

**KOMISJONI OTSUS,**  
**9. veebruar 2006,**  
**millega võetakse vastu ühenduse ökomärgise tööplaan**  
**(EMPs kohaldatav tekst)**

(2006/402/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, <sup>(1)</sup> eriti selle artiklit 5,

ning arvestades järgmist:

- (1) Määruses (EÜ) nr 1980/2000 on sätestatud, et komisjon koostab ühenduse ökomärgise tööplaani.
- (2) Tööplaan peaks sisaldama süsteemi arengustrateegiat, millega on kindlaks määratud 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 tuleks tööplaanis sätestada ka meetmed strateegia elluviimiseks ja esitada süsteemi rahastamise kava.

(4) Muudetud tööplaan koostatakse kogemuste alusel, mis on saadud esimese ühenduse ökomärgise tööplaani <sup>(2)</sup> rakendamise käigus.

(5) Tööplaan vaadatakse perioodiliselt läbi.

(6) Käesoleva otsusega ettenähtud meetmed on kooskõlas määruse (EÜ) nr 1980/2000 artikli 17 alusel moodustatud komitee arvamusega,

ON VASTU VÕTNUD KÄESOLEVA OTSUSE:

*Artikkel 1*

Lisas esitatud ühenduse muudetud ökomärgise tööplaan ajavahe-  
mikuks 1. jaanuar 2005 – 31. detsember 2007 on vastu võetud.

*Artikkel 2*

Tööplaani läbivaatamist alustatakse enne 31. detsembrit 2007.

*Artikkel 3*

Käesolev otsus on adresseeritud liikmesriikidele.

Brüssel, 9. veebruar 2006.

*Komisjoni nimel*  
*komisjoni liige*  
Stravros DIMAS

<sup>(1)</sup> EÜT L 237, 21.9.2000, lk 1.

<sup>(2)</sup> EÜT L 7, 11.1.2002, lk 28.

## LISA

## ÜHENDUSE ÖKOMÄRGISE TÖÖPLAAN

## SISSEJUHATUS

Ühenduse ökomärgis kehtestati 1992. aastal, et ergutada ettevõtteid arendama kogu olelustuslikul jooksul keskkonda vähem mõjutavaid kaupu ja teenuseid ning andma tarbijatele nende keskkonnamõju kohta paremat informatsiooni.

Ühenduse ökomärgise süsteem on osa laiemast strateegiast, mille eesmärgiks on säästva arengu põhimõtetele vastava tootmise ja tarbimise soodustamine. Seda eesmärki saab saavutada "tervikliku olelustuslikule orienteeritud tootepoliitika raamistikus", nagu on viidatud kuuendas keskkonnaalases tegevusprogrammis (6EAP). Peamisteks eesmärkideks on kõrge kaitsetaseme tagamine ja seose lõhkumine keskkonnale avaldatava surve ja majanduskasvu vahel, töötades seega Euroopa Liidu Lissaboni majandusliku ja sotsiaalse uuenemise strateegia (2000), <sup>(1)</sup> ja säästva arengu strateegia (Göteborg, 2001) <sup>(2)</sup> raamistikus.

Täpsemalt, teatistes tervikliku tootepoliitika kohta <sup>(3)</sup> (IPP) soovitakse toodetega seotud keskkonnapoliitika tugevdamise ja raskuspunktide muutmise ning keskkonnasäästlikumate ehk rohelisemate toodete turu arendamise uut strateegiat. Ühenduse ökomärgis on üks vahenditest selle eesmärgi saavutamiseks. Ökomärgise süsteemis on märkimisväärselt palju informatsiooni ja asjatundlikkust tootepoliitika kohta, mille aluseks on toote olelustuslikul põhinev mõtteviis, ja see tuleks teha kättesaadavaks sidusrühmadele, kes tegelevad tervikliku tootepoliitika arendamisega.

Säästva tarbimise ja tootmise poole liikumise raames annavad ühenduse ökomärgisele uusi võimalusi uued direktiivid riigihangete kohta <sup>(4)</sup> mis integreerivad keskkonnakaalutlusi riigihangetesse, ning äsja avaldatud käsiraamat keskkonnaalaste riigihangete kohta. Kui avalik-õiguslikud ostjad ei pruugi selgesõnaliselt oma pakkumistes nõuda ühenduse ökomärgisega tooteid ja teenuseid, pakuvad uued direktiivid võimalusi kasutada süsteemis sätestatud kriteeriume või nende ekvivalente, määratledes tõhususpõhiseid ja funktsionaalseid keskkonnanõudeid. See peaks julgustama riigiasutusi võtma vastu poliitilisi otsuseid oma hangete rohelisemaks muutmiseks ühenduse ökomärgise ja selle kriteeriumide või muude ekvivalentsete süsteemide kaudu, mis pakuvad tugevat tooteinformatsioonilist alust.

Ühenduse ökomärgis on seotud ka paljude meetmetega, mille eesmärgiks on puhtam tootmine, keskkonnatehnoloogiate arendamine ja kasutamine. Selle struktuure, protseduure ja teadmisi peetakse tugevaks lähtepunktiks rakendusmeetmete väljatöötamiseks ettepanud energiamahukate toodete ökodisainimist käsitleva direktiivi jaoks. Prioriteetne tegevusala vastavalt keskkonnatehnoloogiate tegevusplaanile (ETAP), nimelt tõhususeesmärkide väljatöötamine ja rakendamine, hõlmab tõhususeesmärkide kontseptsiooni seose uurimist kaupade ja teenuste ökotõhususega, mida käsitlevad ühenduse ökomärgise taolised ELi algatused.

Laienemine 10 uue liikmesriigi võrra 2004. aasta mais on loonud uued tingimused ühenduse ökomärgise arendamiseks ja keskkonnateabe ning teadlikkuse suurendamiseks. Selge üleeuroopaline ökomärgis, näiteks lilleõis, muudaks tarbijatel kogu Euroopas palju lihtsamaks roheliste toodete ostmise, aidates neil ka I tüüpi märgistest paremini aru saada.

Hästi disainitud, turupõhised ökomärgise süsteemid pakuvad endiselt tarbijatele suurt huvi seetõttu, et on vahetud ja lihtsad ning tagavad kodanikele parema ja kättesaadavama informatsiooni keskkonna kohta. Need on ka ettevõtjasõbralikud, kuna tõstavad toote esile ja annavad müügikohas turueelise, kui neid arendatakse partnerluses tootjatega ja kui neil on ettevõtete jaoks mõistlik hind.

On selge, et ühenduse ökomärgisega toodete turuos ei ole veel piisavalt suur. Praegu on olukord parem kui enne, sest tooterühmade (nii kaupade kui teenuste) valik laieneb pidevalt ja pidevalt esitatakse uusi taotlusi, siiski on selge, et süsteem tuleb läbi vaadata, et see saavutaks oma algsed eesmärgid ja eriti selle aktiivse kasutuselevõtmise äriingkonnas. Ühenduse ökomärgise süsteemi läbivaatamise valguses viiakse läbi hindamisuring, milles hinnatakse selle üldist efektiivsust negatiivsete keskkonnamõjude vähendamisel. Hinnatakse süsteemi osa säästvas tarbimises ja tootmises ning tehakse ettepanekuid selle kohta, kuidas läbivaatamine vastaks kõige paremini säästva arengu edendamisele Euroopas, samuti muudaks selle ettevõtjate ning eelkõige väikeste ja keskmise suurusega ettevõtete jaoks huvitavamaks. Käesolev tööplaan peab täielikult toetama süsteemi hindamist ja selle läbivaatamist, piiramata mingil viisil võimalust teha üksikõik milliseid muudatusi ökomärgise süsteemis, kui määrus läbi vaadatakse.

<sup>(1)</sup> KOM 2000/7: [http://europa.eu.int/growthandjobs/key/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/growthandjobs/key/index_en.htm).

<sup>(2)</sup> KOM(2001)264 lõplik: [http://europa.eu.int/eur-lex/en/com/cnc/2001/com2001\\_0264en01.pdf](http://europa.eu.int/eur-lex/en/com/cnc/2001/com2001_0264en01.pdf).

<sup>(3)</sup> KOM(2003)302 lõplik: [http://europa.eu.int/eur-lex/en/com/cnc/2003/com2003\\_0302en01.pdf](http://europa.eu.int/eur-lex/en/com/cnc/2003/com2003_0302en01.pdf).

<sup>(4)</sup> ELT L 134, 30.4.2004, lk 1 ja lk 114.

Seetõttu on käesoleva muudetud tööplaani põhieesmärk koostada ökomärgise süsteemi toimimisel saadud õppetundidele ja kogemustele toetudes kolmeks järgmiseks aastaks tööplaani, mille eesmärgid on järgmised:

- teha ühenduse ökomärgisest toodete ja teenuste keskkonnakvaliteedi parandamise edukam ja tõhusam vahend,
- muudetud tööplaani peab keskenduma ka käesoleval ajal toimuva ökomärgise süsteemi hindamise ja eelseisva määruse muutmise toetamisele,
- jätkata panuse andmist tarbimise säästvamaks muutmisel ning edendada ühenduse säästva arengu strateegias ja kuueaastas keskkonnavalases tegevusprogrammis seatud poliitika eesmärkide saavutamist,
- kasutada tõhusaimal viisil komisjoni, liikmesriikide ja Euroopa Liidu Ökomärgise Komisjoni (EUEB).<sup>(1)</sup> liikmete poolt süsteemile eraldatud ressursse.

## STRATEEGIA SÜSTEEMI ARENDAMISEKS AASTATEL

2005–2007

### 1. Ökomärgise määruse läbivaatamise poliitika ja strateegia

Ühenduse ökomärgise süsteemi arendatakse pidevalt ning kohandatakse seda pikaajalise poliitika ja strateegiaga. See tuleb tihedalt siduda käimasolevate aruteludega ja tööga EL tervikliku tootepoliitika teatise rakendamiseks, samuti teiste arendatavate õigusmeetmetega, nagu ettepanek direktiiviks energiamahukate toodete (EuP) ökodisaini kohta, 92/75/EMÜ raamdirektiiv kodumajapidamisseadmete kohta ja *Energy Star*'i nõukogu otsus kontoriseadmete kohta, ETAPI rakendamine, kuues keskkonnavalane tegevusprogramm ja ühenduse säästva arengu strateegia. Ühenduse ökomärgise süsteem peab hoolikalt jälgima ka tootemärgistuse laiemat arengut, samuti eetika-, kvaliteedi- ja tervisemärkide arengut, tagades ühtlasi eri teaduskomiteede piisava kaasamise, et jätkuvalt parandada ökoloogiliste kriteeriumide teaduslikku alust. Samavõrra tähtsad on arengud keskkonnajuhtimissüsteemide alal, eriti seoses ühenduse keskkonnajuhtimis- ja auditeerimissüsteemiga (EMAS).

Asjaga seotud arutelude ja infovoogude tõhusamaks juhtimiseks nii süsteemi sees kui välisfoorumitega seoses ning süsteemi tulevikku käsitlevate mõttevahetuste paremaks ettevalmistamiseks ja juhtimiseks loodi esimeses ökomärgise tööplaanis aktiivne poliitikajuhtimise rühm. See on andnud väga väärtusliku panuse süsteemi edasisse poliitikasse ja strateegiasse, käsitledes integratsiooni muude keskkonnapoliitikatega, koostoimet muude infovahenditega ning pikaajaliste poliitikaküsimuste laia ringi. See on selgelt identifitseerinud peamised väljakutsed, millega süsteem käesoleval hetkel kokku puutub, ning on andnud panuse arutelluse, arendades erinevaid ideid süsteemi hindamise ja muutmise kohta. Neid ideid tuleb rakendada aruteludes süsteemi muutmise kohta, kui prioriteediks peetakse sidusrühmi hõlmavaid kohtumisi.

#### Eesmärk

*EUEBi, liikmesriikide ja komisjoni prioriteet peaks olema ökomärgise süsteemi pikaajalise poliitika ja strateegia arendamine ning kohandamine määruse järgneva läbivaatamise valguses. Samuti peaksid nad andma oma panuse ökomärgise kaasamiseks eri poliitikavaldkondadesse, mida arendatakse seoses säästva tarbimisega (näiteks terviklik tootepoliitika, energiamahukad tooted, rohelised riigihanked, tootemärgid laiemale, roheliste toodete väiksem maksustamine, ETAP, jne).*

#### Tegevus

***EUEB, liikmesriigid ja komisjon peaksid muutma prioriteediks kaasaaitamise ökomärgise süsteemi hindamisele ja läbivaatamisele, et aidata arendada ja kohandada selle pikaajalist poliitikat ja strateegiat. See kaasaaitamine peaks koosnema erinõuupidamistest, uuringutest ja ekspertide mobiliseerimisest pärast uuringutulemuste avaldamist.***

<sup>(1)</sup> Märkus: Euroopa Komisjon toimib EUEB sekretariaadina ja osaleb kogu tema tegevuses.

## 2. Keskkonna parandamise ja turu hõlvamise eesmärgid

Keskkonna parandamise ja turu hõlvamise eesmärgid tuuakse välja süsteemi muutmise valguses. Need eesmärgid on:

- a) suurendada ökomärgistatud toodete potentsiaalsete turgude arvu, järk-järgult laiendades ökomärgistatud tooterühmade valikut ja muutes selle tootjatele atraktiivsemaks;
- b) oluliselt suurendada ökomärgise nähtavust kõikidel nendel turgudel ja kõikides nendes tooterühmades (s.t suurendada ökomärgistatud toodete arvu turgudel);
- c) kaaluda süsteemi üldist keskkonnatulu ning selle panust tarbimise säästvamaks muutmisel;
- d) jätkata ühenduse ökomärgise ja EMASi vahelise potentsiaalse koostoime kasutamist.

### a) Tooterühmade arendus

Praeguseks on kinnitatud kriteeriumid 23 tooterühmale: pehme paber, nõudepesumasinaid, mullaparendusained, voodimadratsid, värvid ja lakid sisetöödeks, jalatsid, tekstiilitooted, personaalarvutid, pesupesemiseks ettenähtud detergendid, nõudepesumasinas kasutatavad detergendid, koopiapaber, elektripirnid, kaasaskantavad arvutid, külmikud, pesumasinaid, üldpuhastusained ja sanitaarpuhastusained, käsinõudepesu vahendid, televiisorid, kõvad põrandakatted, tolmuimejad, turistide majutamise teenused, kámpinguteenused ja määrdeained.

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

Esimeses tööplaanis sisaldunud kontrollküsimustiku alusel viidi läbi prioriteetide leidmise uuring <sup>(1)</sup> ning selle tulemusel saadud prioriteetsete tooterühmade nimekiri on esitatud 1. lisas. Süsteemi läbivaatamise valguses peaksid EUEB ja liikmesriigid jätkama metodoloogiat väljatöötamist uuringu alusel tooterühmade prioriseerimiseks ja vastavalt uurimistulemustes avaldatud soovitudele edasise töö ja parendamise kohta. Nad peaksid laiendama ka keskkonnatulu hindamisele ja kandidaattooterühmade turustusperspektiividele. Samuti tuleb jätkuvalt analüüsida konkreetseid nõudeid teenuste prioriteetsusastme hindamiseks.

Parandatud metodoloogia peaks tagama objektiivse võimaluse kaupade ja teenuste tooterühmade prioriseerimiseks. Seejuures tuleb arvesse võtta ka antud kauba või teenuse otsest suhet olemasolevate tooterühmadega.

Tuleks moodustada ajutine juhtrühm, et objektiivselt ja läbipaistvalt kindlaks määrata, millised võiksid olla prioriteetsemad tooterühmad.

Tooterühmade arendamiseks tehtud töö ei tohiks siiski piirata võimalust teha muudatusi selles, kuidas tooterühmi vaadeldakse ökomärgise süsteemi läbivaatamisel.

### Eesmärk

Süsteemi läbivaatamise valguses kinnitada tooterühmade kogum, mis moodustab piisavalt tervikliku ja juhitava tootevaliku huvi äratamiseks jaemüüjates, tootjates (sh väikesed ja keskmise suurusega ettevõtted) ning tarbijates.

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

Viie aastaga peaks kinnitatud tooterühmade arv kasvama 30–35 tooterühmani.

(1) AEAT, konfidentsiaalne, uute ökomärgisega tooterühmade prioriseerimine, ettekanne Euroopa Komisjonile, keskkonna peadirektoraat, mai 2004.  
[http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/product/pg\\_prioritisation\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/product/pg_prioritisation_en.htm)

### Tegevus

*Prioriteetsete tooterühmade nimekirja tuleks regulaarselt uuendada pärast konsulteerimist EUEBiga. Iga tooterühma läbivaatamisel peaks EUEB selle prioriteetsust uuesti hindama.*

*Arvestades eelmise tööplaani jooksul läbi viidud prioriseerimisuringut, peaksid pädevad asutused ja EUEB jätkama prioriseerimismeetodite täiustamist, püüdes eelkõige välja töötada asjakohast "prioriseerimisküsimuste" kaalumist uuringus. Lisaks muudele faktoritele peaks see arvestama kindlaksmääratud tooterühmade edu või ebaedu, kandidaattooterühmadest tulenevat keskkonnatulu ja konkreetseid teenuste prioriteetsusastme hindamise nõudeid, arvestades käimasoleva süsteemi hindamise tulemusi ja suundumusi.*

*Lisaks vajalikele läbivaatamistele peaks komisjoni, EUEBi ja liikmesriikide eesmärgiks olema kahe uue tooterühma kinnitamine igal aastal. Tooterühmade kriteeriumide kehtivusaeg peaks üldjuhul olema 4–5 aastat (kuigi seda soovitatavat ajavahemikku võib igal üksikjuhtumil kohandada).*

*Tuleks luua EUEBi ajutine juhtimisrühm, kes saab kokku kord aastas, et anda soovitusi, millised on kõige prioriteetsemad tooterühmad ja milline on tooterühmade läbivaatamise ajaplaan. Rühm kinnitab ka kriteeriumide läbivaatamise vajalikkuse määramise metodoloogia, mis põhineb vastavate alade tehnilisel arengul.*

*Uute tooterühmade arendamine ei tohiks siiski piirata vajadust pühendada aega ja ressursse ökomärgistuse süsteemi muutmise protsessile.*

#### b) Turu hõlvamine, nähtavus ja tarbijate teadlikkus

Ökomärgise nähtavust mõõdetakse nelja parameetri abil:

- ettevõtted: ökomärgise saanud ettevõtete arv,
- tooted: toodete arv, millele need ettevõtted on saanud ökomärgise,
- kaubad: nendesse toodetesse kuuluvate kaubaartiklite arv, mida turustatakse ökomärgisega,
- väärtused: nende kaupade müügiväärtus tehase tasandil.

Praegu (2005. aasta mais) kasutab ühenduse ökomärgist üle 250 ettevõtte (võrreldes 87ga 2001. aasta augustis) sadadel toodetel. Taotlejate arvu põhjal otsustades on kõige edukamad tooted tekstiilmaterjalid, värvid ja lakid sisetöökodaks ning turistide majutamise teenused. Ühenduse ökomärgise valdajad ja nende tooted on Euroopa Liidus ja Euroopa Majanduspiirkonnas ikka veel küllaltki ebaühtlaselt jaotunud, ent võrreldes varasemaga on tooted kaetud paremini ja tasakaalustatumalt.

2004. aastal müüdi ühenduse ökomärgistusega tooteid hinnanguliselt umbes 400 miljonit (võrreldes 54 miljoniga 2001. aastal) ja nende müügiväärtus tehase tasandil oli umbes 700 miljonit eurot võrreldes 114 miljoni euroga 2001. aastal.

Ühenduse ökomärgisega toodete tegelik turuosa on siiski veel suhteliselt tagasihoidlik, praegu on see kõvasti alla 1 % kõikide tooterühmade turust.

Süsteemi peamine eesmärk peaks olema selle atraktiivsuse oluline parandamine ettevõtjate jaoks, samuti märgistusega toodete arvu oluline suurendamine, et muuta ökomärgis turul nähtavaks ja tugevdada selle keskkonnamõju. Samal ajal peaks püüdma pidevalt tõsta nähtavust, et liikuda ökomärgise teoreetiliselt suurima võimaliku turuosa poole, mis on üldiselt 5–25 % koguturust (sõltuvalt kõnealusest tooterühmast ja sellega seotud ökomärgise valikulise andmise kriteeriumidest).

Sellega seoses peavad ökomärgise andmise pädevad asutused jätkama sihttooterühmade kindlaksmääramist igas liikmesriigis. Terviklik turundusstrateegia parandaks olulisel määral tarbijate orientatsiooni ja turu atraktiivsust, nagu edukalt tõestas 2004. aasta oktoobris toimunud Euroopa lillenädal.

Saadud kogemused näitavad, et nõudlus tuleb aktiivsemalt läbi mõelda, ning 2004. aasta Euroopa lillenädala äsjased kogemused näitavad, et olukorda saab muuta kombineeritud pakkumise-nõudluse strateegiaga.

On väga tähtis soodustada EL ökomärgise tunnustamist kõigis liikmesriikides ja motiveerida ettevõtteid seda taotlema ning rõhutada praktilist kasu, mida nad sellest võivad saada.

Esimese tööplaani rakendamise käigus on turundusjuhtimise rühma tööst selgunud vajadus üldise tarbijauuringute metodoloogia järele. Uuringud tuleb läbi viia, et jälgida äratundmise astet ning tarbijate teadlikkuse arengut. On oluline soodustada ühenduse ökomärgise tunnustamist kõigis liikmesriikides ning vahetada samal ajal kogemusi ökomärgise rakendamise kohta vanade ja uute liikmesriikide vahel.

Komisjon valmistab ette brošüüride seeriat, mis selgitab ökomärgise eesmärke ja tähendust konkreetsete tooterühmade jaoks ja mis antakse kaasa ökomärgisega toodetele nende müümisel tarbijale. Samuti on välja töötatud erinevad brošüürid, mille eesmärgiks on tootjate ja hulgimüüjate varustamine informatsiooniga juhtivate tooterühmade kriteeriumide kohta (üldised tooted, tekstiiltooted, jalatsid, pesupesemisel kasutatavad detergendid, värvid ja lakid). Neid materjale peavad EUEBi liikmed jätkuvalt täiustama ja süstemaatiliselt levitama.

Turustusressursside optimeerimiseks peavad liikmesriigid tegema koostööd tootjatega, et organiseerida üldisi turustuskampaaniaid oma kodumaal.

#### Eesmärgid

Suurendada ökomärgisega toodete väärtust ja/või arvu vähemalt 50 % aastas.

Enne tööplaani kehtivusaaja lõppu saavutada nähtavuse miinimumtase kõigis liikmesriikides, kaasa arvatud metodoloogia, mille abil seda tulusalt mõõta.

Kõik asjaomased tootjad ja jaemüüjad peaksid olema ühenduse ökomärgisest teadlikud ja pikas perspektiivis peaks üle poole Euroopa tarbijatest ühenduse ökomärgise logo pidama märgiseks, mis näitab, et toode vastab rangetele keskkonnanõuetele.

#### Tegevus

**Enne tööplaani esimese rakendusaasta lõppu peaks turundusjuhtimise rühm koos liikmesriikide abiga esitama soovitusel, kuidas saab mõõta "Turu hõlvamist, nähtavust ja tarbijate teadlikkust" ja millised peaksid olema selle teadlikkuse astmed, arvestades 2004. aasta lillenädala kampaaniast saadud kogemusi.**

**EUEB peaks täiustama juba olemasolevaid aruandlusmehhanisme, mille abil koostatakse iga-aastane statistika eri tooterühmade turu hõlvamise kohta.**

**EUEB, liikmesriigid ja komisjon peaksid soodustama ühenduse ökomärgistust, et saavutada kokkulepitud eesmärgid. Sihtrühmadeks peaksid olema eriti jaemüüjad ja riigihangetega tegelevad ametnikud (vt allpool). Meetmete kohta tuleks aru anda (ja nende kohta informatsiooni vahetada) EUEBi koosolekutel vähemalt kord aastas. Samal ajal tuleks sidusrühmadelt süstemaatiliselt tagasisidet saada ja see arvesse võtta.**

**Selleks peaks iga liikmesriik välja töötama turundusstrateegia, mis sisaldab vajalikke tegevusi prioriteetsuse järjekorras.**

**Tuleb luua asjakohane partnerlus huvitatud osapooltega (kaasa arvatud valitsusvälised organisatsioonid, tootjad, tarbijaorganisatsioonid ja hulgimüüjad), et tõsta teadlikkust süsteemi kohta neis organisatsioonides ja soodustada lillediegi märgistatud kaupade turustamist nende kontaktvõrkude kaudu.**

**EUEB, liikmesriigid ja komisjon peaksid soodustama kogemuste vahetamist ökomärgise rakendamise kohta vanade ja uute liikmesriikide vahel, näiteks organiseeritud õppesessioonide vormis.**

Vt ka märgise tuntuse edendamise ühismeetmeid (4. jao punkt b ja 5. jagu).

**c) Keskkonnatulu**

Ökomärgise süsteemi üldeesmärk on edendada niisuguseid tooteid, mida kasutades on võimalik vähendada negatiivset mõju keskkonnale, võttes aluseks teaduslike uuringute andmed ja vastavalt ökomärgise määruuse (EÜ) nr 1980/2000 artikli 1 lõikele 4, võrreldes muude toodetega samas tooterühmas, ning aidata sellega kaasa ressurside tõhusale kasutamisele ja keskkonnakaitse kõrgele tasemele. Sellega antakse panus tarbimise säästvamaks muutmisele ja aidatakse kaasa ühenduse säästva arengu strateegias (näiteks kliimamuutuse valdkond, ressursitõhusus ja ökotoksilisus), kuuendas keskkonnaalases tegevusprogrammis ja tervikliku tootepoliitika teatistes seatud poliitika eesmärkide saavutamisele.

Varasemad uuringud ja aruanded on näidanud, et ökomärgise täpset keskkonnatulu on raske hinnata, sest seda on raske eristada muude keskkonnameetmete rakendamise abil saavutatud keskkonnatulust ja eraldi mõõta. Samas kui otsene tulu on peamiselt seotud keskkonnakokkuhoiuga, mis saadakse siis, kui ökomärgisega toodete turuosa tõuseks, arvestavad kaudsed tulud muid positiivseid toimeid, mis ökomärgisel on olnud või mida see võib potentsiaalselt tulevikus omada. Hiljuti valminud uuring ühenduse ökomärgise otseste ja kaudsete tulude kohta näitab, et 20 %lise turuosa suurenemisega suudaks ühenduse ökomärgis saavutada olulist kokkuhoidu oma kaudsete tulude kaudu, potentsiaalselt töötades kui üks kõige rentaablimaid instrumente CO<sub>2</sub> heite vähendamiseks võrreldes muude poliitika ja programmiliste tegevustega.

Riigihanked moodustavad EL SKTst umbes 16 %<sup>(1)</sup> ning äriühingute ja riiklike ja valitsusväliste organisatsioonide ostjaid tuleks julgustada ökomärgise kriteeriume või nende ekvivalente pakkumiskutsetes süstemaatilisemalt kasutama. Asja avaldatud käsiraamat keskkonnaalaste riigihangete kohta annab selles osas oma olulise panuse.

Ostjate teadlikkus ei ole turu oluliseks mõjutamiseks siiski veel piisavalt kõrge. Seega peaks üks konkreetne eesmärk olema suurendada järgmise kolme aasta jooksul avalik-õiguslike ostjate nõudlust roheliste toodete järele. Sellise nõudluse suurendamise meetmeid tuleb uurida.

**Eesmärgid**

*Soodustada säästvat tarbimist ja kindlustada poliitika eesmärgi, mis on välja toodud ühenduse säästva arengu strateegias, kuuendas keskkonnaalases tegevusprogrammis ja teatistes tervikliku tootepoliitika kohta.*

*Riigihangetega tegelevaid ametnikke tuleks niipea kui võimalik informeerida ökomärgise kasutamise võimalustest nende pakkumiskutsetes.*

**Tegevus**

***EUEB peaks jätkama tööd, et hinnata ökomärgise kui terviku otsest ja kaudset keskkonnatulu. Samuti tuleks süstemaatiliselt hinnata potentsiaalset kasu kõigi uute või läbivaadatud tooterühmade kriteeriumide puhul.***

***EUEB, liikmesriigid ja komisjon peaksid informeerima riigi- ja erahangetega tegelevaid ametnikke ühenduse ökomärgise kriteeriumide või selle ekvivalentide kasutamise võimalustest nende pakkumiskutsetes.***

**d) Ühenduse ökomärgise ja EMASi koostoime**

Ühenduse ökomärgise ning ühenduse keskkonnajuhtimis- ja -auditeerimissüsteemi (EMAS) teineteist täiendavat ja vastastikku toetavat rolli tuleb analüüsida ning täiustada tõelise partnerluseni mõlema süsteemi läbivaatamise valguses. Mõlema süsteemi edukuse tagamiseks on vajalik tihe koostöö ja selge arusaamine sellest, kuidas nad koos töötavad. Nagu on sätestatud eelmises tööplaanis, juhitakse EMASi või ISO 14001 kasutatavat äriühingut süstemaatiliselt ka keskkonnanõudeid arvestades ning ta parandab pidevalt oma keskkonnaalase tegevuse tulemuslikkust rohkem, kui on ette nähtud õigusaktide miinimumnõuetega. Ühenduse 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 keskkonnaalast eesmärki. Keskkonnategevuse tulemuslikkuse eesmärgid võib tuletada ökomärgise kriteeriumide rakendamisest. 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. saades samal ajal kasu laienenud turundusvõimalustest. Ühenduse ökomärgise süsteemis on osutunud võimalikuks teha mitmesuguseid maksuvähendusi EMASisse ja ISO 14001 kuuluvatele sertifitseeritud äriühingutele, väikestele ja keskmise suurusega ettevõtetele ning esmasliikmetele.

<sup>(1)</sup> Komisjoni etekanne riikliku tellimuse majandusliku efekti kohta "Ettekanne riiklike tellimuste turgude funktsioneerimise kohta ELis: ELi direktiivide rakendamise kasu ja tuleviku väljakutsed", 3.2.2004.  
[http://europa.eu.int/comm/internal\\_market/publicprocurement/docs/public-proc-market-final-report\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/internal_market/publicprocurement/docs/public-proc-market-final-report_en.pdf).

### 3. Ökomärgise andmise ELi süsteemi ja liikmesriikides kasutusel olevate muude I tüüpi süsteemide koordineerimine, koostöö ja seosed

Nagu on sätestatud eelmises tööplaanis, peaks ühenduse ökomärgise ja liikmesriikides kasutusel olevate muude ökomärgiste vaheline koostöö ja koordineerimine peaks järk-järgult muutuma süstemaatilisemaks ja igakülgsemaks. See võiks suurendada süsteemi majanduslikku efektiivsust ja aitaks vähendada potentsiaalseid kahjustavaid kaubandusmõjusid. Sel eesmärgil loodi alaline koostöö ja koordineerimise juhtimisrühm, mis on kohtunud umbes neli korda aastas.

Koostöö ja koordineerimise juhtimisrühmas viimase kolme aasta jooksul saadud kogemuste valguses kehtivad senini koostöö ja koordineerimisega seotud eesmärgid. Rühm ei ole oma teoreetilist potentsiaali veel saavutanud.

Peamised positiivsed tulemused on kontsentreeritud kahele alale: on kogutud palju informatsiooni selle kohta, kuidas pädevad asutused töötavad, ja selle tulemusena on sooritatud tegevusi, et ühtlustada erinevate pädevate asutuste protseduure. See on oluline samm edasi, kuna süsteemi usaldusväärsus nõuab, et samasuguseid protseduure kohaldaksid kõik pädevad asutused.

Siiski on ühenduse ökomärgise ja muude ökomärgise süsteemide koostööl ja koordineerimisel palju arenguvõimalusi, kuna kõrge koostöö tase nõuab kõigilt asjaosalistelt kõrget pühendumusastet.

Et seda olukorda parandada, on eelneva tööplaani raames rakendatud mitmeid meetmeid, nagu näiteks aktiivne suhtlemine siseriiklike ökomärgise süsteemidega, et julgustada neid ühenduse ökomärgisega jätkuvalt koostööd tegema. Koostöö ja koordineerimise juhtimisrühma poolt kasutusele võetud algatused sisaldavad kohtumise korraldamist ühenduse ökomärgise ning siseriiklike ökomärgiste süsteemide eesistujate ja esindajate vahel, samuti sidusrühmade kaasamise sarnasuste uurimist ja ühenduse ökomärgise ja muude siseriiklike märgiste kontrollimist. Muude tegevuste hulka kuuluvad tooterühmade kriteeriumide ühtlustamise uurimine, mis on andnud julgustavaid tulemusi mõnedes liikmesriikides, nt Austrias. Oluline töö selles osas on veel käimas.

Nagu eelmises tööplaanis sätestatud, saavutatakse oluline ressursside kokkuvõtte tooterühmade arendamise parema koordineerimisega.

Ja viimaks on laienemine 10 uue liikmesriigi võrra toonud kaasa mõned uued siseriiklikud ökomärgised, mis avab uued koostöövõimalused, ent esitab ka uued väljakutsed.

#### *Eesmärk*

*Kasutada koostoimet ühenduse ökomärgise ja muude ökomärgiste vahel liikmesriikides, suurendades järkjärguliselt ja süstemaatiliselt koostööd, koordineerimist ja sidemeid nende vahel, eriti arvestades ökomärgise süsteemi läbivaatamist.*

#### *Tegevus*

***Koostöö ja koordineerimise juhtimisrühm peaks ette valmistama ja rakendama strateegia, mis julgustaks siseriiklike I tüüpi ökomärgiseid tegema edasist koostööd ja looma sidemeid ühenduse ökomärgisega.***

#### a) **Tooterühmade arendamise koordineerimine**

Ühenduse ökomärgise ja muude ökomärgiste süsteemid peaksid vahetama süstemaatiliselt infot olemasolevate tooterühmade ja tooterühmade arendamisprogrammide kohta ning vajaduse korral seda tööd koordineerima, andes ühiskasutusse ressursse, kogemusi ja tulemusi. Nii saaksid kõik osalised ressursse kokku hoida, eri süsteemide rollid saaksid selgemaks ja ühtlustamine muutuks lihtsamaks (juhuolul, kui ühesugustel märgistel on samad eesmärgid). Kõik asjaomased asutused peaksid töötama, et arendada oma mõtlemist, kuidas ühenduse ökomärgis ja muud märgised saaksid pikaajalises perspektiivis paremini vastastikku toimida, arvestades tulevast ühenduse ökomärgise määrase läbivaatamist.

Eelmise tööplaani jooksul on seda tehtud (näiteks märgistega "Nordic Swan" ja "Stichting Milieukeur"), kuid koostöö pole olnud süstemaatiline ning tuleb teha rohkem jõupingutusi selleks, et saavutada ühtlustamise lävitase. Ühenduse ökomärgise ja siseriiklike süsteemide koordineerimisjõupingutused keskenduvad nüüd tooterühmade arendamise prioriseerimisele, lähenemisele, teadlikkuse tõstmisele seoses spetsiifiliste vajaduste ja tingimustega siseriiklikul tasandil – kõik seoses informatsiooni andmisega ökomärgise määrase läbivaatamiseks.

Et koordineerimisprotsess selgemaks ja süstemaatilisemaks muuta, tuleks liikmesriikide strateegia seisukohad seoses vastavate siseriiklike süsteemidega üksikasjalikuks kujundada tooterühma arendamise või läbivaatamise alguses. Eriti kui ühenduse ökomärgise kriteeriumid tooterühma jaoks on juba olemas ja liikmesriik otsustab iseseisvalt välja töötada uued kriteeriumid oma siseriikliku märgise jaoks, tuleb EUEBis arutada kriteeriumide arendamistöö põhjuseid ja spetsiifilisi siseriiklike tingimusi, mis selle vajalikuks muudavad.

#### Eesmärk

Parandada järk-järgult tooterühmade arendustöö koordineerimist erinevates EL märgisesüsteemides, eriti ökomärgise süsteemi muutmise seisukohast.

#### Tegevus

**EUEB peaks soodustama koostööd liikmesriikide siseriiklike märgistega, et läbi vaadata ning katalogiseerida kõik ELis ökomärgistega hõlmatud tooterühmad ning jätkata tööd nende tooterühmade ja nende kriteeriumide keskkregistri loomiseks ning ajakohastamiseks. Seda tööd tuleks kasutada selleks, et kaaluda, kuidas ühenduse ökomärgise määruse läbivaatamine aitaks kaasa paremale koordineerimisele siseriiklike ja rahvusvaheliste märgistega.**

**EUEBi ja muud märgised liikmesriikides peaksid oma tööprogramme järk-järgult koordineerima ja süstemaatiliselt informatsiooni vahetama.**

**EUEB peaks arvesse võtma globaalse ökomärgise võrgustikus (GEN) tehtavat asjakohast tööd, jällegi ökomärgise süsteemi muutmise valguses.**

- b) **Ühismeetmed ühenduse ökomärgise süsteemi ja liikmesriikide muude ökomärgiste ning nende ökomärgistatud toodete tuntuse edendamiseks, et suurendada tarbijate teadlikkust ja arusaamist nende süsteemide ühisest ja täiendavast rollist**

Nagu on sätestatud eelmises tööplaanis, tuleb erinevatele sidusrühmadele anda informatsiooni, milles selgitatakse Euroopa erinevate ökomärgiste keskkonnaväärtust ja esitatakse erinevaid süsteeme pigem üksteist täiendavate kui konkureerivatena.

See eeldab ühenduse ökomärgise ja siseriiklike märgiste vahelisi mitmeid ühisarutelusid, et jõuda süsteemide, nende esitlemise, ühiste ja üksteist täiendavate eesmärkide ja rollide suhtes ühisele arusaamisele.

Edasi tuleb kasutada kattuvate tooterühmade ühiseid müügiedenduskampaaniaid, ühist veebilehekülge/andmebaasi, ühiseid tunnustusmehhanisme ja spetsiifiliselt kohandatavaid lõive tootjatele mõlema süsteemi jaoks.

#### Eesmärk

Uurida näiteid, mille puhul ühenduse ökomärgis ja muud ökomärgised liikmesriikides täiendavad teineteist tugevalt, ning uurida ühistegevuse võimalusi.

#### Tegevus

**Koostöö ja koordineerimise juhtimisrühm, komisjon, liikmesriigid ja muud märgised liikmesriikides peaksid üheskoos välja töötama siseriiklike märgiste ja ühenduse ökomärgise ühiste rollide ja eesmärkide nimekirja.**

**EUEB ja muud märgised liikmesriikides peaksid uurima võimalusi ühise ökomärgisega toodete "roheline kaubamaja" loomiseks Internetis (ja/või sellega seotud tegevuste sooritamiseks). Soodsate tulemuste korral tuleks välja pakkuda ajakava ja eelarve selle realiseerimiseks.**

**Komisjon on EUEBiga konsulteerides vastu võtnud ühenduse ökomärgise lõivude struktuuri, et pakkuda sobivat hinnaalandust taotlejatele, kes soovivad nii ühenduse ökomärgist ja ühte või enamat muud märgist liikmesriikides <sup>(1)</sup> Liikmesriikide muid märgisesüsteeme tuleks innustada sama tegema.**

<sup>(1)</sup> Komisjoni 10. novembri 2000. aasta otsus 2000/728/EÜ, millega kehtestatakse ühenduse ökomärgise taotluse menetluslõiv ja aastamaks (EÜT L 293, 22.11.2000, lk 18). Komisjoni 22. mai 2003. aasta otsus 2003/393/EÜ, millega muudetakse otsust 2000/728/EÜ, millega kehtestatakse ühenduse ökomärgise taotluse menetluslõiv ja aastamaks (EÜT L 135, 3.6.2003, lk 31).

#### 4. Ühismeetmed tuntuse edendamiseks

Vabatahtlik süsteem võib olla edukas ja turgu märkimisväärselt mõjutada üksnes siis, kui see pakub majanduslikke ergutusi potentsiaalsetele taotlejatele ning saab olulist tuge turundus- ja edendusmeetmetest. Läbivaadatud ja täiendatud määruse (EÜ) nr 1980/2000 artiklis 10 kutsutakse liikmesriike ja komisjoni koostöös EUEBi liikmetega edendama ühenduse ökomärgise kasutamist teadlikkuse tõstmise ja teabekampaaniate korraldamisega tarbijatele, tootjatele, kauplejatele, jaemüüjatele ja üldsusele. Otsustava tähtsusega on eri sidusrühmade kaasamine, eriti niisuguste, mis võivad tegutseda propageerijatena (näiteks jaemüügisektor ning tarbijate ja keskkonnaasjadega tegelevad valitsusvälised organisatsioonid).

EUEB peaks jätkama korrapäraselt kaks korda aastas korraldatavaid turunduse juhtimisrühma koosolekuid, kus käsitletakse põhiliselt turustamist, märgise tuntuse edendamist ja strateegia arendamist.

Olemasolevate ressursside ühine kasutamine võimaldab ette valmistada tarbijatele pühendatud edasipüüdlikke kampaaniaid, nagu näiteks "Lillenädal" 2004. aasta oktoobris.

##### *Eesmärk*

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

##### *Tegevus*

***Turunduse juhtimisrühm peaks kohtuma vähemalt kaks korda aastas, et arutada süsteemi strateegilist arengut, arvestades turunduse ja edenduse küsimusi.***

***Nagu on sätestatud eelmises tööplaanis, peaksid EUEB, komisjon ja liikmesriigid ühiselt kindlaks määrama kõige tähtsamad sihtrühmad, määratlema neist igaihe strateegia ja selle rakendama.***

#### a) Ühised edendusmeetmed sidusrühmade teadlikkuse parandamiseks

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

Komisjon ja erinevad pädevad asutused on välja töötanud täieliku brošüüride sarja, muutnud selle asjaomastele sidusrühmadele korrapäraselt kättesaadavaks ning ajakohastavad ja täiendavad seda. Viimase kolme aasta jooksul on tehtud jõupingutusi, et paremini kasutada piiratud ressursse brošüüride, teabelehtede ja teabematerjali koostamiseks ning nende korrapärasemaks jaotamiseks peamistele sihtrühmadele.

Ka ühenduse ökomärgise interneti koduleheküljel (<http://europa.eu.int/ecolabel>) on olnud edukas asjakohase informatsiooni allikas ja seda on regulaarselt uuendatud. Vaatamiste arv on pidevalt suurenenud ja on praegu umbes 75 000 kuus. Selle usaldusväärsuse ja läbipaistvuse suurendamiseks julgustatakse kõiki sidusrühmi, sealhulgas tööstust, tarbijaid ja keskkonnaasjadega tegelevaid valitsusväliseid organisatsioone, et nad täiendaksid seda regulaarsete andmetega. Oluline on selle töö jätkamine ja veebilehekülje edasine arendamine tema täieliku potentsiaali saavutamiseni.

Lisaks asjakohastele infovahenditele on tähtis arvesse võtta ka üritusi, kus ühenduse ökomärgist võiks laiemale avalikkusele esitleda, näiteks näitusi ja messe. Senini ei ole süstemaatilisel analüüsitud, millised näitused või messid on süsteemi edendamiseks kõige sobivamad, kuigi seda on tehtud ajutiselt, peamiselt eesmärgipärase turundustegevuse ajal. Teine tähtis uuritud aspekt on ökomärgistatud toodete kasutamise võimalus megaüritustel, näiteks maailma-meistrivõistlustel, olümpiamängudel, festivalidel jne. Tulemused on olnud äärmiselt positiivsed, näiteks Ateena olümpiamängude ajal 2004. aastal ja tulevaste Torino taliolümpiamängude ajal 2006. aastal.

Eelmises tööplaanis sätestatud eesmärgid ja rakendusmeetmed jäävad kehtima ka läbivaadatud tööplaanis.

##### *Eesmärk*

*Pidevalt informeerida sidusrühmi ühenduse ökomärgisest ja selle arengust. Samal ajal tuleks sidusrühmadelt süstemaatilisel tagasisidet saada ja seda arvesse võtta.*

### Tegevus

**EUEB ja liikmesriigid peaksid töötama tihedalt koos komisjoniga, et:**

- uuendada ja parandada ökomärgise veebilehekülge,
  - jätkata brošüüride ja muude teadlikkuse tõstmise trükiste koostamist ja levitamist,
  - varustada sidusrühmi informatsiooniga, milles selgitatakse ökomärgise taotlemiseks vajalikke menetlusi, aega ja kulusid,
- ning
- koostada sündmuste nimekiri, kus ökomärgist tuleks edendada.

**EUEB peaks uurima, milliseid lisainformatsioonivahendeid (andmebaase, juhiseid jne) taotlejatele jaotada.**

**Pädevad asutused koos infoabiasutustega koguvad igalt litsentsihoidjalt informatsiooni selle kohta, kus nende tooteid müüakse.**

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

Informatsioon ostjatele on saadaval nii juriidilises raamistuses (kuidas ostja saab lülitada ökomärgise kriteeriume oma pakkumiskutsetesse) kui ka tõhususepõhiste keskkonnanõuetena, nagu neid on kirjeldatud ökomärgise kriteeriumide dokumentides erinevate tooterühmade jaoks. Selles osas on oluline ökomärgise veebilehekülje roll. Tuleks välja töötada sobivad materjalid, mis soodustavad ühenduse ökomärgise kriteeriumide rakendamist riigihangetes, näiteks lihtsustatud kontrollnimekirjad kõigi tooterühmade jaoks. Tuleks korraldada EUEBi ja avalik-õiguslike ostjate ühiseid koosolekuid ning kaaluda siseriiklike ja/või piirkondlike kampaaniate korraldamist.

### Eesmärk

Lühiajalises perspektiivis tuleks riigihangetega tegelevaid ametnikke informeerida ökomärgise kasutamise võimalustest nende pakkumiskutsetes.

### Tegevus

**EUEB, komisjon ja liikmesriigid peaksid koostöös vastutavate ametnikega, kes tegelevad haldusorganites roheliste riigihangetega, välja töötama ühisstrateegia ja ühismetmete sarja, et edendada ühenduse ökomärgise kriteeriumide kasutamist riigi- ja erahangetes.**

**EUEB, komisjon ja liikmesriigid peaksid tagama kõige ulatuslikuma võimaliku käsiraamatu levitamise avalik-õiguslike ostjate hulgas ning koostama vastavad materjalid. Nad peaksid korraldama ka koolituskursusi ja info levitamist ning muid asjakohaseid üritusi koostöös EMASga. Asjakohane info peaks olema ökomärgise veebileheküljel.**

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

Viimase kolme aasta jooksul on ühenduse ökomärgise üheks võtmeprioriteediks olnud väikeste ja keskmise suurusega ettevõtete osalemine üldkoosolekutel, kuid samuti ka tooterühmades, mis töötavad välja kriteeriume erinevate tooterühmade jaoks. Väikestel ja keskmise suurusega ettevõtetel ei ole alati sobivaid vahendeid 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 kvaliteedimago parandamiseks ning püüda pakkuda oma klientidele teisi ökomärgistatud tooteid. Strateegiliste partnerlussuhete arendamine jaemüüjatega peaks seetõttu olema üks prioriteetidest.

### Tegevus

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

**EUEBi pädevad asutused peaksid koos jaemüüjatega välja töötama partnerlusstrateegia.**

## 5. Süsteemi rahastamise kava

Paljude organisatsioonide, sealhulgas riiklike haldusorganite osalemise tõttu on viimase kolme aasta jooksul olnud raske koostada täpset eelarvet (näiteks kinnitatakse komisjoni eelarve üheks aastaks).

Ühenduse ökomärgise süsteemi vajadused koosnevad kahest osast: ressursid tooterühma arenduseks ning ressursid turunduseks ja märgise edendamiseks.

Hinnangulised ressursid, mis komisjon ja liikmesriigid 2003. aastal süsteemile eraldasid, olid umbes 3,2 miljonit eurot (palgad välja arvatud). Finantseerimine lõivudest oli ligikaudu 370 000 eurot, mis moodustab umbes 11,5 %. See tähendab, et süsteemi enesefinantseerimise võime on veidi üle 10 %, mis on pikaajalise enesefinantseerimise eesmärgi saavutamist kaugel.

Süsteemile antud ressursid on olnud piisavad tooterühmade arendamiseks ja läbivaatamiseks viimase kolme aasta jooksul. Neid on kasutatud väga efektiivselt. Suurenev tooterühmade arv ja vastav suurenemine turunduses viib loogiliselt süsteemi eelarvevahendite vajaduse suurenemisele. Seepärast tuleb süsteemi eelarvet analüüsida seoses tooterühmade kriteeriumide arendamise üldise strateegiaga.

### *Eesmärk*

*Pikaajaliseks eesmärgiks on saavutada süsteemi enesefinantseerimine. Selle saavutamiseks tuleks kindlaks määrata sobivad lühiajalised eesmärgid ja neid jälgida.*

### *Tegevus*

***Enne käesoleva tööplaani kehtivuse lõppemist peaks EUEB läbi viima analüüsi, et välja töötada selge ja realistlik strateegia, mille eesmärgiks on süsteemi enesefinantseerimise võimalus. See strateegia peaks sisaldama metodoloogiat iga liikmesriigi ökomärgise süsteemiga seotud kulutuste ja tulude mõõtmiseks ning kaasnevatest finantseeringutest teatamiseks.***

---

## 1. Lisa

**Prioriteetsete tooterühmade mittetäielik nimekiri (\*)**

Võimalikud uued tooterühmad:

Reisijate transporditeenused  
Mänguasjad ja mängud  
Küttesüsteemid (siseruumid)  
Jaemüügiteenused  
Ostukotid  
Tualett-tarbed  
Prügikotid  
Liimid  
Veesoojendussüsteemid  
Ehitusdetailid, kaasa arvatud isolatsioon  
Rehvid  
Väikesed elektrilised majapidamiseadmed  
Sanitaartooted  
Autopesuteenused  
Nahktooted, kaasa arvatud kindad  
Keemilise puhastuse teenused  
Ehitusteenused  
Koopiamasinad  
Sotsiaalselt vastutustundlikud investeerimisfondid  
Mehhaanilised parandusteenused  
Lauanõud  
Kättetoimetamisteenused  
Kliimaseadmed

---

(\*) Tuleks rõhutada, et tegemist on mittetäieliku nimekirjaga, nagu on sätestatud määruse (EÜ) nr 1980/2000 artiklis 5. Komisjon võib igal ajal anda EUEBile mandaadi ökoloogiliste kriteeriumide, nagu ka hindamis- ja kinnitamisnõuete arendamiseks ja perioodiliseks läbivaatamiseks tooterühma jaoks, mis ei ole kirjas 1. lisas. Nimekirja võib samuti täiendada käesoleva läbivaadatud tööplaani kehtivuse ajal (vastavalt määruse (EÜ) nr 1980/2000 artiklis 17 sätestatud protseduurile) ja lisada uusi tooterühmi.