

**DECISIÓN DE LA COMISIÓN****de 9 de febrero de 2006****por la que se establece el plan de trabajo relativo a la etiqueta ecológica comunitaria****(Texto pertinente a efectos del EEE)**

(2006/402/CE)

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea,

Visto el Reglamento (CE) n° 1980/2000 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de julio de 2000, relativo a un sistema comunitario revisado de concesión de etiqueta ecológica <sup>(1)</sup> y, en particular, su artículo 5,

Considerando lo siguiente:

- (1) El Reglamento (CE) n° 1980/2000 establece que la Comisión debe elaborar un plan de trabajo relativo a la etiqueta ecológica comunitaria.
- (2) El plan de trabajo debería incluir una estrategia para la puesta en marcha del sistema que establezca los objetivos de mejora ambiental y penetración del mercado, una lista no exhaustiva de categorías de productos que se considerarán prioritarias para la actuación comunitaria y planes de coordinación y cooperación entre el sistema comunitario y otros sistemas de concesión de etiqueta ecológica de los Estados miembros.
- (3) Asimismo, el plan de trabajo debería incluir medidas para la aplicación de la estrategia e incluir la financiación prevista del sistema.

(4) El plan de trabajo revisado debería basarse en la experiencia adquirida durante la aplicación del primer plan de trabajo de la etiqueta ecológica comunitaria <sup>(2)</sup>.

(5) El plan de trabajo debería revisarse periódicamente.

(6) Las medidas previstas en la presente Decisión se ajustan al dictamen del Comité establecido con arreglo al artículo 17 del Reglamento (CE) n° 1980/2000.

HA ADOPTADO LA PRESENTE DECISIÓN:

*Artículo 1*

El plan de trabajo revisado relativo a la etiqueta ecológica comunitaria que figura en el anexo queda adoptado para el período comprendido entre el 1 de enero de 2005 y el 31 de diciembre de 2007.

*Artículo 2*

Antes del 31 de diciembre de 2007 dará comienzo la revisión del plan de trabajo.

*Artículo 3*

Los destinatarios de la presente Decisión serán los Estados miembros.

Hecho en Bruselas, el 9 de febrero de 2006.

*Por la Comisión*  
Stravros DIMAS  
*Miembro de la Comisión*

<sup>(1)</sup> DO L 237 de 21.9.2000, p. 1.

<sup>(2)</sup> DO L 7 de 11.1.2002, p. 28.

## ANEXO

## PLAN DE TRABAJO RELATIVO A LA ETIQUETA ECOLÓGICA COMUNITARIA

## INTRODUCCIÓN

La etiqueta ecológica comunitaria se creó en 1992 como estímulo para que las empresas elaboraran productos y prestaran servicios con un impacto ambiental reducido durante todo su ciclo de vida, y con objeto de proporcionar a los consumidores mejor información sobre ese impacto.

El sistema de la etiqueta ecológica comunitaria forma parte integrante de una estrategia de mayor calado cuya finalidad es el fomento de un consumo y una producción sostenibles. Esa meta puede alcanzarse en un marco para una política de productos integrada y orientada hacia el ciclo de vida del producto, como se indica en el VI Programa de Medio Ambiente (6PMA). Los objetivos principales del sistema son garantizar un nivel elevado de protección y disociar presiones ambientales de crecimiento económico, trabajando, de ese modo, en el marco de la Estrategia de Lisboa sobre la renovación económica y social (2000) <sup>(1)</sup> y de la Estrategia para un desarrollo sostenible (Gotemburgo, 2001) <sup>(2)</sup> de la Unión Europea.

En concreto, la comunicación sobre la Política de Productos Integrada <sup>(3)</sup> (PPI) propone una nueva estrategia para reforzar y reorientar la política medioambiental relativa a los productos y desarrollar el mercado de productos más ecológicos. La etiqueta ecológica comunitaria es uno de los instrumentos que puede contribuir a alcanzar ese objetivo. El gran volumen de información y toda la experiencia de que dispone el sistema de la etiqueta ecológica en relación con la política de productos basada en el concepto del ciclo de vida debería ponerse a disposición de los sectores interesados que participan en el desarrollo de la estrategia relativa a la Política de Productos Integrada.

Como parte de la evolución hacia una producción y un consumo sostenibles, las nuevas directivas sobre contratación pública <sup>(4)</sup>, que incorporan consideraciones medioambientales en ese tipo de contratos, así como el recientemente publicado manual de la contratación pública ecológica, abren nuevas perspectivas para la etiqueta ecológica comunitaria. Aunque los responsables de la adjudicación de contratos públicos no pueden exigir explícitamente en las licitaciones productos y servicios que lleven la etiqueta ecológica europea, las nuevas directivas permiten utilizar los criterios fijados con arreglo al sistema o criterios equivalentes a la hora de determinar exigencias medioambientales de rendimiento o funcionales. Ello debería incitar a los poderes públicos a tomar la decisión política de tener en cuenta consideraciones medioambientales en sus compras mediante la etiqueta ecológica comunitaria y sus criterios u otros sistemas equivalentes, que proporcionan una base sólida de información sobre los productos.

La etiqueta ecológica comunitaria guarda relación también con un amplio abanico de instrumentos dirigidos a conseguir una producción menos contaminante y el desarrollo y utilización de tecnologías ambientales. Sus estructuras, procedimientos y la información que proporciona se consideran un buen punto de partida para elaborar medidas de aplicación de la directiva propuesta sobre diseño ecológico de los productos que utilizan energía. Un ámbito prioritario de actividades dentro del Plan de Actuación a favor de las Tecnologías Ambientales (PATA), a saber, la concepción y aplicación de objetivos de rendimiento, consiste, en particular, en analizar la relación existente entre el concepto de objetivos de rendimiento y el comportamiento medioambiental de productos y servicios a que se refieren iniciativas de la Unión tales como la etiqueta ecológica comunitaria.

La ampliación de la Unión en mayo de 2004 a 10 nuevos Estados miembros ha modificado las condiciones en las que evoluciona la etiqueta ecológica comunitaria y la manera en que esta contribuye a la comunicación y la sensibilización respecto a cuestiones medioambientales. Una etiqueta ecológica paneuropea clara como es la Flor podría facilitar enormemente a los consumidores la adquisición de productos «verdes» en toda Europa y ayudarles a comprender lo que es el etiquetado de tipo I.

Un buen sistema de etiquetado ecológico basado en el mercado seguirá siendo atractivo para los consumidores por su carácter inmediato y su simplicidad y porque garantiza a los ciudadanos un mayor acceso a mejor información ambiental. Puede ser también positivo para las empresas porque aumenta el valor de los productos y ofrece ventajas comerciales en el punto de venta, siempre y cuando se desarrolle en asociación con fabricantes y su coste sea razonable para las empresas.

Es evidente que la penetración de la etiqueta ecológica comunitaria en el mercado no ha alcanzado aún niveles satisfactorios. Aunque su situación ha mejorado y la gama de categorías de productos (bienes y servicios) se está ampliando constantemente y aparecen con regularidad nuevas aplicaciones, está claro que el sistema debe revisarse para que pueda alcanzar sus metas originales, en particular su adopción activa por parte del sector empresarial. Ante la revisión del sistema de la etiqueta ecológica comunitaria, se está realizando un estudio para evaluar su eficacia global a la hora de reducir los impactos ambientales negativos. En ese estudio se analizará la contribución del sistema a una producción y un consumo sostenibles y se propondrán soluciones para que pueda, una vez revisado, responder mejor al desafío de fomentar el desarrollo sostenible en Europa y suscitar un mayor interés entre los agentes económicos, en especial las PYME. El presente plan de trabajo debe apoyar sin reservas la evaluación y revisión del sistema sin que ello sea en modo alguno óbice para que pueda modificarse cuando se revise el Reglamento.

<sup>(1)</sup> COM 2000/7: [http://europa.eu.int/growthandjobs/key/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/growthandjobs/key/index_en.htm).

<sup>(2)</sup> COM (2001) 264 final: [http://europa.eu.int/eur-lex/es/com/cnc/2001/com2001\\_0264es01.pdf](http://europa.eu.int/eur-lex/es/com/cnc/2001/com2001_0264es01.pdf).

<sup>(3)</sup> COM (2003) 302 final: [http://europa.eu.int/eur-lex/es/com/cnc/2003/com2001\\_0264es01.pdf](http://europa.eu.int/eur-lex/es/com/cnc/2003/com2001_0264es01.pdf).

<sup>(4)</sup> DO L 134 de 30.4.2004, p. 1 y p. 114.

El principal objetivo del presente plan de trabajo revisado es, por tanto, aprovechar las lecciones y la experiencia adquiridas con el funcionamiento del sistema de la etiqueta ecológica y establecer para los próximos tres años un programa de trabajo con objeto de:

- Conseguir que la etiqueta ecológica comunitaria sea un instrumento más interesante y eficaz para aumentar la calidad medioambiental de bienes y servicios.
- Apoyar la evaluación en curso del sistema de la etiqueta ecológica y la próxima revisión del Reglamento.
- Seguir contribuyendo a un consumo más sostenible así como a la consecución de los objetivos políticos de la Estrategia comunitaria para un desarrollo sostenible y del VI Programa de Medio Ambiente.
- Utilizar con la máxima eficacia los recursos asignados para el funcionamiento del sistema por la Comisión, los Estados miembros y los miembros del Comité de la etiqueta ecológica de la Unión Europea (CEEUE) <sup>(1)</sup>.

#### ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO DEL SISTEMA

2005-2007

### 1. Política y estrategia con vistas a la revisión del Reglamento de la etiqueta ecológica

El desarrollo y la adaptación de la política y la estrategia de la etiqueta ecológica comunitaria son constantes. Es preciso, por tanto, incorporarla a los debates en curso y a las medidas de aplicación de la comunicación sobre la Política de Productos Integrada de la Unión, así como a otros instrumentos legislativos en fase de elaboración tales como la propuesta de directiva sobre el diseño ecológico de los productos que utilizan energía, la Directiva marco 92/75/CEE sobre aparatos domésticos y la Decisión del Consejo relativa al etiquetado *Energy Star* para equipos ofimáticos, la aplicación del plan PATA, el VI Programa de Medio Ambiente y la estrategia comunitaria para un desarrollo sostenible. La etiqueta ecológica comunitaria debe, además, seguir de cerca la evolución global del etiquetado ecológico de los productos, así como de las etiquetas relacionadas con la ética, la calidad o la salud, velando igualmente por una participación adecuada de los distintos comités científicos, con objeto de perfeccionar la base científica de los criterios ecológicos. Igualmente importante es la evolución de los sistemas de gestión ecológica, en particular del sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales (EMAS).

En el primer plan de trabajo sobre la etiqueta ecológica se creó un Grupo de Gestión de Políticas activo para poder seguir con más eficacia los distintos debates sobre estos temas y el flujo de información, tanto dentro del sistema como en foros externos, así como para preparar y dirigir el debate sobre el futuro del sistema. La aportación del Grupo a la política y la estrategia futuras del sistema ha sido muy valiosa, al abordar temas tales como la integración del sistema en otras políticas medioambientales, las sinergias con otros instrumentos de información y una amplia gama de cuestiones relacionadas con la política a largo plazo. Ha determinado claramente los principales retos a que se enfrenta el sistema y ha contribuido al debate con una serie de ideas sobre su evaluación y revisión. Convendría tener en cuenta esas ideas en los debates sobre la revisión del sistema, donde debería concederse la prioridad a las reuniones en las que participen las partes interesadas.

#### Objetivo

*Una de las prioridades del CEEUE, los Estados miembros y la Comisión con vistas a la próxima revisión del Reglamento debería ser el desarrollo y adaptación de la estrategia y la política a largo plazo del sistema de la etiqueta ecológica. Asimismo, deberían contribuir a la integración de la etiqueta en las distintas políticas que se están elaborando en relación con el consumo sostenible (PPI, propuesta de Directiva sobre el diseño ecológico de los productos que utilizan energía, integración de consideraciones medioambientales en los contratos públicos, generalización del etiquetado, reducción de los impuestos que gravan los productos ecológicos, PATA, etc.).*

#### Medidas para conseguirlo

*Una de las prioridades del CEEUE, los Estados miembros y la Comisión debería ser contribuir a la evaluación y revisión del sistema de la etiqueta ecológica para desarrollar y adaptar su política y su estrategia a largo plazo. Esa contribución debería consistir en reuniones especializadas, investigaciones y movilización de expertos tras la publicación de los resultados del estudio.*

<sup>(1)</sup> Nota: La Comisión asume las funciones de secretaría del CEEUE y participa en todas sus actividades.

## 2. Objetivos en materia de mejora ambiental y de penetración del mercado

A la luz de la revisión del sistema se establecerán los objetivos en materia de mejora ambiental y de penetración del mercado. Consistirán, principalmente, en:

- a) Aumentar el número de mercados potencialmente abiertos a productos que lleven la etiqueta ecológica mediante la ampliación progresiva de la gama de categorías de productos, y hacer que la etiqueta ecológica sea más atractiva para los fabricantes.
- b) En cada uno de esos mercados y de las categorías de productos, aumentar de forma notable la visibilidad de la etiqueta ecológica (es decir, el número de productos ecoetiquetados presentes en el mercado).
- c) Considerar los beneficios medioambientales globales del sistema y su contribución a un consumo más sostenible.
- d) Seguir explotando las posibles sinergias entre la etiqueta comunitaria y EMAS.

### a) Evolución respecto a las categorías de productos

Hasta ahora se han adoptado criterios para 23 categorías de productos: papel tisú, lavavajillas, enmiendas del suelo, colchones, pinturas y barnices, calzado, productos textiles, ordenadores personales, detergentes para ropa, detergentes para lavavajillas, papel para copias, bombillas eléctricas, frigoríficos, ordenadores portátiles, lavadoras, productos de limpieza de uso general y de cocinas y baños y detergentes lavavajillas a mano, televisores, pavimentos, aspiradoras, establecimientos de alojamiento turístico, servicio de camping y lubricantes.

Si una categoría de productos aspira a considerarse prioritaria para incluirse en el sistema de la etiqueta ecológica comunitaria, debe reunir una serie de condiciones. En el artículo 2, apartado 2, del Reglamento (CE) nº 1980/2000, por ejemplo, se establecen algunos requisitos básicos para determinar la conveniencia de que una categoría de productos sea objeto de la etiqueta ecológica. El producto debe representar un volumen significativo de ventas y comercio en el mercado interior y venderse para consumo final. Tiene que presentar un potencial significativo para mejorar el medio ambiente a través de la opción de los consumidores, y los fabricantes y minoristas tienen que estar dispuestos a colocar la etiqueta ecológica en sus productos.

Sobre la base de una lista de preguntas incluida en el primer plan de trabajo, se realizó un estudio con objeto de establecer una lista de categorías de productos prioritarias <sup>(1)</sup>, que figura en el apéndice 1. A la luz de la revisión del sistema, el CEEUE y los Estados miembros deberían seguir desarrollando la metodología aplicable a la determinación de categorías de productos prioritarias sobre la base del estudio y de acuerdo con las recomendaciones incluidas en el mismo sobre los trabajos y mejoras que conviene realizar en el futuro. Convendría, asimismo, que ampliaran la evaluación de los beneficios medioambientales y de las perspectivas de *marketing* de las categorías de productos candidatas. Es preciso, además, seguir analizando los requisitos especiales para la evaluación del grado de prioridad en relación con los servicios.

La metodología perfeccionada debería servir de instrumento objetivo para establecer categorías de productos prioritarias en relación con bienes y servicios. Hay que tener en cuenta, además, la posibilidad de que un servicio o un producto dado tenga una relación clara con las categorías de productos existentes.

Convendría crear un grupo de gestión *ad hoc* encargado de determinar, de una manera objetiva y transparente, las categorías de productos que deberían considerarse más prioritarias.

La labor realizada en relación con el establecimiento de categorías de productos, sin embargo, no debería impedir que pudiera modificarse la manera en que estas se abordan en la revisión del sistema de la etiqueta ecológica.

### Objetivo

*A la luz de la revisión del sistema, establecer una serie de categorías de productos que constituya una gama suficientemente completa y gestionable para atraer a minoristas, fabricantes (PYME incluidas) y consumidores.*

*Aprovechar al máximo los recursos asignados al establecimiento de categorías de productos, centrándose en aquellas que reúnen las condiciones más adecuadas para incluirse en el sistema de la etiqueta ecológica comunitaria.*

*En un plazo de cinco años, deben haberse establecido, en principio, entre 30 y 35 categorías de productos.*

(<sup>1</sup>) AEAT in Confidence, *Prioritisation of New Ecolabel Product Groups*, informe encargado por la Comisión Europea, DG Medio Ambiente, mayo de 2004.  
[http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/product/pg\\_prioritisation\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/product/pg_prioritisation_en.htm)

### *Medidas para conseguirlo*

*La lista de categorías de productos prioritarias debería actualizarse con periodicidad, previa consulta con el CEEUE. Durante la revisión de cada categoría de productos, el CEEUE volverá a evaluar su nivel de prioridad.*

*Teniendo en cuenta el estudio realizado a este respecto durante el anterior plan de trabajo, los organismos competentes y el CEEUE deberían seguir perfeccionando la metodología de establecimiento de «categorías prioritarias», en particular con vistas a determinar una ponderación adecuada de las preguntas incluidas en el estudio. Entre otros factores, deberían tenerse en cuenta el éxito o el fracaso de las categorías de productos establecidas, los beneficios ambientales de las categorías de productos candidatas y los requisitos especiales para evaluar el grado de prioridad de los servicios, a la luz de los resultados y orientaciones de la evaluación en curso del sistema.*

*La Comisión, el CEEUE y los Estados miembros, además de realizar las revisiones necesarias, deberían aspirar a establecer cada año dos nuevas categorías de productos. En general, los criterios correspondientes a cada categoría de productos deberían ser válidos entre cuatro a cinco años (aunque este período puede adaptarse caso por caso).*

*Debería crearse un grupo de gestión ad hoc en el seno del CEEUE, que se reuniría una vez al año y estaría encargado de recomendar las categorías de productos que deberían considerarse más prioritarias y el calendario de las revisiones. El grupo establecerá asimismo una metodología para determinar la urgencia de la revisión de criterios sobre la base de la evolución de la técnica en los ámbitos correspondientes.*

*El establecimiento de nuevas categorías de productos, sin embargo, no debería impedir dedicar tiempo y asignar recursos al proceso de revisión del sistema de la etiqueta ecológica.*

#### **b) Penetración del mercado, visibilidad y sensibilización de los consumidores**

Para determinar la visibilidad de la etiqueta ecológica se utilizan cuatro parámetros, a saber:

- Empresas: número de empresas a las que se ha concedido la etiqueta ecológica.
- Productos: número de productos de esas empresas que llevan la etiqueta ecológica.
- Artículos: número de artículos de esos productos comercializados que llevan la etiqueta ecológica.
- Valoración económica: volumen de venta ex-fábrica de esos artículos.

En la actualidad (mayo de 2005), utilizan la etiqueta ecológica comunitaria más de 250 empresas (frente a 87 en agosto de 2001) en relación con varios centenares de productos. Los productos textiles, las pinturas y barnices de interior y los servicios de alojamiento turístico son, con mucho, las categorías de productos a que corresponde el mayor número de solicitudes. La distribución de los titulares de la etiqueta ecológica comunitaria y de sus productos en la Unión Europea y el Espacio Económico Europeo sigue siendo bastante desigual pero, en comparación con los años anteriores, la cobertura de productos es mucho mayor y está más equilibrada.

El número de artículos con la etiqueta ecológica comunitaria que se vendieron en 2004 se estima equivale a 400 millones aproximadamente (frente a 54 millones en 2001), con un valor de las ventas ex-fábrica estimado en 700 millones de euros, en comparación con 114 millones de euros en 2001.

Desde el punto de vista de la penetración del mercado en sí, los productos que llevan la etiqueta ecológica comunitaria son, sin embargo, relativamente pocos: en la actualidad representan menos del 1 % del conjunto del mercado con respecto a las distintas categorías de productos.

El principal objetivo del sistema debería consistir en aumentar considerablemente su atractivo para los agentes económicos y multiplicar el número de productos etiquetados para que la etiqueta ecológica sea visible en el mercado y tenga más repercusiones ambientales. Por otra parte, convendría reforzar de manera constante esa visibilidad y materializar plenamente el potencial teórico de penetración del mercado de la etiqueta ecológica que, en general, se sitúa entre el 5 % y el 25 % del mercado total (en función de la categoría de productos y de la selectividad de los criterios ecológicos correspondientes).

A este respecto, los organismos competentes para la etiqueta ecológica deberían seguir identificando categorías objetivo en cada Estado miembro. Una estrategia de *marketing* integrada podría mejorar considerablemente la orientación de los consumidores y el poder de atracción del mercado, como ha demostrado la Semana Europea de la Flor de octubre de 2004.

La experiencia adquirida indica que la demanda debe ser objeto de una consideración más proactiva, y la experiencia reciente de la Semana Europea de la Flor de 2004 pone de manifiesto los importantes resultados que podría tener una estrategia combinada oferta-demanda.

Es muy importante fomentar el reconocimiento de la etiqueta ecológica comunitaria en todos los Estados miembros, motivar a las empresas a solicitarla y destacar los beneficios prácticos que pueden obtener de ella.

La labor realizada por el Grupo de Gestión de *Marketing* durante el primer plan de trabajo ha puesto de manifiesto la necesidad de una metodología común para la realización de encuestas a los consumidores. Es preciso realizar ese tipo de encuestas para seguir la evolución del grado de reconocimiento y de sensibilización de los consumidores. Deberá fomentarse el reconocimiento de la etiqueta ecológica comunitaria en todos los Estados miembros y, al mismo tiempo, compartir experiencias respecto a su utilización entre los «nuevos» Estados miembros y los «antiguos».

La Comisión está preparando una serie de folletos en los que se explican los objetivos y el significado de la etiqueta ecológica con respecto a una serie de categorías de productos y que acompañan a esos productos en el punto de venta. Se han elaborado también folletos dirigidos a informar a fabricantes y minoristas sobre los criterios aplicables a las principales categorías de productos (información general, productos textiles, calzado, detergentes para ropa, pinturas y barnices). Los miembros del CEEUE deberían perfeccionar y distribuir sistemáticamente ese material.

Para explotar al máximo los recursos de *marketing*, los Estados miembros deberían trabajar en colaboración con los fabricantes para organizar campañas comunes.

#### Objetivos

*Conseguir un aumento anual de al menos el 50 % del valor de las ventas o del número de artículos que llevan la etiqueta ecológica.*

*Alcanzar antes de que finalice el plan de trabajo un grado mínimo de visibilidad en todos los Estados miembros y elaborar una metodología para medir ese grado de visibilidad de una forma rentable.*

*Todos los fabricantes y minoristas pertinentes deberían conocer la etiqueta ecológica comunitaria y, a largo plazo, más de la mitad de los consumidores europeos deben reconocer en el logotipo de la flor una etiqueta de excelencia ambiental.*

#### Medidas para conseguirlo

*Antes de que finalice el primer año de aplicación del presente plan de trabajo, el Grupo de Gestión de Marketing, con la participación de los Estados miembros, debería formular recomendaciones sobre la manera de medir la «penetración del mercado, visibilidad y sensibilización de los consumidores» y sobre el nivel de sensibilización que debería alcanzarse, habida cuenta de la experiencia adquirida con la campaña de la Semana de la Flor de 2004.*

*Convendría que el CEEUE perfeccionara los mecanismos de comunicación de información existentes para poder elaborar estadísticas anuales y seguir la penetración del mercado de las distintas categorías de productos.*

*El CEEUE, los Estados miembros y la Comisión deberían promocionar la etiqueta ecológica comunitaria para alcanzar las metas acordadas, en particular entre minoristas y poderes adjudicatarios de contratos públicos (véase más abajo). Esas actividades deberían comunicarse durante las reuniones del CEEUE al menos una vez al año, y convendría intercambiar información al respecto. Asimismo, debería recabarse y analizarse sistemáticamente la opinión de los sectores interesados.*

*A tal fin, convendría que los Estados miembros elaboraran una estrategia de marketing con las actividades pertinentes por orden de prioridad.*

*Tienen que celebrarse alianzas con todas las partes interesadas (ONG, fabricantes, organizaciones de consumidores, minoristas, etc.), según convenga, con objeto de dar a conocer mejor el sistema en esas organizaciones y de fomentar el marketing de la Flor a través de sus redes de contactos.*

*El CEEUE, los Estados miembros y la Comisión deberían impulsar la puesta en común de experiencias en la utilización de la etiqueta ecológica entre los «antiguos» Estados miembros y los «nuevos», por ejemplo mediante la organización de reuniones de orientación.*

Véanse, asimismo, el apartado b) de la sección 4 y la sección 5 sobre actividades conjuntas de promoción.

**c) Beneficios medioambientales**

El objetivo general de la etiqueta ecológica consiste en promover productos que pueden reducir los efectos ambientales adversos, sobre la base de pruebas científicas y en consonancia con el artículo 1, apartado 4, del Reglamento (CE) n° 1980/2000 sobre la etiqueta ecológica, en comparación con otros productos de la misma categoría, contribuyendo así a un uso eficaz de los recursos y a un elevado nivel de protección del medio ambiente. De esta manera contribuye a un consumo más sostenible y a la realización de los objetivos políticos de la estrategia comunitaria para un desarrollo sostenible (por ejemplo con respecto al cambio climático, la eficacia de los recursos y la ecotoxicidad), el VI Programa de Medio Ambiente y la comunicación sobre la Política de Productos Integrada.

Estudios e informes anteriores han puesto de manifiesto la dificultad de calcular los beneficios medioambientales específicos de las etiquetas ecológicas porque no es fácil aislarlos de los que se obtienen gracias a otras medidas de protección del medio ambiente ni medirlos así. Los beneficios directos son los derivados principalmente del ahorro de recursos que podría realizarse de aumentar la cuota de mercado de los productos que llevan la etiqueta ecológica, mientras que en los indirectos se tienen en cuenta otros efectos positivos que la etiqueta ecológica ha tenido hasta ahora y podría llegar a tener en el futuro. El estudio recientemente finalizado sobre los beneficios directos e indirectos de la etiqueta ecológica comunitaria indica que si su penetración en el mercado aumenta un 20 %, podría conseguir ahorros considerables gracias a sus beneficios indirectos, pudiendo actuar como uno de los instrumentos más rentables de reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> frente a una combinación de otras políticas y programas.

Los contratos públicos representan aproximadamente el 16 % <sup>(1)</sup> del PIB total de la Unión Europea, y debería animarse a los responsables de las compras en empresas y otras organizaciones gubernamentales y no gubernamentales a recurrir de forma más sistemática a criterios de la etiqueta ecológica en sus licitaciones. El manual de la contratación pública ecológica, recientemente publicado, aporta una contribución importante en esta dirección.

La sensibilización de los responsables de las compras no es, sin embargo, lo suficientemente alta como para ejercer efectos notables sobre el mercado. Por consiguiente, un objetivo especial debería ser aumentar, en particular, la demanda por parte de los poderes adjudicatarios de contratos públicos de productos ecológicos en los próximos tres años. Convendría considerar las medidas que podrían incrementar esa demanda.

**Objetivos**

*Realzar el consumo sostenible y consolidar los objetivos políticos establecidos en la estrategia comunitaria para un desarrollo sostenible, el VI Programa de Medio Ambiente y la comunicación sobre la PPI.*

*Debe informarse lo antes posible a los poderes adjudicatarios de contratos públicos sobre las posibilidades de utilizar en sus licitaciones criterios de la etiqueta ecológica comunitaria o criterios equivalentes.*

**Medidas para conseguirlo**

***El CEEUE debería seguir realizando estimaciones sobre los beneficios ambientales directos e indirectos de la etiqueta ecológica en su conjunto. Convendría asimismo realizar estimaciones sistemáticas de los beneficios potenciales respecto a todos los criterios nuevos o revisados de categorías de productos.***

***El CEEUE, los Estados miembros y la Comisión deberían informar a los responsables de la adjudicación de contratos en los sectores público y privado de las oportunidades que brinda la utilización en sus licitaciones de criterios de la etiqueta ecológica o de criterios equivalentes.***

**d) Sinergias entre la etiqueta ecológica comunitaria y EMAS**

Deben analizarse la complementariedad y el refuerzo mutuo entre la etiqueta ecológica comunitaria y EMAS; es preciso que, a la luz de la revisión de ambos sistemas, se cree una auténtica asociación entre ellos. Su éxito depende de que se establezca una estrecha cooperación y se comprenda claramente la manera en que van a trabajar juntos. Como ya se explicó en el anterior plan de trabajo, una empresa registrada en el sistema EMAS o en ISO 14001, por definición, está gestionada teniendo en cuenta el medio ambiente de forma sistemática y mejora constantemente su comportamiento ambiental más allá de los requisitos jurídicos mínimos. Un producto que lleva la etiqueta ecológica comunitaria es, evidentemente, uno de los más ecológicos de su categoría. Así pues, una empresa incluida en el sistema EMAS puede resultar beneficiada si utiliza como objetivo medioambiental claro y positivo para sus productos los criterios de la etiqueta ecológica comunitaria en su política de medio ambiente. De la aplicación de los criterios de la etiqueta ecológica pueden extraerse metas precisas de comportamiento ambiental. A una empresa que ha obtenido o ha solicitado la etiqueta ecológica para sus productos puede interesarle participar en el sistema EMAS para gestionar y mantener su conformidad con todos los criterios que debe cumplir y, al mismo tiempo, para sacar partido de mayores oportunidades de *marketing*. El sistema de la etiqueta ecológica comunitaria prevé varias posibilidades de reducción de cánones, por ejemplo a favor de las empresas certificadas con arreglo a EMAS e ISO, las PYME o las empresas pioneras.

<sup>(1)</sup> Informe de la Comisión sobre los efectos económicos de la contratación pública: *A report on the functioning of public procurement markets in the EU: benefits from the application of EU directives and challenges for the future*, 3.2.2004.  
[http://europa.eu.int/comm/internal\\_market/publicprocurement/docs/public-proc-market-final-report\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/internal_market/publicprocurement/docs/public-proc-market-final-report_en.pdf).

### 3. Cooperación, coordinación y relaciones entre el sistema de la Unión Europea y otros sistemas de etiquetado ecológico de tipo I en los Estados miembros

Como se indicó en el anterior plan de trabajo, deberían establecerse una coordinación y una cooperación cada vez más sistemáticas y exhaustivas entre la etiqueta ecológica comunitaria y las etiquetas ecológicas de los Estados miembros. De esa manera podría aumentar la rentabilidad del sistema y podrían reducirse los efectos capaces de distorsionar el comercio. A tal fin, se creó un Grupo de Gestión de Cooperación y Coordinación, que se ha reunido aproximadamente cuatro veces al año.

A la luz de la experiencia adquirida por ese Grupo en los últimos tres años, cabe afirmar que los objetivos de cooperación y coordinación siguen siendo válidos. El grupo aún no ha realizado todo su potencial teórico.

Los resultados positivos más destacables se concentran en dos áreas: se ha reunido mucha información sobre la labor de los organismos competentes y, como consecuencia de ello, se han adoptado medidas para armonizar los procedimientos entre ellos. Se trata de un gran paso adelante puesto que la credibilidad del sistema depende de que esos organismos apliquen procedimientos homogéneos.

No obstante, es evidente que aún queda mucho por hacer respecto a la cooperación y la coordinación entre la etiqueta ecológica europea y otros sistemas de ecoetiquetado en los Estados miembros porque ello requiere un fuerte compromiso de todas las partes.

Para mejorar la situación, en el marco del plan de trabajo anterior se tomaron medidas tales como el establecimiento de contactos activos con los sistemas nacionales de etiquetado ecológico para animarles a cooperar más estrechamente con la etiqueta ecológica comunitaria. El Grupo de Gestión de Cooperación y Coordinación organizó una reunión entre responsables del sistema de la etiqueta ecológica comunitaria y los presidentes o representantes de los sistemas nacionales de etiquetado ecológico y examinó las semejanzas respecto a la participación de los sectores interesados y la comprobación entre todos esos sistemas. Además, se consideró la cuestión de la armonización de los criterios de categorías de productos, y se obtuvieron resultados alentadores en algunos Estados miembros, por ejemplo Austria. En este campo se están realizando todavía trabajos importantes.

Como ya se dijo en el plan de trabajo anterior, es posible ahorrar gran cantidad de recursos si se coordina mejor el establecimiento de categorías de productos.

Por último, con la ampliación a 10 nuevos Estados miembros se han añadido más etiquetas ecológicas nacionales, lo cual abre nuevas perspectivas para la cooperación y, también, crea nuevos desafíos.

#### Objetivo

*Explotar las sinergias entre la etiqueta ecológica comunitaria y otras etiquetas ecológicas de los Estados miembros intensificando progresiva y sistemáticamente la cooperación, la coordinación y las relaciones entre ellas, especialmente con vistas a la revisión del sistema de la etiqueta ecológica.*

#### Medidas para conseguirlo

**Convendría que el Grupo de Gestión de Cooperación y Coordinación preparara y aplicara una estrategia sobre la manera de conseguir que las etiquetas ecológicas nacionales de tipo I estrecharan su cooperación y sus relaciones con la etiqueta ecológica comunitaria.**

#### a) Coordinación del establecimiento de categorías de productos

Los responsables del sistema de la etiqueta ecológica comunitaria y de los demás sistemas deberían intercambiar sistemáticamente información sobre las categorías de productos que ya hayan establecido y sobre sus programas de establecimiento de categorías de productos, así como, cuando convenga, coordinar sus trabajos y poner en común sus recursos, experiencias y resultados. De esta manera todos podrán conseguir ahorros, aclarar las funciones respectivas de los diferentes sistemas y facilitar la armonización (cuando etiquetas distintas tengan objetivos similares). Todos los organismos implicados deberían seguir reflexionando sobre la manera en que la etiqueta ecológica comunitaria y otras etiquetas podrían interactuar mejor a largo plazo a la luz de la próxima revisión del Reglamento comunitario.

Eso se hizo durante el anterior plan de trabajo (por ejemplo con las etiquetas *Nordic Swan* y *Stichting Milieukeur*), pero la cooperación no fue sistemática y se necesita redoblar esfuerzos para alcanzar un umbral de armonización. La labor de coordinación entre la etiqueta ecológica comunitaria y los sistemas nacionales va a centrarse ahora en el establecimiento de categorías de productos prioritarias, la convergencia y la sensibilización respecto a necesidades y condiciones específicas de cada país, todo ello con vistas a contribuir a la revisión del Reglamento de la etiqueta ecológica.

Para que el proceso de coordinación sea más claro y más sistemático, los Estados miembros deberían manifestar explícitamente al principio de la labor de establecimiento o revisión de la categoría de productos cuál es su posición sobre la estrategia respecto a los sistemas nacionales pertinentes. En concreto, si ya existen criterios con arreglo al sistema de la etiqueta ecológica comunitaria respecto a una categoría de productos, y un Estado miembro decide unilateralmente establecer nuevos criterios para su etiqueta nacional, deberían analizarse en el CEEUE las razones sobre las que se basa esa labor y las condiciones nacionales específicas que la justifican.

#### Objetivo

*Intensificar progresivamente la coordinación en el establecimiento de categorías de productos de los distintos sistemas de etiquetado en la Unión Europea, en particular a la luz de la revisión del sistema de la etiqueta ecológica comunitaria.*

#### Medidas para conseguirlo

*Convendría que el CEEUE impulsara la cooperación con los responsables de las etiquetas nacionales de los Estados miembros para examinar y establecer la lista de todas las categorías de productos incluidas en los sistemas de etiquetado ecológico de la Unión Europea, y que siguiera trabajando en la creación y actualización de un registro central con esas categorías de productos y sus correspondientes criterios. Esa labor debería servir de base para considerar la manera en que la revisión del Reglamento sobre la etiqueta ecológica comunitaria podría contribuir a mejorar la coordinación con etiquetas nacionales e internacionales.*

*El CEEUE y los demás responsables de las etiquetas ecológicas en los Estados miembros deberían coordinar progresivamente sus programas de trabajo y proceder a un intercambio sistemático de información.*

*El CEEUE debería tener en cuenta los trabajos pertinentes realizados en la Red Mundial de Etiquetado Ecológico (GEN - Global Eco-labelling Network), con vistas una vez más a la revisión del sistema de la etiqueta ecológica.*

- b) **Acciones conjuntas para promocionar el sistema de la etiqueta ecológica comunitaria y otras etiquetas ecológicas de los Estados miembros, así como los productos a los que se les han concedido, con objeto de aumentar la sensibilización de los consumidores y de que se conozcan mejor las funciones comunes y complementarias de los sistemas**

Como ya se indicó en el anterior plan de trabajo, debería proporcionarse a los distintos sectores interesados información en la que se explique el valor medioambiental de las distintas etiquetas ecológicas existentes en Europa y el hecho de que los distintos sistemas son complementarios, no opuestos.

Para ello deben organizarse varios debates entre los responsables de la etiqueta ecológica comunitaria y de las etiquetas nacionales para llegar a un acuerdo sobre la concepción y presentación de los sistemas y de sus funciones y objetivos comunes y complementarios.

Convendría estudiar con más detenimiento la posibilidad de realizar campañas de promoción conjuntas para categorías de productos comunes, de crear una base de datos o un sitio de Internet, mecanismos de reconocimiento mutuo y cánones especialmente adaptados a los fabricantes que soliciten etiquetas de dos sistemas.

#### Objetivo

*Estudiar casos en los que la etiqueta ecológica comunitaria y otras etiquetas ecológicas de los Estados miembros tengan un fuerte grado de complementariedad, y considerar posibles acciones conjuntas.*

#### Medidas para conseguirlo

*El Grupo de Gestión de Cooperación y Coordinación, la Comisión, los Estados miembros y los responsables de otras etiquetas de los Estados miembros deberían elaborar conjuntamente una lista de funciones y objetivos comunes de etiquetas nacionales y de la etiqueta ecológica comunitaria.*

*El CEEUE y los responsables de las demás etiquetas existentes en los Estados miembros deberían estudiar la posibilidad de crear en Internet una «tienda ecológica» común de productos que llevan la etiqueta ecológica (o de adoptar otras medidas conexas). De aceptarse la idea, deberían proponerse un calendario y un presupuesto para su realización.*

*La Comisión, en consulta con el CEEUE, adaptó el sistema de cánones de la etiqueta ecológica comunitaria para que los fabricantes que soliciten tanto la etiqueta comunitaria como una o varias de las demás etiquetas ecológicas de los Estados miembros puedan disfrutar de una reducción adecuada <sup>(1)</sup>. Convendría incitar a los responsables de las demás etiquetas de los Estados miembros a proceder de la misma manera.*

<sup>(1)</sup> Decisión 2000/728/CE de la Comisión, de 10 de noviembre de 2000, por la que se establecen los cánones de solicitud y anuales de la etiqueta ecológica (DO L 293 de 22.11.2000, p. 18). Decisión 2003/393/CE de la Comisión, de 22 de mayo de 2003, que modifica la Decisión 2000/728/CE por la que se establecen los cánones de solicitud y anuales de la etiqueta ecológica (DO L 135 de 3.6.2003, p. 31).

#### 4. Acciones conjuntas de promoción

Un sistema voluntario sólo puede tener resultados satisfactorios y un impacto significativo sobre el mercado si ofrece un incentivo económico a los solicitantes potenciales y se refuerza con importantes actividades de promoción y *marketing*. El artículo 10 del Reglamento revisado (CE) n° 1980/2000 insta a los Estados miembros y a la Comisión a promover, en cooperación con los miembros del CEEUE, la utilización de la etiqueta ecológica comunitaria mediante campañas de sensibilización y de información dirigidas a los consumidores, fabricantes, comerciantes, minoristas y al público en general. La participación de los diferentes sectores interesados y, en particular, los que pueden tener un efecto multiplicador (como el sector minorista y las ONG de medio ambiente y consumidores) tiene una importancia capital.

El CEEUE debería seguir organizando con periodicidad reuniones del Grupo de Gestión de *Marketing* al menos dos veces al año, dedicadas fundamentalmente a cuestiones de *marketing*, promoción y evolución estratégica.

El aprovechamiento conjunto de los recursos existentes permitiría preparar campañas más ambiciosas dirigidas a los consumidores, tales como «la Semana de la Flor» de octubre de 2004.

##### Objetivo

*El CEEUE, la Comisión y los Estados miembros deberían coordinar, en la medida adecuada, su labor de marketing y desarrollar y aplicar acciones conjuntas.*

##### Medidas para conseguirlo

***El Grupo de Gestión de Marketing debería reunirse al menos dos veces al año para debatir cuestiones de marketing y promoción en relación con la evolución estratégica del sistema.***

***Como ya se indicó en el plan de trabajo anterior, el CEEUE, la Comisión y los Estados miembros deberían identificar conjuntamente las principales categorías objetivo y determinar y aplicar una estrategia para cada una de ellas.***

#### a) Actividades conjuntas de promoción para sensibilizar a los sectores interesados

El principal objetivo es mantener informados a los fabricantes, consumidores y operadores con efecto multiplicador (minoristas y ONG), es decir, a todos los sectores interesados, sobre la etiqueta ecológica comunitaria y su evolución. Entre los medios adecuados cabe destacar el material impreso (folletos, boletines informativos, artículos, etc.) y la página de Internet. Asimismo, debería recabarse y analizarse sistemáticamente la opinión de los sectores interesados.

La Comisión y distintos organismos competentes han elaborado una gama completa de folletos que se facilitan sistemáticamente a los sectores interesados y que periódicamente se actualiza y mejora. En los tres últimos años se han hecho esfuerzos para aprovechar mejor los recursos limitados a la hora de elaborar folletos, boletines y material informativo, así como para difundirlos de manera más sistemática entre los principales grupos objetivo.

Por otra parte, la página de Internet de la etiqueta ecológica comunitaria (<http://europa.eu.int/ecolabel>) ha sido también una valiosa fuente de toda la información pertinente, y ha sido objeto de actualizaciones periódicas. El número de visitas ha estado aumentando constantemente y en la actualidad se sitúa aproximadamente en 75 000 por mes. Para reforzar su credibilidad y transparencia, se ha fomentado la contribución de todos los sectores interesados, incluidas la industria y ONG medioambientales y de consumidores. Es preciso seguir con esta línea de trabajo para que la página de Internet realice todo su potencial.

Además de proporcionar los medios de información adecuados, conviene considerar asimismo la posibilidad de organizar actos, como exposiciones y ferias, para presentar la etiqueta ecológica comunitaria a un público más amplio. Hasta ahora no se había hecho ningún análisis sistemático para determinar qué ferias y exposiciones son más adecuadas para promocionar el sistema, aunque sí se ha hecho con carácter *ad hoc*, principalmente durante las actividades de *marketing* dirigidas a sectores específicos. Se estudió también otro aspecto importante: la posibilidad de utilizar productos que llevan la etiqueta ecológica en acontecimientos importantes tales como los Juegos Olímpicos, festivales, etc. Los resultados han sido muy positivos, por ejemplo durante los Juegos Olímpicos de Atenas de 2004 y en los próximos Juegos Olímpicos de invierno que se celebrarán en 2006 en Turín.

Los objetivos y las medidas para conseguirlos que se expusieron en el anterior plan de trabajo siguen siendo válidos para el plan de trabajo revisado.

##### Objetivo

*Informar periódicamente a los sectores interesados acerca de la etiqueta ecológica comunitaria y su evolución. Al mismo tiempo, debería conocerse de forma sistemática la reacción de los sectores interesados, que convendría ser tomada en cuenta.*

**Medidas para conseguirlo**

*El CEEUE y los Estados miembros deberían trabajar estrechamente con la Comisión para:*

- *actualizar y perfeccionar la página de Internet de la etiqueta ecológica;*
- *seguir elaborando y distribuyendo folletos y otro tipo de material impreso de sensibilización;*
- *proporcionar a los interesados información en la que se expliquen los procedimientos, plazos y costes de solicitud de la etiqueta ecológica;*
- *confeccionar una lista de actos en los que convendría promocionar la etiqueta ecológica.*

*El CEEUE debería examinar los instrumentos de información (bases de datos, orientaciones, etc.) que podrían ofrecerse como obsequio a los solicitantes.*

*Los organismos competentes junto con el Servicio de Asistencia deben reunir información de cada titular de la etiqueta ecológica sobre los lugares donde se venden sus productos.*

**b) Actividades conjuntas de promoción para sensibilizar a los responsables de la adjudicación de contratos en los sectores público y privado**

Los responsables de la adjudicación de contratos disponen de información tanto sobre el marco jurídico (cómo puede incorporarse en sus licitaciones criterios de la etiqueta ecológica) como sobre las exigencias medioambientales de rendimiento, como se describe en los documentos sobre los criterios correspondientes a las distintas categorías de productos. A este respecto, la página de Internet de la etiqueta ecológica desempeña un papel importante. Debería elaborarse material adecuado para facilitar la aplicación de criterios de la etiqueta ecológica comunitaria en los contratos públicos, por ejemplo listas de comprobación simplificadas respecto a todas las categorías de productos. Convendría organizar reuniones conjuntas entre el CEEUE y los responsables de la adjudicación de contratos públicos, así como campañas nacionales o regionales.

**Objetivo**

*A corto plazo, los poderes adjudicatarios de contratos públicos deberían ser informados de las posibilidades de utilizar en sus licitaciones los criterios de la etiqueta ecológica o criterios equivalentes.*

**Medidas para conseguirlo**

*El CEEUE, la Comisión y los Estados miembros, en cooperación con los responsables de la contratación ecológica en las administraciones públicas, deberían desarrollar una estrategia y una serie de actividades conjuntas para promocionar la utilización de los criterios de la etiqueta ecológica comunitaria o criterios equivalentes en los contratos públicos y privados.*

*Convendría que el CEEUE, la Comisión y los Estados miembros velaran por que el manual dirigido a los responsables de la contratación pública disfrutara de la difusión más amplia posible y elaboraran material adecuado. Asimismo deberían organizar sesiones de formación e información y otras actividades pertinentes en cooperación con EMAS. La información pertinente debería figurar en la página de Internet de la etiqueta ecológica.*

**c) Actividades conjuntas de promoción y apoyo para PYME y distribuidores**

En los tres últimos años, la participación de las PYME en las reuniones generales y en los grupos de trabajo que establecen los criterios correspondientes a las distintas categorías de productos ha sido una de las prioridades fundamentales del sistema de la etiqueta ecológica comunitaria. Las PYME no siempre cuentan con los medios o la información adecuados para apreciar las oportunidades que ofrece la etiqueta ecológica ni para preparar una solicitud que pueda aceptarse. Las PYME deberían poder contar con el apoyo de redes en las que participen otros solicitantes, agrupaciones de interés, organismos competentes y otras entidades pertinentes, como federaciones empresariales o autoridades regionales.

Los minoristas, que hacen las veces de intermediarios entre fabricantes y consumidores, desempeñan asimismo un papel fundamental. Por ejemplo, podrían utilizar la etiqueta ecológica para mejorar la imagen de calidad de sus propios productos y tratar de ofrecer a sus clientes otros productos que lleven la etiqueta ecológica. Por consiguiente, debería considerarse prioritaria la creación de asociaciones estratégicas con los minoristas.

**Medidas para conseguirlo**

*El CEEUE debería establecer una estrategia y tomar las medidas necesarias para crear redes de apoyo a la etiqueta ecológica para las PYME.*

*Los organismos competentes en el seno del CEEUE deberían establecer asociaciones estratégicas con minoristas.*

## 5. Financiación prevista del sistema

Dado el gran número de organizaciones afectadas, entre las que se incluyen las administraciones públicas, ha resultado difícil establecer presupuestos precisos en los tres últimos años (por ejemplo, el presupuesto de la Comisión es anual).

Los requisitos del sistema de la etiqueta ecológica comunitaria se dividen en dos grandes categorías, a saber, los recursos para el establecimiento de las categorías de productos y los destinados a promoción y *marketing*.

Se calcula que los recursos asignados al sistema en 2003 (Comisión más Estados miembros) ascendieron a 3,2 millones de euros (salarios excluidos). Los fondos obtenidos de los cánones se situaron en torno a los 370 000 euros, lo que equivale al 11,5 %, aproximadamente. Ello indica que la capacidad de autofinanciación del sistema es ligeramente superior al 10 %, lo cual dista mucho de su objetivo a largo plazo de autofinanciarse totalmente.

Los recursos asignados al sistema fueron adecuados para el establecimiento y revisión de las categorías de productos en los tres últimos años. Se utilizaron con gran eficacia. Es evidente que el número creciente de categorías de productos y la consiguiente intensificación de la labor de *marketing* correspondiente van a provocar un aumento de las necesidades presupuestarias del sistema. Su presupuesto, por tanto, tiene que analizarse en relación con la estrategia general del establecimiento de criterios de categorías de productos.

### Objetivo

*A largo plazo, el objetivo debería ser conseguir que el sistema pueda autofinanciarse completamente, y a corto plazo deberían fijarse objetivos viables para conseguirlo, objetivos que deberían ser objeto de seguimiento.*

### Medidas para conseguirlo

*Antes de que finalice el período de vigencia del presente plan de trabajo, el CEEUE deberá realizar un análisis con vistas al establecimiento de una estrategia coherente y realista para conseguir la autofinanciación del sistema. Esa estrategia debería incluir una metodología para efectuar un cálculo común de los gastos e ingresos del sistema de la etiqueta ecológica por cada Estado miembro y para la comunicación de los aspectos financieros.*

---

## Apéndice 1

**Lista no exhaustiva de categorías prioritarias de productos (\*)**

Nuevas categorías posibles de productos:

Servicios de transporte de viajeros  
Juguetes  
Calentadores (locales)  
Distribución  
Bolsas de compra  
Artículos de tocador  
Bolsas de basura  
Adhesivos  
Calentadores de agua  
Materiales de construcción, aislantes incluidos  
Neumáticos  
Pequeño material eléctrico  
Productos sanitarios  
Servicio de lavado de coches  
Artículos de piel, guantes incluidos  
Servicios de limpieza en seco  
Servicios de reformas  
Máquinas de reprografía  
Fondos de inversión socialmente responsable  
Servicios de reparación mecánica  
Vajilla  
Servicios a domicilio  
Aire acondicionado.

---

(\*) Cabe señalar que esta lista no es exhaustiva, como establece el artículo 5 del Reglamento (CE) n° 1980/2000. En cualquier momento, la Comisión puede encargar al CEEUE que elabore y revise periódicamente los criterios ecológicos y los requisitos en materia de evaluación y comprobación de una categoría de productos no incluida en el apéndice 1. Esa lista puede (debe) actualizarse también durante el período de vigencia del presente plan de trabajo revisado [con arreglo al procedimiento descrito en el artículo 17 del Reglamento (CE) n° 1980/2000], y pueden añadirse nuevas categorías de productos.