



ADVIES UITGEBRACHT
DOOR DE ECONOMISCHE EN SOCIALE RAAD
VOOR HET BRUSSELS HOOFDSTEDELIJK GEWEST
TIJDENS ZIJN ZITTING VAN 18 DECEMBER 2003

inzake

**het voorstel van ordonnantie tot invoering van het dubbelde label
"Made in Brussel" en "Business in Brussels"**

VOORSTEL VAN ORDONNANTIE TOT INVOERING VAN HET DUBBELE LABEL "MADE IN BRUSSELS" EN "BUSINESS IN BRUSSELS".

Advies van de Economische en Sociale Raad voor het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. 18 december 2003

Aanhangigmaking

De Economische en Sociale Raad voor het Brussels Hoofdstedelijk Gewest ontving, overeenkomstig artikel 6, § 1, 1° van de ordonnantie houdende zijn oprichting, vanwege de Minister belast met Buitenlandse Handel van de Brusselse Hoofdstedelijke Regering een adviesaanvraag betreffende het voorstel van ordonnantie tot invoering van het dubbele label "Made in Brussel" en "Business in Brussels".

Nadat zijn Adviescommissie voor Buitenlandse Handel reeds een advies terzake formuleerde, hetwelk de Raad in zijn totaliteit onderschrijft, voegt de Economische en Sociale Raad enkele economische en sociale bezwaren met betrekking tot originelabels toe.

Advies

Algemene beschouwingen

De Raad wijst erop dat originelabels, om zich te voegen naar de Europese reglementering van 1992 die het exclusief gebruik van plaatsnamen voor producten reserveert, naast de plaats van herkomst (productie) tevens dienen te duiden op een productiewijze, de herkomst van de grondstoffen en de vakkennis van de producenten.

Bijzondere beschouwingen vanwege de syndicale organisaties en het VOB

- Sinds 1992 kende Europa vele homologaties van nieuwe benamingen. Dit brengt vandaag met zich mee dat het rentevoordeel van een originelabel aanzienlijk is afgenomen terwijl de concurrentie tussen producten en diensten met een dergelijk label almaar toeneemt.
- De huidige industrie heeft zich momenteel eveneens toegelegd op de productie van "imago-producten" en de kwaliteitsgarantie van industrieel vervaardigde producten ligt steeds hoger. Hieruit resulteert dat het specificiteits- of kwaliteitskarakter hetwelk producten via een originelabel bekomen, sterk vervaagt tegenover industriële equivalenten.
- De kwaliteitswaarde die de huidige consument toekent aan een product breidde zich met de jaren in de breedte uit. Naast herkomstgarantie wat betreft het authentieke van een product hecht men nu ook meer en meer waarde aan de ecologische (is het product niet te vervuilen voor het milieu) en biologische (is het product niet te schadelijk voor de gezondheid) aspecten.

- Het toekennen van een originelabel aan een product of dienst dient te worden vertaald als het verzekeren van een specifiek karakter van dit product wat slaat op zijn eigenheid of hogere kwaliteit. Er is hier dus nood aan het creëren van een geloofwaardigheid rond de officiële waarborgen van het originelabel. Men is zodoende verplicht in te spelen op het evaluatievermogen van potentiële klanten opdat deze kennis zouden krijgen van Brussel, zijn tradities en praktijken.
- Meerdere landen, waaronder ook Europese (Nederland en Groot-Brittannië) vinden originelabels onwettig en ondoelmatig. Het meedragen van deze labels kan dus in het buitenland een omgekeerd effect teweegbrengen omdat men ze ginds kan beschouwen als protectionistisch en vernieuwingsremmend.

Bijzondere beschouwingen vanwege middenstandsorganisaties

- Een Brussels originelabel zou bepaalde voordelen kunnen opleveren gezien Brussel in het buitenland veel beter gekend is dan België.
- Een label "Made in Brussels" en Business in Brussels" kan gunstig inwerken op toeristen en Brusselse consumenten. Toeristen op doortocht te Brussel, zeer dikwijls voor een kort verblijf, zijn op zoek naar producten die de Brusselse kennis valoriseren maar kennen in de verste verte niet het productengamma dat in Brussel wordt ontworpen en gemaakt.
- Bepaalde verbruikers stellen het op prijs om de producten en diensten waarvan de toegevoegde waarde in Brussel wordt gecreëerd, te kunnen identificeren teneinde deze manier van aankopen voorkeur te kunnen geven tegenover ingevoerde producten. Het gaat hier in hoofdte van deze consumenten om een steunende burgerlijke reflex inzake de economische activiteit en de voortgebrachte tewerkstelling in ons land.

Besluit

Gezien de hierboven aangehaalde bezwaren zijn de syndicale organisaties en het VOB van mening dat een originelabel weinig of geen rendement zal genereren voor het Brussels Hoofdstedelijk Gewest en zijn export. Ze adviseren het voorstel van ordonnantie derhalve negatief.

De middenstandsorganisaties staan eerder gunstig tegenover de in deze ontwerpordonnantie uitgewerkt concepten die ze als een promotiemaatregel van de Brusselse economie ervaren.

*
* *