

II

(Actos cuja publicação não é uma condição da sua aplicabilidade)

COMISSÃO

DECISÃO DA COMISSÃO

de 21 de Dezembro de 2001

que estabelece o plano de trabalho comunitário relativo ao rótulo ecológico

[notificada com o número C(2001) 4395]

(Texto relevante para efeitos do EEE)

(2002/18/CE)

A COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS,

Tendo em conta o Tratado que institui a Comunidade Europeia,

Tendo em conta o Regulamento (CE) n.º 1980/2000 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de Julho de 2000, relativo a um sistema comunitário revisto de atribuição de rótulo ecológico ⁽¹⁾, e, nomeadamente, o seu artigo 5.º,

Considerando o seguinte:

- (1) O Regulamento (CE) n.º 1980/2000 prevê o estabelecimento de um plano de trabalho comunitário relativo ao rótulo ecológico pela Comissão.
- (2) O plano de trabalho deve incluir uma estratégia para o desenvolvimento do sistema, definindo objectivos de melhoramento ambiental e penetração no mercado, uma lista não exaustiva de grupos de produtos que deverão ser considerados prioritários para uma acção comunitária e planos para a coordenação e cooperação entre o sistema comunitário e outros sistemas de atribuição de rótulos ecológicos nos Estados-Membros.
- (3) Além disso, o plano de trabalho deve prever medidas de execução da estratégia e incluir o financiamento planeado do sistema.
- (4) Por último, o plano deve definir em linhas gerais os serviços aos quais o sistema não é aplicável, tendo em conta o Regulamento (CE) n.º 761/2001 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 de Março de 2001, que permite a participação voluntária de organizações num sistema comunitário de ecogestão e auditoria (EMAS) ⁽²⁾.

(5) O plano de trabalho deve ser revisto periodicamente.

(6) As medidas previstas na presente decisão estão em conformidade com o parecer do comité estabelecido nos termos do artigo 17.º do Regulamento (CE) n.º 1980/2000,

ADOPTOU A PRESENTE DECISÃO:

Artigo 1.º

É adoptado o plano de trabalho comunitário relativo ao rótulo ecológico para o período de 1 de Janeiro de 2002 a 31 de Dezembro de 2004, estabelecido em anexo.

Artigo 2.º

Deverá ser dado início a uma revisão do plano de trabalho antes de 31 de Dezembro de 2004.

Artigo 3.º

Os Estados-Membros são os destinatários da presente decisão.

Feito em Bruxelas, em 21 de Dezembro de 2001.

Pela Comissão

Margot WALLSTRÖM

Membro da Comissão

⁽¹⁾ JO L 237 de 21.9.2000, p. 1.

⁽²⁾ JO L 114 de 24.4.2001, p. 1.

ANEXO

PLANO DE TRABALHO COMUNITÁRIO RELATIVO AO RÓTULO ECOLÓGICO

INTRODUÇÃO

O rótulo ecológico comunitário foi introduzido em 1992 para incentivar as empresas a desenvolver produtos com um impacto ambiental reduzido durante todo o seu ciclo de vida e proporcionar melhores informações sobre esse impacto aos consumidores.

Desde então, foram elaboradas novas abordagens políticas sobre bens e serviços sustentáveis. Estes esforços desenvolvidos a todos os níveis políticos culminaram com a adopção do livro verde sobre a política integrada relativa aos produtos ⁽¹⁾ (IPP). O presente documento propõe uma nova estratégia para reforçar e reorientar políticas ambientais relacionadas com produtos e desenvolver o mercado para produtos mais ecológicos, o que também irá constituir um dos elementos inovadores fundamentais do sexto programa de acção em matéria de ambiente «Ambiente 2010: o nosso futuro, a nossa escolha» ⁽²⁾.

A estratégia, tal como proposta pela Comissão no livro verde sobre a política integrada relativa aos produtos, está actualmente a ser debatida por outras instituições europeias e interessados. Os resultados deste debate alargado ajudarão a perceber como é que a estratégia da política integrada relativa aos produtos pode ser incorporada com êxito na política ambiental e servirão de base a um futuro livro branco que estabelecerá as conclusões da Comissão para a aplicação dessa abordagem IPP. De acordo com o proposto no livro verde, a estratégia inclui três elementos principais, designadamente mecanismos de preços, procura ecológica por parte dos consumidores e medidas em favor de uma concepção e uma utilização dos produtos mais respeitadoras do ambiente. Os consumidores devem, designadamente, ter um acesso mais fácil a informações compreensíveis, pertinentes e credíveis através de uma estratégia de rotulagem ecológica reforçada e reorientada.

Abrem-se, assim, novas oportunidades ao rótulo ecológico comunitário, que, até á data, tem funcionado com pouco ou nenhum apoio de outras medidas políticas e ainda não atingiu um nível de visibilidade satisfatório no mercado. A quantidade considerável de informações e conhecimentos sobre política de produtos pensada em termos de ciclo de vida existente no contexto do sistema do rótulo ecológico comunitário deve ser posta à disposição dos participantes no desenvolvimento da abordagem da política integrada relativa aos produtos.

Por conseguinte, o presente plano de trabalho deve ser considerado no contexto dos actuais debates sobre uma política comunitária integrada relativa aos produtos e do desenvolvimento do sexto programa de acção em matéria de ambiente e da estratégia comunitária de desenvolvimento sustentável. A estratégia de desenvolvimento sustentável da União Europeia faz parte dos seus preparativos para a cimeira mundial sobre o desenvolvimento sustentável a realizar em 2002 em Joanesburgo. Nesta cimeira, na sequência do processo do Rio de 1992, a União Europeia procurará obter um «acordo global» no que se refere ao desenvolvimento sustentável. O Conselho Europeu de Gotemburgo ⁽³⁾ de Junho de 2001 chegou a acordo quanto a uma estratégia para o desenvolvimento sustentável e acrescentou uma dimensão ambiental ao processo de Lisboa para o emprego, a reforma económica e a coesão social. Ao mencionar explicitamente a política integrada de produtos enquanto responsabilidade conjunta e ao convidar a indústria a participar no desenvolvimento e na utilização mais alargada de tecnologias que respeitem o ambiente, o próprio Conselho Europeu realçou a importância de dissociar o crescimento económico da utilização dos recursos.

A rotulagem ecológica vai constituir um elemento importante de todas estas novas abordagens e os rótulos ISO tipo I (rótulos ecológicos baseados no ciclo de vida e certificados por terceiros de acordo com a norma ISO 14024), como o rótulo ecológico comunitário, irão desempenhar um papel significativo. É necessário reconhecer que o rótulo ecológico, enquanto sistema voluntário e selectivo, não tem a força nem a universalidade das medidas regulamentares. No entanto, os bons sistemas de rotulagem ecológica continuarão a despertar o interesse dos consumidores em virtude do seu carácter imediato e simplicidade. Estes sistemas também são benéficos para as empresas, pois «melhoram» os produtos e proporcionam vantagens comerciais no ponto de venda. O rótulo ecológico pode ainda funcionar como referência para a excelência ambiental ao nível europeu, por exemplo, no contexto da ecologização dos contratos públicos e da identificação de produtos ecológicos susceptíveis de beneficiar de uma redução fiscal. Além disso, no projecto de directiva relativa ao impacto ambiental do equipamento eléctrico e electrónico, o rótulo ecológico é proposto como garantia da presunção da conformidade com os requisitos da directiva.

Por último, embora seja evidente que a penetração do rótulo ecológico comunitário no mercado ainda não é satisfatória, a sua situação actual é melhor do que nunca: o leque dos grupos de produtos está em constante alargamento, existem produtos com o rótulo ecológico em quase todos os Estados-Membros e são permanentemente recebidas novas candidaturas. Além disso, novas perspectivas, como a IPP em geral e a ecologização dos contratos públicos em particular, estão a abrir novas oportunidades de mercado. No entanto, ainda há muito a fazer para tornar o rótulo ecológico mais atraente para os fabricantes, distribuidores, consumidores e outros interessados.

⁽¹⁾ COM (2001) 68 final.

⁽²⁾ COM (2001) 31 final.

⁽³⁾ Conclusões da presidência, 15 e 16 de Junho de 2001, SN 200/01 p. 4; Comunicação da Comissão: «Desenvolvimento sustentável na Europa para um mundo melhor: Estratégia da União Europeia em favor do desenvolvimento sustentável» (9175/01).

É, nomeadamente, necessário que o rótulo ecológico seja mais generalizadamente reconhecido como um rótulo de excelência ambiental que proporciona vantagens únicas. Com efeito, é o único rótulo ecológico verdadeiramente europeu, válido nos quinze Estados-Membros da UE e nos três Estados membros do EEE. É um rótulo público, e não um rótulo privado, desenvolvido sob a autoridade das instituições europeias. Os critérios que presidem à sua atribuição são desenvolvidos na sequência de consultas muito alargadas entre todas as partes interessadas, incluindo autoridades públicas, representantes das organizações não governamentais ambientais e de consumidores (ONG), indústria, pequenas e médias empresas (PME), distribuidores e outras. Trata-se de um rótulo ambiental e não de um rótulo sanitário ou de qualidade, embora estes aspectos também sejam considerados. Tem em conta todas as fases do ciclo de vida do produto, ou seja, não abrange um aspecto único do produto nem está limitado às características do mesmo. Utiliza o mesmo logotipo para uma grande variedade de produtos e, como tal, é facilmente reconhecível pelo consumidor, que pode ter a certeza de que um produto com o rótulo ecológico é um dos melhores no que se refere ao seu desempenho ambiental. A sua atribuição não se baseia unicamente numa declaração do próprio fabricante, sendo a conformidade com os critérios certificada, verificada e monitorizada por um terceiro independente (um dos organismos competentes em matéria de rótulo ecológico).

Por conseguinte, o objectivo principal do presente plano de trabalho é partir destas bases sólidas e elaborar o programa de trabalho para os próximos três anos que irá permitir:

- transformar o rótulo ecológico num instrumento mais bem sucedido e mais efectivo para melhorar a qualidade ambiental dos produtos e serviços,
- contribuir para tornar o consumo mais sustentável, bem como para os objectivos políticos estabelecidos na estratégia comunitária de desenvolvimento sustentável, no sexto programa de acção em matéria de ambiente e no futuro livro branco sobre uma estratégia de política integrada relativa aos produtos,
- utilizar de forma mais eficiente os recursos atribuídos ao sistema pela Comissão, os Estados-Membros e os membros do Comité do Rótulo Ecológico da União Europeia (CREUE) ⁽¹⁾.

ESTRATÉGIA PARA O DESENVOLVIMENTO DO SISTEMA 2002 — 2004

1. Política e estratégia

O sistema do rótulo ecológico comunitário está permanentemente a desenvolver e a adaptar a sua política e estratégia a longo prazo, o que implica uma integração estreita, nomeadamente, com os debates em curso sobre uma política integrada de produtos da União Europeia, o desenvolvimento do sexto programa de acção em matéria de ambiente e a estratégia comunitária de desenvolvimento sustentável. O rótulo ecológico também necessita de acompanhar de perto os desenvolvimentos mais gerais no domínio da rotulagem de produtos, incluindo os rótulos ISO tipo II e III e os rótulos relacionados com aspectos éticos, de qualidade e de saúde.

Para acompanhar de forma mais eficiente os vários debates conexos e o fluxo de informação, tanto no contexto do sistema como em fóruns externos, e preparar e orientar o debate sobre o futuro do sistema, deve ser estabelecido um grupo de gestão política permanente e activo.

Objectivo

Continuar a desenvolver e adaptar a política e a estratégia a longo prazo do sistema, bem como a integração do rótulo ecológico nas várias políticas em elaboração no domínio do consumo sustentável (como a IPP, a ecologização dos contratos públicos, uma rotulagem mais alargada, reduções fiscais para produtos ecológicos, etc.).

Medidas de execução

O CREUE deve criar um grupo permanente de gestão política para desenvolver e adaptar a sua política e estratégia a longo prazo, garantir a coordenação com os desenvolvimentos políticos acima referidos e contribuir para os mesmos. Estas questões políticas devem igualmente ser debatidas durante as reuniões presidenciais ⁽²⁾.

2. Objectivos de melhoramento ambiental e penetração no mercado

Os objectivos de melhoramento ambiental e penetração no mercado visam, fundamentalmente:

- a) Aumentar o número de mercados potencialmente abertos a produtos com rótulo ecológico, através da expansão progressiva do leque de grupos de produtos susceptíveis de obter o rótulo ecológico;
- b) Em cada um destes mercados/grupos de produtos, melhorar significativamente a visibilidade do rótulo ecológico (ou seja, aumentar o número de produtos com rótulo ecológico no mercado);
- c) E, deste modo, reforçar em permanência os benefícios ambientais globais do sistema e a sua contribuição para um consumo mais sustentável.

⁽¹⁾ Nota: A Comissão assegura o secretariado do CREUE e participa em todas as suas actividades.

⁽²⁾ As reuniões do CREUE são organizadas duas vezes por ano pelo seu presidente no respectivo país e são consagradas a questões políticas e comerciais.

a) Desenvolvimento de grupos de produtos

Até á data, foram adoptados critérios para 17 grupos de produtos (papel *tissue*, máquinas de lavar a louça, correctivos de solos, colchões de cama, tintas e vernizes para interiores, calçado, produtos têxteis, computadores pessoais, detergentes para lavar roupa, detergentes para máquinas de lavar a louça, papel de cópia, lâmpadas, computadores portáteis, frigoríficos, máquinas de lavar a roupa, produtos de limpeza «lava tudo» e produtos de limpeza para instalações sanitárias, detergentes para lavagem manual da louça).

Estão a ser desenvolvidos, pelo menos, cinco novos grupos de produtos (revestimentos de solo duros, televisores, mobiliário, aspiradores e alojamento turístico), estando a conclusão dos trabalhos prevista para 2002.

O objectivo a longo prazo é estabelecer um conjunto de grupos de produtos suficientemente completo para atrair retalhistas, fabricantes e consumidores, mas que também seja gerível em termos do trabalho necessário à elaboração e revisão regular dos critérios aplicáveis. A curto prazo, deverão existir 25 a 35 grupos de produtos (Ver ponto 4a e ponto 3a para uma lista não exaustiva de grupos de produtos prioritários.). Se adequado, o âmbito de cada grupo de produtos deve ser progressivamente alargado, por exemplo, para incluir determinados produtos destinados a uma utilização profissional.

Tendo em conta o sistema e os seus procedimentos e recursos, é actualmente possível elaborar, por ano, quatro a oito decisões relativas a critérios aplicáveis a grupos de produtos. De um modo geral, os critérios relativos a grupos de produtos existentes devem ser revistos com uma periodicidade de quatro a cinco anos (embora este período deva ser adaptado em função dos casos), o que implica uma média de quatro a seis revisões por ano. Deste modo, deverá ser possível estabelecer critérios para dois novos grupos de produtos por ano.

Objectivo

Estabelecer critérios para um conjunto de grupos de produtos suficientemente completo e gerível que suscite o interesse de retalhistas, fabricantes e consumidores.

Em cinco anos, o número de grupos de produtos com critérios estabelecidos deverá aumentar para 25 a 35.

Medidas de execução

Tendo em conta a lista de grupos de produtos prioritários, a Comissão, o CREUE e os Estados-Membros devem, para além de efectuar as revisões necessárias, estabelecer critérios para um ou dois novos grupos de produtos, por cada ano do plano de trabalho.

A validade dos critérios aplicáveis aos grupos de produtos deve ser, de modo geral, de quatro a cinco anos (embora este período indicativo deva ser adaptado em função dos casos).

Para facilitar o estabelecimento dos critérios, o CREUE deve criar um grupo de trabalho que se ocupe das questões horizontais comuns a vários grupos de produtos (por exemplo, retardadores de chama, embalagem, ...)

b) Penetração no mercado, visibilidade e sensibilização dos consumidores

A visibilidade do rótulo ecológico deve ser medida em função de quatro parâmetros:

- empresas: número de empresas a quem foi atribuído o rótulo ecológico;
- produtos: número de produtos em relação aos quais estas empresas receberam o rótulo ecológico,
- artigos: número de artigos destes produtos comercializados com o rótulo ecológico;
- valores: valor das vendas, à saída da fábrica, desses artigos.

Actualmente (Agosto 2001), 83 empresas utilizam o rótulo ecológico (em comparação com 37 em Março de 2000) em várias centenas dos seus produtos. Os têxteis e as tintas e os vernizes são, de longe, os grupos de produtos mais bem sucedidos em termos do número de candidatos. O papel *tissue* representa uma proporção significativa dos valores globais da venda de artigos com rótulo ecológico. A distribuição dos detentores do rótulo ecológico e dos seus produtos na União Europeia e no Espaço Económico Europeu ainda é muito desigual, mas, em comparação com a situação de há um ano, a cobertura de produtos melhorou bastante e é mais equilibrada, existindo, para 12 dos 17 grupos de produtos, detentores do rótulo ecológico em 13 dos 18 países participantes. Segundo as previsões para 2000, deverão ser vendidos cerca de 17 milhões de artigos com rótulo ecológico com um valor à saída da fábrica de aproximadamente 38 milhões de euros.

Não obstante, em termos de penetração efectiva no mercado, os produtos com rótulo ecológico comunitário ainda são relativamente insignificantes, representando, hoje em dia, menos de 1 % do conjunto do mercado dos diferentes grupos de produtos. Por exemplo, em 1999, o valor das vendas à saída da fábrica das tintas e vernizes para interiores com rótulo ecológico na UE foi, aproximadamente, de 8 milhões de euros, enquanto que o valor total das vendas de todas as tintas decorativas rondou os 7 200 milhões de euros.

Por conseguinte, a curto prazo, é necessário aumentar consideravelmente o número de produtos com o rótulo ecológico, por forma a aumentar a visibilidade no mercado e o impacto ambiental do mesmo. A mais longo prazo, esta visibilidade deve ser reforçada em permanência com vista à realização do potencial teórico de penetração do rótulo ecológico no mercado, que, de um modo geral, oscila entre 1 % a 30 % do conjunto do mercado (em função do grupo de produtos em questão e da selectividade dos critérios de atribuição do rótulo ecológico aplicáveis).

Convém salientar que, de um modo geral, a experiência mostra que os rótulos ecológicos de tipo I raramente se aproximam de níveis semelhantes de penetração do mercado e que isto só foi conseguido em relação a um ou dois grupos de produtos em mercados geograficamente circunscritos. Assim, o rótulo ecológico deverá dotar-se de objectivos realistas mas, simultaneamente, ambiciosos. A curto prazo, para atingir um nível mínimo de visibilidade, é necessário um aumento anual de, pelo menos, 25 % do valor e/ou número de artigos com o rótulo ecológico.

Não é fácil definir o conceito de visibilidade, mas, no que respeita ao rótulo ecológico, poder-se-á considerar que se atingiu um mínimo de visibilidade se, no conjunto da UE e do EEE, os consumidores, quando fazem as suas compras, tiverem a possibilidade de escolher diferentes tipos de produtos com o rótulo ecológico, sem terem de os procurar demasiado activamente. A título indicativo poder-se-á estabelecer, por exemplo, que, em cada Estado-Membro, devem ser comercializados produtos com rótulo ecológico de, pelo menos, três ou quatro grupos de produtos diferentes em quantidades que representem, no mínimo, 1 % do conjunto do mercado para esses grupos de produtos.

A este propósito, os organismos competentes em matéria do rótulo ecológico em cada Estado-Membro identificaram determinados grupos de produtos existentes que serão alvo dos seus esforços de *marketing* e promoção, incluindo, em especial, os têxteis, o calçado, as tintas e os vernizes, os correctivos de solo e o papel *tissue*.

Apesar de, em última análise, a decisão de utilizar ou não o rótulo ecológico ser da exclusiva responsabilidade das empresas (dependendo, essencialmente, de factores económicos e comerciais), o CREUE, os Estados-Membros e a Comissão podem influenciar a penetração no mercado de forma considerável. Para além de promover o rótulo ecológico junto de todos os interessados (ver igualmente o ponto sobre acções de promoção conjuntas), a consulta e o diálogo alargados durante o estabelecimento dos critérios visam obter o melhor equilíbrio possível entre ambição ambiental e viabilidade técnica de modo a suscitar o interesse dos fabricantes, distribuidores e consumidores.

Actualmente, muitos mais fabricantes e retalhistas importantes conhecem a existência do rótulo ecológico e as oportunidades que este novo sistema representa para os seus produtos, mas, tendo em conta o seu papel crucial, é necessário que todos disponham de informações exactas o mais depressa possível.

Os vários estudos realizados pela Comissão Europeia durante estes últimos anos puseram em destaque alguns obstáculos comuns no processo de comunicação, entre outros, a falta de informação, que varia de caso para caso mais ainda existe, no que respeita ao sistema e às oportunidades que este representa e o facto de o rótulo ecológico ser considerado um instrumento de *marketing* relativamente fraco. Outros factores incluem a relutância em participar em sistemas de rótulo ecológico em geral e as dificuldades dos candidatos, especialmente em relação a determinados grupos de produtos, em obedecer aos critérios selectivos dado que, nem sempre, têm um controlo total do conjunto da cadeia de abastecimento (por exemplo, no caso dos têxteis). Muitos destes obstáculos devem-se a problemas de comunicação e cooperação entre os participantes na promoção e difusão do sistema e são abordados no presente plano de trabalho.

Um outro aspecto, muito importante para a visibilidade e a penetração no mercado e, por conseguinte, para os benefícios ambientais directos do rótulo, é realçado no quadro do contrato recentemente celebrado com vista à promoção do rótulo ecológico na Grécia, nomeadamente através de esforços para familiarizar o grande público com o logotipo em forma de flor representativo do rótulo ecológico. Para que este logotipo possa influenciar as suas escolhas, é necessário que os consumidores percebam (porque sabem, ouviram dizer ou leram no rótulo ou nas brochuras que acompanham os produtos com rótulo) que um produto com o rótulo ecológico tem um impacto ambiental reduzido. Por exemplo, um estudo anterior realizado na Finlândia (1999) mostrou que 39 % dos consumidores conheciam ou foram capazes de adivinhar o significado do rótulo ecológico, mas só 22 % o reconheciam imediatamente como o rótulo ecológico comunitário.

Enquanto o número de produtos que ostentam o rótulo ecológico for relativamente pequeno, as acções de promoção devem concentrar-se mais nos fabricantes e distribuidores do que nos consumidores, por forma a aumentar a sua eficiência do ponto de vista dos custos. À medida que mais fabricantes e distribuidores começarem a utilizar o rótulo ecológico e forem realizadas mais acções com vista à sua promoção, é de esperar que a sua taxa de reconhecimento aumente, sendo esse o momento oportuno para lançar acções de sensibilização mais especificamente orientadas para o consumidor.

Entretanto, a Comissão preparou uma série de brochuras que explicam os objectivos e o significado do rótulo ecológico para grupos de produtos específicos destinadas a acompanhar os produtos com rótulo ecológico no momento da sua venda ao consumidor. Estas brochuras passarão a ser distribuídas de forma mais sistemática pelos membros do CREUE.

Mesmo com recursos avultados consagrados à sua promoção, são necessários anos para estabelecer uma marca e para que a mesma seja amplamente reconhecida. Embora o objectivo a longo prazo seja fazer com que mais de metade dos consumidores europeus reconheça o rótulo ecológico comunitário enquanto garantia da excelência ambiental, tal só poderá ser obtido progressivamente. A curto prazo, e em função dos recursos disponíveis, deverão ser realizados estudos para monitorizar o grau de reconhecimento e acompanhar a evolução da sensibilização do consumidores. Convém estudar e aplicar meios para reforçar estes valores.

A campanha promocional dinamarquesa dirigida aos consumidores em 2000-2001 mostrou que é possível obter melhoramentos significativos no reconhecimento do rótulo pelos consumidores (neste caso, a taxa inicial foi multiplicada por quatro, chegando-se aos 20 %) graças a uma cooperação e coordenação estreitas com os fabricantes e distribuidores num sector específico. Um dos factores que determinou o êxito desta iniciativa foi a colocação dos produtos com rótulo ecológico (têxteis e detergentes) no mercado por um grande número de fabricantes em simultâneo com o lançamento de uma campanha publicitária (televisão, brochuras distribuídas nos pontos de venda, etc.).

Objectivos

Um aumento anual do valor e/ou número dos artigos com rótulo ecológico de, pelo menos, 25 %.

A obtenção de um nível mínimo de visibilidade em dois terços dos Estados-Membros antes do fim do plano de trabalho.

A sensibilização de todos os fabricantes e retalhistas importantes para o rótulo ecológico.

A longo prazo, o reconhecimento do rótulo ecológico comunitário enquanto garantia da excelência ambiental por mais de metade dos consumidores europeus.

Medidas de execução

Antes do fim do primeiro ano do plano de trabalho, o CREUE deve criar mecanismos de informação com vista ao estabelecimento de estatísticas anuais que permitam acompanhar a penetração dos diferentes grupos de produtos no mercado.

Antes do fim do primeiro ano do plano de trabalho, o CREUE deve desenvolver os critérios acima referidos para definir um nível mínimo de visibilidade do rótulo ecológico e avaliar em que países é que esse mínimo foi atingido.

Ao longo de todo o plano de trabalho, o CREUE, os Estados-Membros e a Comissão devem realizar acções individuais e/ou colectivas de promoção do rótulo ecológico comunitário, visando, especialmente, os retalhistas e os responsáveis pelos contratos públicos (ver infra). Estas acções devem ser comunicadas (e devem ser trocadas informações sobre as mesmas) durante as reuniões presidenciais do CREUE, organizadas duas vezes por ano. Os recursos consagrados à promoção, que, na medida do possível, devem representar pelo menos 50 % dos recursos afectados ao desenvolvimento e revisão de grupo de produtos, também devem ser notificados. Paralelamente, deve-se procurar obter as reacções dos interessados de forma sistemática, as quais deverão ser tomadas em consideração.

Em cada Estado-Membro, os organismos competentes em matéria do rótulo ecológico, os grupos de interesse e as autoridades públicas devem identificar determinados grupos de produtos como grupos prioritários e, se adequado, concentrar uma parte importante dos seus esforços de promoção nos mesmos.

O CREUE deve desenvolver uma metodologia eficiente do ponto de vista dos custos para monitorizar o reconhecimento do logotipo do rótulo ecológico comunitário pelos consumidores e lançar acções eficientes do ponto de vista dos custos para aumentar progressivamente esse reconhecimento.

Ver igualmente as acções de promoção conjuntas (ponto 4b e ponto 5).

c) Benefícios ambientais

O objectivo global do rótulo ecológico é promover produtos potencialmente capazes de reduzir impactos ambientais negativos, por comparação com os outros produtos do mesmo grupo de produtos, e assim apoiar a utilização eficiente de recursos e um elevado nível de protecção do ambiente. Por conseguinte, o rótulo ecológico contribui para tornar o consumo mais sustentável e para os objectivos políticos estabelecidos na estratégia comunitária de desenvolvimento sustentável (por exemplo, nos domínios das alterações climáticas, eficiência dos recursos e ecotoxicidade), no sexto programa de acção em matéria de ambiente e no futuro livro branco sobre uma estratégia de política integrada relativa aos produtos.

Estudos e relatórios anteriores mostraram que não é simples calcular os benefícios ambientais específicos dos rótulos ecológicos pois é difícil isolá-los de benefícios ambientais obtidos através de outras medidas no mesmo domínio e medi-los. É, todavia, possível estimar o benefício potencial máximo para o ambiente que seria conseguido caso todos os produtos de um grupo de produtos satisfizessem os critérios de atribuição do rótulo ecológico. Ao propor novos critérios para um grupo de produtos, os estudos técnicos devem, na medida do possível, avaliar esse potencial máximo.

De um modo geral, os benefícios ambientais directos do rótulo ecológico estão fortemente relacionados com a sua penetração no mercado. Estes benefícios resultam, em primeiro lugar, da consolidação e do aumento das vendas dos produtos com rótulo ecológico, que têm um impacto ambiental menos importante, e, em segundo, dos melhoramentos que os seus fabricantes são obrigados a introduzir para satisfazer os critérios de atribuição do rótulo ecológico. O aumento dos benefícios ambientais do rótulo ecológico é claramente dependente das várias acções de promoção e de *marketing* em curso e previstas neste plano de trabalho.

Na prática, o rótulo ecológico tem alguns benefícios indirectos muito importantes que não estão reflectidos no número de produtos com rótulo ecológico nem no número de autorizações concedidas. Estes benefícios indirectos são positivos e devem ser avaliados e encorajados.

Um benefício indirecto fundamental do rótulo ecológico é a intensificação da utilização de critérios de atribuição do rótulo ecológico e de outros critérios ambientais nos contratos públicos e privados. O artigo 10.º do Regulamento (CE) n.º 1980/2000 estabelece o seguinte: «A fim de encorajar a utilização dos produtos que ostentem o rótulo ecológico, a Comissão e as outras instituições da Comunidade Europeia, bem como outras autoridades públicas a nível nacional, devem dar o exemplo ao especificarem as suas exigências relativas aos produtos, sem prejuízo da legislação comunitária.»

Os contratos públicos representam aproximadamente 14 % da procura do mercado europeu ⁽¹⁾, pelo que os responsáveis pelas aquisições nas empresas e noutras organizações governamentais e não governamentais devem ser incentivados de forma mais sistemática a utilizar os critérios de atribuição do rótulo ecológico nos seus concursos. O documento interpretativo da Comissão sobre os contratos públicos e o ambiente ⁽¹⁾ dá indicações claras sobre o modo de proceder.

Contudo, os responsáveis pela aquisições ainda não estão suficientemente sensibilizados para que tal tenha um efeito significativo no mercado. Assim, um objectivo específico deverá ser aumentar a procura de produtos ecológicos por parte dos responsáveis pelas aquisições nos sectores público e privado ao longo dos próximos anos. Deverão ser estudadas e exploradas medidas que permitam aumentar esses valores.

Convém ainda salientar que esta é uma área em que o impacto do rótulo ecológico não está obrigatoriamente relacionado com o número de produtos que o ostentam. É possível demonstrar que um produto satisfaz os critérios de atribuição do rótulo ecológico e que, portanto, o mesmo seja preferido por um responsável pelas aquisições, sem ser necessário que o produto tenha recebido o rótulo ecológico.

Um benefício indirecto do mesmo tipo, que, mais uma vez, não está reflectido no número de produtos com o rótulo ecológico, é o aumento da utilização dos critérios de atribuição do rótulo ecológico por empresas enquanto padrão de referência da excelência ambiental para efeitos de desenvolvimento e mesmo de promoção dos seus produtos. Por exemplo, certas empresas certificam-se de que os seus produtos satisfazem alguns ou todos os critérios de atribuição do rótulo ecológico, sem, no entanto, se candidatarem ao mesmo.

Objectivos

Contribuir para tornar o consumo mais sustentável e para os objectivos políticos estabelecidos na estratégia comunitária de desenvolvimento sustentável, no sexto programa de acção em matéria de ambiente e no futuro livro branco sobre uma estratégia de política integrada relativa aos produtos.

Desenvolver progressivamente avaliações qualitativas e quantitativas dos benefícios directos e indirectos do rótulo ecológico.

A médio prazo, informar os responsáveis pelos contratos públicos das possibilidades da utilização dos critérios de atribuição do rótulo ecológico nos seus concursos.

A médio prazo, desenvolver explicitamente o papel dos critérios de atribuição do rótulo ecológico enquanto padrão de referência da excelência ambiental.

Medidas de execução

Ao longo de toda a vigência do plano de trabalho, o CREUE, os Estados-Membros e a Comissão devem lançar acções individuais e/ou colectivas para informar os responsáveis pelos contratos nos sectores público e privado das oportunidades de utilização dos critérios de atribuição do rótulo ecológico nos seus concursos.

Durante os três primeiros anos do plano de trabalho, o CREUE deve desenvolver e aperfeiçoar a metodologia e os parâmetros para calcular os benefícios directos e indirectos do rótulo ecológico. Quando do estabelecimento de critérios novos ou da revisão de critérios existentes, devem ser sistematicamente calculados os benefícios máximos potenciais para cada grupo de produtos. Deve ser elaborada uma estratégia para monitorizar, avaliar e reforçar os efeitos ambientais indirectos dos critérios de atribuição do rótulo ecológico.

3. Lista não exaustiva de grupos de produtos prioritários

a) Grupos de produtos prioritários

Para que um grupo de produtos seja considerado prioritário para efeitos de atribuição do rótulo ecológico comunitário tem de satisfazer uma série condições. Em especial, o n.º 2 do artigo 2.º do Regulamento n.º 1980/2000 estabelece alguns requisitos fundamentais que permitem determinar se o produto é adequado à atribuição do rótulo ecológico. O produto tem de ser significativo em termos do mercado interno, ser vendido para consumo final, ter impactos ambientais importantes susceptíveis de serem influenciados positivamente pela escolha do consumidor e os fabricantes e retalhistas devem estar dispostos a colocar o rótulo ecológico nos seus produtos.

⁽¹⁾ Comunicação interpretativa da Comissão sobre o direito comunitário aplicável aos contratos públicos e as possibilidades de integrar considerações ambientais nos contratos públicos [COM(2001)/274 final].

Por outras palavras, os grupos de produtos devem ser avaliados em função da sua importância, potencial e influenciabilidade. A importância refere-se à natureza e dimensão dos impactos ambientais associados, o potencial está relacionado com os benefícios potenciais para o ambiente e a influenciabilidade designa em que medida o grupo de produtos pode ser influenciado pelo rótulo ecológico.

O apêndice I resume os principais critérios de avaliação dos grupos de produtos «candidatos». Com base nesta lista de verificação, cada grupo de produtos candidato é classificado como «prioridade elevada», «prioridade média», «prioridade baixa» ou «não prioritário», devendo os recursos ser atribuídos de acordo com essa classificação. Não deve ser dada continuidade aos trabalhos relativos a um grupo de produtos considerado «não prioritário».

Actualmente, o peso relativo atribuído a cada um dos critérios não está definido e, logicamente, pode variar em função dos casos. Além disso, é necessário tomar em consideração os desenvolvimentos no contexto da IPP (por exemplo, possibilidades de desenvolvimento de rótulos ISO tipo II ou III para os grupos de produtos em questão). Na sequência de debates, o CREUE deve chegar a um consenso quanto ao grau de prioridade de cada grupo de produtos. A metodologia (e, por conseguinte, o apêndice I) deve ser aperfeiçoada e actualizada, devendo ser aplicada aos grupos de produtos prioritários enumerados no apêndice II, que inclui grupos de produtos estabelecidos e em fase de estabelecimento, bem como sugestões com vista a possíveis novos grupos de produtos (grupos de produtos candidatos).

O apêndice 2 deverá então ser actualizado em conformidade, se necessário adaptando os nomes dos grupos de produtos candidatos por forma a melhor reflectir o seu futuro âmbito. Convém ainda notar que durante a revisão de grupos de produtos estabelecidos, o âmbito dos mesmos deve, se adequado, ser progressivamente alargado, por exemplo, com vista à inclusão de determinados produtos destinados a uma utilização profissional.

É necessário realçar que as listas apresentadas no apêndice 2 não são exaustivas, de acordo com o estabelecido no artigo 5.º do Regulamento (CE) n.º 1980/2000. A qualquer momento, a Comissão pode dar um mandato ao CREUE para desenvolver e rever periodicamente os critérios ecológicos, bem como os requisitos de avaliação e verificação, aplicáveis a um grupo de produtos que não figura nas listas em questão. Além disso, estas listas podem ser actualizadas durante o período de validade do presente plano de trabalho (em conformidade com o procedimento estabelecido no artigo 17.º do Regulamento (CE) n.º 1980/2000), podendo ser acrescentados novos grupos de produtos.

Objectivos

Utilizar os recursos atribuídos ao desenvolvimento de grupos de produtos da melhor forma possível, concentrando a atenção nos grupos de produtos mais adequados ao rótulo ecológico comunitário.

Medidas de execução

O CREUE deve desenvolver e aperfeiçoar a metodologia de definição de prioridades, em especial procurando precisar a classificação ambiental e estabelecer uma ponderação adequada dos critérios. Para tal, deve ter em conta, entre outras coisas, o êxito ou fracasso dos grupos de produtos estabelecidos, que devem ser objecto de uma análise explícita. O apêndice I deve ser adaptado em conformidade.

O quadro de grupos de produtos prioritários e das respectivas prioridades apresentado no apêndice 2 deve ser adaptado periodicamente, na sequência de consultas com o CREUE, e aplicando a metodologia acima descrita. Em especial, no caso dos grupos de produtos referidos no apêndice 2 cuja prioridade ainda não foi avaliada, esta avaliação deve ser realizada o mais brevemente possível. Aquando da revisão dos diferentes grupos de produtos, o CREUE deve reavaliar as respectivas prioridades.

b) Serviços aos quais o sistema não é aplicável

O artigo 2.º do Regulamento (CE) n.º 1980/2000 não exclui explicitamente qualquer serviço do âmbito do sistema do rótulo ecológico. Contudo, todos os grupos de produtos, quer se trate de bens ou de serviços, devem satisfazer as condições estabelecidas no n.º 2 do artigo 2.º e ser objecto de uma decisão da Comissão que estabeleça os critérios ecológicos aplicáveis para a atribuição do rótulo ecológico.

Do mesmo modo, o artigo 3.º do Regulamento (CE) n.º 761/2001 do Parlamento Europeu e do Conselho que permite a participação voluntária de organizações num sistema comunitário de ecogestão e auditoria (EMAS) não exclui explicitamente qualquer serviço do âmbito do EMAS. Em geral, qualquer prestador de serviços que pretenda melhorar o seu desempenho ambiental global pode, por sua própria iniciativa, pedir para ser registado no EMAS, independentemente do tipo de serviço prestado.

A longo prazo, não há qualquer razão *a priori* para que o rótulo ecológico exclua qualquer serviço do seu âmbito. À partida, as condições previstas no n.º 2 do artigo 2.º do Regulamento n.º 1980/2000 afastam muitos mais serviços do que bens em virtude da ausência de impacto ambiental significativo ou da não existência de um potencial significativo de melhoramento do ambiente através das escolhas dos consumidores.

Pelo menos inicialmente, o rótulo ecológico comunitário deve ter sobretudo em consideração serviços fortemente relacionados com bens, como a lavagem de automóveis (consumo de água, energia e detergentes) ou serviços de lavandaria (utilização de máquinas de lavar, transporte, energia, resíduos, detergentes, etc.).

Um dos motivos para tal é que, tanto a nível do rótulo ecológico comunitário como de rótulos nacionais, existe muito menos experiência no domínio dos serviços do que no dos bens, bem como em matéria de aplicação da metodologia do ciclo de vida aos serviços. Neste contexto, o estabelecimento do primeiro grupo de produtos relacionado com serviços, o grupo «alojamento turístico», e a experiência inicialmente adquirida com o mesmo serão muito úteis. Não obstante, durante o presente plano de trabalho, poderá ser aconselhável dar início a estudos de viabilidade sobre um ou dois outros grupos de produtos relacionados com serviços, designadamente para aprofundar a experiência adquirida e a compreensão dos serviços.

Por razões comerciais evidentes, é preferível completar as «famílias» de bens mais interessantes do ponto de vista dos fabricantes, retalhistas e consumidores e, eventualmente, abranger quaisquer serviços estreitamente relacionados com os mesmos, antes de dar início a novas famílias com base em serviços, como o financiamento ecológico ou administração pública ecológica.

O papel do rótulo ecológico comunitário no contexto mais alargado da IPP e de outras áreas políticas, também implica, pelo menos inicialmente, o alargamento do conjunto dos bens abrangidos, antes de dar início ao desenvolvimento do leque de serviços abrangidos pelo sistema.

No entanto, é bem possível que à medida que se forem conhecendo melhor bens e serviços e à luz da evolução e desenvolvimento do papel do sistema do rótulo ecológico, determinados serviços ainda não identificados passem a constituir uma prioridade legítima em termos de atribuição do rótulo ecológico.

Por conseguinte, não é oportuno excluir qualquer serviço específico. Uma aplicação caso a caso da já referida lista de verificação deve permitir ordenar de forma objectiva os grupos de produtos, independentemente de se tratar de bens ou de serviços. Convém igualmente tomar em consideração eventuais relações claras dos serviços com os grupos de produtos existentes.

Por último, é necessário realçar os papéis complementares e de apoio mútuo do rótulo ecológico e do EMAS (bem como de outros sistemas de gestão ambiental como o ISO 14001). Muito resumidamente, é óbvio que uma empresa registada no EMAS é gerida de forma sistemática do ponto de vista ambiental e está permanentemente a melhorar o seu desempenho ambiental para além dos requisitos mínimos exigidos. Um produto com o rótulo ecológico é claramente um dos melhores do ponto de vista do ambiente. Uma empresa registada no EMAS irá beneficiar da integração dos critérios de atribuição do rótulo ecológico na sua política ambiental enquanto objectivo ambiental claro e positivo para os seus produtos. Uma empresa a cujos produtos foi atribuído o rótulo ecológico ou que é candidata ao mesmo irá beneficiar da utilização do EMAS para fazer a gestão e garantir a sua conformidade com todos os critérios relacionados. No âmbito do novo sistema do rótulo ecológico, são possíveis várias reduções de taxas, por exemplo nos casos de empresas certificadas ao abrigo do EMAS ou da ISO, das PME e de empresas pioneiras.

Medidas de execução

Durante os três primeiros anos de vigência do plano de trabalho, o CREUE deve desenvolver uma metodologia para estabelecer critérios ecológicos aplicáveis a serviços e analisar uma série de serviços com vista à avaliação do seu grau de prioridade.

Durante os dois primeiros anos de vigência do plano de trabalho, o CREUE deve analisar as sinergias potenciais entre o rótulo ecológico e o EMAS e outros sistemas de gestão ambiental como a ISO 14001.

4. *Cooperação e coordenação entre o sistema comunitário e outros sistemas de rótulo ecológico nos Estados-Membros*

A coordenação e cooperação entre o rótulo ecológico comunitário e outros rótulos ecológicos nos Estados-Membros devem tornar-se gradualmente mais sistemáticas e abrangentes, podendo assim reforçar significativamente a contribuição dos sistemas de rotulagem para a promoção e desenvolvimento do consumo sustentável na Europa.

Esta cooperação e coordenação podem assumir várias formas, incluindo o intercâmbio de informação e a promoção e o desenvolvimento conjuntos de grupos de produtos.

Em particular, podem ser conseguidas economias consideráveis de recursos através de uma melhor coordenação do desenvolvimento de grupos de produtos.

Objectivo

Desenvolver gradual e sistematicamente a cooperação e coordenação entre o rótulo ecológico comunitário e outros rótulos ecológicos nos Estados-Membros.

Medidas de execução

O CREUE e outros sistemas de rótulo ecológico nos Estados-Membros devem criar um grupo permanente de gestão da cooperação e coordenação.

a) Coordenação do desenvolvimento de grupos de produtos

O sistema do rótulo ecológico comunitário e os outros sistemas devem proceder a um intercâmbio sistemático de informações sobre os grupos de produtos já existentes e os seus programas de desenvolvimento de grupos de produtos e, se adequado, coordenar os seus esforços e partilhar recursos, competências e resultados, o que permitiria realizar economias mútuas e clarificar os papéis dos diferentes sistemas e facilitaria a harmonização (nos casos em que rótulos semelhantes têm objectivos semelhantes).

Existem várias abordagens, cada uma com as suas vantagens, que devem ser desenvolvidas em paralelo. Para cada grupo de produtos de cada sistema, deve ser tomada uma decisão conjunta em função das situações e das possibilidades, de acordo com o seguinte:

UE sim, nacional ou regional não: Nos casos em que existem critérios para um determinado grupo de produtos no sistema comunitário mas não no sistema nacional ou regional, este último pode decidir (e informar o CREUE):

- i) que não vai desenvolver critérios para o grupo de produtos em causa (ou seja, apenas existirá o rótulo comunitário). Esta opção tem a vantagem de simplificar a escolha dos fabricantes e reforçar o rótulo comunitário, exigindo uma promoção mais activa do mesmo para esse grupo de produtos,
- ii) adoptar os critérios comunitários enquanto critérios nacionais (por exemplo, como a Áustria fez no caso das lâmpadas). Esta opção tem a vantagem de permitir aos fabricantes nacionais escolher entre o rótulo nacional e/ou o rótulo comunitário para a comercialização local do grupo de produtos, sendo o rótulo comunitário utilizado para a sua promoção nos outros Estados-Membros, reforçando ambos os rótulos,
- iii) adoptar critérios diferentes dos do rótulo comunitário. Esta decisão deve ser motivada por objectivos ambientais ou comerciais diferentes e deve ser claramente explicada a todos os interessados aos níveis nacional e comunitário. Por exemplo, em casos em que os critérios comunitários são muito rigorosos, o rótulo nacional pode legitimamente visar um segmento mais largo do mercado através da adopção de critérios menos severos ou vice-versa. O rótulo nacional também pode ter objectivos ambientais específicos que deseja reforçar nos seus critérios, mas que são talvez menos relevantes ou adequados ao nível europeu. No entanto, na maioria dos casos, ambas as partes deverão, se adequado, desenvolver esforços para chegar a um acordo quanto aos critérios aplicáveis.

UE não, nacional sim: A existência de critérios nacionais (ou regionais) para um determinado grupo de produtos deve ser tida em conta pelo sistema comunitário do rótulo ecológico ao avaliar a prioridade do possível estabelecimento do grupo de produtos em questão ao nível da UE. Se o sistema comunitário decidir estabelecer o grupo de produtos, o CREUE deverá ter em conta os critérios nacionais existentes quando do desenvolvimento dos critérios comunitários. Quaisquer diferenças entre os critérios nacionais e os critérios adoptados pelo sistema comunitário devem ser identificadas, definidas e explicadas e comunicadas aos respectivos interessados.

UE não, nacional não: Nos casos em que não existem nem critérios nacionais nem critérios comunitários, o sistema comunitário e os sistemas nacionais devem debater, caso a caso, se é preferível desenvolver critérios ao nível comunitário, nacional ou a ambos (explicando quais seriam as abordagens complementares e justificando-as) e qual o procedimento mais eficiente.

UE sim, nacional sim: Nos casos em que para um determinado grupo de produtos existem o rótulo ecológico comunitário e um rótulo nacional, deverá ser tomada uma decisão no sentido quer de uma harmonização progressiva dos critérios (por exemplo, um dos sistemas adopta os critérios do outro), da adopção de abordagens complementares (ver *supra*) ou da supressão do grupo de produtos por um (ou ambos) os sistemas.

Objectivo

Coordenar progressivamente o desenvolvimento dos grupos de produtos pelos diferentes sistemas de rotulagem na Comunidade.

Medidas de execução

O CREUE e os outros sistemas nos Estados-Membros devem rever e inventariar todos os grupos de produtos abrangidos por rótulos ecológicos na UE e nos países candidatos (e, eventualmente, noutros países) e criar um mecanismo para estabelecer e actualizar um registo central desses grupos de produtos e dos critérios aplicáveis aos mesmos.

O CREUE e os outros sistemas nos Estados-Membros devem criar um mecanismo com vista a uma coordenação progressiva dos seus programas de trabalho e ao intercâmbio de informações.

O CREUE e os outros sistemas nos Estados-Membros devem determinar quais as situações e abordagens definidas no ponto 4a) aplicáveis a cada grupo de produtos em cada um dos vários sistemas.

O CREUE e os outros sistemas nos Estados-Membros devem, na medida do possível, harmonizar a sua base de dados sobre ingredientes de detergentes (listas DID) e questões conexas.

O CREUE e os outros sistemas nos Estados-Membros devem, no quadro dos trabalhos de desenvolvimento de grupos de produtos em curso, examinar as possibilidades de reconhecimento mútuo, de forma adequada, de produtos intermédios ou finais que ostentem um dos outros rótulos nos Estados-Membros, por exemplo, no contexto de grupos de produtos em que estão previstas facilidades para a utilização de produtos com rótulo ecológico.

O CREUE deve ter em conta o trabalho relevante em curso no âmbito da Global Ecolabelling Network (Rede mundial de rotulagem ecológica — GEN).

b) Acções conjuntas com vista à promoção do sistema comunitário e de outros sistemas nos Estados-Membros, bem como dos respectivos produtos com rótulo ecológico, para, entre outros aspectos, melhorar a sensibilização dos consumidores e a compreensão dos papéis comuns e complementares dos sistemas

Os diferentes interessados devem receber informações que expliquem a valia ambiental dos vários sistemas de rótulo ecológico na Europa, apresentando estes sistemas não como sistemas concorrentes mas antes como complementares, embora com grupos de produtos e objectivos diferentes, que contribuem todos para o objectivo final comum do desenvolvimento sustentável e de padrões de consumo ambientalmente adequados.

Para tal, é necessário um debate entre o sistema comunitário e os outros sistemas nos Estados-Membros que permita chegar a um consenso quanto à concepção e apresentação dos sistemas e dos seus objectivos e papéis comuns e complementares.

Em concreto, seria possível lançar campanhas promocionais conjuntas de grupos de produtos coincidentes, no quadro das quais se explicaria aos consumidores os eventuais diferentes aspectos ambientais e os benefícios decorrentes dos sistemas coincidentes.

É igualmente importante desenvolver um sítio web/base de dados conjunto que permita aos consumidores europeus e aos responsáveis pelas aquisições nos sectores público e privado encontrar mais facilmente produtos com rótulo ecológico (por exemplo, que incluam informações sobre onde comprar os produtos, os fabricantes, pessoas de contacto).

Nos casos em que tanto o sistema de rótulo nacional (ou regional) como o do rótulo comunitário tenham estabelecido critérios para um determinado grupo de produtos, a melhor solução possível (em termos de informação do consumidor e de reforço do rótulo ecológico enquanto instrumento de promoção do consumo sustentável) é, sem dúvida alguma, que os interessados se candidatem e recebam os dois rótulos. A nível nacional, o produtor irá usufruir da celebridade local do rótulo nacional e da dimensão europeia do rótulo comunitário, enquanto que, ao vender o seu produto noutros Estados-Membros (em que, de um modo geral, o seu rótulo nacional é menos conhecido) beneficiará do rótulo comunitário. O facto de os dois rótulos aparecerem lado a lado irá aumentar a sensibilização do consumidor em relação aos dois logotipos e reforçar ambos os sistemas.

Para incentivar a utilização dos dois rótulos, convém adaptar o sistema de taxas por forma a que um candidato aos dois rótulos beneficie de um desconto adequado. Por exemplo, o candidato poderia ser autorizado a deduzir das taxas relativas a um rótulo o montante pago em relação ao outro. As consequências financeiras (positivas e negativas a curto, médio e longo prazo) duma solução deste tipo deverão ser cuidadosamente examinadas, em conjunto com uma série de procedimentos que permitam fazer face a eventuais complicações.

Objectivo

Aumentar progressivamente a sensibilização em relação aos objectivos e papéis comuns e complementares do rótulo comunitário e dos outros rótulos nos Estados-Membros.

Medidas de execução

No primeiro ano de vigência do plano de trabalho, a Comissão, os Estados-Membros, o CREUE e os outros sistemas nos Estados-Membros devem elaborar em conjunto informações destinadas aos interessados (fabricantes, consumidores, distribuidores, responsáveis pelas aquisições no sector público, etc.) referentes à existência de papéis e objectivos comuns e complementares dos rótulos nacionais e do rótulo comunitário. No segundo ano de vigência do plano de trabalho, deverão ser tomadas medidas para difundir essas informações.

O CREUE e os outros sistemas nos Estados-Membros devem trocar e difundir informações sobre os produtos com o rótulo ecológico e os respectivos locais de venda.

A Comissão, o CREUE e os outros sistemas nos Estados-Membros devem explorar as possibilidades de desenvolver uma «loja ecológica» comum de produtos com rótulo ecológico na internet (e/ou acções conexas). Se existirem condições para tal, devem, na mesma altura, ser propostos um calendário e um orçamento com vista à sua realização.

O CREUE e os sistemas nacionais devem desenvolver acções conjuntas para incentivar a utilização de critérios de atribuição do rótulo ecológico nos contratos públicos e privados.

A Comissão, em consulta com o CREUE, deve estudar as possibilidades e as oportunidades de adaptar o sistema de taxas relativas ao rótulo ecológico comunitário por forma a oferecer reduções adequadas a candidatos que desejem obter o rótulo ecológico comunitário e um ou vários dos outros rótulos nos Estados-Membros, tendo em conta as consequências financeiras (positivas e negativas a curto, médio e longo prazo), e, se necessário, propor a alteração da decisão. Os outros sistemas nos Estados-Membros devem fazer o mesmo.

5. Acções de promoção conjuntas

(Nota: Estas acções conjuntas com vista à promoção do rótulo comunitário adicionam-se às acções conjuntas com sistemas nacionais atrás descritas, bem como às acções de promoção em curso realizadas por Estados-Membros ao nível individual, pelos membros do CREUE e pela Comissão.)

Um sistema voluntário só pode ser bem sucedido e ter um impacto significativo no mercado se se apoiar num número importante de actividades de *marketing* e promoção. Nos termos do artigo 10.º do regulamento revisto, os Estados-Membros e a Comissão, em cooperação com os membros do CREUE, devem promover a utilização do rótulo ecológico comunitário através de campanhas de sensibilização e de informação junto dos consumidores, produtores, comerciantes, retalhistas e do grande público. A participação de diferentes interessados, em especial daqueles que podem contribuir para a multiplicação dos esforços (como os retalhistas e as ONG ambientais e de consumidores), é crucial, pelo que estes devem ser claramente identificados e deve ser desenvolvida uma estratégia orientada que permita informar melhor cada um deles.

O CREUE deve, nomeadamente, continuar a organizar reuniões duas vezes por ano, fundamentalmente consagradas a actividades de *marketing* e promoção e ao desenvolvimento estratégico, e criar um grupo de trabalho permanente de gestão das actividades de *marketing* com vista ao desenvolvimento e coordenação de acções de promoção conjuntas de todos os tipos, incluindo acções da Comissão e dos Estados-Membros.

Tal como acima referido (ver ponto sobre a penetração no mercado), os recursos globais afectados a acções de promoção e *marketing* (conjuntas e individuais) devem ser significativos e representar, pelo menos, 50 % dos recursos consagrados ao desenvolvimento técnico dos grupos de produtos.

Objectivo

O CREUE, a Comissão e os Estados-Membros devem, num grau adequado, coordenar os seus esforços de *marketing* e desenvolver e lançar acções conjuntas.

Medidas de execução

O CREUE deve estabelecer um grupo permanente de gestão das actividades de *marketing*.

Os recursos consagrados a acções de promoção (conjuntas ou outras) devem, na medida do possível, aumentar para 50 % dos recursos afectados ao desenvolvimento e revisão dos grupos de produtos.

O CREUE deve reunir-se duas vezes por ano para, principalmente, debater questões relacionadas com o *marketing* e a promoção e o desenvolvimento estratégico do sistema (reuniões presidenciais).

O CREUE, a Comissão e os Estados-Membros devem identificar em conjunto os diferentes grupos-alvo fundamentais e definir e aplicar uma estratégia dirigida a cada um destes.

a) Acções de promoção conjuntas para melhorar a sensibilização dos interessados

O objectivo principal é informar em permanência fabricantes, consumidores e todos os interessados, em especial os que podem contribuir para uma multiplicação dos esforços (retalhistas e ONG), sobre o rótulo ecológico e os seus desenvolvimentos, através de meios adequados, como publicações várias (brochuras e boletins informativos, artigos) ou o sítio web. Paralelamente, devem ser desenvolvidos esforços sistemáticos para obter e tomar em consideração as reacções dos interessados.

No que se refere a brochuras, já existe uma série completa de material (o pacote informativo do rótulo ecológico) desenvolvido pela Comissão e por diferentes organismos competentes, a qual deverá ser posta à disposição dos interessados de forma sistemática e regularmente actualizada e melhorada. É possível utilizar melhor este material, pelo que o CREUE, a Comissão e os Estados-Membros devem coordenar os seus esforços para aproveitar os recursos limitados de forma mais eficiente, elaborar brochuras e boletins informativos e desenvolver o sítio web e garantir a difusão das informações junto dos principais grupos-alvo de forma mais sistemática.

O sítio web do rótulo ecológico comunitário (<http://europa.eu.int/ecolabel>) também já permite obter todas as informações importantes, devendo ser gerido e actualizado activa e conjuntamente. Para reforçar a sua credibilidade e transparência, deve ser incentivada a contribuição regular de todos os interessados, incluindo os consumidores e as ONG ambientais.

Para além dos instrumentos de informação adequados, é igualmente importante estudar a possibilidade de apresentar o rótulo ecológico comunitário a um público mais alargado no contexto de determinados eventos, como exposições e feiras. Até à data, não foi feita qualquer análise sistemática para averiguar quais as exposições e feiras mais adequadas para promover o rótulo ecológico. Outro aspecto importante que deve ser aprofundado é a utilização de produtos com rótulo ecológico em eventos de grande dimensão, como campeonatos mundiais, os Jogos Olímpicos, festivais, etc.

Por último, ainda há muito quem tenha a ideia errada de que a candidatura ao rótulo ecológico é um processo pesado, burocrático e caro. Na realidade, após a recente revisão do regulamento e do sistema de taxas, a candidatura é mais fácil e barata. Além disso, ao definir os critérios aplicáveis aos produtos, os responsáveis tentam minimizar os custos dos ensaios necessários e indicar claramente qual a documentação e relatórios de ensaio que os candidatos devem fornecer. É necessário que os interessados sejam mais bem informados sobre estas questões.

Objectivo

Informar em permanência todos os interessados sobre o rótulo ecológico e os desenvolvimentos nesta área e, paralelamente, tentar obter e tomar em consideração as suas reacções de forma sistemática.

Medidas de execução

O CREUE e a Comissão devem organizar a actualização e o melhoramento permanente do sítio web do rótulo ecológico.

O CREUE deve organizar e coordenar o desenvolvimento e a distribuição de brochuras e outras publicações.

O CREUE deve elaborar uma lista de eventos adequados à apresentação do rótulo ecológico e fazer uma proposta com vista à utilização de produtos com rótulo ecológico em eventos seleccionados de grande dimensão.

O CREUE deve garantir que a informação transmitida aos interessados esclarece os procedimentos, o calendário e os custos da candidatura ao rótulo ecológico.

b) Acções de promoção conjuntas para melhorar a sensibilização dos responsáveis pelas aquisições nos sectores público e privado

O ponto sobre penetração no mercado realça o potencial dos responsáveis pelas aquisições nos sectores público e privado. As actividades de promoção conjuntas devem concentrar-se neste grupo-alvo fundamental. São necessárias informações sobre o quadro jurídico (o documento interpretativo da Comissão sobre contratos públicos e ambiente esclarece de que forma é que os responsáveis pelas aquisições podem incorporar o critério do rótulo ecológico nos seus concursos) e os critérios aplicáveis aos vários grupos de produtos. Mais uma vez, o sítio Web do rótulo ecológico pode desempenhar uma papel importante. Devem ser organizadas reuniões entre o CREUE e responsáveis pelas aquisições no sector público e convém estudar a hipótese da realização de campanhas nacionais e/ou regionais.

Objectivo

A médio prazo, os responsáveis pelos contratos públicos devem ser informados das possibilidades de utilização dos critérios de atribuição do rótulo ecológico nos seus concursos.

Medidas de execução

Antes do fim do segundo ano de vigência do plano de trabalho, o CREUE, a Comissão e os Estados-Membros devem desenvolver uma estratégia e uma série de acções conjuntas para promover a utilização dos critérios de atribuição do rótulo ecológico nos contratos públicos e privados.

A Comissão deve redigir um manual sobre contratos públicos ecológicos, que, entre outros aspectos, abordará as possibilidades de utilização dos critérios de atribuição do rótulo ecológico nos concursos. O CREUE, a Comissão e os Estados-Membros devem garantir uma difusão o mais alargada possível desse manual junto dos responsáveis pelas aquisições do sector público e organizar sessões de formação e informação, bem como outras acções relevantes. As informações importantes devem ser colocadas no sítio web do rótulo ecológico.

c) Acções conjuntas de promoção e apoio às PME e aos distribuidores

Para além das diferentes acções de promoção descritas nos pontos anteriores, é necessário estabelecer redes para apoiar a apresentação de candidaturas ao rótulo ecológico pelas PME. As PME nem sempre dispõem dos meios e da informação adequados que lhes permitam apreciar as oportunidades proporcionadas pelo rótulo ecológico e preparar uma boa candidatura. Estas empresas devem ser apoiadas por redes que reúnem outros candidatos, grupos de interesse, organismos competentes e outras organizações relevantes, como federações de empresas ou autoridades regionais.

Os retalhistas fazem a ligação entre fabricantes e consumidores pelo que também têm um papel fundamental a desempenhar, podendo, por exemplo, utilizar o rótulo ecológico para reforçar a imagem de qualidade dos produtos com a sua marca e procurar oferecer outros produtos com rótulo ecológico aos seus clientes. Por conseguinte, é prioritário desenvolver parcerias estratégicas com os retalhistas.

Medidas de execução

O CREUE deve desenvolver uma estratégia e acções para criar redes de apoio à candidatura ao rótulo ecológico para as PME.

O CREUE deve desenvolver parcerias estratégicas com os retalhistas.

6. Financiamento planeado do sistema

Dado o elevado número de organizações participantes, incluindo as administrações públicas (o orçamento da Comissão, por exemplo, é anual), não é possível preparar orçamentos exactos para os próximos anos.

Contudo, as exigências financeiras do sistema do rótulo ecológico têm duas componentes principais: os recursos para o desenvolvimento de grupos de produtos e os recursos destinados ao *marketing* e à promoção.

Segundo as estimativas, os recursos afectados ao rótulo ecológico em 2000, incluindo os disponibilizados pelo CREUE, a Comissão e os Estados-Membros, foram aproximadamente de 45 pessoas e 4 milhões de euros (excluindo os salários). Destes, cerca de 2,8 milhões de euros foram consagrados a actividades de *marketing* e promoção.

Este nível de recursos é suficiente para o desenvolvimento e revisão dos grupos de produtos e pode, em função das possibilidades orçamentais anuais do CREUE, da Comissão e dos Estados-Membros, continuar a ser atribuído anualmente. Estes recursos devem ser utilizados o mais eficientemente possível.

Em 2000, o montante total das receitas provenientes do pagamento de taxas à disposição dos organismos competentes rondou os 280 000 euros. Este montante deverá aumentar à medida que o sistema se desenvolver. Será assim possível reforçar regularmente os recursos consagrados ao *marketing* e à promoção (para além das acções desenvolvidas pelas empresas às quais foi atribuído o rótulo ecológico) que devem atingir um nível de, pelo menos, 50 % dos recursos afectados ao desenvolvimento e revisão dos grupos de produtos.

Objectivo

Planear o financiamento do sistema a longo prazo, utilizando o mais eficientemente possível os recursos atribuídos.

Medidas de execução

O CREUE, a Comissão e os Estados-Membros devem tentar chegar a acordo quanto ao financiamento do sistema a longo prazo.

*Apêndice 1***METODOLOGIA PARA O ESTABELECIMENTO DE PRIORIDADES**

A seguinte lista de verificação não exaustiva resume as principais perguntas que deverão ser feitas sobre cada grupo de produtos «candidato» (uma resposta positiva a todas as perguntas significa que é desejável estabelecer critérios ecológicos para o grupo de produtos em questão):

Questões ambientais:

1. O grupo de produtos tem impactos ambientais significativos à escala mundial ou regional ou de um modo geral?
2. O grupo de produtos tem um potencial de melhoramento do ambiente importante através das escolhas dos consumidores?
3. O grupo de produtos tem relevância em áreas políticas, instrumentos e legislação prioritários no domínio ambiental (por exemplo, IPP, resíduos, alterações climáticas, rótulo energético)?

Questões relacionadas com o mercado:

4. O grupo de produtos representa um volume de vendas e de comércio importante no mercado interno?
5. O grupo de produtos proporciona oportunidades e incentivos aos fabricantes e/ou retalhistas em termos de vantagens concorrenciais através da oferta de produtos com rótulo ecológico?
6. Já existem argumentos ambientais associados à comercialização do grupo de produtos em causa?
7. Os interessados já mostraram especificamente o seu desejo de atribuição do rótulo ecológico a este grupo de produtos?
8. O grupo de produtos regista um volume significativo de vendas para utilização final ou consumo?
9. O grupo de produtos tem um mercado de contratos públicos importante?
10. O grupo de produtos tem um mercado de contratos privados importante?
11. Os produtos deste grupo são produzidos por pequenos fabricantes?
12. Os produtos deste grupo são comprados frequentemente pelos consumidores (por exemplo, todos os dias ou semanalmente)?
13. O grupo de produtos apoia uma «família» de grupos de produtos existente?
14. O grupo de produtos representa uma oportunidade especial para reforçar a visibilidade global do sistema?

Outras questões conexas:

15. O grupo de produtos implica questões relacionadas com a saúde e segurança dos consumidores?
 16. O grupo de produtos existe no âmbito de outros sistemas de rótulo ecológico na Europa ou no resto do mundo e, caso exista, é bem sucedido nesses sistemas?
 17. Foram estabelecidas normas de aptidão à utilização para o grupo de produtos?
-

Apêndice 2

LISTA NÃO EXAUSTIVA DE GRUPOS DE PRODUTOS PRIORITÁRIOS

Grupos de produtos existentes ou em fase de estabelecimento

Produtos de papel *tissue*
Papel de cópia
Correctivos de solos
Tintas e vernizes para interiores
Produtos têxteis
Calçado
Detergentes para máquinas de lavar louça
Detergentes para lavar roupa
Produtos de limpeza «lava tudo» e produtos de limpeza para instalações sanitárias
Detergentes para lavagem manual da louça
Colchões de cama
Lâmpadas
Computadores pessoais
Computadores portáteis
Máquinas de lavar roupa
Frigoríficos
Máquinas de lavar louça
Alojamento turístico
Mobiliário
Revestimentos de solo duros
Televisores
Aspiradores
Pneus

Novos grupos de produtos possíveis

(Nota: a Comissão e o CREUE está actualmente a desenvolver trabalho para avaliar em pormenor o nível de prioridade destes novos grupos de produtos possíveis e determinar a ordem e o calendário mais adequados para o seu desenvolvimento).

Papel para impressão
Produtos à base de papel impresso
Produtos transformados à base de papel, artigos de papelaria à base de papel
Papel de parede
Sacos do lixo/sacos de plástico
Sacos
Artigos para escrita
Telefones
Fotocopiadoras
Pequenos electrodomésticos
Adereços de moda
Luvas
Marroquinaria
Equipamento desportivo
Brinquedos e jogos
Embalagens

Artigos de bricolagem
Ar condicionado
Sistemas de aquecimento
Sistemas de aquecimento da água
Isolamento
Componentes para a construção
Serviços de construção
Serviços de venda a retalho
Limpeza a seco
Serviços financeiros
Serviços de transporte
Serviços de entrega
Serviços de reparação de veículos
Automóveis
Utensílios de cozinha, artigos para o lar
Produtos sanitários (pensos higiénicos,...)
Champôs e sabão

Apêndice 3

RESUMO DE OBJECTIVOS E MEDIDAS DE EXECUÇÃO

Objectivos	Medidas de execução		
	2002	2003	2004
Política e estratégia			
Continuar a desenvolver e adaptar a política e a estratégia a longo prazo do sistema, bem como a integração do rótulo ecológico nas várias políticas relacionadas com o consumo sustentável	Criar um grupo permanente de gestão política para desenvolver e adaptar a política e estratégia a longo prazo, garantir a coordenação com os desenvolvimentos políticos acima referidos e contribuir para os mesmos	Continua	Continua
Desenvolvimento de grupos de produtos			
Estabelecer um conjunto de grupos de produtos suficientemente completo e gerível que suscite o interesse de retalhistas, fabricantes e consumidores Em cinco anos, o número de grupos de produtos deverá atingir os 25 a 30	Estabelecer novos grupos de produtos Adaptar o prazo de validade dos critérios, que, em geral, será de quatro e cinco anos Desenvolver metodologia para definir critérios aplicáveis aos serviços Criar um grupo de trabalho que se ocupe das questões horizontais comuns a muitos grupos de produtos	Estabelecer novos grupos de produtos	Estabelecer novos grupos de produtos
Utilizar os recursos atribuídos ao desenvolvimento de grupos de produtos da melhor forma possível, concentrando a atenção nos grupos de produtos mais adequados ao rótulo ecológico comunitário	Desenvolver e aperfeiçoar a metodologia de estabelecimento de prioridades Garantir a coordenação com outros rótulos ecológicos	Continua Actualizar a lista dos grupos de produtos prioritários Avaliar uma série de grupos de serviços	Continua
Marketing e promoção			
Coordenação dos esforços de <i>marketing</i> e desenvolvimento e execução de acções conjuntas	Criar um grupo permanente de gestão das actividades de <i>marketing</i> O CREUE deve reunir-se duas vezes por ano para debater as actividades de <i>marketing</i> e promoção e o desenvolvimento estratégico do sistema (reuniões presidenciais)	Identificação dos diferentes grupos-alvo principais e definição e aplicação de uma estratégia dirigida a cada um deles	Continua

Objectivos	Medidas de execução		
	2002	2003	2004
<p>Um aumento anual de, pelo menos, 25 % dos artigos com rótulo ecológico</p> <p>Obtenção de um nível mínimo de visibilidade em dois terços dos Estados-Membros</p> <p>Informação permanente de todos os interessados sobre o rótulo ecológico e os seus desenvolvimentos e, paralelamente, obtenção das suas reacções</p> <p>Sensibilização de todos os fabricantes e retalhistas importantes em relação ao rótulo ecológico</p> <p>Reconhecimento do rótulo ecológico comunitário enquanto garantia da excelência ambiental por mais de metade dos consumidores europeus</p>	<p>Acções de promoção</p> <p>Em cada Estados-Membro, identificar os grupos de produtos mais importantes e concentrar os esforços de marketing nos mesmos.</p> <p>Actualizar e melhorar o design do sítio web do rótulo ecológico.</p> <p>Organizar e coordenar a elaboração e distribuição de brochuras e outras publicações</p> <p>Estabelecer uma lista de eventos no contexto dos quais o rótulo ecológico pode ser apresentado</p> <p>Informar os candidatos potenciais dos procedimentos e custos de candidatura</p> <p>Criar mecanismos de informação com vista ao estabelecimento de estatísticas anuais que permitam acompanhar a penetração no mercado</p>	<p>Acções de promoção.</p> <p>Continuar a actualizar o sítio web, a distribuir brochuras, a participar em eventos e a fornecer informações sobre custos, etc.</p> <p>Desenvolver uma estratégia e acções para criar redes de apoio às PME e parcerias estratégicas com retalhistas</p> <p>Desenvolver uma metodologia eficiente do ponto de vista dos custos para monitorizar o reconhecimento do logotipo do rótulo ecológico comunitário pelos consumidores e acções eficientes do ponto de vista dos custos para aumentar progressivamente esse reconhecimento</p>	<p>Acções de promoção.</p> <p>Continuar a actualizar o sítio web, a distribuir brochuras, a participar em eventos e a fornecer informações sobre custos, etc.</p> <p>Os recursos consagrados à promoção devem representar, pelo menos, 50 % dos recursos afectados ao desenvolvimento de grupos de produtos</p>
	<p>Desenvolver os critérios para um nível mínimo de visibilidade do rótulo ecológico, avaliar em que países é que esse nível mínimo foi atingido</p>		

Impactos directos e indirectos

<p>Informar os responsáveis pelos contratos públicos das possibilidades da utilização dos critérios de atribuição do rótulo ecológico nos seus concursos</p>	<p>Elaborar um manual sobre contratos públicos ecológicos e critérios de atribuição do rótulo ecológico, divulgá-lo (também no sítio web) e organizar sessões de formação e informação</p>	<p>Desenvolver uma estratégia e uma série de acções conjuntas para promover a utilização dos critérios de atribuição do rótulo ecológico nos contratos públicos e privados</p>	<p>Continua</p>
<p>Contribuir para tomar o consumo mais sustentável</p> <p>Desenvolver progressivamente avaliações qualitativas e quantitativas dos benefícios directos e indirectos do rótulo ecológico</p> <p>O papel dos critérios de atribuição do rótulo ecológico enquanto padrão de referência da excelência ambiental deve ser especificamente desenvolvido</p>	<p>Desenvolver a metodologia e os parâmetros para calcular os benefícios ambientais directos e indirectos do rótulo ecológico</p> <p>Os benefícios máximos potenciais para o ambiente devem ser calculados sistematicamente para cada grupo produtos quando do estabelecimento ou da revisão de critérios</p> <p>Definição de uma estratégia para monitorizar, avaliar e reforçar os efeitos ambientais indirectos dos critérios de atribuição do rótulo ecológico</p>	<p>Continua</p> <p>Analisar as sinergias com o EMAS</p>	<p>Continua</p>

Objectivos	Medidas de execução		
	2002	2003	2004
Cooperação e coordenação			
<p>Desenvolver progressivamente a cooperação e coordenação entre o sistema comunitário do rótulo ecológico e outros sistemas nos Estados-Membros</p> <p>Coordenar progressivamente o desenvolvimento de grupos de produtos nos diferentes sistemas de rotulagem da UE</p>	<p>Criar um grupo permanente de gestão da cooperação e da coordenação</p> <p>Rever e inventariar todos os grupos de produtos abrangidos por rótulos ecológicos na UE e nos países candidatos</p> <p>Criar um mecanismo para estabelecer e actualizar um registo central dos grupos de produtos e dos critérios aplicáveis aos mesmos</p> <p>Para cada grupo de produtos em cada sistema, determinar como se enquadra no sistema europeu e/ou nacional</p>	<p>Criar um mecanismo com vista a uma coordenação progressiva dos programas de trabalho dos diferentes sistemas e ao intercâmbio de informações</p> <p>Analisar as possibilidades de «reconhecer» produtos intermédios ou finais que ostentem um dos outros rótulos</p> <p>Ter em conta o trabalho relevante em curso no âmbito da Global Ecolabelling Network (Rede mundial de rotulagem ecológica — GEN)</p>	<p>Harmonizar a base de dados sobre ingredientes de detergentes (listas DID) e questões conexas</p>
<p>Aumentar progressivamente a sensibilização em relação aos objectivos e papéis comuns e complementares do rótulo comunitário e dos outros rótulos nos Estados-Membros</p>	<p>Elaborar e difundir em conjunto informações destinadas aos interessados relativas à existência de papéis e objectivos comuns e complementares dos rótulos nacionais e do rótulo comunitário</p> <p>Trocar informações sobre os produtos com o rótulo ecológico e os respectivos locais de venda</p>	<p>Continua</p> <p>Explorar as possibilidades de desenvolver uma «loja ecológica» comum de produtos com rótulo ecológico na internet</p> <p>Desenvolver acções conjuntas para incentivar a utilização de critérios de atribuição do rótulo ecológico nos contratos públicos</p>	<p>Continua</p> <p>Estudar as possibilidades e as oportunidades de adaptar o sistema de taxas relativas ao rótulo ecológico comunitário por forma a oferecer reduções adequadas a candidatos que desejem obter o rótulo ecológico comunitário e um ou vários dos outros rótulos nos Estados-Membros</p>
Financiamento			
<p>Planear o financiamento do sistema a longo prazo, utilizando o mais eficiente possível os recursos atribuídos</p>		<p>Tentar chegar a acordo quanto ao financiamento do sistema a longo prazo</p>	<p>Continua</p>