alicante, för att få EU-skydd för sina varumärken och sin formgivning.

Detta meddelande handlar om den långsiktiga förvaltningen av harmoniseringsbyråns ekonomi. Detta självfinansierande EU-kontors budget är oberoende av gemenskapens budget och skall uppfylla kravet att dess intäkter och utgifter skall vara i balans. Harmoniseringsbyråns budget finansieras främst av de avgifter som företag måste betala för dess tjänster. Avgifterna fastställs av kommissionen genom tillämpningsförfordningar.

Av olika anledningar bygger harmoniseringsbyrån upp betydande kassareserver. Orsaken är bland annat ett ständigt ökande antal ansökningar för varumärken och formgivning, byråns ökade produktivitet och effektivitet samt växande e-affärer. Trots avgiftssänkningar nyligen väntas kassareserverna öka ytterligare under kommande år. Vid 2005 års utgång uppgick de samlade kassareserverna till drygt 130 miljoner euro och skulle kunna uppgå till 375 miljoner euro i slutet av 2010.

På lång sikt kan det inte accepteras att betydande överskott varje år strukturellt ökar de samlade kassareserverna. Kommissionen bör vidta åtgärder, om intäkterna ständigt överskrider de ekonomiska medel som krävs för att fullfölja harmoniseringsbyråns uppgifter och reserverna därmed blir oproportionerligt stora. Detta meddelande innehåller ett konkret förslag för att säkerställa en rimlig budgetbalans i framtiden, oberoende av de ekonomiska omständigheterna. En regelbunden och automatisk översyn av avgifterna bör göras, både vid budgetöverskott och i situationer med budgetunderskott.

Kommissionen anser det nu vara lämpligt att överväga en strukturell lösning på harmoniseringsbyråns ekonomiska förvaltning. Harmoniseringsbyrån har varit verksam i mer än tio år och har under den tiden framgångsrikt hanterat större händelser som införandet av elektronisk inlämning, utvidgningen med tio nya medlemsstater 2004 och den första omgången med förnyande av varumärken 2005. Det är nu rätt ögonblick att stabilisera budgetpraxis.

¹ Nedan kallat "harmoniseringsbyrån" eller bara "byrån"

2. HARMONISERINGSBYRÅNS RESULTAT

Harmoniseringsbyrån inrättades genom gemenskapens förordning om gemenskapsvarumärken från 1994. Ett gemenskapsvarumärke innebär att ägaren får en industriell äganderätt som gäller inom hela EU. Sedan byrån började handlägga varumärkesansökningar 1996 har över 330 000 varumärken registrerats. År 2002 antog rådet gemenskapens formgivningförordning, varigenom ett system inrättades för (registrerad och oregistrerad) gemenskapsformgivning i hela EU. Registreringen av gemenskapsformgivning började 2003 och i dag har över 180 000 formgivningar framgångsrikt handlagts.

Dessa siffror överstiger till och med de mest optimistiska förutsägelserna i samband med att rådet antog motsvarande förordningar. De demonstrerar hur viktig företagen anser immateriell äganderätt vara, med dess skydd inom hela Europeiska unionen. Samtidigt visar de hur framgångsrikt byrån har förvaltat systemet. Sådana enhetliga äganderätter är en pelare i en större EU-strategi för immateriell äganderätt, som är central för EU:s Lissabonstrategi för tillväxt och sysselsättning.

Varumärken och formgivning är viktiga marknadsföringsverktyg för moderna företag på den internationella marknaden. Företag i hela unionen och utanför denna kan nu utgå från att det finns en effektiv organisation, som när det behövs effektivt skyddar några av deras värdefullaste tillgångar. I en värld med allt mer krävande konsumenter, kan byggande av varumärken och formgivning hjälpa olika stora företag med förnyelse och inbrytningar på nya marknader.

Den oväntade framgången och den ständigt ökande efterfrågan på byråns tjänster har skapat betydande problem för harmoniseringsbyråns system. Ändå har den på senare år kunnat förbättra sitt resultat väsentligt. Harmoniseringsbyrån har ambitiösa mål för sina tjänster och strävar efter att insatserna skall ha hög kvalitet. Den har infört ett program för ökad produktivitet och förbättrad effektivitet, med förenklade förfaranden, rationalisering av arbetsmetoder, minskad byråkrati, stark ekonomisk förvaltning, och införande av de mest avancerade datatekniska verktygen och resurserna.

En viktig trend i inlämningsprocessen var införandet av e-affärer 2002. Användarna kan nu få betydande avgiftsrabatter om ansökningar och förnyanden görs elektroniskt, i och med att dessa avgifter sänktes vid 2005 års utgång. E-affärer ger användarna ekonomiska fördelar och möjliggör kvalitetsförbättringar som en tillförlitligare datafångst, som i slutändan också gynnar användarna. E-affärernas ökade betydelse för byrån måste välkomnas.

Den 1 oktober 2004 anslöt EG sig till Madridprotokollet om den internationella registreringen av varumärken. Madridprotokollet erbjuder företagen ett enkelt ansökningsförfarande för varumärkesrättigheter i 67 länder utanför Europeiska gemenskapen, genom att en enda internationell ansökan kan lämnas till byrån. Gemenskapen förbereder för närvarande en anslutning till Genèveakten som innebär ett liknande förfarande för internationell registrering av formgivning.

År 2005 intensifierades samarbetet mellan harmoniseringsbyrån och medlemsstaternas nationella kontor. Harmoniseringsbyrån beslöt att avsätta mer resurser för finansiering av partnerskap och samarbetsprojekt med nationella kontor. Byrån kompenserar dem för deras bidrag och tjänster till verksamheten i samband med gemenskapens varumärkessystem. Partnerskapet väntas gynna användarna av både gemenskapens system och de nationella systemen för varumärken och formgivning.

Dessa användare har en positiv uppfattning om harmoniseringsbyråns resultat i allmänhet. Intressenternas uppskattning bekräftades i en stor användarenkät som genomfördes av ett oberoende marknadsundersökningsföretag. I en större undersökning tillfrågades enskilda och företag som direkt använt gemenskapens varumärkes- eller formgivningssystem mellan januari 2004 och juni 2005. De fullständiga resultaten offentliggjordes i mars 2006.² De visar på god allmän tillfredsställelse både när det gäller agenter inom immateriell äganderätt och motsvarande ägare, men enkäten specificerar också områden som kan förbättras. Byrån tar resultatet på stort allvar och fortsätter att investera i förbättrade tjänster.³

3. UTVECKLINGEN AV BYRÅNS FINANSER

3.1. Harmoniseringsbyråns budget och avgiftsstruktur

Harmoniseringsbyråns inkomster kommer främst från de avgifter som användare måste betala för registrering av varumärken och formgivning. I gemenskapens varumärkesförordning föreskrivs klart att inkomster och utgifter i budgeten skall balansera varandra.⁴ Med andra ord är harmoniseringsbyrån budgetmässigt oberoende, så länge den inte behöver gemenskapsbidrag för balansering av budgeten.

De avgifter som systemets användare betalar till harmoniseringsbyrån fastställs i två tillämpningsförfordningar som kommissionen antagit: gemenskapens förordning för varumärkesavgifter och dess förordning för formgivningsavgifter. Till dessa avgifter hör avgifterna för ansökan, registrering och förnyande som ägare till varumärken/formgivning betalar. Hit hör också invändningsavgifter (bara för varumärken) eller hävningsavgifter som tredje part betalar i invändnings- eller borttagandeärenden samt överklagandeavgifter som de parter betalar som överklagar byråns beslut till en överklagandenämnd. Emellertid kommer cirka 90 % av harmoniseringsbyråns inkomster närmare bestämt från tre av dessa avgifter: avgifterna för att ansöka om, registrera och förnya gemenskapsvarumärken. Enligt artikel 139.2 i gemenskapens varumärkesförordning skall avgifterna fastställas på en sådan nivå att inkomsterna från dessa i princip är tillräckliga för att balansera byråns budget.

Utgifterna under byråns första verksamhetsår dominerades av behovet att investera i dess infrastruktur och anställa tillräckligt med personal för att kunna hantera en ansökningsnivå som blev högre än väntat. Intäkterna växte snabbt till 2000, varefter de sjönk under två år tills ett tillväxtmönster åter framträdde.

Vid 2004 års utgång hade harmoniseringsbyrån ackumulerat betydande kassareserver på cirka 105 miljoner euro, mätt i omsättningstillgångar minus kortfristiga skulder, och prognoser visade på ett fortsatt årligt överskott.⁵ Av detta skäl sänktes år 2005 olika avgifter med

² Se <http://oami.europa.eu/en/office/survey05.htm>

³ Se harmoniseringsbyråns svar på användarenkäten:
http://oami.europa.eu/en/office/pdf/USS_Response.pdf

⁴ Se artikel 134.2 i rådets förordning (EG) nr 40/94 av den 20 december 1993 om gemenskapsvarumärken, senast ändrad genom rådets förordning (EG) nr 422/2004 av den 19 februari 2004 [EUT L 70, 9.3.2004, s. 1].

⁵ Det årliga överskottet avser ett visst budgetår. Emellertid är (ackumulerade) överskott inte ett bra mått på de likvida kassamedlens storlek. Exempelvis är en del av de ackumulerade överskotten inte tillgängliga som kontanta medel, eftersom de investerats i fasta tillgångar som fastigheter. I detta meddelande används därför termen ”kassareserver” som mått på likvida medel. Kassareserverna omfattar omsättningstillgångar minus kortfristiga skulder.

omkring 20 % i samband med den första översynen av gemenskapens avgiftssystem för varumärken sedan byrån inrättades.⁶

3.2. Den senare utvecklingens påverkan på harmoniseringsbyråns budget

Avgiftsreformen för varumärkena trädde i kraft i oktober 2005. De viktigaste inslagen var en sänkning av ansöknings- och registreringsavgifterna, införandet av en rabatt vid elektronisk inlämning samt sänkta avgifter för förnyanden. Avgiftssänkningarna beräknades spara företagen mellan 37 och 40 miljoner euro per år, men de reella besparingarna har visat sig bli mycket större. Enbart 2006 väntas industrin spara omkring 55 miljoner euro till följd av avgiftssänkningarna 2005.⁷

Dessutom har på senare tid två andra utvecklingstendenser påverkat harmoniseringsbyråns budget. För det första är antalet ansökningar och förnyanden högre än de ursprungliga beräkningarna. Denna ökning avspeglar en allmän trend i större delen av världen. För det andra var 2005 det första hela året av ansökningar via WIPO (Världsorganisationen för den intellektuella äganderätten), i enlighet med Madridprotokollet. År 2005 fick harmoniseringsbyrån i kontanta medel in cirka 9 miljoner euro för avgifter i samband med internationella ansökningar inom ramen för Madridprotokollet.

De första erfarenheterna av avgiftsreformen visar att reformpaketet definitivt har haft en dämpande effekt på intäkterna. Trots avgiftssänkningarna kommer kassareserverna 2006 ändå att bli större och ytterligare spä på de ackumulerade kassareserverna. Enbart för budgetåret 2005 uppgick överskottet till 41,5 miljoner euro, av en total budget på 162,8 miljoner euro. De samlade kassareserverna uppgick till 132 miljoner euro vid 2005 års utgång. För budgetåret 2006 beräknas ett överskott på 50 miljoner euro, av totala inkomster på 179 miljoner euro.⁸ Budgeten är alltså uppenbart obalanserad vilket kräver en ny justering.

Slutligen bör det också påpekas att även antalet formgivningsregistreringar ökar och bidrar till budgetens kassareserver, om än i mycket mindre omfattning. År 2005 stod formgivningsintäkterna för mindre än 10 % av inkomsterna från gemenskapens varumärkesavgifter.

3.3. Budgetprognoser för framtiden

Med en oförändrad avgiftspolitik väntas obalansen i budgeten öka ännu mer i framtiden. I alla sannolika scenarier kommer kassareserverna att fortsätta växa.

⁶ Kommissionens förordning (EG) nr 1042/2005 av den 29 juni 2005 om ändring av förordning (EG) nr 2869/95 om de avgifter som skall betalas till Kontoret för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken och mönster) [EUT L 172, 5.7.2005, s. 22]. För aktuella avgifter för formgivning se kommissionens förordning (EG) nr 2246/2002 av den 16 december 2002 om avgifter till Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken och formgivning) vid registrering av gemenskapsformgivningar [EGT L 341, 17.12.2002, s. 54].

⁷ I 2006 års budget beräknas de totala besparingarna från de sänkta ansöknings- och registreringsavgifterna till cirka 20 miljoner euro. Effekten på avgifterna för förnyanden beräknas till cirka 28,5 miljoner euro och effekten av rabatten för elektronisk inlämning beräknas vidare till 4,5 miljoner euro. Den sammanlagda effekten på de extra klassavgifterna skulle innebära en ytterligare besparing på 2 miljoner euro.

⁸ Beräknat värde den 1 oktober 2006.

Allra störst påverkan på de framtida intäkterna har varumärkesansökningarnas volym. I bilagan finns beräkningar med olika scenarier. I ett försiktigt scenario lämnas varje år 60 000 varumärkesansökningar, i ett mellanscenario lämnas 75 000 ansökningar och i ett optimistiskt scenario 90 000 ansökningar.

Utgår man från det mest realistiska mellanscenarioet med 75 000 varumärkesansökningar per år och en förnyandetakt på 60 %, beräknas de totala inkomsterna uppgå till knappt 200 miljoner euro 2010 och drygt 230 miljoner euro 2016. Därmed skulle de samlade kassareserverna hamna på imponerande cirka 375 miljoner euro i slutet av 2010 och knappt 700 miljoner euro i slutet av 2016.

Även i ett försiktigt scenario med 60 000 varumärkesansökningar per år (byrån fick in 64 000 ansökningar 2005) skulle de strukturella kassareserverna överstiga 300 miljoner euro 2010. Samma slutsats kan dras med en försiktigt beräknad förnyandetakt på 40 % i stället för 60 % (nuvarande förnyandetakt för hela 2006 beräknas till cirka 63 %), varvid kassareserverna med detta scenario skulle öka till drygt 330 miljoner euro 2010.

I följande två figurer visas de beräknade kumulativa kassareserverna under perioden 2006–2016, jämfört med de faktiska kassareserver som ackumulerades under perioden 2000–2005 (alla siffror nedan anges i miljoner euro och baseras på en förnyandetakt på 60 %).

Totalt kumulativt överskott

Räkenskapsår

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

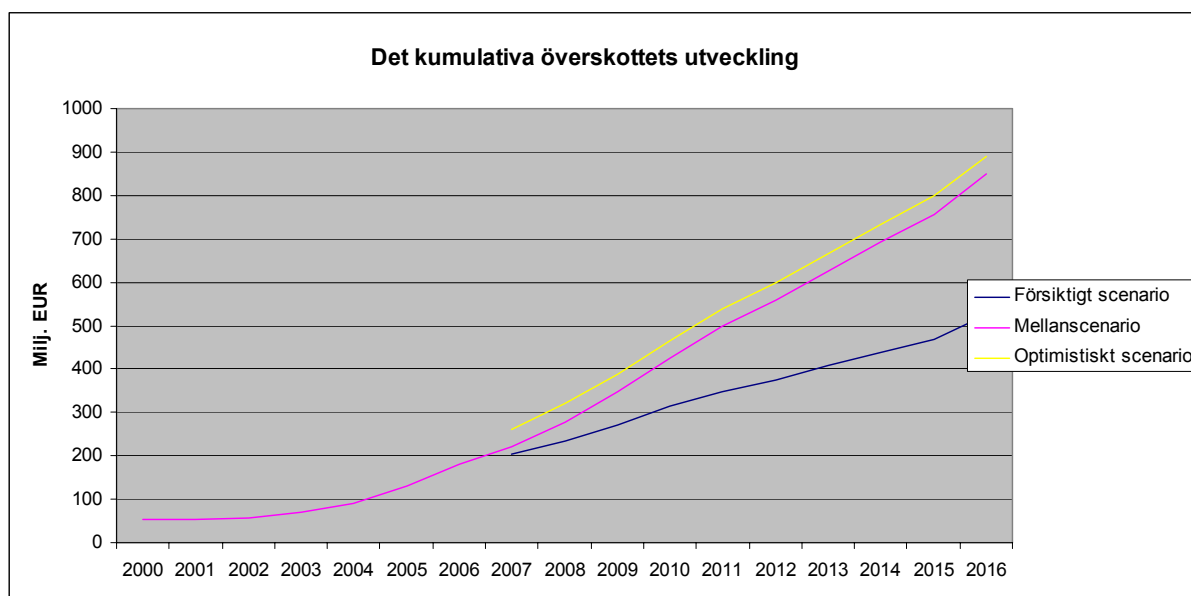
Kumulativt överskott

Försiktigt scenario

Mellanscenario

Optimistiskt scenario

							204	235	272	314	349	375	407	438	468	526
52	53	57	71	90	132	182	221	278	349	425	497	558	625	691	757	850
							262	319	390	466	538	599	666	732	798	891



4. EN STRUKTURELL LÖSNING FÖR EN BALANSERAD BUDGET

4.1. Ett system för hög kvalitet på varumärkesregistrering i Europa

Det nämndes ovan att harmoniseringsbyråns ökande årliga överskott skapar obalans i budgeten, vilket bryter mot principen i artikel 139.2 i gemenskapens varumärkesförordning. Enligt denna skall avgifterna fastställas på en sådan nivå att inkomsterna från dessa är tillräckliga för att balansera budgeten. Kommissionen anser att en strukturell lösning behövs. En sådan bör emellertid närmare relateras till byråns enastående prestationer.

Det bör preliminärt understrykas att harmoniseringsbyrån förvaltar sin budget i enlighet med sunda budget- och redovisningsprinciper och under tillsyn av sin budgetkommitté samt Revisionsrätten. Hit hör exempelvis försiktighetsprincipen (vinster bokförs först när de realiserats vid årets slut, medan förutsägbara risker och ansvarsförbindelser registreras så fort de uppkommer), principen om sund ekonomisk förvaltning och öppenhetsprincipen. Det är viktigt att betona att kassareserverna beräknats och förvaltats enligt samma principer och att byrån också hanterar framtidsprognoserna på ett försiktigt och ansvarsfullt sätt.

Kommissionen anser att en del av kassareserverna kan användas till att finansiera harmoniseringsbyråns utmaningar på driftsområdet. Trots det faktum att användarenkäten nyligen visade att användarna är allmänt nöjda med harmoniseringsbyråns verksamhet, inser kommissionen att mer behöver göras. Byråns initiativ till att förbättra prestationerna på en rad områden som anges i enkäten måste därför välkomnas. Detta arbete bör leda till att de beslut som fattas i Alicante blir tydligare, konsekventare och fullständigare, att de administrativa förfarandena förenklas och handläggningstiden minskar i byråns kärnverksamhet. Sådana ytterligare kvalitetsförbättringar kommer högst sannolikt att kräva mer ekonomiska investeringar.

Dessutom vill kommissionen framhäva vikten av partnerskap mellan harmoniseringsbyrån och medlemsstaternas kontor, för att gemenskapens varumärkessystem och de nationella motsvarigheterna skall fungera effektivt och effektivt samverka. Program för nära samarbete utvecklas och genomförs på områden som utbildning, informationsteknik (IT), reklam och informationstjänster. Vid behov kan mer ekonomiska medel tillhandahållas för att underlätta och utveckla sådana partnerskap för tekniskt samarbete.

Följs principerna om god förvaltning och redovisning, kommer emellertid försiktiga ytterligare investeringar på driftsområdet och inom partnerskapssamarbetet bara att få en relativt liten effekt på kassareservernas betydande tillväxt som väntas under den kommande tioårsperioden.

4.2. Ytterligare avgiftsreformer

I den nuvarande situationen föreligger ett ständigt ökande överskott och därmed oproportionerligt stora kassareserver, varför kommissionen anser att avgifterna måste sänkas ytterligare. Fortsatt låga avgifter är en tilltalande lösning, eftersom det skulle göra gemenskapsvarumärket ännu mer ekonomiskt attraktivt för företag i hela EU och även utomlands, särskilt då för små och medelstora företag.

Emellertid visar erfarenheterna att det inte är lätt att sänka avgifter med gällande gemensamma regler och praxis. Dels regleras fastställandet av avgifter av det så kallade kommittéförfarandet, dels blev förhandlingarna 2005 svåra i gemenskapsvarumärkets

kommitté för avgifter i samband med ändringen av kommissionens förordning om avgifterna som skall betalas till harmoniseringsbyrån. Orsaken var de olika åsikterna om var kassareserverna skulle hamna och de olika avgiftsnivåerna. Den avgiftssänkning som man slutligen kom överens om var inte tillräcklig för att balansera budgeten.

Mot bakgrund av dessa överväganden bör en rationell och strukturell lösning säkerställa att intäktsflödet är proportionellt mot de beräknade utgifterna. **Kommissionen föreslår därför att det införs en metod där avgifterna regelbundet ses över i enlighet med byråns budgetplan och kassareserverna förvaltas i enlighet med en förutbestämd formel.** Översynen bör grunda sig på byråns ekonomiska statistik, framtagna på sedvanligt sätt, med en uppgift från byrån om kassareservernas förväntade storlek under nästa period.

Formeln bör bara avse varumärkesavgifter. Det nämns ovan att budgetens obalanser nästan enbart beror på intäkterna från registreringen av gemenskapsvarumärken. De relativt korta erfarenheterna av gemenskapens formgivningssystem är för närvarande ett annat argument mot att ta med formgivningsavgifterna i formeln.

Det har klara fördelar att införa en metod där varumärkesavgifterna regelbundet ses över.

För det första kommer byråns ekonomiska oberoende att skyddas. Å ena sidan kan man undvika strukturella underskott som riskerar leda till att reserverna måste tas i anspråk och till ett bidragsbehov. Å andra sidan kan överdrivna reserver undvikas, vilket behövs för att säkerställa en rimlig balans mellan intäkter och utgifter.

För det andra skulle användandet av en sådan formel bättre avspegla användarnas kostnader för harmoniseringsbyråns system. Även om flera aspekter måste beaktas när avgifterna fastställs, bör användarnas betalade belopp avspegla kostnaden för erhållen tjänst.

För det tredje framstår det i sig inte som särskilt tekniskt svårt att införa en formel för att hantera och absorbera framtida överskott eller underskott, genom en automatisk koppling till avgifterna. I gemenskapens varumärkesförordning anges att avgiftsförordningarna särskilt skall fastställa avgifter och hur dessa skall betalas.⁹ Kommissionen kommer att föreslå att kommissionens avgiftsförordning ändras genom ett kommittéförfarande, i enlighet med gemenskapens varumärkesförordning. Förutsatt att det på politisk nivå kan nås enighet om hur förändringen skall beräknas – en sänkning eller en höjning – kan dessa regler innehålla en formel enligt vilken avgifterna regelbundet ses över. Syftet är här att åstadkomma en rimlig jämvikt i budgeten.

4.3. Huvuddragen i den föreslagna metoden för regelbunden översyn av avgifterna

Vissa grundläggande villkor bör uppfyllas när avgifterna automatiskt ses över och justeras med utgångspunkt från harmoniseringsbyråns budgetplan. Kommissionen avser att föreslå en metod för regelbunden översyn som bör utgå från följande förutsättningar:

- För att ta hänsyn till rättslig säkerhet och till den reella budgetutvecklingen över en begränsad tidsperiod, bör nödvändiga justeringar göras regelbundet (exempelvis årligen).

⁹ Se artikel 139.2 i förordning (EG) nr 40/94, i gällande lydelse.

- När det beräknade överskottet (eller underskottet) fastställts, bör översynen avse de tre viktigaste grundavgifterna: avgifterna för ansökan, registrering och förnyande av (enskilda) varumärken. Sänkningar eller höjningar dessa tre avgifter bör vara proportionella mot deras relativa betydelse.¹⁰
- Utanför ett visst variationsområde bör automatisk regelbunden justering inte göras.
- Harmoniseringsbyråns ekonomiska oberoende måste under alla omständigheter tryggas.

5. SLUTSATSER

Enligt gemenskapens varumärkesförordning skall harmoniseringsbyråns budget vara i balans. Så kommer inte att vara fallet med oförändrad avgiftspolitik och enligt realistiska årsprognoser om framtida ansökningar om och förnyanden av gemenskapsvarumärken. De samlade kassareserverna kommer att uppgå till cirka 375 miljoner euro i slutet av 2010 och knappt 700 miljoner euro i slutet av 2016. Det krävs skyndsamma insatser för att kunna bevara kontrollen över kassareserverna.

Kommissionen har ett särskilt ansvar, eftersom den ansvarar för fastställandet av avgiftsnivåerna. Dessa avgifter bör fastställas så att deras nivå säkerställer att intäkterna i princip gör att harmoniseringsbyråns budget är i balans. Det kan vara svårt att välja en tillfällig lösning med återkommande avgiftsjusteringar, eftersom detta med kommittéförfarandet kan förorsaka långa och ständiga diskussioner. Ett bättre alternativ skulle vara att inrikta sig på en detaljerad och strukturell lösning. Det föreslås därför att en regelbunden översyn av budgetsituationen införs, baserad på bästa möjliga kunskaper om byråns ekonomiska situation framöver. En standardmetod skall då användas, där de viktigaste avgifterna höjs eller sänks allt efter behov. När politisk enighet nåts om metoden, bör en sådan formel tillämpas till exempel på årsbasis. I formeln bör alla relevanta element beaktas så att en balanserad och användbar avgiftsstruktur säkerställs.

Kommissionen anser att det nu är rätt ögonblick att lägga fram ett strukturellt förslag för att undvika att harmoniseringsbyrån får oproportionerliga kassareserver. Sedan den inrättades har byrån i över tio år haft en hög standard på registreringen av gemenskapsvarumärken, på senare tid även på registreringen av gemenskapsformgivning. Vidare har byrån framgångsrikt hanterat vissa viktigare händelser med betydande ekonomiska konsekvenser, som införandet av elektronisk inlämning, utvidgningen med tio nya medlemsstater 2004 och den första omgången av avgifter för förnyade varumärken 2005.

Den på förhand fastställda formeln bör inte innebära risker för harmoniseringsbyråns höga prestationsnivå eller förhindra ett optimalt samarbete med nationella kontor. Den bör heller inte förorsaka underskott i framtiden. Under alla omständigheter bör byrån kunna fortsätta driva moderna och effektiva registreringssystem för varumärken och formgivning, i användarnas och hela samhällets intresse.

¹⁰ En generell avgiftsreform är inte utesluten även om avgifternas tre huvudtyper regelbundet justeras i enlighet med en på förhand fastställd formel. Strukturella ändringar kan bli nödvändiga, exempelvis till följd av EU:s utvidgning eller ändrad lagstiftning.

Med anledning av harmoniseringsbyråns nuvarande budgetöverskott vill kommissionen agera så snabbt som möjligt, samtidigt som principerna om god förvaltning efterlevs. Kommissionen avser att under våren 2007 lägga fram förslag om en ändring av kommissionens avgiftsförordning. Förslagen kommer att åtföljas av en motsvarande konsekvensbedömning.

Kommissionen uppmanar rådet och Europaparlamentet att yttra sig om den metod som föreslås i detta meddelande.

BILAGA

Tabellen utgår från en rad antaganden för budgetprognoserna för perioden 2006–2016 (alla siffror i miljoner euro). I det hypotetiska scenariot beräknas 75 000 ansökningar lämnas in varje år, alternativt 60 000 och 90 000 ansökningar per år. I alla de tre alternativen förutsätts att gemenskapsvarumärkenas förnyandetakt konstant ligger på 60 % under hela perioden.

Räkenskapsår		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Scenario:	Intäkter	179	174	179	188	197	194	188	196	198	202	232
75 000 varumärken/år	Utgifter	130	142	132	134	137	140	144	147	150	153	156
	Resultat	50	32	47	54	60	54	44	50	49	49	76
	Kum. överskott	182	214	261	314	374	428	472	521	570	619	695
Scenario:	Intäkter		186	196	209	219	216	210	219	221	225	255
90 000 varumärken/år	Utgifter		146	139	139	142	145	149	152	155	159	162
	Resultat		39	57	70	77	71	61	67	66	66	93
	Kum. överskott		221	278	349	425	497	558	625	691	757	850
Scenario:	Intäkter		160	161	166	174	170	164	173	175	178	208
60 000 varumärken/år	Utgifter		138	130	129	132	135	138	141	144	147	150
	Resultat		22	31	37	42	35	26	32	31	31	58
	Kum. överskott		204	235	272	314	349	375	407	438	468	526