

ROZHODNUTÍ KOMISE**ze dne 9. února 2006,****kterým se zřizuje pracovní plán pro ekoznačku Společenství****(Text s významem pro EHP)**

(2006/402/ES)

KOMISE EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ,

s ohledem na Smlouvu o založení Evropského společenství,

s ohledem na nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1980/2000 ze dne 17. července 2000 o revidovaném systému Společenství pro udělování ekoznačky ⁽¹⁾, a zejména na článek 5 uvedeného nařízení,

vzhledem k těmto důvodům:

- (1) Nařízení (ES) č. 1980/2000 stanoví, že má Komise vytvořit pracovní plán pro ekoznačku Společenství.
- (2) Pracovní plán by měl obsahovat strategii rozvoje systému, jež stanoví cíle, které spočívají ve zlepšování životního prostředí a v pronikání výrobků na trh, seznam skupin výrobků, který bude možno doplňovat a které budou chápány jako priority pro akce Společenství, a plány koordinace a spolupráce mezi tímto systémem a ostatními systémy pro udělování ekoznačky v členských státech.
- (3) Pracovní plán by měl rovněž stanovit prováděcí opatření pro strategii a zahrnovat plán financování systému.

(4) Revidovaný pracovní plán by měl být navržen na základě zkušeností získaných při provádění prvního pracovního plánu pro ekoznačku Společenství ⁽²⁾.

(5) Pracovní plán by měl být pravidelně přezkoumáván.

(6) Opatření tohoto rozhodnutí jsou v souladu se stanoviskem výboru zřízeného článkem 17 nařízení (ES) č. 1980/2000,

PŘIJALA TOTO ROZHODNUTÍ:

Článek 1

Na období od 1. ledna 2005 do 31. prosince 2007 se přijímá revidovaný pracovní plán pro ekoznačku Společenství stanovený v příloze.

Článek 2

Přezkoumání pracovního plánu bude zahájeno před 31. prosincem 2007.

Článek 3

Toto rozhodnutí je určeno členskými státy.

V Bruselu dne 9. února 2006.

Za Komisi
Stravros DIMAS
člen Komise

⁽¹⁾ Úř. věst. L 237, 21.9.2000, s. 1.

⁽²⁾ Úř. věst. L 7, 11.1.2002, s. 28.

PŘÍLOHA

PRACOVNÍ PLÁN PRO EKOZNAČKU SPOLEČENSTVÍ

ÚVOD

Ekoznačka Společenství byla zavedena v roce 1992 a měla podniky podpořit v rozvoji zboží a služeb se sníženým dopadem na životní prostředí po celou dobu jejich životnosti a také v tom, aby zákazníkům poskytovaly o těchto dopadech lepší informace.

Systém pro ekoznačku Společenství je součástí rozsáhlejší strategie zaměřené na podporu udržitelné výroby a spotřeby. Tohoto cíle lze dosáhnout v kontextu „rámce pro integrovanou výrobovou politiku zaměřenou na životní cyklus“, jak je uvedeno v Šestém akčním programu pro životní prostředí (dále jen „6EAP“). Hlavními cíli je zajistit vysokou úroveň ochrany a odstranit propojení mezi zátěží životního prostředí a hospodářským růstem, a pohybovat se tudíž v rámci lisabonské strategie Evropské unie pro obnovu v ekonomické a sociální oblasti (2000) ⁽¹⁾ a strategie pro trvale udržitelný rozvoj (Göteborg, 2001) ⁽²⁾.

Konkrétnější je sdělení o integrované výrobové politice ⁽³⁾ (dále jen „IVP“), jež navrhuje novou strategii na posílení a nové zaměření politik v oblasti životního prostředí, které souvisejí s výrobky, a na rozvoj trhu s ekologičtějšími výrobky. Ekoznačka Společenství je jedním z nástrojů, které mohou přispět k dosažení tohoto cíle. V systému pro ekoznačku je k dispozici řada důležitých informací a odborných znalostí o výrobové politice, která vychází z myšlenek týkajících se životního cyklu, a tyto informace by měly být zpřístupněny zúčastněným stranám, které se na dalším rozvoji integrované výrobové politiky podílejí.

V rámci přechodu k udržitelné spotřebě a výrobě otevírají nové směrnice o veřejných zakázkách ⁽⁴⁾, které začleňují environmentální úvahy do veřejných zakázek, a nedávno vydaná Příručka o veřejných zakázkách v oblasti životního prostředí otevírá nové příležitosti pro ekoznačku Společenství. Zadavatelé veřejných zakázek nesmějí ve výběrovém řízení výslovně požadovat výrobky či služby opatřené ekoznačkou Společenství, nové směrnice však nabízejí možnosti využití při definování funkčních environmentálních požadavků či environmentálních požadavků založených na výkonu kritéria stanovená tímto systémem či rovnocenná kritéria. To by mělo veřejným orgánům pomoci politicky rozhodnout, že učiní veřejné zakázky ekologické prostřednictvím ekoznačky Společenství a jejich kritérií či kritérií rovnocenných systémů, které poskytují rozsáhlé informace o výrobcích.

Ekoznačka Společenství rovněž propojuje velkou širokou nástrojů zaměřených na ekologičtější výrobu, rozvoj a využívání environmentálních technologií. Její struktury, postupy a znalosti jsou uznávány jako pevný výchozí bod pro vypracování prováděcích opatření pro navrhovanou směrnici o ekologické konstrukci výrobků využívajících energii. Přednostní oblast činností v rámci Akčního plánu pro environmentální technologie (dále jen „ETAP“), konkrétně navržená a provádění výkonostních cílů, zahrnuje průzkum vztahu mezi pojetím výkonostních cílů a působením zboží a služeb označovaných v rámci iniciativ EU ekoznačkou Společenství na životní prostředí.

Následkem rozšíření o 10 nových členských států v roce 2004 vznikly nové podmínky pro rozvoj ekoznačky Společenství a pro příspěvky v oblasti environmentální komunikace a zvyšování povědomí. Jasná celoevropská ekoznačka, např. květina, může zákazníkům v celé Evropě usnadnit ekologické nakupování a rovněž jim může pomoci pochopit označování typu I.

Dobře navržené a tržně orientované programy pro ekoznačky budou pro zákazníky i nadále atraktivní, neboť mají bezprostřední účinek, jsou jednoduché a poskytují zákazníkům lepší a dostupnější informace o životním prostředí. Rovněž jsou výhodné pro podniky, neboť výrobek vylepšují, a tudíž nabízejí výhody v místě prodeje při uvádění na trh, jsou-li vyvinuty ve spolupráci s výrobcí a jsou-li náklady na ně pro podniky přijatelné.

Je zřejmé, že ekoznačka Společenství na trh dosud nepronikla v uspokojivé míře. Její postavení se nyní zlepšuje, sortiment skupin výrobků je čím dál širší (a to jak u zboží, tak u služeb) a stále vznikají nové aplikace, nicméně je jasné, že se systém musí zrevidovat, má-li skutečně dosáhnout původních cílů a má-li se zejména stát aktivní součástí podnikatelského prostředí. S ohledem na revizi systému pro ekoznačku Společenství se připravuje hodnotící studie, která posoudí celkovou účinnost ekoznačky při snižování nepříznivých dopadů na životní prostředí. Posoudí se přínos systému k udržitelné spotřebě a výrobě a budou předloženy návrhy, jak by systém po revizi mohl co nejlépe podpořit udržitelný rozvoj v Evropě a jak by jej bylo možné učinit atraktivnějším pro hospodářské subjekty a zejména malé a střední podniky. Tento pracovní plán by měl v plném rozsahu podporovat zhodnocení systému a jeho revizi, aniž by tím však byla jakkoli dotčena možnost systému pro ekoznačku změnit, jakmile bude nařízení zrevidováno.

⁽¹⁾ KOM 2000/7: http://europa.eu.int/growthandjobs/key/index_en.htm.

⁽²⁾ KOM(2001) 264 v konečné znění: http://europa.eu.int/eur_lex/en/com/cnc/2001/com2001_0264en01.pdf.

⁽³⁾ KOM(2003) 302 v konečném znění: http://europa.eu.int/eur_lex/en/com/cnc/2003/com2003_0302en01.pdf.

⁽⁴⁾ Úř. věst. L 134, 30.4.2004, s. 1 a s. 114.

Hlavním cílem tohoto revidovaného pracovního plánu je tudíž vycházet z ponaučení a zkušeností získaných s fungováním systému pro ekoznačku a definovat pracovní program pro následující tři roky s důrazem zejména na následující body:

- Učinit z ekoznačky úspěšnější a účinnější nástroj pro zlepšení jakosti zboží a služeb z hlediska životního prostředí.
- Revidovaný pracovní plán by se měl rovněž soustředit na podporu právě probíhajícího hodnocení systému pro ekoznačku a na nadcházející revizi nařízení.
- Pokračovat s příspěvky ke zvýšení udržitelnosti spotřeby a k cílům politiky stanoveným ve strategii Společenství pro udržitelný rozvoj a v Šestém akčním programu pro životní prostředí.
- Co nejčelněji využívat zdroje přidělené systému Komisí, členskými státy a členy Výboru Evropské unie pro ekoznačku (VEUEZ) ⁽¹⁾.

STRATEGIE PRO ROZVOJ SYSTÉMU

2005-2007

1. Politika a strategie týkající se revize nařízení o ekoznačce

Ekoznačka Společenství se neustále vyvíjí a přizpůsobuje svou dlouhodobou politiku a strategii. Musí být úzce propojena s probíhajícími diskusemi a s prací na provádění sdělení o integrované výrobní politice EU a s dalšími právními nástroji, které se vyvíjejí a mezi něž patří navrhovaná směrnice o ekologické konstrukci výrobků využívajících energii, rámcová směrnice 92/75/EHS o domácích spotřebičích a rozhodnutí Rady týkající se programu Energy Star ohledně kancelářských přístrojů, provádění plánu ETAP, Šestý akční program pro životní prostředí a strategie Společenství pro udržitelný rozvoj. Ekoznačka Společenství musí také podrobně odrážet širší vývoj v oblasti ekologického označování výrobků a rovněž označení týkajícího se etických, jakostních a zdravotních hledisek, a to mimo jiné tím, že bude zajištěna účast v různých vědeckých výborech, aby se dále zlepšila vědecká základna ekologických kritérií. Stejný význam má též rozvoj v oblasti environmentálních systémů řízení, zejména pokud jde o program EMAS (Eco-Management and Audit Schemes).

Aby bylo možné účinněji řídit různé související diskuse a toky informací, a to jak v rámci systému, tak v externích fórech, a připravovat a vést jednání o budoucnosti systému, byla v rámci prvního pracovního plánu pro ekoznačku zřízena aktivní skupina pro řízení politiky. Tato skupina výrazně přispěla k budoucí politice a strategii systému tím, že se zabývala otázkami integrace do ostatních politik v oblasti životního prostředí, synergie s jinými informačními nástroji a široké škály dlouhodobých politických témat. Jasně vymezila hlavní obtíže, jimž musí systém v současnosti čelit, a přispěla k diskusi rozvinutím řady myšlenek týkajících se hodnocení a revize systému. Tyto myšlenky by měly být využity při diskusích o revizi systému v případech, kdy jsou za prioritu považována setkání zúčastněných stran.

Cíl

Prioritami výboru VEUEZ, členských států a Komise by měly být rozvoj a úprava dlouhodobé politiky a strategie týkajících se systému pro ekoznačku, a to s ohledem na nadcházející revizi nařízení. Rovněž by měly přispívat k integraci ekoznačky do různých vývojových trendů politik, k nimž dochází v souvislosti s udržitelnou spotřebou (jako IVP, ekologická konstrukce výrobků využívajících energii, ekologické veřejné zakázky, rozšířenější označování, snížené zdanění ekologických výrobků, ETAP atd.).

Akce

Výbor VEUEZ, členské státy a Komise by měly upřednostnit vklad do hodnocení a revize systému pro ekoznačku, aby pomohly při rozvoji a úpravě dlouhodobé politiky a strategie, které se jí týkají. Tento vklad by měl mít podobu zvláštních setkání, šetření a využití odborných znalostí po zveřejnění výsledků studie.

⁽¹⁾ Poznámka: Komise zastává funkci sekretariátu VEUEZ a účastní se všech jejích činností.

2. Cíle v oblasti zlepšování životního prostředí a pronikání na trh

Cíle v oblasti zlepšování životního prostředí a pronikání na trh se stanoví s ohledem na revizi systému. Soustředí se zejména na tyto body:

- a) rozšířit počet trhů, které by případně mohly být otevřené pro výrobky opatřené ekoznačkou, a to postupným rozšířením škály skupin ekologických výrobků a zvýšením přitažlivosti systému pro výrobce;
- b) v rámci každého z těchto trhů/skupin výrobků výrazně zvyšovat zviditelnění ekoznačky (např. počet výrobků s ekoznačkou dostupných na trhu);
- c) zvážit celkový přínos systému pro životní prostředí a jeho podíl na zvýšení udržitelnější spotřeby;
- d) dále rozvíjet případné synergie mezi ekoznačkou Společenství a programem EMAS.

a) Stanovení skupiny výrobků

V současné době byla přijata kritéria pro 23 skupin výrobků (výrobky z hedvábného papíru, myčky nádobí, pomocné půdní látky a pěstební substráty, postelové matrace, interiérové barvy a laky, obuv, textilní výrobky, osobní počítače, prací prostředky, mycí prostředky do myček nádobí, kopírovací papír, žárovky, přenosné počítače, chladničky, pračky, univerzální čisticí prostředky a čisticí prostředky pro hygienická zařízení, mycí prostředky pro ruční mytí nádobí, televizní přijímače, tvrdé podlahové krytiny, vysavače, ubytovací služby pro turisty, služby v kempech a maziva).

Skupina výrobků musí splňovat řadu podmínek, aby mohla být považována za prioritní pro ekoznačku Společenství. Ustanovení čl. 2 odst. 2 nařízení (ES) č. 1980/2000 uvádí některé hlavní požadavky ohledně toho, zda je skupina vhodná pro ekoznačku. Výrobek musí být významný z hlediska vnitřního trhu a musí se prodávat pro konečnou spotřebu či použití. Musí představovat významné dopady na životní prostředí, které mohou být kladně ovlivněny volbou zákazníka, a výrobci a maloobchodníci musejí být ochotni své výrobky označovat ekoznačkou.

Na základě seznamu otázek stanoveného v prvním pracovním plánu byla vypracována studie o prioritách ⁽¹⁾ a výsledná prioritní skupina výrobků je uvedena v dodatku 1. S ohledem na revizi systému by výbor VEUEZ a členské státy měly pokračovat v rozvoji metodiky pro určování prioritních skupin výrobků na základě studie a podle doporučení pro další práci a zlepšení zveřejněných ve výsledcích studie. Rovněž by měly rozšířit hodnocení přínosu pro životní prostředí a tržních výhledů kandidátských skupin výrobků. Je také třeba důkladněji analyzovat požadavky na posouzení stupně priority u služeb.

Zlepšená metodika by měla poskytnout objektivní způsob, jak stanovit prioritní skupiny pro zboží a služby. Rovněž by měla vzít v úvahu, zda mají dané zboží či služby jasný vztah ke stávajícím skupinám výrobků.

Měla by se zřídit řídicí skupina ad-hoc, aby objektivně a transparentně určovala, která ze skupin výrobků by měla patřit mezi vrcholné priority.

Práce na stanovení skupin výrobků by nicméně neměla ovlivnit možnost změnit způsob, jakým se se skupinami výrobků zachází při revizi systému pro ekoznačku.

Cíl

S ohledem na revizi systému stanovit soubor skupin výrobků, který tvoří dostatečně ucelenou a říditelnou škálu výrobků, aby byl atraktivní pro maloobchodníky a výrobce včetně malých a středních podniků a zákazníků.

Co nejlépe využít zdrojů přidělených na vývoj skupiny výrobků zaměřením pozornosti na ty skupiny výrobků, které jsou pro udělení ekoznačky Společenství nejvhodnější.

Do pěti let by se měl počet stanovených skupin výrobků zvýšit na 30 až 35.

(1) AEAT in Confidence, Prioritisation of New Ecolabel Product Groups, zpráva vypracovaná pro Evropskou komisi, GR pro životní prostředí, květen 2004.
http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/product/pg_prioritisation_en.htm

Akce

Seznam prioritních skupin výrobků by měl být pravidelně aktualizován po konzultacích s výborem VEUEZ. Při revizi jednotlivých skupin výrobků by jejich priorita měla být znovu posouzena výborem VEUEZ.

S přihlédnutím ke studii o prioritách provedené v rámci předchozího pracovního plánu by příslušné subjekty a výbor VEUEZ měly pokračovat ve zlepšování metodiky pro stanovení priorit, zejména by měly usilovat o vyvinutí způsobu náležitého posuzování „prioritních otázek“ ve studii. Kromě jiných hledisek je třeba brát ohled na úspěch nebo neúspěch stanovených skupin výrobků, přínos kandidátských skupin výrobků pro životní prostředí a zvláštní požadavky na posouzení stupně priority u služeb, a to ve světle výsledků a záměrů vyplývajících z probíhajícího hodnocení systému.

Komise, výbor VEUEZ a členské státy by měly kromě provádění potřebných přezkumů každý rok stanovit dvě nové skupiny výrobků. Platnost kritérií pro skupiny výrobků by měla obecně trvat čtyři až pět let (i když lze tuto dobu upravovat podle jednotlivých případů).

Mělo by se stanovit, že se řídicí skupina ad-hoc výboru VEUEZ bude scházet jednou ročně, aby doporučila, které skupiny výrobků patří mezi vrcholné priority, a poskytovala poradenství ohledně časového rozpisu pro revize skupin výrobků. Skupina rovněž vypracuje metodiku pro určování naléhavosti revize kritérií na základě technického rozvoje v souvisejících oblastech.

Rozvoj nových skupin výrobků by nicméně neměl ovlivnit potřebu věnovat čas a zdroje na vklad do procesu revize systému pro ekoznačku.

b) Pronikání na trh, zviditelnění a povědomí spotřebitelů

Existují čtyři parametry pro měření zviditelnění ekoznačky:

- společnosti: počet společností, kterým byla udělena ekoznačka,
- výrobky: počet výrobků, pro které tyto podniky obdržely ekoznačku,
- druhy zboží: počet druhů zboží uvedených na trh s ekoznačkou,
- hodnoty: tovární prodejní hodnota těchto druhů zboží.

V současné době (květen 2005) používá ekoznačku Společenství 250 společností (ve srovnání s 87 společnostmi v srpnu roku 2001) u několika stovek svých výrobků. Nejúspěšnějšími skupinami výrobků z hlediska počtu žadatelů jsou textilní výrobky, interiérové barvy, laky a bytovací služby pro turisty. Rozložení držitelů ekoznačky a jejich výrobků v Evropské unii a v Evropském hospodářském prostoru je dosud značně nestejně rozloženo, avšak ve srovnání s minulostí vykazuje mnohem lepší a vyrovnanější pokrytí výrobků.

Hodnota druhů zboží s ekoznačkou prodaných v roce 2004 se odhaduje zhruba na 400 milionů (ve srovnání s 54 miliony v roce 2001) a tovární prodejní hodnota těchto druhů zboží se odhaduje na 700 milionů eur ve srovnání se 114 miliony eur v roce 2001.

Pokud jde o skutečné pronikání na trh, jsou výrobky s ekoznačkou Společenství dosud poměrně málo významné a v současné době představují méně než 1 % z celkového trhu s různými skupinami výrobků.

Hlavním cílem systému je výrazně zvýšit svoji přitažlivost pro hospodářské subjekty a též značně zvýšit počet výrobků s ekoznačkou, aby se ekoznačka na trhu více zviditelněla a zesílilo se její působení na životní prostředí. Současně by měl systém usilovat o trvalé posílení zviditelnění, aby se plně vyčerpal teoretický potenciál pro proniknutí ekoznačky na trh, který se obecně pohybuje mezi 5 % a 25 % z celkového trhu (v závislosti na dané skupině výrobků a výběru kritérií vztahujících se k ekoznačce).

V tomto ohledu by příslušné subjekty odpovídající za ekoznačku v jednotlivých členských státech měly pokračovat v určování cílových skupin výrobků. Integrovaná marketingová strategie by mohla výrazně zlepšit orientaci spotřebitele a přitažlivost trhu, jak úspěšně prokázal evropský týden květin (European Flower Week) v říjnu roku 2004.

Získané zkušenosti ukazují, že je třeba aktivněji zvažovat stranu poptávky, a z nedávné zkušenosti s evropským týdnem květin v roce 2004 vyplývá, že strategie kombinující poptávku a dodávku by mohla být účinná.

Je velmi důležité prosazovat uznání ekoznačky EU ve všech členských státech, motivovat společnosti, aby o ni požádaly, a zdůrazňovat praktický přínos, který jim z toho plyne.

Z práce marketingové řídicí skupiny při provádění prvního pracovního plánu vyplývá potřeba společné metodiky pro průzkum mezi spotřebiteli. Je nutné provádět průzkumy, aby se monitorovala míra uznávání a sledoval vývoj povědomí spotřebitelů. Bude důležité prosazovat uznávání ekoznačky Společenství ve všech členských státech a současně sdílet zkušenosti s prováděním ekoznačky ve „starých“ a „nových“ členských státech.

Komise připravuje řadu brožur, které vysvětlují cíle a smysl ekoznačky pro konkrétní skupiny výrobců a které mají provázet výrobky s ekoznačkou při prodeji spotřebiteli. Rovněž byla vypracována řada brožur, které poskytují výrobcům a maloobchodníkům informace o hlavních kritériích pro skupiny výrobců (obecné, textilní výrobky, obuv, univerzální čisticí prostředky, barvy a laky). Tento materiál by měl být dále vylepšován a systematicky distribuován mezi členy výboru VEUEZ.

S cílem optimalizovat využití marketingových zdrojů by měly členské státy spolupracovat s výrobcí, aby ve svých zemích organizovali společné marketingové kampaně.

Cíle

Roční zvýšení nejméně o 50 % hodnoty a/nebo počtu výrobků opatřených ekoznačkou.

Před skončením doby platnosti pracovního plánu dosažení minimální úrovně zviditelnění ve všech členských státech, a to včetně metodiky hospodárného měření zviditelnění.

Ekoznačku Společenství by měli znát všichni důležití výrobci a maloobchodníci a v dlouhodobém výhledu by měla více než polovina evropských spotřebitelů uznávat logo ekoznačky Společenství jako značku vynikajících environmentálních vlastností.

Akce

Před koncem prvního roku provádění tohoto pracovního plánu by měla marketingová řídicí skupina za pomoci vkladu od členských států vydat doporučení o tom, jak lze měřit „pronikání na trh, zviditelnění a povědomí spotřebitelů“ a na jakých cílových úrovních by takové povědomí mělo být, přičemž zohlední zkušenosti získané během kampaně „týden květin“ (Flower Week) v roce 2004.

Výbor VEUEZ by měl zlepšit zavedené mechanismy pro podávání zpráv, aby byly vypracovávány roční statistiky pro sledování pronikání různých skupin výrobců na trh.

Výbor VEUEZ, členské státy a Komise by měly propagovat ekoznačku Společenství, aby bylo dosaženo dohodnutých cílů. Zejména by měl být kladen důraz na maloobchodníky a úředníky odpovědné za veřejné zakázky (viz níže). O těchto akcích by měly být alespoň jednou ročně podávány zprávy (a měly by se o nich vyměňovat informace) při setkáních výboru VEUEZ. Zároveň je třeba systematicky vyhledávat a využívat zpětnou vazbu od zúčastněných stran.

Za tímto účelem by měly členské státy vyvinout marketingovou strategii, která bude v pořadí podle priorit zahrnovat všechny související činnosti.

Je nutno podle potřeby vytvářet aliance se všemi zúčastněnými stranami (včetně nevládních organizací, výrobců, organizací spotřebitelů a maloobchodníků), aby se zlepšily znalosti těchto organizací o systému a prostřednictvím jejich kontaktních sítí podpořilo uvádění ekologických výrobků označených květinou na trh.

Výbor VEUEZ, členské státy a Komise by měly podporovat sdílení zkušeností s prováděním ekoznačky mezi „starými“ a „novými“ členskými státy, např. prostřednictvím organizovaných školení.

Viz rovněž společné propagační akce (oddíly 4b a 5)

c) Přínosy pro životní prostředí

Obecným cílem ekoznačky je propagovat výrobky, které jsou na základě vědeckých důkazů a v souladu s čl. 1 odst. 4 nařízení o ekoznačce (nařízení (ES) č. 1980/2000) ve srovnání s jinými výrobky téže skupiny schopny snižovat nepříznivý dopad na životní prostředí a přispívat tak k účinnému využívání zdrojů a vysoké úrovni ochrany životního prostředí. Tím se přispívá ke zvýšení udržitelnosti spotřeby a k plnění politických cílů stanovených ve strategii Společenství pro udržitelný rozvoj (například v oblastech změny klimatu, účinnosti využívání zdrojů a ekotoxicity), v Šestém akčním programu pro životní prostředí a ve sdělení o integrované výrobní politice.

Předcházející studie a zprávy ukázaly, že je obtížné vyčíslit zvláštní přínosy ekoznaček pro životní prostředí, neboť je obtížné je změřit a odlišit je od přínosů pro životní prostředí dosažených prostřednictvím jiných opatření v oblasti pro životního prostředí. Přímý přínos souvisí především s úsporami v oblasti životního prostředí, kterých by bylo dosaženo, pokud by se zvýšil podíl výrobků opatřených ekoznačkou na trhu, zatímco nepřímý přínos bere v potaz jiné kladné účinky, které dosud ekoznačka měla a případně by v budoucnu mít mohla. Z nedávno dokončené studie o přímých a nepřímých přínosech ekoznačky Společenství vyplývá, že zvýší-li se podíl ekoznačky Společenství na trhu o 20 %, mohla by být ekoznačka Společenství zdrojem významných úspor prostřednictvím nepřímých přínosů a mohla by se ve srovnání se řadou jiných politik a programových činností případně stát jedním z nejhospodárnějších nástrojů ke snížení emisí CO₂.

Veřejné zakázky představují přibližně 16 % ⁽¹⁾ celkového HDP v EU a mělo by se usilovat o to, aby zákazníci ve společnostech a v jiných vládních a nevládních organizacích při výzvách k nabídkovému řízení systematictější používali kritéria pro ekoznačku či rovnocenná kritéria. V tomto ohledu je velmi přínosná nedávno vydaná Příručka o veřejných zakázkách v oblasti životního prostředí.

Povědomí zákazníků nicméně stále není dostatečně vysoké, aby mělo výrazný vliv na trh. Proto by jedním konkrétním cílem mělo být zejména zvýšení poptávky zadavatelů veřejných zakázek po ekologických výrobcích během příštích tří let. Je třeba prozkoumat opatření na zvýšení této poptávky.

Cíle

Podpořit trvale udržitelnou spotřebu a posílit cíle politiky stanovené ve strategii Společenství pro udržitelný rozvoj, v Šestém akčním programu pro životní prostředí a ve sdělení o IVP.

Úředníci odpovědní za veřejné zakázky by měli být co nejdříve informováni o možnostech využití kritérií pro ekoznačku Společenství nebo rovnocenných kritérií ve výzvách k výběrovému řízení.

Akce

Výbor VEUEZ by měl pokračovat v práci na odhadech celkových přímých a nepřímých přínosů ekoznačky pro životní prostředí. Možné přínosy by rovněž měly být systematicky odhadovány u všech nových či revidovaných kritérií pro skupiny výrobků.

Výbor VEUEZ, členské státy a Komise by měly informovat úředníky odpovědné za zadávání veřejných i soukromých zakázek o možnostech využití kritérií pro ekoznačku Společenství či rovnocenných kritérií ve výzvách k výběrovému řízení.

d) Synergie mezi ekoznačkou Společenství a programem EMAS

Je třeba analyzovat vzájemně se doplňující a podpůrné úlohy ekoznačky Společenství a programu EMAS a s ohledem na revizi obou systémů je povýšit na opravdové partnerství. Pro úspěšnost obou systémů je zcela nutná úzká spolupráce a jasné pochopení jejich vzájemného společného působení. Jak již bylo uvedeno v předchozím pracovním plánu, společnost, která využívá program EMAS či normu ISO 14001, je společností, jež je z hlediska životního prostředí systematicky řízena a neustále zlepšuje svůj vztah k životnímu prostředí, a to nad míru minimálních právních požadavků. Výrobek opatřený ekoznačkou Společenství patří nepochybně mezi nejlepší z hlediska ochrany životního prostředí. Společnost se zavedeným programem EMAS by měla prospěch z používání kritérií pro ekoznačku Společenství v politice v oblasti životního prostředí jako jasného a pozitivního environmentálního cíle, kterého chce u svých výrobků dosáhnout. Z provádění kritérií pro ekoznačku lze jasně definovat výkonnostní cíle. Společnost, která má nebo chce získat ekoznačku pro své výrobky, by měla prospěch z používání programu EMAS při řízení a udržování shody se všemi odpovídajícími kritérii a současně z využívání rozšířených marketingových možností. V rámci systému pro ekoznačku Společenství je nyní možné využívat různých snížení poplatků, například pro společnosti certifikované podle programu EMAS a normy ISO 14001 nebo pro malé a střední podniky a pro podniky, které žádají o udělení ekoznačky poprvé.

⁽¹⁾ Zpráva Komise o hospodářských účincích veřejných zakázek „A report on the functioning of public procurement markets in the EU: benefits from the application of EU directives and challenges for the future“, 3.2.2004.
http://europa.eu.int/comm/internal_market/publicprocurement/docs/public-proc-market-final-report_en.pdf.

3. Spolupráce, koordinace a propojení mezi systémem EU a dalšími systémy pro ekoznačku typu I ve členských státech

Jak již bylo uvedeno v předchozím pracovním plánu, koordinace a spolupráce mezi ekoznačkou Společenství a jinými ekoznačkami ve členských státech se musí postupně stávat systematictější a úplnější. Tím by se mohla zvýšit hospodářská účinnost systému a snížily by se případné rušivé dopady na trh. Za tím účelem byla zřízena stálá řídicí skupina pro spolupráci a koordinaci, která se schází přibližně čtyřikrát ročně.

S ohledem na zkušenosti získané v řídicí skupině pro spolupráci a koordinaci během posledních tří let jsou cíle v oblasti spolupráce a koordinace stále platné. Skupina dosud nevyčerpala svůj teoretický potenciál.

Hlavní pozitivní výsledky se soustřeďují do dvou oblastí: byla shromážděna řada informací o tom, jak fungují příslušné subjekty, a následně byly učiněny kroky s cílem postupy těchto různých příslušných subjektů harmonizovat. To je důležitý krok vpřed, neboť důvěryhodnost systému vyžaduje, aby všechny příslušné subjekty používaly jednotné postupy.

Spolupráci a koordinaci mezi ekoznačkou Společenství a dalšími systémy pro ekoznačku v různých členských státech je nicméně stále velmi nutné rozvíjet, neboť vysoká úroveň spolupráce vyžaduje vysokou úroveň závazků od všech zúčastněných stran.

Pro zlepšení této situace byla v rámci předchozího pracovního plánu učiněna řada kroků, např. byly aktivně kontaktovány vnitrostátní systémy pro ekoznačku, aby se podpořila jejich další spolupráce s ekoznačkou Společenství. Iniciativy podniknuté řídicí skupinou pro spolupráci a koordinaci zahrnují organizaci setkání mezi zástupci systému pro ekoznačku Společenství a předsedy či zástupci vnitrostátních systémů pro ekoznačku, jakož i zkoumání podobností mezi způsoby zapojení zúčastněných subjektů a mezi ověřováním v rámci systému pro ekoznačku Společenství a v rámci dalších vnitrostátních systémů pro označování. Další akce spočívají ve zkoumání harmonizace kritérií pro skupiny výrobků, přičemž některé členské státy, např. Rakousko, dosahují povzbudivých výsledků. V této oblasti stále probíhají důležité práce.

Jak bylo uvedeno v předchozím pracovním plánu, lepší koordinace při stanovování skupiny výrobků umožní značné úspory zdrojů.

V neposlední řadě byly v důsledku rozšíření o 10 nových členských států zavedeny některé nové vnitrostátní ekoznačky, což otevírá nové možnosti pro spolupráci a rovněž přináší nové výzvy.

Cíl

Prozkoumat synergie mezi ekoznačkou Společenství a jinými ekoznačkami v jiných členských státech postupným a systematickým upevněním spolupráce, koordinace a propojení mezi nimi, a to konkrétně s ohledem na revizi systému.

Akce

Řídicí skupina pro spolupráci a koordinaci vypracuje a provede strategii na podporu hlubší spolupráce a propojení vnitrostátních ekoznaček typu I s ekoznačkou Společenství.

a) Koordinace při stanovení skupin výrobků

Ekoznačka Společenství a další značky by si měly systematicky vyměňovat informace o stávajících skupinách výrobků a o programech pro stanovení skupin výrobků a je-li to vhodné, měly by koordinovat svá úsilí, shromažďování zdrojů, odborné znalosti a výsledky. To by vedlo ke vzájemným úsporám, vyjasnění úloh v rámci jednotlivých systémů a usnadnila by se tak harmonizace (v případech, kdy podobné značky mají podobné cíle). Veškeré zúčastněné subjekty by měly Společenství rozvíjet úvahy o tom, jak mohou ekoznačka Společenství a další ekoznačky společně nejlépe dlouhodobě fungovat s ohledem na nadcházející revizi nařízení o ekoznačce.

Tato otázka již byla předmětem úvah během předchozího pracovního plánu (například v případech „Nordic Swan“ a „Stichting Milieukeur“), avšak spolupráce nebyla systematická a na dosažení prahové úrovně harmonizace je třeba více úsilí. Snahy o koordinaci mezi ekoznačkou Společenství a vnitrostátními systémy se nyní budou soustřeďovat na stanovení priorit pro skupiny výrobků, sblížování, zvyšování povědomí o konkrétních potřebách a podmínkách na vnitrostátní úrovni – to vše s ohledem na zajištění vstupu pro revizi nařízení o ekoznačce.

Abyste proces koordinace jasnější a systematictější, je třeba, aby na počátku stanovení či revize skupin výrobků členské státy jasně vyjádřily své postoje ohledně strategie týkající se souvisejících vnitrostátních systémů. Zejména v případech, kdy již pro určitou skupinu výrobků existují kritéria pro ekoznačku Společenství a členský stát se nezávisle rozhodne, že vypracuje nová kritéria pro svoji vnitrostátní značku, by se měly ve výboru VEUEZ prodiskutovat úvahy při vytváření nových kritérií a konkrétní vnitrostátní podmínky.

Cíl

Postupně upevňovat koordinaci při stanovení skupiny výrobků v rámci různých systémů označování v EU, a to konkrétně s ohledem na revizi systému pro ekoznačku.

Akce

Výbor VEUEZ by měl podporovat spolupráci s vnitrostátními systémy označování ve členských státech, aby byly přezkoumány a zařazeny všechny skupiny výrobků, na něž se vztahují ekoznačky v EU, a pokračovat v práci na zřízení a aktualizaci ústředního rejstříku pro tyto skupiny výrobků a pro jejich kritéria. Této práci by se mělo využít při úvahách o tom, jak může revize nařízení o ekoznačce Společenství přispět k lepší koordinaci s vnitrostátními a mezinárodními značkami.

Výbor VEUEZ a ostatní systémy značek ve členských státech by měly postupně koordinovat své pracovní programy a systematicky si vyměňovat informace.

Výbor VEUEZ by měl systematicky zohledňovat související práci v rámci Globální sítě pro ekologické označování (Global Eco-labelling Network - GEN), a to opět s ohledem na revizi systému pro ekoznačku.

- b) **Společné akce na podporu systému pro ekoznačku Společenství a dalších ekoznaček v členských státech a jejich výrobků opatřených ekoznačkou, aby se zvýšilo povědomí spotřebitelů a chápání společných a doplňujících se úloh systémů**

Jak bylo uvedeno v předchozím pracovním plánu, měly by se zúčastněným stranám podat informace vysvětlující environmentální hodnotu různých ekoznaček v Evropě a představovat různé systémy nikoli jako konkurenční, ale spíše jako vzájemně se doplňující.

K tomu, aby se dospělo k vzájemnému pochopení a prezentaci systémů a jejich společných a navzájem se doplňujících cílů a úkolů, je třeba rozsáhlá diskuse mezi pracovníky odpovědnými za ekoznačku Společenství a pracovníky odpovědnými za vnitrostátní značky.

Měly by být hlouběji prozkoumány možnosti společné propagační kampaně pro stejné skupiny výrobků, možnosti společných internetových stránek/databáze, mechanismy pro vzájemné uznávání a speciálně upravené poplatky pro výrobce, které se týkají obou systémů.

Cíl

Prostudovat příklady, kdy se ekoznačka Společenství a další ekoznačky ve členských státech navzájem výrazně doplňují, a prošetřit možnosti společných akcí.

Akce

Řídící skupina pro spolupráci a koordinaci, Komise, členské státy a další systémy pro ekoznačku ve členských státech by měly společně vypracovat seznam společných úloh a cílů jednotlivých vnitrostátních značek a ekoznačky Společenství.

Výbor VEUEZ a další systémy pro ekoznačku ve členských státech by měly prozkoumat možnosti založit na internetu společný „ekologický obchod“ s výrobky opatřenými ekoznačkou (a/nebo související opatření). Bude-li to vhodné, měl by se navrhnout časový rozpis a rozpočet pro jeho uskutečnění.

Komise po konzultaci s výborem VEUEZ přijala strukturu pro poplatky související s ekoznačkou Společenství, aby mohla být žadatelům, kteří mají zájem jak o ekoznačku Společenství, tak o jednu nebo více značek ze členských států ⁽¹⁾, poskytnuta patřičná sleva. Mělo by se usilovat o to, aby ostatní systémy pro ekoznačku ve členských státech učinily totéž.

⁽¹⁾ Rozhodnutí Komise 2000/728/ES ze dne 10. listopadu 2000, kterým se stanovují poplatky za podání žádosti a roční poplatky za ekoznačku Společenství (Úř. věst. L 293, 22.11.2000, s. 18). Rozhodnutí Komise 2003/393/ES ze dne 22. května 2003, kterým se mění rozhodnutí 2000/728/ES, kterým se stanovují poplatky za podání žádosti a roční poplatky za ekoznačku Společenství (Úř. věst. L 135, 3.6.2003, s. 31).

4. Společné propagační akce

Dobrovolný systém může být úspěšný a mít významný vliv na trh tehdy, poskytuje-li případným žadatelům hospodářské pobídky a je-li podporován mnoha významnými činnostmi při uvádění na trh a při propagaci. Článek 10 revidovaného nařízení (ES) č. 1980/2000 vyzývá členské státy a Komisi, aby ve spolupráci s členy VEUEZ podporovaly používání ekoznačky Společenství činnostmi zvyšujícími povědomí a informačními kampaněmi pro spotřebitele, výrobce, obchodníky, maloobchodníky a širokou veřejnost. Zapojení různých zúčastněných stran, zejména těch, které mohou působit jako šířitelé (například maloobchod, spotřebitelské a ekologické nevládní organizace), má klíčový význam.

Výbor VEUEZ by měl pokračovat v pořádání pravidelných schůzí marketingové řídicí skupiny alespoň dvakrát ročně a věnovat je především uvádění na trh, propagaci a strategickému rozvoji.

Společné využívání stávajících zdrojů by mohlo umožnit přípravu náročnějších kampaní pro spotřebitele, jako byl např. „týden květin“ v říjnu roku 2004.

Cíl

Výbor VEUEZ, Komise a členské státy by měly vhodným způsobem koordinovat své marketingové úsilí a připravovat a provádět společné akce.

Akce

Marketingová řídicí skupina by se měla scházet alespoň dvakrát ročně, aby projednala otázky marketingu a propagace související se strategickým rozvojem systému.

Jak bylo uvedeno v předchozím pracovním plánu, výbor VEUEZ, Komise a členské státy by měly společně určovat různé klíčové cílové skupiny a definovat a provádět strategie pro každou z nich.

a) Společné propagační akce na zvýšení povědomí zúčastněných stran

Hlavním cílem je průběžně informovat výrobce, spotřebitele a šířitele informací (maloobchodníky a nevládní organizace), tedy všechny zúčastněné strany, o ekoznačce Společenství a jejím rozvoji. Vhodnými prostředky jsou například tištěné materiály (brožury a bulletiny, články) a internetové stránky. Zároveň je třeba systematicky vyhledávat a využívat zpětnou vazbu od zúčastněných stran.

Komise a různé příslušné subjekty vypracovaly úplnou řadu brožur a tyto materiály jsou systematicky zpřístupňovány příslušným zúčastněným stranám a jsou pravidelně aktualizovány a vylepšovány. Během posledních tří let bylo vyvinuto úsilí lépe využívat omezených zdrojů při vývoji brožur, bulletinů a informačních materiálů a šířit je systematicky mezi hlavní cílové skupiny.

Podobně internetová stránka o ekoznačce Společenství (<http://europa.eu.int/ecolabel>) je vyčerpávajícím zdrojem všech důležitých informací a je pravidelně aktualizována. Počet jejích návštěv trvale roste a v současnosti se pohybuje kolem 75 000 návštěv měsíčně. Aby se posílila její důvěryhodnost a přehlednost, jsou podporovány pravidelné příspěvky od všech zúčastněných stran včetně průmyslového odvětví, spotřebitelů a ekologických nevládních organizací. Je důležité pokračovat v tomto úsilí a při rozvoji internetových stránek využívat všechny její možnosti.

Vedle poskytnutí vhodných informačních nástrojů je také důležité uvažovat o akcích, jako jsou výstavy a veletrhy, na nichž by se ekoznačka Společenství představovala širší veřejnosti. Dosud nebyl zpracován žádný systematický rozbor, který by se zabýval tím, které výstavy nebo veletrhy jsou pro propagaci ekoznačky nejvhodnější, ačkoli takové rozborů byly prováděny náhodně, a to většinou při cílených marketingových akcích. Dalším významným aspektem, který byl dále zkoumán, je možnost využívání výrobků opatřených ekoznačkou při akcích velkých rozměrů, například mistrovstvích světa, na olympijských hrách, festivalech atd. Výsledky jsou velmi povzbudivé, např. při Olympijských hrách v Aténách v roce 2004 a při nadcházejících Zimních olympijských hrách v Turíně v roce 2006.

Cíle a prováděcí opatření uvedené v předchozím pracovním plánu zůstávají nadále platné i pro revidovaný pracovní plán.

Cíl

Neustále informovat všechny zúčastněné strany o ekoznačce Společenství a o jejím vývoji. Zároveň je třeba systematicky vyhledávat a zohledňovat zpětnou vazbu od zúčastněných stran.

Akce

Výbor VEUEZ a členské státy by měly úzce spolupracovat s Komisí při:

- aktualizaci a vylepšování internetové stránky o ekoznačce;
- pokračování v přípravě a šíření brožur a dalších tištěných materiálů zvyšujících povědomí;
- poskytování informací zúčastněným stranám o postupech, lhůtách a nákladech souvisejících s používáním ekoznačky;
- vypracování seznamu událostí, při nichž by se ekoznačka měla propagovat.

Výbor VEUEZ by měl prozkoumat, které doplňující informační nástroje (databáze, pokyny atd.) se mají poskytovat žadatelům.

Příslušné subjekty spolu s pomocnou informační službou budou od jednotlivých držitelů licencí shromažďovat informace o tom, kde se jejich výrobky prodávají.

b) Společné propagační akce pro zlepšení povědomí veřejných a soukromých zákazníků

Informace pro zákazníky jsou dostupné jak v právním rámci (jak může zákazník začlenit kritéria pro ekoznačku do své výzvy k nabídkovému řízení), tak v environmentálních požadavcích založených na výkonu a popsanych v dokumentech o kritériích pro ekoznačku pro různé skupiny výrobků. V tomto směru je významná také internetové stránky pro ekoznačku. Měl by se vypracovat vhodný materiál usnadňující používání kritérií pro ekoznačku Společenství při zadávání veřejných zakázek, například zjednodušený seznam pro všechny skupiny výrobků. Je třeba organizovat společné schůzky VEUEZ a zadavatelů veřejných zakázek a uvažovat rovněž o vnitrostátních a/nebo regionálních kampaních.

Cíl

V krátkodobém výhledu je třeba informovat úředníky odpovědné za zadávání veřejných zakázek o možnostech využívání kritérií pro ekoznačku nebo rovnocenných kritérií ve výzvách k nabídkovému řízení.

Akce

Výbor VEUEZ, Komise a členské státy by ve spolupráci s úředníky odpovědnými za zadávání ekologických veřejných zakázek v rámci orgánů veřejné správy měly vypracovat společnou strategii a řadu společných činností na podporu používání kritérií ekoznačky Společenství nebo rovnocenných kritérií při zadávání veřejných a soukromých zakázek.

Výbor VEUEZ, Komise a členské státy by měly zajistit co nejrozsáhlejší rozšíření příručky mezi zadavateli veřejných zakázek a měly by vypracovat náležitě materiály. Rovněž by měly ve spolupráci s programem EMAS organizovat školení, informativní schůzky a jiné vhodné akce. Příslušné informace by měly být uvedeny na internetových stránkách o ekoznačce.

c) Společná propagace a podpora malých a středních podniků a distributorů

Během posledních tří let byla jednou z hlavních priorit pro ekoznačku účast malých a středních podniků na valných hromadách a také v pracovních skupinách, které připravují kritéria pro různé skupiny výrobků. Ne vždy mají malé a střední podniky vhodné prostředky a informace, aby posoudily možnosti nabízené ekoznačkou a připravily žádost, která bude přijata. Měly by jim být nápomocny sítě zahrnující ostatní žadatele, zájmové skupiny, příslušné subjekty a jiné příslušné organizace, například obchodní sdružení nebo regionální orgány.

Významnou úlohu hrají také maloobchodníci, kteří vystupují jako „strážci“ mezi výrobci a spotřebiteli. Mohli by například použít ekoznačku ke zlepšení povědomí o kvalitě svých výrobků opatřených obchodními značkami a snažit se nabízet svým zákazníkům další výrobky označené ekoznačkou. Rozvoj strategického partnerství s maloobchodníky proto musí být považován za prioritu.

Akce

Výbor VEUEZ by měl vypracovat strategii a akce zaměřené na vybudování sítí pro podporu ekoznačky v malých a středních podnicích.

Příslušné subjekty výboru VEUEZ by měly rozvíjet strategická partnerství s maloobchodníky.

5. Plán financování systému

Kvůli zapojení mnoha organizací včetně orgánů veřejné správy (například rozpočet Komise je roční) bylo během předcházejících tří let obtížné připravit přesné rozpočty.

Požadavky systému ekoznačky Společenství mají dvě hlavní složky: zdroje pro rozvoj skupiny výrobků a zdroje určené na uvádění na trh a pro propagaci.

Odhadované zdroje vyhrazené pro systém v roce 2003 (Komisi a členskými státy) se pohybovaly kolem 3,2 milionů eur (bez zahrnutí platů). Finanční zdroje z poplatků dosáhly zhruba 370 000 milionů eur, což představuje přibližně 11,5 %. To znamená, že schopnost samofinancování systému mírně přesahuje 10 %, což zdaleka nesplňuje dlouhodobé cíle ohledně samofinancování.

Během posledních tří let byly zdroje vyhrazené pro systém dostačující pro rozvoj a revizi skupin výrobků. Byly využívány velmi účinně. Zvýšený počet skupin výrobků a následný nárůst souvisejícího marketingu logicky povede ke zvýšení rozpočtových potřeb systému. Rozpočet systému je proto třeba analyzovat v souvislosti s celkovou strategií rozvoje kritérií pro skupiny výrobků.

Cíl

Dlouhodobým cílem je dosáhnout toho, aby se systém samofinancoval, a rovněž by měly být stanoveny a monitorovány proveditelné krátkodobé cíle, které napomohou k dosažení samofinancování.

Akce

Před koncem období platnosti tohoto pracovního plánu provede výbor VEUEZ analýzu, aby bylo možné připravit soudržnou a realistickou strategii pro případné samofinancování systému. Tato strategie by měla zahrnovat metodiku pro společné měření výdajů a příjmů souvisejících se systémem pro ekoznačku v jednotlivých členských státech a pro podávání náležitých zpráv o financování.

Dodatek 1

Seznam prioritních skupin výrobků, který je možno doplňovat (*)

Možné nové skupiny výrobků:

Služby v oblasti osobní dopravy
Hračky a hry
Vytápěcí systémy (pokojové)
Služby maloobchodního prodeje
Nákupní tašky
Toaletní potřeby
Pytle na odpad
Lepidla
Systémy pro ohřev vody
Stavební komponenty včetně izolace
Pneumatiky
Malé elektrické spotřebiče pro domácnost
Hygienické výrobky
Myčky aut
Kožené výrobky včetně rukavic
Služby chemického čištění
Stavební služby
Kopírky
Sociálně odpovědné investiční fondy
Služby mechanických oprav
Nádobí
Dodávkové služby
Klimatizace

(*) Zdůrazňujeme, že tento seznam není úplný podle článku 5 nařízení (ES) č. 1980/2000. Komise může kdykoli pověřit VEUEZ vytvořením ekologických kritérií a jejich periodickým přezkoumáním, stejně tak jako požádat o hodnocení a ověření některé skupiny výrobků, která není uvedena v dodatku 1. Tento seznam je možné aktualizovat v průběhu doby platnosti tohoto revidovaného pracovního plánu (v souladu s postupem stanoveným v článku 17 nařízení (ES) č. 1980/2000) a doplnit jej o nové skupiny výrobků.