

[Kezd?lap](#) > A fogyasztókat és a cégeket is segíti az uniós ökocímke

A fogyasztókat és a cégeket is segíti az uniós ökocímke

Tavaly ünnepelte a 25 éves születésnapját az Európai Unió Ökocímkéje, amellyel segít a fogyasztóknak, hogy felismerjék a min?ségi, környezetbarát, nem élelmiszer-ipari termékeket és hozzájáruljon, hogy a tagállamok átálljanak a ?körkörös gazdaságra?

Image not found

http://www.hermanottointezet.hu/sites/default/files/ENV_Ecolabel25_LOGO_1.jpg

Ez a körkörös szemlélet alapvet? része a címke szigorú követelményeinek. A címke az olyan újszer? termékeknek jár, amelyek többek között tartósak, javíthatóak, alacsony szén-dioxid-kibocsátásúak, a lehet? legkevésbé vannak becsomagolva és több újrahasznosított elemet tartalmaznak. A zöldebb termékeket világszerte egyre inkább keresik, mivel az emberek egyre inkább tudatában vannak, hogy fenntarthatóbban kell élniük.

A cégek így fontos piacot nyernek, ha a termékeik megkapják a jelzést, ezzel pedig munkahelyek jönnek létre. Az Ökocímke segítségével ráadásul más uniós országokban is könnyebben eladhatóak a termékek, hiszen minden tagállamban felismerik, és egy olyan marketingeszközhöz lehet jutni, amellyel mutatni lehet az elkötelez?dést a környezetkímél? termelés mellett. A zöld gazdaság nem csak egy üres jelszó, hanem valódi el?nyt jelent a benne részt vev? vállalatoknak: az Európai Bizottság szerint az ágazatban még a válság alatt is átlagosan évente négy százalékkal n?tt az ilyen cégek teljesítménye.

?Az elmúlt 25 évben cégek ezrei döntöttek az EU Ökocímke használata mellett, hogy reagáljanak a fenntarthatóbb termékek iránti keresletre? ? nyilatkozta az évforduló alkalmából Karmenu Vella. Az Európai Bizottság környezetügyért, tengerészetért és halászatért felel?s tagja szerint ?az Ökocímke világos módon a körkörös gazdaság és a közös piac egyik legpraktikusabb eszköze?.

Az Európai Bizottság az EU Ökocímke születésnapjára kiadott közleményében azzal érvel, hogy a jelzéssel a cégek mellett a fogyasztók is jobban járnak, tudatosabban vásárolhatnak. Itt nem csak az egyéni vásárlókra érdemes gondolni, a szállodák és tisztít?vállalatok is egyre figyelnek a fenntarthatóságra. Különösen Észak-Európában er?s a kereslet a környezetbarátabb termékekre.

Az Európai Bizottság szerint az uniós jelölés azzal t?nik ki a címkék dzsungelében, hogy megbízhatóan és objektíven hitelesít, az átlátható követelményrendszernek köszönhet?en a vásárlók biztosak lehetnek benne, hogy a megjelölt termékek legalább olyan jók, mint a hagyományos társaik. Az uniós ökocímke egyszerűsíti és átláthatóbbá teszi a rendszert, hiszen ugyanolyan feltételek vonatkoznak az adott termékre attól függetlenül, hogy hol gyártották vagy értékesítik.

Az EU Ökocímke hosszú utat járt be az 1992-es létrehozása óta. Kezdetben csak két termékcsoportra, a mosó- és mosogatógépekre terjedt ki a nemzeti védjegyek mintájára készült uniós szint? jelölés. Az els? feltételrendszerek kidolgozása lassan indult, id?be került, hogy közös követelményeket és módszertant dolgozzanak ki. A fogyasztók és a cégek nem igazán érdekl?dtek az ökocímke iránt. Els?ként, 1996-ban hat vállalat kapott védjegyet. Abban az évben vezették be a legsikeresebb termékcsoportot, a festékekét és lakkokét. Addigra már kilenc termékkört fedtek le, de közülük négy még teljesen üres volt.

Az ezredforduló környékén kapott igazán lendületet a címke. 2000-re már 15 csoportot hoztak létre, de még mindig csak valamivel több, mint 50 termék volt bennük. Abban az évben módosították a jelölésr?l szóló jogszabályt és pontosították a követelményeket.

Néhány országban, például Dániában, Olaszországban és Franciaországban már a korai id?szakban is élénken érdekl?dtek a program iránt, máshol viszont lassabban fedezték fel. Németországban például csak azután kapott lendületet, hogy létrehozták az általános és higiéniai tisztítószeres kategóriáját, mert ez nem volt benne a saját nemzeti védjegyszerükben.

Image not found

http://www.hermanottointezet.hu/sites/default/files/19452926_1528148787259737_8266573155854211726_o.jpg

A jelölés létrehozásának tizedik évfordulóját környezettudatos divatbemutatóval ünnepelték, és megnyílt a 'Zöld Bolt' nevű honlap. Itt már 128 öko címkés terméket és az azokat elállító, eladó cégeket ismertettek. A bűvés felpörgött, amit 2003-tól ügyfélszolgálat, egy évvel később pedig kiadvány segített. Addigra 224 termék és szolgáltatás között lehetett böngészni, a licencek száma pedig 2009-re átlépte az ezret.

Egy évvel később lépett életbe az öko címkéről szóló jogszabály módosítása, hogy csökkentsék a bürokráciát és gyorsítsák a követelményrendszerek kidolgozását. A változtatás célja az volt, hogy 2015-re 40-50 körülre bűvitsék a lefedett termékkategóriák számát. 2010-ben egészült ki a program virágos logója is az EU Öko címké felirattal, valamint a program honlapjának a címével. A Zöld Boltot ez évvel később váltotta az E-cat, amely már 1187 licencet mutatott be. Utána egy kicsit megakadt az addigi lendületes növekedés, ami nyilvánvalóan nem független a világgazdasági válság begyűzéséről. 2012-2013-ban ismét sorjázta a kérelmek és átlépték a kétezres határt, azóta nagyjából stabilizálódott a termékek és szolgáltatások száma. 2016 elejére esett ugyan a licencek száma, de ennek az volt az oka, hogy több termékcsoporthoz lejártak és felülvizsgálták követelményeket. A változtatások után a termékcsoporthoz újra beillesztették a rendszerbe. 2017 elejére amiatt volt egy hullámvölgy, hogy egy fű licenctulajdonos számos terméket megszüntetett, de az év szeptemberére már több mint 2000 licenctulajdonossal büszkélkedhetnek és 50 ezret is meghaladó számú terméknel, szolgáltatásnál lehet találkozni a virágos logóval.

Az EU Öko címkét a 25. születésnapján több rendezvénnyel népszerűsítették EU-szerte. Május végén az uniós zöld héten külön megünnepelték a sikertörténeteket, amelyek a jelöléshez kapcsolódtak katalán vidéki szállodától kezdve német kozmetikumokon és dán textiltermékeken át lett tisztítószerekig. Megvizsgálták azt is, hogyan lehet tovább támogatni az Öko címkében rejlő üzleti lehetőségeket. Ezzel párhuzamosan több országban is tartottak rendezvényeket.

Június végén Brüsszelben mutatták be interaktívan, hogyan tudják az uniós Öko címkével ellátott termékek megváltoztatni a mindennapi életünket. Több mint száz termék jelent meg a kiállításon. Karmenu Vella maga is nekiállt bemutatni, mit tudnak az ilyen termékek, amikor nekiállt öko címkés szerekekkel tisztítani a helyszínen az ablakokat. Közben m helymunkákon és beszélgetéseken tárgyaltak a fenntartható fogyasztás és termelés jövőjéről. A központi rendezvényt több tagállami is követte.

Image not found

http://www.hermanottointezet.hu/sites/default/files/19575326_1532871110120838_230935481657063411_o.jpg

Source URL: <http://www.hermanottointezet.hu/fogyaszt%C3%B3kat-%C3%A9s-c%C3%A9geket-seg%C3%ADti-az-uni%C3%B3s-%C3%B6koc%C3%ADmke>