



Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmektedir.

Sürdürülebilir Üretim ve Tüketim Yayınları - III

Eko-Etiket



BÖLGESEL ÇEVRE MERKEZİ
REC Türkiye



Sürdürülebilir Üretim ve Tüketim Yayınları - III

Eko-Etiket



Hazırlayan

Dr. Hüdai KARA

ISBN:

İçindekiler

Özet.....	5
1 Eko-etiketler ve AB Eko-Etiketi.....	7
1.1 Giriş.....	7
1.2 Oluşumu ve tarihçesi	8
1.3 Hukuki çerçeve.....	8
1.4 Etiket verilen ürün grupları	9
1.5 Değerlendirme kriterleri.....	14
1.6 Neden almalıyım?	14
2 Başvuru işlemleri.....	16
2.1 Nasıl Başvurulur?	16
2.2 Denetim, test ve beyanlar.....	16
3 AB Eko-Etiket Edinme Maliyeti.....	17
3.1 Başvuru ücreti	17
3.2 Yıllık ücret.....	17
3.3 Test ve beyanname ücretleri	17
3.4 Diğer ücretler.....	17
4 AB Eko-Etiket Kazanımları ve Pazar Payı.....	18
4.1 Çevresel kazanımlar.....	18
4.2 Ticari avantajları	18
4.3 İstatistikler.....	18
4.4 AB Eko-Etiketi almış ürünlerden örnekler	20

Özet

Eko-Etiketler, ürün ve hizmetlerin çevresel sicilleri hakkında güvenilir bilgi sağlayan gönüllülük esasına dayalı, katılımcı, piyasa temelli ekonomik araçlar olarak değerlendirilebilir.

Tüm Avrupa Birliği (AB) üye ülkeleri için geçerli olan çevre etiket sistemi, kapsamlı çalışmalar sonucunda AB Bakanlar Konseyinin 23 Mart 1992 tarihli 880 sayılı Tüzüğü ile hayata geçirilmiştir. Bir çiçek amblemi ile simgelenen AB Eko-Etiketi, üretim ve tüketim araçlarının çevreye saygılı olduğunu göstermektedir. Etiket, belirli ürün ve hizmetlere, tüm üretim aşamaları değerlendirilerek ve bağımsız bir organ olan Avrupa Birliği Eko-Etiket Kurulu ekolojik kriterleri göz önünde bulundurularak verilmektedir.

Bugün AB Eko-Etiketi çok geniş bir ürün ve hizmet yelpazesini kapsamakta olup, bunlara sürekli yeni ürün grupları eklenmektedir.

Basit bir ambleme sahip olmasına rağmen, göz önünde bulundurduğu çevre kriterleri oldukça kapsamlıdır. Bu kriterler tüm üye ülkelerden uzmanların kapsamlı istişaresi sonrasında kabul edilir ve ürünün çevre ve performans standartlarına uygunluğu doğrulandıktan sonra da etiketin kendisi verilir.

AB Eko-Etiketi, ülkemizde henüz verilmemektedir. Sadece tam üye olan ülkelerde yetkili kurumlar tarafından verilen AB Eko-Etiketine dünya çapında başvurular yapılabilmektedir. Gönüllülük esasına dayanan ve tüketicilerin çevre dostu ürünlere yönelmesini öngören bu sistemin ülkemizde yaygınlaşması, Eko-Etiketli ürünler için verilen teşviklerde ve uluslararası pazara girilme konusunda avantaj oluşturacağı bir gerçektir.

1. Eko-Etiketler ve AB Eko-Etiketi

1.1 Giriş

Çevresel etki bilgisi, ürün, hizmet veya tesislerin performans veya çevresel özellikleri hakkında sınırlı ya da ayrıntılı bilgi anlamına gelmektedir. Bu bilgiler, yazılı iddia ve beyanlar; tablo veya matrisler; ya da etiket veya amblemler gibi birçok şekilde sunulabilir. Bu bilgilere, yıllık raporlar, gazete, radyo veya televizyon reklamları, ürün katalogları ya da ürünlerin üzerinde rastlamak mümkündür.

Eko-Etiketler aslında temel olarak ürün ve hizmetler ile ilişkilendirilir ve genellikle ürün ambalajı, web sitesi, ürün kataloğu gibi referans olarak gösterilebilecek yayınlarda görüntülenirler.

Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO) 90'lı yıllarda çevre etiketleri ile ilgili bir dizi rehberlik standartlarını (sertifikasyon standartlarının aksine) geliştirdi. Bunlar:

- ISO 14020 – tüm çevre etiketlerini içeren rehber;
- ISO 14021 – Tip II – kendinden beyanlı çevre etiketleri (genellikle sadece bir nitelik içeren, bazen bir şirketin çevre amblemi gibi);
- ISO 14024 – Tip I – çevresel açıdan önderlik eden, hemen hemen çoğunun üçüncü parti amblemi tarafından ifade edildiği çevresel etiketler;
- ISO 14025 – Tip III – genellikle bir matris şeklinde detaylı bilgi içeren çevresel beyanlardır.

Piyasada mevcut birçok etiket olmasına rağmen her zaman için farklı etiketler geliştirmek de mümkündür. Organik etiketler ve enerji verimliliği etiketleri bunlara sadece birkaç örnektir. Fakat toplum henüz çevresel etiketleri, adil ticaret (Fair Trade) ve sosyal sorumluluk etiketlerinden kolay bir şekilde ayırt edememektedir.

AB Eko-etiketi, ISO 14024 Tip I çevre etiketleme sistemi dâhilinde tanımlanır ve gönüllü olarak kullanılan bir etiket sistemidir. Eko-etiketleme için belirlenen kıstaslar çevresel fayda yaratılabilmesi için temel öneme sahiptir. Çevresel kıstasların ne seviyede uygulanacağı ürünlerin yaklaşık yüzde 10 ila 20'sinin bu etiketi hemen alabilecek durumda olmalarına göre belirlenir. Bu sistemde kullanılan kıstasların çoğu ürünün tüm yaşam döngüsü boyunca ortaya çıkaracağı çevresel etkiler düşünülerek belirlenmiş olduğundan, bu etiketler tüketicilere çevreye en duyarlı ürünleri seçme imkanı sunan mükemmellik etiketleri olarak da değerlendirilebilir.

Tip I Eko-etiketleme çevresel açıdan tercih edilen ürünler için pazar avantajı yaratmayı amaçlar (Şekil 1). Burada elde edilmek istenen sonuç ise, çevresel açıdan iyi olan ürünlerin tercih edilebilmesine ortam sağlamaktır. Bu etikete sahip olmayan ürünlerin ya tamamen pazardan kalkması ya da üretim süreçlerinde çevreye duyarlı iyileştirmeler yapılarak tekrar pazar payı kazanmaya çalışmaları beklenir. Eko-etiketler, bu etiketi taşıyan ürünlerin çevresel açıdan öncelikli ürünler olduklarını göstermek için kullanılır.

Firmalar ürünlerini tanıtmak için farklı çevresel bilgi sistemleri kullanmaktadır. Buradaki amaç, tüketicileri, çevresel özelliklerine bakarak ürün almaya teşvik etmektir. Eko-etiketler ürünlerin yanısıra şirketlerin tanıtımına da katkıda bulunan çevresel kimlikler olarak değerlendirilebilir. Bu tür uygulamalarda çevresel etiketler pazarlama ya da satış aracı olarak kullanılmaktadır.

1.2 Oluşumu ve tarihçesi

AB Eko-Etiket fikri ilk olarak Avrupa Çevre yılı olan 1987 yılında ortaya atılmıştır. Avrupa Komisyonu Eko-Etiket fikrini üye ülkelerle ve Avrupa Parlamentosu'nda tartışmaya açmış ve üç yıllık bir süreç sonrasında AB Bakanlar Konseyi'nin 23 Mart 1992 tarihli ve 880 sayılı Tüzüğüyle yasallaşp yürürlüğe girmiştir¹.

Eko-Etiket yasının güçlendirilmesi ve etkinliğinin artırılması için (EC) 1980/2000² numaralı yasa ile politik amacı belirlenmiş ve prensipleri zenginleştirilmiştir. Bu yasanın uygulamaya girmesinden itibaren geçen süre zarfında edinilen deneyimler AB Eko-Etiket sisteminin etkinliğinin artırılması ve yürürlüğünün daha düzenli hale getirilmesi gerektiğini göstermiştir. Bu bağlamda etiket yası 2009 yılında yeniden düzenlenmiştir³. Bu düzenleme ve AB bünyesinde geliştirilen diğer direktifler ile (Enerji tüketen ürünlerde Eko tasarım, Çevre Eylem Programı, Sürdürülebilir Kalkınma Stratejileri ve İklim Değişikliği Programı, Yeşil Kamu İhale Eylem Planları) uygunluğu sağlanmıştır.

1.3 Hukuki çerçeve

Bugüne kadar AB Eko-Etiketi, ürünler ile ilgili çevresel yasaları ve sürdürülebilir tüketim alışkanlıklarını teşvik eden tek araç olmuştur. AB Eko-Etiketi, Avrupa Komisyonu tarafından Entegre Ürün Politikası ve Temmuz 2008'de kabul edilen Sürdürülebilir Tüketim ve Üretim ile Sürdürülebilir Sanayi Politikaları⁴ üzerine hazırlanan AB eylem planı stratejilerini daha da pekiştirmiştir.

Günümüzde AB Eko-Etiket, geniş kapsamlı *Sürdürülebilir Tüketim ve Üretim* politikasının temel bir parçası olmuş ve Avrupa Birliği'nde çeşitli çevresel politika hedeflerine ulaşılmasına destek olan önemli bir politika aracı konumuna gelmiştir.

Lizbon Stratejisi'nde, Avrupa Birliği'nin ilerleme yolunda modernleşme politikasının üç temel taşından birinin çevre olduğu belirtilmiştir. Bu amaçla, ekonomik büyümenin doğal kaynaklardan bağımsız olarak gerçekleştirilmesi hedefi konmuştur.

¹ Council Regulation (EEC) No 880/92 of 23 March 1992 on a Community eco-label award scheme

² Regulation (EC) No 1980/2000 of the European Parliament and of the Council of 17 July 2000 on a revised Community eco-label award scheme

³ Regulation (EC) No 66/2010 of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 on the EU Ecolabel

⁴ Communication on Sustainable Consumption and Production and Sustainable Industrial Policy Action Plan, COM(2008) 397, 16 July 2008

AB Eko-Etiketi, Alman Mavi Melek (Blue Angel) ve İskandinav Kuğu'su (Nordic Swan) gibi ulusal etiketler ile birlikte iklim değişikliği ve enerji verimliliği, sağlıklı veya tehlikeli maddeler, doğal kaynaklar ve atıklar (geri dönüşüm dâhil), eko-tasarım ve bunlara benzer birçok önemli politikanın önünü açmaktadır.



Şekil 1. Type I Eko-Etiketlerden bazıları

1.4 Etiket verilen ürün grupları

Avrupa Eko-Etiketi, üretimin birçok alanının yanısıra aralarında turistik konaklama hizmetlerinin dahi bulunduğu çok sayıda ürün grubunu da kapsar. Herbir ürün grubu için kıstaslar o ürünün tüm yaşam döngüsü boyunca çevreye etkilerini inceleyen kapsamlı çalışmalar sonucunda tespit edilmiştir. Bu kıstaslar genel olarak üç yıl süreyle geçerlidir.

Böylelikle teknik gelişmeler ve piyasa değişiklikleri dikkate alınarak düzenli olarak iyileştirme imkânı sağlanmış olur. Bir ürünün, Avrupa Eko-Etiketi alabilmesi için tüm kıstasların yanısıra, en iyi uygulama ve performans koşullarına da uyması zorunludur.

Halihazırda aşağıdaki gruplar altında toplanan ürünlere AB Eko-Etiketi verilmektedir:

- Temizlik ürünleri
- Giyim

- Ev içi kendin yap ürünleri
- Elektronik ürünler
- Zemin kaplamalar
- Mobilyalar
- Bahçe malzemeleri
- Evde kullanılan ürünler
- Yağlar
- Yatak takımları
- Kâğıt ürünleri
- Hizmetler

Temizlik Ürünleri	
Genel temizleyiciler	<p>Bu ürün grubu genel temizlik malzemeleri, cam/pencere temizleyicileri ve hijyenik temizleyicileri içerir.</p> <p>a) genel temizleyiciler, zemin, duvar, tavan, pencere gibi sabit yüzeylerin rutin temizliğinde seyreltme yapılarak ya da yapılmaksızın kullanılan deterjan ürünlerini içerir. Bunlar genel olarak evde, ticari ve endüstriyel tesislerde kapalı alanlarda kullanılan ürünlerdir.</p> <p>b) cam/pencere temizleyicileri, seyreltme yapılmaksızın pencerelerin rutin temizliğinde kullanılan özel temizleyicilerdir.</p> <p>c) hijyenik temizleyiciler, çamaşır odası, tuvalet, banyo, duş ve mutfak gibi hijyenik yerlerde kir ve/veya kalıntıların ovma yöntemiyle temizlenmesinde kullanılan deterjan ürünleridir. Bu alt grup banyo ve mutfak temizleyicilerini içerir.</p>
Bulaşık makinesi deterjanı	<p>Bu ürün grubu evlerdeki bulaşık makinelerinde kullanılan bulaşık deterjanı ve durulamaya yardımcı olan ürünlerden oluşur.</p> <p>Bulaşık deterjanları, teknik özellikleri aynı olan (hacmi ve kullanımı) ticari ve ev içi bulaşık makinelerinde kullanılan tüm deterjanları içerir.</p>
Bulaşık deterjanı	<p>Bu ürün grubu tabak, çatal-bıçak takımı, tencere, tava ve benzeri mutfak gereçlerinin elde yıkanması için kullanılan tüm deterjanları içerir.</p> <p>Bu ürün grubu hem özel hem de profesyonel kullanıma yönelik ürünleri kapsar. Ürünler, kimyasal maddelerin karışımları şeklinde olmalı ve üretici tarafından bilinçli olarak eklenmiş mikroorganizmalar içermemelidir.</p>
Çamaşır deterjanları	<p>Bu ürün grubu toz, sıvı veya diğer bir halde sunulan çamaşır deterjanı ve leke çıkarıcıları kapsar. Ev kullanımı için tasarlanan bu ürünler tekstil sektöründe yıkama için de kullanılabilir. Bunun yanı sıra genel çamaşırhane kullanımını da içerir. Bu ürün grubu halı, mobilya döşemesi veya benzeri materyaller için önerilen leke çıkarıcı gibi yıkama yapılmadan kullanılan yardımcı ürünleri içermez.</p>
Sabun, şampuan ve saç kremleri	<p>Sabun, şampuan ve saç kremlerini kapsayan bu ürün grubu, yıkama maksadıyla epidermi ve saç ile temas halinde olan tüm durulama maddeleri ve karışımlarını içerir. Benzer şekilde saçların iyileştirilmesi için kullanılan saç kremleri de bu gruba dahildir.</p> <p>Gerek kişisel gerekse profesyonel kullanıma yönelik tüm ürünler bu gruba dahildir.</p> <p>Ürün grubu özellikle anti-bakteriyel kullanım ya da dezenfekte amaçla pazarlanan ürünleri kapsamaz.</p>

Giyim Eşyaları	
Tekstil ürünleri	<p>Tekstil ürün grubuna dahil olanlar:</p> <p>a) tekstil, giyim ve aksesuarları: Ağırlık itibariyle en az % 90 tekstil lifleri içeren giyim ve aksesuarlar (mendil, eşarp, çanta, alışveriş çantaları, sırt çantası, kemer vb);</p> <p>b) iç mekan tekstil ürünleri: Ağırlık itibariyle en az % 90 tekstil lifleri içeren iç mekan tekstilleri. Paspas ve kilimler bu gruba dahilken zemin döşemeleri ve duvar kaplamaları bu grupta yer almaz;</p> <p>c) tekstil, giyim, aksesuar veya iç mekan tekstil ürünlerinde kullanılan elyaf, iplik ve kumaş (dayanıklı dokunmamış dahil).</p>
Ayakkabılar	<p>Ayakkabı ürün grubu, zeminle temas eden sabit bir dış taban ile ayağı korumak ya da örtmek için tasarlanmış tüm giyim eşyalarını kapsar. Ayakkabı herhangi bir elektrik ya da elektronik bileşen içermemelidir.</p>

Ev içi kendin yap ürünleri	
Boyalarda ve Vernikler	<p>Bu ürün grubu, gerek bireysel gerek profesyonel kullanım için geliştirilmiş iç cephe boya ve vernikleri, ahşap boya ve ilgili ürünleri kapsar.</p> <p>Bunların arasında zemin kaplamaları ve boyları; bayiler tarafından renklendirilmiş ürünler; boyama sistemleri; sıvı veya hamur karışımında ön muamele görmüş, renklendirilmiş veya üreticiler tarafından tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak için hazırlanmış diğer ürünlerin astar ve astar boyları yer almaktadır.</p>

Elektronik ürünler	
Kişisel bilgisayarlar	<p>Kişisel bilgisayarlar ürün grubu, masaüstü kullanım için üretilmiş kasalı veya kasasız anakart, ekran ve klavyeden oluşan bilgisayar sistemlerini kapsar.</p> <p>Sunucular (server) bu ürün grubuna dahil değildir.</p>
Dizüstü bilgisayarlar	<p>Dizüstü bilgisayar ürün grubu, kendinden batarya ile çalışan taşınabilir tek kasalı bilgisayar sistemlerini içerir.</p> <p>Dokunmatik ekran klavyesi olan cihazlar bu ürün grubuna dahildir ancak benzer özellikte temel kullanımı bilgi işlem olmayan ürünler dahil değildir.</p>
Televizyonlar	<p>Televizyon ürün grubu birincil amacı algılama, çözümlenme ve iletilen TV sinyallerini görüntüleme olan şebeke güç kaynaklı elektronik cihazlardır.</p>

Zemin kaplamalar	
Ahşap kaplamalar	Bu ürün grubu, nihai ürün kütlelerinin en az % 90'ı ahşap, ahşap tozu ve/veya ahşap/bitki esaslı malzemelerden yapılmış odun ve kereste kaplamaları, laminat yer döşeme, mantar kaplamaları ve bambu döşemeleri kapsar. Benzer formattaki iç ve dış mekan duvar kaplamaları bu gruba dahil değildir.
Halllar	Dokumaya elverişli maddelerden yapılan ve çoğu kez ufak çivi, zımba ya da yapıştırıcı ile döşenen ve genellikle kumaş, dokuma veya iğne sorguçlu örmeye tanımlanan zemin kaplamalarını kapsar. Paspaslar ve kilimler bu kapsama girmez. Bu grup duvar ya da dış cephe kullanım kaplamalarını içermez.
Sert zemin kaplamaları	Bu ürün grubu, iç ve dış mekanda kullanılan, herhangi bir yapısal fonksiyonu bulunmayan doğal taşlar ile aglomere taş, beton kaplama üniteleri, mozaik çini, seramik karo ve kiremitleri kapsar. Üretim süreci aynı olmak kaydıyla benzer malzemeden üretilen yer ve duvar kaplamaları için de aynı kıstaslar kullanılır.

Mobilyalar	
Ahşap mobilyalar	Ahşap mobilya ürün grubu, iç ve dış mekanda depolama, asma, yayma, oturma, çalışma ve yemek amaçlı kullanılan tüm ev eşyalarını ve dahili ünitelerini içermektedir. Ofis, lokanta, otel ve okul mobilyaları da bu grupta yer alır.

Bahçe işleri	
Yetiştirme ortamı ve toprak iyileştiriciler	Yetiştirme ortamı ürün grubu, bitki yetiştirilen toprak harici malzemeleri kapsar. Toprak yükselticiler ürün grubu ise, toprağa ortamında ilave edilebilen öncelikle korumak ya da fiziksel özellikleri geliştirmek, kimyasal, biyolojik özellikleri ve etkinliği iyileştirmek amacıyla kullanılan malzemeleri kapsar.

Ev içinde kullanılan ürünler	
Ampuller	Ampuller iki kategoride toplanmıştır: Tek uçlu ampuller: Bu altgrupta aydınlatma amaçlı kullanılan, bayonet, burgulu veya pin bağlantılı tüm tek uçlu ampuller yer alır. İki uçlu ampuller: Bunlar, aydınlatma amaçlı kullanılan ve her iki ucunda bağlantı noktaları bulunan ampullerdir. Tüm uzunlamasına floresan ampuller bu grupta yer alır.
Isı pompaları	Bu grupta, elektrikli, gazlı veya gaz emmeli pompalar, ısıtma veya soğutma amaçlı olarak hava, yeraltı veya su enerjisi kullanarak ısıyı yoğunlaştıran pompalar yer alır. Isı pompası üretici veya ithalatçıdan dağıtıcıya, perakendeciye veya tesisatçıya teslim edilen cihaz veya cihazlardır.

Yağlar	
Yağlar	Bu ürün grubu, kişisel veya profesyonel kullanım için üretilmiş hidrolik yağlar, gres yağı, testere yağı, iki zamanlı motor yağları, beton ayırıcılar ve geri dönüşümü olmayan diğer yağları içerir.

Kağıt Ürünleri	
Fotokopi ve grafik kâğıtları	Fotokopi ve grafik kağıdı grubunda sadece baskı yapılmamış gazete kağıdı ve 170g/m ² kalınlığına kadar dönüştürülmemiş mukavva kalıp ya da makara yer alır. Isıya duyarlı kağıt, fotoğraf kağıdı, karbonsuz kağıt, ambalaj ve kaplama kağıtları ve kokulu kağıtlar gibi bu tanımlamaya açık bir şekilde dahil edilmeyen diğer tüm kağıt formatları AB Eko-Etiketi alamaz.
Tuvalet kâğıtları	Tuvalet kâğıtları ürün grubu, kişisel temizlik, sıvı ve emme ve/veya kirlı yüzeylerin temizliği için uygun kâğıt havlu ya da rulodan oluşan kâğıt mendillerdir. Mendil ürün yüzeyi buruşuk veya kabartmalı bir veya birkaç kattan oluşmaktadır. Ürünün lif miktarı en az %90 olmalıdır. Bu ürün grubu aşağıdakilerin hiçbirini içermez: a) ıslak mendil ve sıhhi ürünler; b) kağıt mendil haricinde başka bir malzeme ile kaplanmış ürünler; c) 76/768/EEC direktifinde belirtilen ürünler.

Yatak takımları	
Şilte	Şilte ürün grubu: a) şilteler, kapalı mekanda uyku ya da dinlenme yüzeyi sağlayan ürünler olarak tanımlanır. Bunlar, yatak mekanizması üzerine yerleştirilebilen doldurulmuş kumaşlardır; b) şilte dolgu malzemeleri lateks, poliüretan köpük ve yaları içerebilir; c) destek ahşap yatak tabanı ürünlerini de içerir.

Hizmetler	
Kamp alanları	Kamp alanları hizmet grubunda, belirli bir bölgede mobil konaklama altyapısı olan donanımlı sahaları bir ücret karşılığında kullandırma hizmeti yer alır. Aynı zamanda belirlenmiş bir alanda barınak olarak kiralanan ve toplumsal hizmet kategorisine giren diğer konaklama tesisleri de bu gruptadır.
Turist konaklama tesisleri	Turistik konaklama tesisleri hizmeti, korunaklı gece konaklamasına uygun ve en az bir yatak içeren bir odanın belirli bir ücret karşılığında kiralınması durumu için geçerlidir. Bu hizmete tesis içinde yer alan yemek, spor alanları, eğlence faaliyetleri ve / veya yeşil alan kullanımı da dahildir.

Kıstas geliştirme çalışmaları devam eden ya da yakında yürürlüğe girecek olan ürünler ise şunlardır:

- Binalar
- Görüntüleme cihazları
- Baskı kâğıtları
- Tuvaletler
- Musluk ve duş başlıkları
- Ofis ve ev aydınlatma ürünleri
- Ev soğutma ürünleri
- Çamaşır makinesi
- Isıtma sistemleri
- Evde kullanılan pişirme gereçleri
- Telekomünikasyon hizmetleri
- Pencere ve kapılar
- Oyuncak ve oyunlar
- Hijyenik ürünler

1.5 Değerlendirme kıstasları

Her bir ürün grubuna yönelik farklı kıstas ve başvuru formu bulunmaktadır. Başvuru yapanın bu kıstasları göz önünde bulundurması tavsiye edilir. Bu kıstaslarda genel olarak dikkate alınan çevresel etkiler ise şöyle sıralanabilir:

- Çevre kirliliği
- Enerji tüketimi ve yönetimi
- Atık üretimi ve yönetimi
- Kaynak kullanımı, kaynakların tükenmesi
- Doğal kaynak yönetimi
- Biyo-çeşitlilik
- Ekosistem sağlığı
- İnsan sağlığı

Her ürün grubu için Avrupa Komisyonu'nun kararı ve kıstaslarını içeren ve Türkçe hariç diğer Avrupa dillerinde hazırlanmış belgelere internet üzerinden ulaşılabilir⁵.

1.6 Neden almalıyım?

AB Eko-Etiketi almak firmanıza ve etiket alınan ürüne itibar sağlayabileceği gibi yeni müşteri ve pazar fırsatları da sunacaktır. AB Eko-Etiketinin önemi ve gerekliliği şöyle sıralanabilir:

⁵ http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/ecolabelled_products/product_categories_en.htm

- Tüm Avrupa'yı kapsayan tek etikettir. 27 Avrupa Birliği ülkesinin yanısıra Norveç, İzlanda ve Lüksemburg'da geçerliliği bulunur.
- Avrupa Komisyonu AB kamu ihalelerinde %50 oranında yeşil ürün kullanılmasını teşvik etmektedir. Bu nedenle, kamu ihalelerinde çevreye duyarlı ürün tedarik edilmesi için sıklıkla eko-etiketi kıstasları esas alınmakta veya doğrudan AB eko-etiketi şartı aranmaktadır.
- Bilinçli tüketimin bir sonucu olarak, özellikle tedarik zincirinde yer alan firmalara çevreye duyarlılık konusunda müşterilerinin baskıları artmaktadır.
- Ürünleriniz ve firmanız için farkındalık yaratma fırsatı kazandırır. AB çapında AB Eko-Etiketi kıstasları ekolojik ürün standartları açısından üretici ve diğer ülkeler için önemli bir referans noktası olarak görülebilir.
- Avrupa dışında Çin, Meksika, Hindistan, Güney Afrika, Kenya gibi Türkiye'nin Dünya pazarında rekabet ettiği ülkelerde AB Eko-Etiket kapasite geliştirme çabaları Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) tarafından yürütölmektedir.
- AB Eko-Etiketi'nin diğer ulusal Eko-Etiketler üzerinde büyük etkisi vardır. Türkiye Çevre Faslı çerçevesinde Eko-Etiket yasınının çıkartılacak olması firmaları bu gelişmelere önceden hazırlayacaktır.
- Gelecekteki mevzuatlar için bir kılavuz niteliği taşır. AB Eko-Etiketinin kıstasları ürünler için gereklilik olarak kullanılabilir.

2. Başvuru İşlemleri

2.1 Nasıl Başvurulur?

AB Eko-Etiket kapsamında yer alan ürünleri üreten ya da satan, Avrupa veya Avrupa dışında bulunan tüm firmalar, AB Eko-Etiketi için başvuru yapabilir. Her bir ürün yapılacak Eko-Etiket başvurusunda aşağıdakiler dikkate alınmalıdır:

- Ürün AB üye ülkelerinden biri menşeyliyse başvuru, o üye ülkenin yetkili kurumuna sunulmalıdır,
- Ürün birden fazla üye ülke menşeliyse başvuru, bu üye ülkelerden herhangi birindeki yetkili kuruma yapılabilir. Bu durumda, başvuru yapılan yetkili kurum başvuruyu değerlendirirken, söz konusu diğer üye ülkelerdeki yetkili kurumlara da danışır,
- Ürün AB üyesi olmayan bir ülke menşeliyse başvuru, ürünün piyasaya sürüleceği üye ülkelerden herhangi birindeki yetkili kuruma yapılabilir. Burada başvurulacak ülkenin hedef pazar olması ya da o ülkedeki tüketicilerin bahsi geçen ürünü alabilecek mekanizmalara sahip olmaları beklenir.

AB Eko-Etiketi yönetmeliği takip edilecek adımları şu şekilde belirlemiştir:

Adım 1: AB Eko-Etiketi alınacak ürün için üreticiler, ithalatçılar, servis sağlayıcılar, satıcı ve perakendeciler tarafından Avrupa'daki yetkili kuruma başvuru yapılır;

Adım 2: Başvuru sahibi tarafından verilen bilgilere dayanarak, yetkili kurum ürünün resmi kıstaslara; başvuru değerlendirme ve doğrulama gereksinimlerine uygun olup olmadığını doğrular.

Adım 3: Başvurunun son doğrulaması yapıldıktan sonra yetkili kurum başvuran ile (yönetmeliğin 9.cu maddesi uyarınca) bir sözleşme yapar.

Adım 4: Yetkili kurum sözleşmeyi Avrupa Komisyonu'na bildirir (yetkili kurumlar tarafından verilen bilgiler Eko-Etiketi kullanıcıları için Komisyonun oluşturduğu kayıtlara geçer).

Eko-Etiketin verilme kararı, başvuruyu alan yetkili kurum tarafından;

- Ürünün ilgili kıstaslara uygunluğu doğrulandıktan,
- Başvurunun değerlendirme ve doğrulama gereksinimlerine uygun olduğu onaylandıktan,
- Yukarıda bahsedildiği gibi gerekirse yetkili kuruma danışıldıktan sonra verilir.

2.2 Denetim, test ve beyanlar

Ulusal düzeyde yetkili kurumlar, ürünlere ait teknik kıstasların doğruluğunu araştırırken EN 45000 serisi veya eşdeğer uluslararası standartlar kapsamında akredite edilmiş kuruluşlar tarafından gerçekleştirilen test ve doğrulamaları kabul etmek zorundadır. Ürün testlerini yapan laboratuvarların ISO 17025 veya eşdeğer bir sertifikaya sahip olması gerekmektedir.

Bazı kıstaslar için kendinden beyanlar ya da o ürünün tedarik zincirinde olan tedarikçilerinin sağlayacağı beyanlar yeterli olabilir.

Gerekli gördüğü takdirde yetkili kurum nihai kararını vermeden önce denetim için görevlendirme yapabilir.

3. AB Eko-Etiket Edinme Maliyeti

3.1 Başvuru ücreti

Eko-Etiket uygulamasının gelirleri, başvuruda alınan başvuru ücreti ve Eko-Etiketin kullanım süresince alınan yıllık kullanım ücretinden oluşur. Alınacak ücretlerin alt ve üst sınırları Avrupa Birliği Eko-Etiketleme Kurulu (ABEK) tarafından belirlenir.

Mevcut uygulamada bir ürüne Eko-Etiket almak için ulusal yetkili otorite tarafından belirlenen ve 300 ila 1300 Euro arasında değişen oranda bir başvuru ücreti alınmaktadır. Avrupa Komisyonu tarafından tanımlanan küçük ve orta ölçekli işletmeler⁶ ve gelişmekte olan ülkelerdeki firmalar için başvuru ücreti 600 Eurodan fazla olamaz. Mikro işletmeler için bu rakam en fazla 350 Eurodur.

İşletmelerinde ISO 14001 ve EMAS çevre yönetim sistemleri uygulayarak bunu belgelendirmiş olan üreticiler ile KOBİ'ler ve birden fazla ürün için başvuranlar için ücretlerde belirli oranlarda indirimler uygulanmaktadır.

3.2 Yıllık ücret

Yetkili kurum başvuruyu yapan ve AB Eko-Etiketini almaya hak kazanan firmadan etiketi kullanma karşılığı 1500 Euroya kadar yıllık ücret talep edebilir.

Küçük ve orta ölçekli işletmeler ve gelişmekte olan ülkelerdeki firmalar için bu 750 Eurodan fazla olamaz.

Mikro işletmeler için maksimum ödenecek yıllık miktar 350 Eurodur.

Yıllık ücreti kapsayan dönem Eko-Etiketin kazanıldığı tarihten itibaren başlar.

Yukarıda belirtilen fiyatlandırma 2011 yılı için geçerli olup, ilerleyen tarihlerde Avrupa Birliği Komisyonu tarafından gözden geçirilip değiştirilebilir.

3.3 Test ve beyanname ücretleri

Başvuru ve Eko-Etiket yıllık kullanım ücretlerine başvuru öncesi ürün için gerekli olabilecek test ve doğrulama maliyetleri dahil değildir. Her türlü test ve doğrulama maliyeti başvuru sahipleri tarafından karşılanır.

3.4 Diğer ücretler

Yetkili kurum tarafından gerekli görüldüğü takdirde denetim için gönderilecek yetkilinin yol ve konaklama masrafları da başvuruyu yapanlar tarafından karşılanır. Bu masrafa yetkili şahıs için ödenecek günlük harcırah bedeli eklenmez. Çoğu durumda denetlemeye gerek duyulmamaktadır.

⁶ 2003/361/EC of 6 May 2003 (OJ L 124, 20.5.2003, p. 36)

4. AB Eko-Etiket Kazanımları ve Pazar Payı

4.1 Çevresel kazanımlar

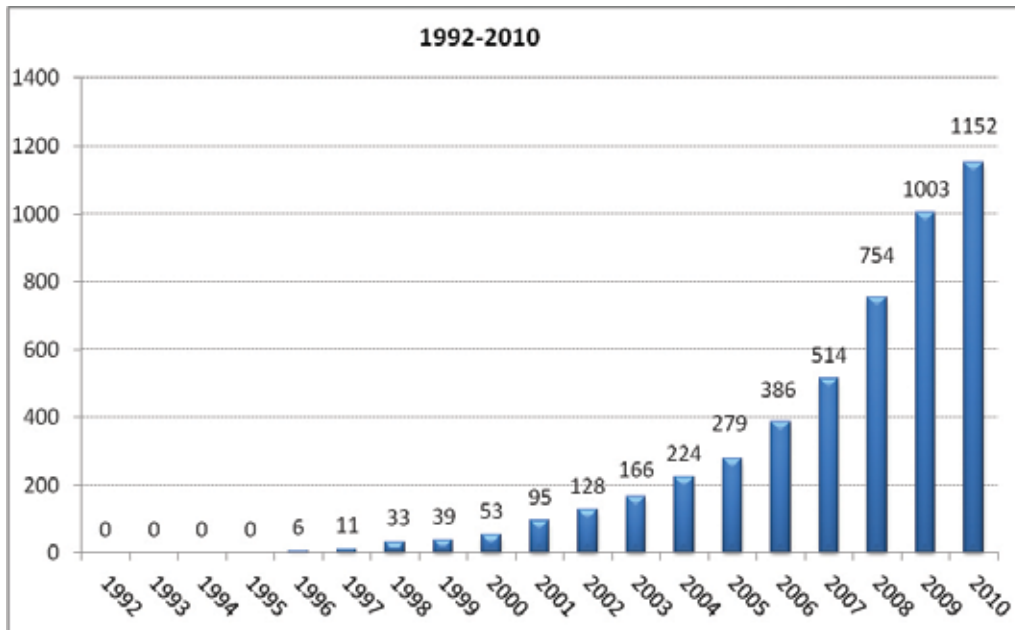
AB Eko-Etiketi ilgili belirli bir ürün grubunda pazardaki ürünlerin sadece yüzde 20'sinin etiket alabildiği ve kıstasların yaşam döngüsü değerlendirmesi çalışmaları ile niceleyici olarak belirlendiği bir etiketleme sistemidir. Bu nedenle AB Eko-Etiketi alan ürünlerin çevreye ve insan sağlığına olan zararlı etkileri çok daha azdır. Bu sistem, farkındalık yaratarak üreticileri bu etikete başvurmaya teşvik eder ve böylece ürünlerin daha temiz yöntemler ile üretilmesine ön ayak olur.

4.2 Ticari avantajları

Özellikle Avrupa'da halkın çevre konularında bilinçlendirilmesi sonucu çevreye duyarlı ürünlere karşı bir talep oluşmuş böylelikle firmalar bu pazardan pay kapma yarışına girmiştir. Yeni oluşan ve hızla büyüyen bu pazardan pay kapmak ve mevcut pazar payını korumak için Eko-Etiket başvuruları ticari bir avantaj sağlayacaktır. Aynı zamanda tabandan gelen bu talepler yönetmelik ve yasalar ile de desteklemektedir. Yine aynı şekilde Avrupa'ya nihai ürün satan ya da ilgili tedarik zincirinde yer alan firmalara müşterilerinden çevreye duyarlı olmaları konusunda talep olacaktır. Bu bağlamda müşteri kaybını önlemek ve firma imajını iyileştirmek için yapılan Eko-Etiketleme ticari fırsatlar yaratmaktadır.

4.3 İstatistikler

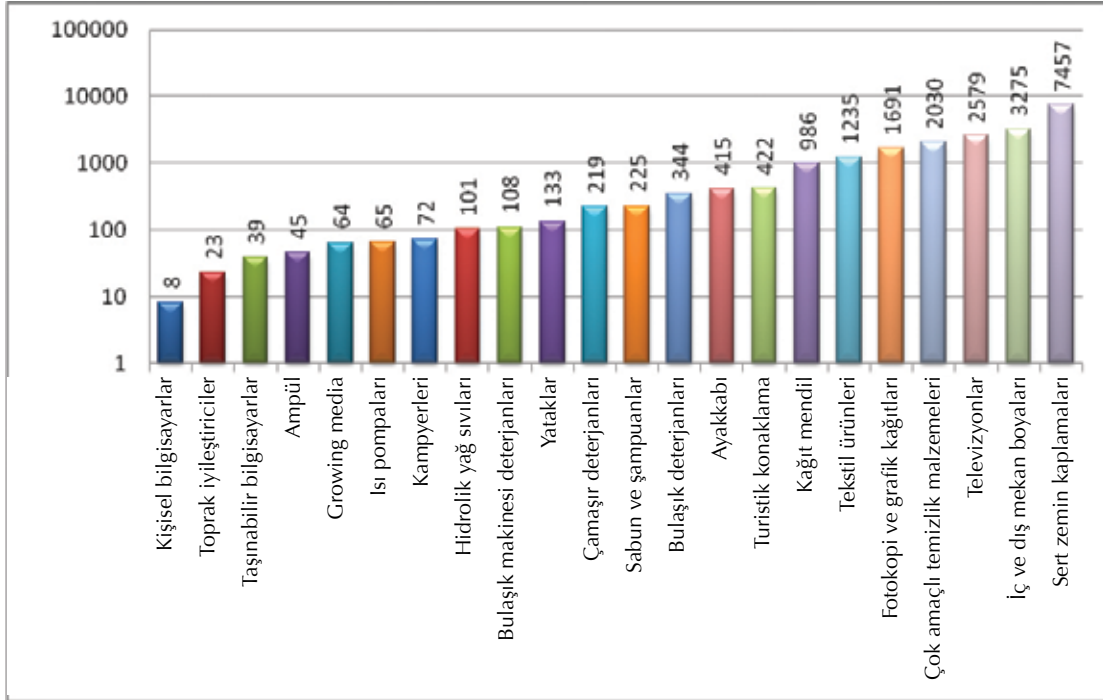
AB Eko-Etiketi başvurusunda bulunan firma ve bu etiketi alan ürünlerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Özellikle son yıllarda Avrupa pazarında çevreye etkisi az olan ürünlere olan ilginin artması nedeniyle başvuru sayısı önemli derecede artma göstermiştir (Şekil 2).



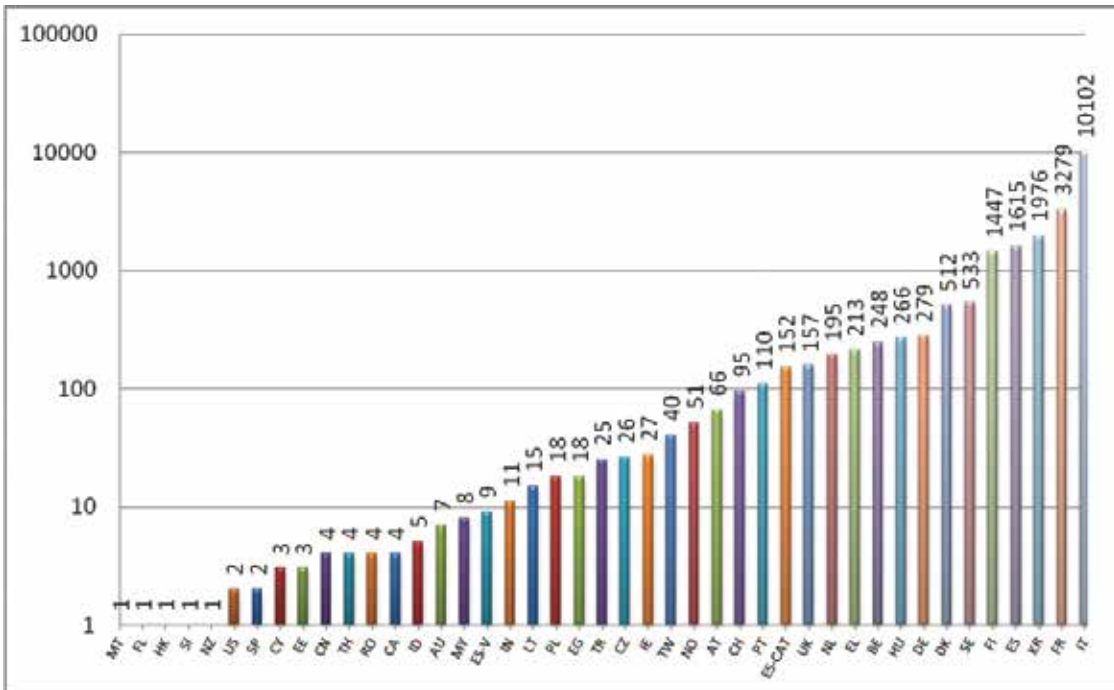
Şekil 2. 1992 ve 2010 yılları arasında AB Eko-Etiketi alan firma sayısı

Ürün grupları bazında incelendiğinde (Şekil 3) sert kaplamalar (doğal taşlar, aglomere taş, beton kaplama üniteleri, mozaik çini, seramik karo ve kiremitler), iç-dış cephe boya ve vernikler, televizyonlar, genel ve sıhhi temizlik ürünleri, kâğıt ürünleri ve tekstil önde gelmektedir.

AB Eko-Etiketi alan ülkeler sıralamasında (Şekil 4) Fransa, Kore, İspanya ve Finlandiya'nın önünde İtalya lider konumda bulunmaktadır. Turistik tesis, temizlik kimyasalları, kamp yerleri, tekstil ve sert kaplamalar ürün grupları İtalya'da başı çeken ürün grupları olarak öne çıkmaktadır.

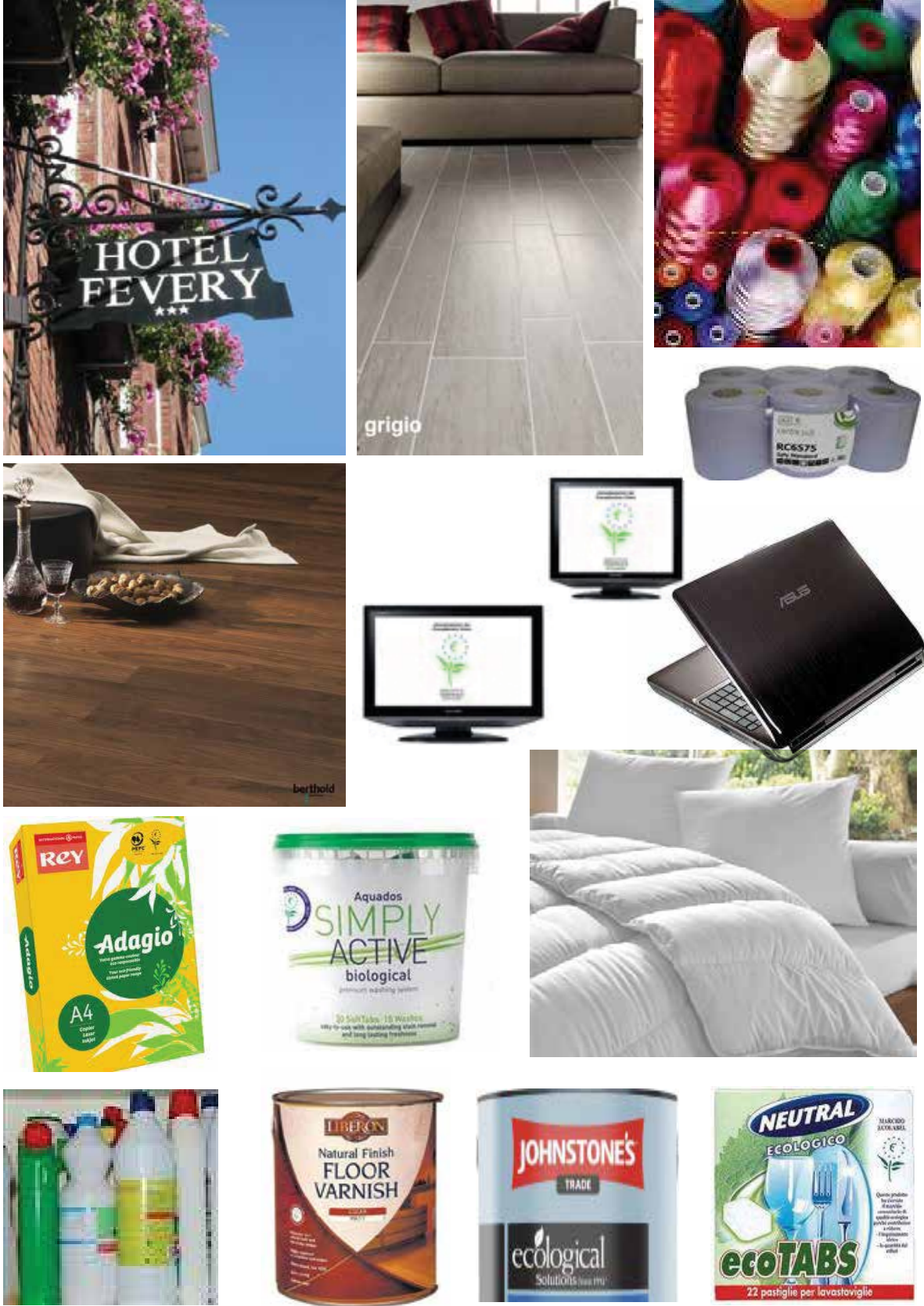


Şekil 3. Ürün gruplarına göre AB Eko-Etiketi alan ürünlerin dağılımı



Şekil 4. AB Eko-Etiketi alan ürünlerin üretici ülkelere göre dağılımı

4.4 AB Eko-Etiketi almış ürünlerden örnekler





Eko-Etiket



Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmektedir.



BÖLGESEL ÇEVRE MERKEZİ
REC Türkiye

