

IJ2008/1654/KO  
2008-09-30

Integrations- och jämställdhetsdepartementet  
103 33 Stockholm

## Remissvar "Kommissionens förslag till reviderad förordning för EU:s miljömärkningssystem Blomman"

Sveriges Konsumenter har getts tillfälle att kommentera förslaget om reviderad förordning om Blomman, EU:s miljömärkningssystem. Vi har arbetat i många år med frågan om en gemensam miljömärkning i EU och kommer att fortsatt följa beslutsprocessen i parlamentet och ministerrådet såväl direkt som genom vårt arbete i ANEC, BEUC, ESK, ECCG m fl organ.

I grunden är vi positiva till att EU har ett gemensamt märkningssystem, och beklagar att Blomman i stort har blivit ett misslyckande. Vi är samtidigt måna om att förutsättningen för den framgångsrika, väl fungerande och väl kända nordiska miljömärkningen Svanen inte försämras, med andra ord att det finns möjlighet för nationella system att finnas kvar, att ha högre krav och att profilera sig vid sidan av ett EU-gemensamt system.

Det är en god ambition att genomföra förenklingar i systemet, men vi vill också varna för att kraven kan bli så urvattnade och kontrollen så undermålig att märkningssystemet inte fungerar som ett sätt för konsumenterna att faktiskt driva på mot på en hållbar utveckling genom sina val. Vi utvecklar våra synpunkter nedan.

Många konsumenter vill kunna göra medvetna val, inte minst mot bakgrund av klimathotet och andra globala miljöproblem. Det är därför nödvändigt att utforma ett märke som konsumenterna känner igen och känner förtroende för. För att konsumenterna ska kunna använda symbolmärkningar för att göra relevanta och medvetna val måste de uppfylla en rad krav:

- Lätta att uppfatta
- Tredjepartskontrollerade (Typ 1)
- Positiva (finns på de produkter som uppfyller högt satta kriterier)
- "Digitala", (inga graderingar)

Dessutom är det viktigt att antalet märken är få, så att konsumenterna inte möter en "märkesdjungel".

Nedan följer specifika kommentarer till kommissionens förslag:

**Motivering, 2. 2, Förväntade resultat.** Målsättningen 10 procent i varje produktgrupp framstår stelbent, eftersom den kan variera stort från produktgrupp till produktgrupp. Dessutom framstår målsättningen som låg. I några EU-länder skulle 10 procent visserligen innebära en kraftig förbättring, men ambitionen borde vara högre för att verkligen kunna driva på utvecklingen. Den utgår från föreställningen att det miljöanpassade alternativet är undantaget, en liten ”udda” kategori för särskilt intresserade konsumenter och det inte kan finnas flera miljömärkta alternativ för konsumenterna att välja mellan.

**Artikel 2 m m EU-blomman på livsmedel.** Sveriges Konsumenter är kritiska till att ge möjlighet att märka livsmedel med EU-blomman, vid sidan av EU:s ekologiska förordning. Vi har i tidigare remissvar varit i stort positiva till framväxten av EU:s gemensamma ekologiska märkningssystem och anser att denna märkning kan komma i skymundan och den goda utvecklingen brytas av ytterligare ett märke. Kombinationerna av olika miljömärken kommer också leda till förvirring bland konsumenterna, eftersom det kan bli ända upp till tre olika miljömärken på samma produkt. Alternativt riskerar det att leda till att tillverkare använder märket med de lägsta kriterierna, men att konsumenterna ändå uppfattar det som ett fullgott miljöalternativ.

**Artikel 5, 7 och 8 om arbetet och ansvaret att fastställa kriterier.** Sveriges Konsumenter anser att skrivningarna om ”balans” är för vaga. Det måste slås fast att konsument- och miljöorganisationer säkras förutsättningar att delta med jämlika förutsättningar i arbetet så att de inte kommer i underläge gentemot resurstarka företagareintressena. Annars riskerar märkningssystemet att förlora i trovärdighet.

**Artikel 6 Allmänna krav på miljömärkningskriterierna.** Sveriges Konsumenter anser att Blomman även ska kunna innefatta andra centrala delar av hållbar utveckling, framför allt etiska kriterier.

Försiktighetsprincipen måste också finnas med som utgångspunkt i framtagning av kriterier. Begreppet saknas i skrivningarna.

**Artikel 9 Registrering – om logotypen.** Vi motsätter oss att tre centrala miljöegenskaper ska ingå i logotypen, i anslutning till det vi anförde i inledningen. Vi kan inte förstå hur det skulle förbättra konsumenternas möjlighet att göra medvetna val. En logotyp ska vara enkel att uppfatta för konsumenterna för att få genomslag hos allmänheten. Märkningssystemet ska ”göra jobbet” åt konsumenterna att väga samman effekterna på olika miljöområden.

Även att blanda in texten ”Good environmental choice” i logotypen framstår som tveksamt. En symbol ska vara så enkel som möjligt. Ett väl marknadsfört och spritt märke behöver inte överlastas med text, som med tanke på frasens längd ändå skulle bli i minimal stil på förpackningarna.

**Artikel 9 och 10 Registrering, marknadsövervakning och kontroll.** I dessa delar är vi särskilt kritiska. Detta är en central del av förordningen och kan med nuvarande förslag bli det som faktiskt sänker förtroendet för Blomman ytterligare och stjälper systemet. Utgångspunkten tycks vara att utveckla systemet så att det liknar CE-märkningen, vilket visat sig fungera mycket dåligt på flera produktgrupper. Detta beror till stor del på brister i marknadskontrollen, vilket visat sig leda till fusk och slarv med sänkt förtroende som följd. Att nöja sig med en relativt enkel registrering istället för certifiering är till att börja med otillräckligt. Vi betvivlar dessutom starkt att en låg registreringsavgift och förlitandet

på att skattefinansierad stickprovskontroll i medlemsländerna kommer att öka förtroendet och därmed nyttan med Blomman. Erfarenheter från befintliga nationella miljömärkningssystem, till exempel Svanen, visar istället att licenssystem med avgifter kan vara mycket framgångsrikt. Vi förordar därför starkt användandet av licenser för att säkerställa en fungerande kontrollapparat och administration av systemet.

**Artikel 11. Miljömärkningsprogram i medlemsstaterna.** Sveriges Konsumenter vill här bara värna och poängtera vikten av det som föreslås, att tydligt tillåta andra märkningar som är strängare än Blomman och att framföra detta i sin marknadsföring.

I handläggningen av detta remissvar har Jens Henriksson, internationell sekreterare, samt undertecknad deltagit.

Stockholm dag som ovan



Jan Bertoft  
generalsekreterare