

V L A A M S P A R L E M E N T



Zitting 2000-2001

8 februari 2001

VOORSTEL VAN RESOLUTIE

– van de heren Felix Strackx en Filip Dewinter –

**betreffende het ontwikkelen van een Vlaams kwaliteitslabel
en het voeren van een sensibiliseringscampagne Koop Vlaams**

VERSLAG

**namens de Commissie voor Economie, Landbouw, Werkgelegenheid en Toerisme
uitgebracht door de heer Roland Van Goethem**

Samenstelling van de commissie :

Voorzitter : de heer André-Emiel Bogaert.

Vaste leden :

mevrouw Gisèle Gardeyn-Debever, de heren Jan Laurys,
Eddy Schuermans, Johan Weyts ;

de heren Jacques Laverge, Didier Ramoudt, Cis Schepens,
Jul Van Aperen ;

de heren Mathieu Boutsen, Roland Van Goethem, Frans
Wymeersch ;

de heren Jacky Maes, Robert Voorhamme ;

de heer Jos Stassen ;

de heer André-Emiel Bogaert.

Plaatsvervangers :

de heer Johan De Roo, mevrouw Trees Merckx-Van Goey,
mevrouw Riet Van Cleuvenbergen, de heer Jef Van Looy ;

de heren Frans De Cock, Peter Gysbrechts, Koen Helsen,
André Moreau ;

de heren Jean Geraerts, Jan Penris, Miel Verrijken ;

de heren Chokri Mahassine, Leo Peeters ;

mevrouw Veerle Declercq ;

de heer Jan Loones.

Zie :

53 (1999)

– Nr. 1 : Voorstel van resolutie

DAMES EN HEREN,

De Commissie voor Economie, Landbouw, Werkgelegenheid en Toerisme heeft op 1 februari 2001 het voorstel van resolutie van de heren Felix Strackx en Filip Dewinter betreffende het ontwikkelen van een Vlaams kwaliteitslabel en het voeren van een sensibiliseringscampagne Koop Vlaams, besproken.

I. Toelichting door de indieners

De heer Strackx licht het voorstel van resolutie toe. Hij merkt op dat zijn voorstel van resolutie terugrijpt naar een ouder voorstel van resolutie van dezelfde indieners over hetzelfde onderwerp (*Parl. St. VI. Parl. 1996-1997, nr. 684/1*). Uit het verslag over dat voorstel van resolutie blijkt volgens de indiener dat alle partijen zich toen hadden ingespannen om aan te tonen dat een kwaliteitslabel moeilijk te realiseren en duur was. Nochtans vroegen naar aanleiding van de dioxinecrisis in 1999 vele leden van de meerderheidsfracties om eindelijk werk te maken van een Vlaams kwaliteitslabel, waarop de heer Strackx zijn voorstel van resolutie in aangepaste vorm opnieuw indiende.

Het voorstel van resolutie valt uiteen in twee duidelijk te onderscheiden onderdelen. Het eerste deel gaat over het ontwikkelen van een kwaliteitslabel voor Vlaamse producten. Het moge duidelijk zijn dat de zaak Dutroux en andere schandalen België op internationaal vlak een slechte reputatie hebben meegegeven. De slechte reputatie van België straalt af op de economische belangen van Vlaanderen.

De dioxinecrisis plaatste België plotseling tot in de kleinste uithoeken van de wereld op de landkaart. De schade voor Belgische producten beperkte zich niet tot de landbouw- en veeteeltbedrijven, zelfs niet tot de Vlaamse voedingssector in het algemeen. Elk exporterend Vlaams bedrijf, met inbegrip van de hele toeristische sector in de breedste zin van het woord, moest de negatieve gevolgen dragen van het label "België".

In tegenstelling tot België heeft Vlaanderen in het buitenland wel een goede reputatie. Vlaanderen wordt niet alleen geassocieerd met prachtige historische steden, maar ook met hoogopgeleide en performante werknemers, met een hoge graad aan talenkennis, enzovoorts. "Gemaakt in Vlaanderen" is bijna synoniem voor kwaliteit. Om die goede repu-

tatie niet te laten overschaduwen door het belabberde imago van België, pleit de indiener ervoor om dringende maatregelen te nemen. Er moet een Vlaams kwaliteitslabel "Made in Flanders – Gemaakt in Vlaanderen" worden ingevoerd. Tegelijkertijd dient de Vlaamse overheid de Vlaamse ondernemers ertoe aan te zetten een sensibiliseringsactie "Koop Vlaams" te voeren.

Kwaliteitslabel

De initiatieven die de vorige Vlaamse regering op dit vlak heeft genomen, zoals de catalogus "Het Beste van Vlaanderen – The Best of Flanders", zijn uiteraard lovenswaardig, maar veel te bescheiden en te kleinschalig. De invoering van een kwaliteitslabel heeft een dubbel doel: enerzijds geeft het de binnen- en buitenlandse consument een waarborg voor de kwaliteit van het product en herstelt het zijn vertrouwen in het product; anderzijds zorgt het ervoor dat de consument meer kwaliteitsgericht gaat denken in plaats zich van enkel en alleen te baseren op de prijs. Onderzoek toont immers aan dat de consument bereid is te betalen voor een gewaarborgde kwaliteit.

Het Vlaams Centrum voor Kwaliteitszorg bezit voldoende expertise om het Vlaams kwaliteitslabel te ontwikkelen. De Vlaamse regering dient hierin een coördinerende rol te spelen door een overleg op gang te brengen tussen het Vlaams bedrijfsleven en het Vlaams Centrum voor Kwaliteitszorg. Op producten waarvan de kwaliteit afdoende kan worden aangetoond, kan dan een voor de consument duidelijk herkenbaar Vlaams kwaliteitslabel worden aangebracht. Dat kan bijvoorbeeld een "Vlaams leeuwje" zijn of "Kwaliteit gemaakt in Vlaanderen". Uiteraard moeten producten waaraan het kwaliteitslabel wordt toegekend permanent op hun kwaliteit worden gecontroleerd.

Sensibiliseringsactie "Koop Vlaams"

Deze actie is bedoeld voor de binnenlandse markt. Hoe belangrijk de export ook is, de Vlaamse consument moet en kan ertoe aangezet worden om meer Vlaamse producten te kopen. Vlamingen zijn zich veel te weinig bewust van de kwaliteit van hun eigen producten, maar vooral kunnen ze producten van eigen bodem niet als dusdanig herkennen. De consumenten weten niet of deze producten hier of in het buitenland worden geproduceerd. Het is best mogelijk dat ingevoerde producten goedkoper zijn, maar dan moet de consument wel degelijker worden geïnformeerd over de arbeidsomstandigheden waarin deze producten worden geproduceerd.

De indiener vraagt zich af wat het voor de werkgelegenheid zou betekenen als we bij voorkeur onze eigen producten zouden kopen. Als voorbeeld haalt hij het Tongerse bedrijf Nova Electro aan, dat kwaliteitshuishoudtoestellen produceerde. Toch kwamen er van de 100 kleine huishoudtoestellen die op de binnenlandse markt in 1996 verkocht werden, niet eens 15 van Nova. Niettemin vertegenwoordigde dat al 35 percent van de totale productie van de Tongerse fabrikant. Een lichte verhoging van zijn binnenlandse marktaandeel zou voor Nova Electro al het verschil hebben uitgemaakt tussen overleven of sluiten.

Om het binnenlandse marktaandeel van onze bedrijven te verhogen, zal het dus nodig zijn enerzijds de in Vlaanderen geproduceerde goederen als dusdanig duidelijk herkenbaar te maken voor de verbruiker en anderzijds hem/haar te sensibiliseren om aan deze producten de voorkeur te geven. Vanzelfsprekend worden ook de in Brussel gevestigde bedrijven tot Vlaanderen gerekend. De Vlaamse producenten die het kwaliteitslabel hebben verkregen, kunnen dan onder het motto "Koop Vlaams" een sensibiliseringscampagne voeren met als argumenten de kwaliteit van het product en het behoud of de toename van de werkgelegenheid. Uiteraard staat de consument steeds vrij om te kopen wat hij wil; hij beslist welke producten hij wil aanschaffen, alleen kan hij duidelijk herkennen of een product een Vlaams kwaliteitsproduct is of een buitenlands product is.

De Vlaamse overheid moet in het kader van de overheidsopdrachten dan ook trachten de nodige aandacht te hebben voor het binnenlandse aanbod, uiteraard binnen het kader van de bestaande wetgeving (onder meer de desbetreffende Europese richtlijn). De overheid kan als dusdanig een voorbeeld vormen voor de Vlaamse consument.

Hoewel de indiener meent dat een actie "Koop Vlaams" geen wondermiddel is dat in één klap de werkloosheid in Vlaanderen zou oplossen, is het echter een vrij eenvoudige en relatief goedkope manier om via een Vlaams-bewuster consumentengedrag de omzet van de eigen bedrijven te verhogen en aldus de werkgelegenheid een stimulans te geven. De heer *Roland Van Goethem* wijst erop dat dit ook een gunstig gevolg heeft voor de handelsbalans, want elk product dat men zelf kan produceren, hoeft men niet in te voeren.

II. Bespreking

– De heer *Cis Schepens* vindt de aangehaalde argumenten van de indieners zwak. Ten eerste was er inderdaad een vraag naar een kwaliteitslabel ten tijde van de dioxinecrisis, maar dit was vooral te wijten aan emotionele reacties. Ten tweede is het onbegonnen werk om voor alle Vlaamse producten een sensibiliseringscampagne te voeren. Ten derde bieden IKZ- en ISO-normen, waar alle bedrijven naar streven, betere kwaliteitsgaranties dan een regionaal label.

Een verwijzing naar Vlaanderen op "Made in Belgium"-labels zou niet slecht zijn, maar de spreker uit zijn twijfels over de bekendheid van "Flanders" in het buitenland. Bovendien snijdt dit mes aan beide zijden: in het Amerikaans-Engels taalgebruik staat "to go Flemish" voor "gesjoemel". De heer *André-Emiel Bogaert*, voorzitter, beaamt dit. Volgens de heer *Van Goethem* is dat echter geen argument. "Excuse me my French" is een standaarduitdrukking voor "Vergeef me mijn grove taal", maar dat belet de Fransen niet om uit te pakken met een label "Made in France".

– De heer *Didier Ramoudt* vindt dat de toelichting bij dit voorstel van resolutie een kopie is van de toelichting bij de oudere, gelijkaardige resolutie van dezelfde indieners en dat, wat betreft de wijzigingen naar de werkgelegenheid, de situatie intussen sterk veranderd is. De werkloosheid in Vlaanderen is momenteel zeer laag en is dus geen argument meer voor de creatie van een kwaliteitslabel of een sensibiliseringscampagne. Ten tweede wijst de heer *Ramoudt* op de rol van de VLAM. Een extra kwaliteitslabel of sensibiliseringscampagne lijkt hem dan ook overbodig.

– De heer *Jacques Laverge* wijst op de rol van de overheid en van de federaties van de bedrijven. Bedrijven willen een maximale verkoop realiseren in binnen- en buitenland, maar het is hun taak om hiervoor de nodige instrumenten te creëren. De creatie van een kwaliteitslabel of het opstarten van een sensibiliseringscampagne door de overheid lijkt de heer *Laverge* dan ook een vorm van overheidsbetutteling van de commerciële strategie van een privé-bedrijf. Als de overheid hierin dan toch een rol moet spelen, dan wordt deze al vervuld door de VLAM. Natuurlijk staat het elk bedrijf vrij om 'Vlaams' als verkoopargument te hanteren.

De heer *Frans Wymeersch* merkt hierbij op dat men dit niet volledig van de bedrijven mag laten afhangen. De overheid moet een kwaliteitscontrole kunnen uitvoeren op de kwaliteitslabels die bedrijven hanteren.

– De heer *Bogaert* verklaart tegen het voorstel van resolutie te zullen stemmen. Hij verwijst hiervoor naar de argumenten die door de heren Schepens en Ramoudt zijn aangehaald en voegt er nog twee aan toe.

Ten eerste is het niet eenvoudig om uit te maken welke regio of overheid verantwoordelijk is voor de slechte reputatie van België.

Ten tweede begeeft de overheid zich met dergelijke initiatieven op gevaarlijk terrein, omdat ze zo haar eigen imago verbindt met dat van een bedrijf of product. Het debacle van Lernout&Hauspie heeft ook de reputatie van vele Vlaamse politici, die dit bedrijf voorstelden als het paradepaardje van de Vlaamse economie, een lelijke deuk gegeven.

Ten slotte verwijst de spreker meer specifiek naar de problemen rond het Nederlandse EKO-kwaliteitslabel, dat onder impuls van de overheid tot stand is gekomen. Het label bestaat naast de labels die door de Nederlandse productschappen worden ontworpen. Onlangs is gebleken dat enkele producten die het EKO-label dragen, en die een stuk duurder zijn dan gewone producten, gecontamineerde grondstoffen bevatten. De overheid wordt verantwoordelijk gesteld voor deze contaminatie. Dit toont het verschil aan tussen een label dat van overheidswege wordt gecreëerd en een regionaal label. Iedereen kent Normandische kazen en Ardense hammen, maar deze labels zijn niet ontstaan op initiatief van een regionaal parlement of regionale regering.

Replik van de indieners

– De heer *Wymeersch* repliceert dat de aangehaalde argumenten niets met de grond van de zaak te maken hebben. Volgens hem hebben de Vlaamse politieke partijen schrik van hun eigen schaduw. Vele landen, ook België, zijn trots op het voeren van een eigen label. Het gaat niet om een overheidsinmenging, maar om een fierheid over het eigen kunnen. De heer Laverge heeft steeds verkondigd dat Vlaanderen heel wat kennis en kwaliteit in huis heeft, maar de heer *Wymeersch* verwijt hem dat hij hieraan niet de nodige consequenties wenst vast te knopen.

De VLAM speelt inderdaad een belangrijke rol in de promotie van Vlaamse producten, maar dit blijft beperkt tot landbouw-, tuinbouw- en visserijproducten. Vlaanderen heeft echter meer te bieden.

– De heer *Strackx* geeft toe dat de heer Laverge gelijk kan hebben als hij stelt dat de overheid zich niet moet bemoeien met de kwaliteitslabels van bedrijven, maar anderzijds ondervinden deze bedrijven wel de negatieve gevolgen van de slechte reputatie van hun overheid en hun land. Er mag geen wildgroei aan kwaliteitslabels ontstaan en bovendien moet de overheid een vorm van controle kunnen behouden op deze labels. Het Vlaams Centrum voor Kwaliteitszorg is uitstekend geschikt voor deze controlefunctie.

III. Stemming

Het voorstel van resolutie wordt verworpen met 6 stemmen tegen 3.

De verslaggever,

Roland
VAN GOETHEM

De voorzitter,

André-Emiel
BOGAERT