

CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS
DE BELGIQUE

26 novembre 2013

PROPOSITION DE RÉSOLUTION

**visant à développer un label
“Made in the European Union”**

(déposée par M. Denis Ducarme,
Mme Corinne De Permentier
et M. Charles Michel)

BELGISCHE KAMER VAN
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS

26 november 2013

VOORSTEL VAN RESOLUTIE

**over de instelling van een label
“Made in the European Union”**

(ingediend door de heer Denis Ducarme,
mevrouw Corinne De Permentier
en de heer Charles Michel)

N-VA	:	Nieuw-Vlaamse Alliantie
PS	:	Parti Socialiste
MR	:	Mouvement Réformateur
CD&V	:	Christen-Democratisch en Vlaams
sp.a	:	socialistische partij anders
Ecolo-Groen	:	Ecologistes Confédérés pour l'organisation de luttes originales – Groen
Open Vld	:	Open Vlaamse liberalen en democraten
VB	:	Vlaams Belang
cdH	:	centre démocrate Humaniste
FDF	:	Fédéralistes Démocrates Francophones
LDD	:	Lijst Dedecker
MLD	:	Mouvement pour la Liberté et la Démocratie
INDEP-ONAFH	:	Indépendant-Onafhankelijk

Abréviations dans la numérotation des publications:

DOC 53 0000/000:	Document parlementaire de la 53 ^e législature, suivi du n° de base et du n° consécutif
QRVA:	Questions et Réponses écrites
CRIV:	Version Provisoire du Compte Rendu intégral (couverture verte)
CRABV:	Compte Rendu Analytique (couverture bleue)
CRIV:	Compte Rendu Intégral, avec, à gauche, le compte rendu intégral et, à droite, le compte rendu analytique traduit des interventions (avec les annexes) (PLEN: couverture blanche; COM: couverture saumon)
PLEN:	Séance plénière
COM:	Réunion de commission
MOT:	Motions déposées en conclusion d'interpellations (papier beige)

Afkortingen bij de nummering van de publicaties:

DOC 53 0000/000:	Parlementair document van de 53 ^e zittingsperiode + basisnummer en volgnummer
QRVA:	Schriftelijke Vragen en Antwoorden
CRIV:	Voorlopige versie van het Integraal Verslag (groene kaft)
CRABV:	Beknopt Verslag (blauwe kaft)
CRIV:	Integraal Verslag, met links het definitieve integraal verslag en rechts het vertaald beknopt verslag van de toespraken (met de bijlagen) (PLEN: witte kaft; COM: zalmkleurige kaft)
PLEN:	Plenum
COM:	Commissievergadering
MOT:	Moties tot besluit van interpellaties (beigekleurig papier)

Publications officielles éditées par la Chambre des représentants

Commandes:
Place de la Nation 2
1008 Bruxelles
Tél. : 02/ 549 81 60
Fax : 02/549 82 74
www.lachambre.be
courriel : publications@lachambre.be

Officiële publicaties, uitgegeven door de Kamer van volksvertegenwoordigers

Bestellingen:
Natieplein 2
1008 Brussel
Tel. : 02/ 549 81 60
Fax : 02/549 82 74
www.dekamer.be
e-mail : publicaties@dekamer.be

DÉVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

Il apparaît de plus en plus que la définition de l'origine d'un produit est un élément prépondérant pour les consommateurs. La mondialisation des échanges a d'ailleurs accru les exigences du consommateur en la matière. En effet, la mondialisation a compliqué à l'envi la détermination de l'origine d'un produit. La mondialisation des processus de production a conduit à une perte d'identité de la plupart des produits dont les origines n'apparaissent plus clairement aux consommateurs. Si le lieu de fabrication final d'un produit manufacturé est détectable, il est malaisé à savoir si l'ensemble des étapes ayant mené à la production dudit produit l'ont été exclusivement à cet endroit. Or, les consommateurs sont demandeurs d'une information claire et transparente sur l'origine des produits qu'ils consomment. En achetant local, le consommateur se rassure aussi sur sa qualité et soutient ainsi les producteurs locaux. L'indication de l'origine du produit rencontre également une préoccupation environnementale des consommateurs. Il favorise de la sorte un produit qu'il sait meilleur pour l'environnement, sachant qu'il n'a pas traversé des milliers de kilomètres avant d'aboutir dans son assiette.

Pour les entreprises, intégrer les exigences du consommateur en matière d'origine du produit permet aussi de se différencier dans un univers de plus en plus concurrentiel. Le *"made in"* est aussi devenu un argument commercial. Par ailleurs, la plupart des entreprises souhaitent pouvoir valoriser la réalité d'une production qui soutient l'emploi local et préserve les savoir-faire industriels.

Cependant, force est de constater qu'il existe aujourd'hui une multitude d'initiatives invoquant tantôt une fabrication belge, tantôt une production nationale, toutes dépourvues de contrôle sur la réalité de l'origine du produit. Face à tant de types de labels (label officiel; label privé, collectif; label privé, individuel, contrôlé; label privé, individuel, non contrôlé), le consommateur se retrouve démuné et sa confiance s'étiole vu qu'il n'arrive plus vraiment à distinguer les informations fiables des informations plus fantaisistes. Cela réduit considérablement sa confiance dans l'ensemble des labels. Lequel encore croire? Auquel peut-il encore se raccrocher?

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

Voor de consument blijkt de oorsprong van een product en meer bepaald de benaming ervan steeds meer gewicht in de schaal te werpen. Door de globalisering stelt die consument op dat stuk overigens almaar meer eisen. Als gevolg van dat verschijnsel is de bepaling van de oorsprong van een product echter bijzonder ingewikkeld geworden. De productieprocessen zijn wereldwijd verspreid, waardoor de meeste producten hun identiteit zijn kwijtgeraakt en hun oorsprong niet langer duidelijk is voor de consument. De plaats waar het eindproduct wordt vervaardigd, kan weliswaar worden vastgesteld, maar het is vrijwel onmogelijk te achterhalen of alle productiestadia zich op diezelfde plaats hebben voltrokken. De consument wil echter op een duidelijke en transparante manier worden geïnformeerd over de oorsprong van het product dat hij verbruikt. Wanneer hij bij de lokale handelaar aanklopt, kan hij meteen ook vertrouwen op de kwaliteit van het product en geeft hij tegelijkertijd de lokale producenten een steuntje in de rug. De aanduiding van de productoorsprong komt eveneens tegemoet aan de zorg van de consument om het milieu. Aldus bevordert hij namelijk de handel in producten waarvan hij weet dat ze beter zijn voor het milieu en niet over duizenden kilometers zijn vervoerd alvorens op zijn bord te belanden.

De ondernemingen die rekening houden met de consumenteneisen inzake productoorsprong, kunnen zich op die manier onderscheiden in een wereld waar de wedijver almaar toeneemt. De aanduiding *"made in"* is dan ook een commercieel argument geworden. De meeste ondernemingen willen trouwens dat een productieproces dat de lokale werkgelegenheid steunt en de industriële knowhow in stand houdt, ook daadwerkelijk naar waarde wordt geschat.

Het aantal initiatieven in verband met de productoorsprong is legio; zonder uitzondering claimen ze dat het product is vervaardigd in België dan wel in een ander land, maar op de authenticiteit van de productoorsprong wordt nooit toegezien. Met een wildgroei aan keurmerken (officiële labels, collectieve privélabels, gecontroleerde individuele privélabels, niet-gecontroleerde individuele privélabels) wordt de consument er niet wijzer op en raakt zijn vertrouwen ondermijnd, aangezien hij er niet langer in slaagt uit te maken welke informatie betrouwbaar is en welke een loopje met de werkelijkheid neemt. Daardoor neemt het vertrouwen van de consument in alle labels sterk af. Aan welk label kan hij nog geloof hechten en op welk kan hij nog bouwen?

L'enjeu de la présente proposition de résolution est donc de créer un label "*Made in the European Union*", qui serait facultatif, mais qui pourrait bénéficier à tous les produits fabriqués et mis en vente dans l'Union européenne qui respectent évidemment des conditions d'attribution précises.

On peut s'attendre à ce que le consommateur suppose, de manière raisonnable, que l'obtention d'un label de nature volontaire plutôt qu'obligatoire est interprétée comme étant le signe de l'adhésion, de la part du commerçant, à des règles qui vont au-delà de la législation en vigueur. Cela aurait pour effet de ramener de la confiance auprès des consommateurs, laquelle constitue la pierre angulaire des décisions d'achat.

La définition des critères d'attribution d'un tel label devra évidemment faire l'objet d'une large concertation avec les différents États membres de l'Union européenne. Nous pourrions, à cet égard, prendre exemple sur la France, pionnière en la matière. Le gouvernement français a donné son assentiment à un label "*made in France*"; le label "*Origine France Garantie*" a été présenté officiellement à l'Assemblée nationale le 19 mai 2011. Ce dernier peut être accordé à divers types de produits pour autant que ceux-ci répondent à deux critères obligatoires: premièrement, le lieu de fabrication, d'assemblage ou de montage du produit doit se situer en France et, secondement, au moins 50 % de sa valeur doit correspondre à une activité effectuée dans l'Hexagone.

Grâce à une information claire et transparente, le consommateur pourrait connaître l'origine d'un produit et éventuellement prendre une décision sur la base de ce critère.

Grâce au marquage de ce label directement sur les biens de consommation, les entreprises disposeraient d'un nouvel atout pour faire savoir qu'elles produisent au sein de l'Union européenne. Faire appel à un label "*Made in the European Union*" est pour une entreprise une garantie de montrer en toute crédibilité la qualité et la sécurité des services, des produits ou des prestations qu'elle propose, tout en bénéficiant d'un atout commercial fort dans un milieu concurrentiel de plus en plus dur. Le label européen contribuera donc à augmenter la valeur ajoutée d'une entreprise sur un territoire beaucoup plus large que celui couvert par un label national.

Daarom ligt het in de bedoeling van dit voorstel van resolutie een label "*Made in the European Union*" in te stellen. Hoewel dit label facultatief zou zijn, zou het ten goede kunnen komen aan alle in de Europese Unie vervaardigde en verkochte producten die uiteraard aan welomschreven toekenningsvoorwaarden voldoen.

Aangezien producenten en handelaars niet verplicht zijn te voldoen aan de voorwaarden om dit label te verkrijgen en zij zich dus vrijwillig daaraan onderwerpen, ligt het voor de hand dat de consument er — terecht — vanuit gaat dat zij er aldus mee instemmen regels in acht te nemen die de vigerende wetgeving overstijgen. Aldus zou het vertrouwen van de consument — het belangrijkste argument om tot een aankoop over te gaan — worden hersteld.

Over de omschrijving van de toekenningscriteria van een dergelijk label zullen de verschillende EU-lidstaten uiteraard breedvoerig moeten overleggen. In dat verband kunnen we inspiratie opdoen in Frankrijk, dat op dat vlak een voortrekkersrol speelt. De Franse regering heeft een label voor Franse producten goedgekeurd, met name het label "*Origine France Garantie*", dat op 19 mei 2011 officieel in de *Assemblée nationale* werd voorgesteld. Dit label kan worden toegekend voor diverse soorten van producten, op voorwaarde dat ze voldoen aan twee opgelegde criteria: eerst en vooral moeten de producten in Frankrijk zijn vervaardigd, geassembleerd of gemonteerd, en ten tweede moet op zijn minst 50 % van de waarde van de producten kunnen worden gerelateerd aan een in Frankrijk uitgeoefende activiteit.

Dankzij duidelijke en transparante informatie zou de consument kunnen worden ingelicht over de herkomst van een product en zijn aankoop eventueel op dat criterium kunnen baseren.

Door het label "*Made in the European Union*" op de consumptieproducten zelf aan te brengen, zouden de ondernemingen over een nieuwe troef beschikken om te kennen te geven dat hun producten in de Europese Unie worden geproduceerd. Door het gebruik van dit label waarborgt een onderneming op zeer geloofwaardige wijze de kwaliteit en de veiligheid van de diensten, de producten of de prestaties die zij aanbiedt. Bovendien is het label een sterke commerciële troef in een context van almaar toenemende concurrentiedruk. Het Europese label zal dus bijdragen tot het verhogen van de meerwaarde van een onderneming over een veel ruimer grondgebied dan datgene wat een nationaal label bestrijkt.

L'enjeu est aussi de promouvoir les valeurs associées à l'Union européenne en termes de respect des normes de travail (temps de travail, salaires, conditions de travail...) et de la qualité des composantes d'un produit.

Malgré les règles édictées par l'OMC, le protectionisme dans les pays émergents est une réalité que nous ne pouvons nier. En mars 2012, les pays du Mercosur ont décidé d'augmenter leurs taxes, jusqu'à 35 %, sur tous les produits d'importation ne provenant pas de leur bloc commercial. En 2010, le président du directoire du numéro un mondial de la chimie, l'allemand BASF, Jürgen Hambrecht, se plaignait de l'obligation pour les entreprises étrangères de transférer leurs technologies à leurs concurrents chinois en échange d'un accès au marché.

Ce constat est l'incarnation d'une relation commerciale mal équilibrée entre l'Union européenne et la Belgique, d'une part et certaines économies émergentes, d'autre part, et est le symbole du défi industriel auquel les sociétés occidentales et leurs dirigeants sont confrontés. Si, pour des raisons d'efficacité, nous ne pouvons y répondre que collectivement au sein de l'Union européenne, il est important que les États membres, en ce compris la Belgique, se positionnent clairement sur l'opportunité d'une nouvelle stratégie en matière de politique industrielle et commerciale à adopter.

Aujourd'hui plus que jamais, il faut assumer un certain "patriotisme industriel". Notre industrie, nos producteurs, nos artisans méritent notre soutien.

Denis DUCARME (MR)
Corinne DE PERMENTIER (MR)
Charles MICHEL (MR)

Daarnaast is het de bedoeling de waarden te bevorderen die de Europese Unie aanhangt in verband met de inachtneming van de arbeidsnormen (arbeidsduur, lonen, arbeidsvoorwaarden...) en de kwaliteit van de bestanddelen van een product.

De door de Wereldhandelsorganisatie uitgevaardigde regels ten spijt, vormt het protectionisme in de opkomende economieën een realiteit die niet te ontkennen valt. In maart 2012 hebben de Mercosur-landen beslist de heffingen die ze leggen op importproducten afkomstig van buiten hun handelsblok te verhogen tot 35 %. Jürgen Hambrecht, de voorzitter van het directiecomité van de Duitse chemiereus BASF — de nummer één wereldwijd — beklagde zich in 2010 over het feit dat buitenlandse bedrijven verplicht waren hun technologie over te dragen aan hun Chinese concurrenten om toegang te krijgen tot die markt.

Die vaststelling weerspiegelt de manke handelsrelatie tussen de Europese Unie en België, enerzijds, en bepaalde opkomende economieën, anderzijds, en staat symbool voor de industriële uitdaging waartegen de Westerse bedrijven en hun bestuurders aankijken. Ofschoon, om die uitdaging op doeltreffende wijze aan te gaan, een gemeenschappelijke reactie van de Europese Unie onontbeerlijk is, moeten de lidstaten, België inbegrepen, een duidelijk standpunt innemen over de vraag of het gewenst is een nieuwe strategie voor het industrieel en handelsbeleid uit te stippelen.

Een zeker "industriële patriotisme" is vandaag meer dan ooit wenselijk. Onze industrie, onze producenten en onze ambachtslieden verdienen onze steun.

PROPOSITION DE RÉOLUTION

LA CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS,

A. considérant qu'il importe d'accroître la transparence et de fournir des informations claires et fiables aux consommateurs;

B. considérant qu'un label crédible est un facteur décisif dans la défense des droits des consommateurs, que la confiance joue un rôle important dans les décisions d'achat des consommateurs et qu'une entreprise qui s'engage dans un processus de labellisation veut placer la satisfaction du client au cœur de ses préoccupations;

C. considérant qu'aujourd'hui plus que jamais, la reconnaissance et la valorisation des producteurs qui maintiennent leur activité au sein de l'Union européenne doivent être soutenues;

D. considérant qu'il y a lieu de promouvoir les produits européens et de défendre l'industrie et le savoir-faire artisanal des États membres de l'Union européenne;

E. considérant qu'un label aura pour vocation de mettre en avant les produits nationaux et de protéger les entreprises qui restent sur le territoire européen;

F. considérant que ce faisant, on rencontre également un enjeu environnemental;

G. considérant qu'il importe de fédérer un maximum d'acteurs autour du développement d'une politique de promotion ambitieuse des produits certifiés "*Made in the European Union*";

H. considérant qu'un label permettrait aux produits issus de l'Union européenne d'être identifiés plus facilement par les consommateurs en donnant des indications claires et contrôlées sur leur traçabilité;

I. considérant qu'un label permettrait d'apporter une information non sujette à caution sur l'origine européenne des produits;

J. considérant qu'un label redorerait l'image d'une fabrication européenne et favoriserait l'identification des produits issus du marché unique;

VOORSTEL VAN RESOLUTIE

DE KAMER VAN VOLKSVERTEGENWOORDIGERS,

A. overwegende dat het erop aankomt de transparantie te vergroten en de consumenten heldere en betrouwbare informatie te verschaffen;

B. overwegende dat een geloofwaardig label een doorslaggevende factor is in de verdediging van de consumentenrechten, dat vertrouwen een belangrijke rol speelt in de aankoopbeslissingen van de consumenten en dat een bedrijf dat zich tot een kwaliteitscertificatie verbindt daarmee aantoont dat het de tevredenheid van de klant centraal stelt;

C. overwegende dat de producenten die hun beroepsactiviteit in de Europese Unie behouden, vandaag meer dan ooit erkenning en waardering verdienen;

D. overwegende dat het aanbeveling verdient de Europese producten te promoten alsook de industrie en ambachtelijke knowhow van de EU-lidstaten te verdedigen;

E. overwegende dat een label tot doel heeft de nationale producten op het voorplan te brengen en de op het Europees grondgebied blijvende bedrijven te beschermen;

F. overwegende dat men zodoende ook aan een milieu-uitdaging tegemoetkomt;

G. overwegende dat het belangrijk is zo veel mogelijk spelers samen te brengen rond de ontwikkeling van een ambitieus beleid ter promotie van producten die gegarandeerd "*Made in the European Union*" zijn;

H. overwegende dat een label het de consument makkelijker zou maken producten uit de Europese Unie te herkennen via duidelijke en gecontroleerde vermeldingen over de traceerbaarheid;

I. overwegende dat men met een label betrouwbare informatie over de Europese oorsprong van de producten zou kunnen verstrekken;

J. overwegende dat een label het imago van in Europa vervaardigde producten opnieuw glans zou geven en de identificatie van de producten uit de eengemaakte markt zou bevorderen;

K. considérant que toute forme de tromperie (marques erronées ou frauduleux) doit être combattue;

L. considérant qu'il importe de soutenir une campagne de communication visant à faire connaître aux consommateurs et aux entreprises la signification "*Made in the European Union*" et ses règles d'usage;

M. considérant l'existence des labels européens traitant de la qualité alimentaire et portant les mentions "appellation d'origine protégée" (AOP), "indication géographique protégée" (IGP) et "spécialité traditionnelle garantie" (STG) et considérant les règlements pertinents, à savoir 1) le règlement (CE) n° 1898/2006 de la Commission du 14 décembre 2006 portant modalités d'application du règlement (CE) n° 510/2006 du Conseil relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles, 2) le règlement (CE) n° 628/2008 de la Commission du 2 juillet 2008 modifiant le règlement (CE) n° 1898/2006 portant modalités d'application du règlement (CE) n° 510/2006 du Conseil relatif à la protection des indications géographiques et des appellations d'origine des produits agricoles et des denrées alimentaires et des denrées alimentaires et 3) le règlement (UE) n° 1151/2012 du Parlement européen et du Conseil du 21 novembre 2012 relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires;

N. considérant l'existence du label écologique communautaire institué par le règlement (CEE) n° 880/92 du Conseil du 23 mars 1992 concernant un système communautaire d'attribution de label écologique pour les biens et les services (règlement révisé 1980/2000 du 17 juillet 2000);

O. considérant le règlement voté par le Parlement européen le 12 mars 2013 visant, entre autres, à créer un label européen pour l'investissement solidaire;

P. considérant la décision n° 1194/2011/UE du Parlement européen et du Conseil du 16 novembre 2011 établissant une action de l'Union européenne pour le label du patrimoine européen visant à mettre en avant des sites qui célèbrent et symbolisent l'intégration, les idéaux et l'histoire de l'Europe;

DEMANDE AU GOUVERNEMENT:

1. de demander à la Commission européenne de définir rapidement l'encadrement juridique et de créer

K. overwegende dat elke vorm van misleiding (verkeerde of frauduleuze markering) moet worden bestreden;

L. overwegende dat het belangrijk is een communicatiecampagne te steunen die erop gericht is bij de consumenten en de ondernemingen de betekenis van "*Made in the European Union*" bekend te maken, alsook de regels voor het gebruik van die vermelding;

M. gelet op het bestaan van Europese labels die de voedselkwaliteit betreffen en die de vermeldingen "beschermde oorsprongsbenaming" (BOB), "beschermde geografische aanduiding" (BGA) en "gegarandeerde traditionele specialiteit" (GTS) dragen, alsook gelet op de terzake relevante verordeningen, met name 1) Verordening (EG) nr. 1898/2006 van de Commissie van 14 december 2006 houdende uitvoeringsbepalingen van Verordening (EG) nr. 510/2006 van de Raad inzake de bescherming van geografische aanduidingen en oorsprongsbenamingen van landbouwproducten en levensmiddelen, 2) Verordening (EG) nr. 628/2008 van de Commissie van 2 juli 2008 tot wijziging van Verordening (EG) nr. 1898/2006 houdende uitvoeringsbepalingen van Verordening (EG) nr. 510/2006 van de Raad inzake de bescherming van geografische aanduidingen en oorsprongsbenamingen van landbouwproducten en levensmiddelen en 3) Verordening (EU) nr. 1151/2012 van het Europees Parlement en de Raad van 21 november 2012 inzake kwaliteitsregelingen voor landbouwproducten en levensmiddelen ;

N. gelet op het bestaan van het communautair milieukeur dat werd ingesteld door Verordening (EEG) nr. 880/92 van de Raad van 23 maart 1992 inzake een communautair systeem voor de toekenning van milieukeuren (herziene verordening 1980/2000 van 17 juli 2000);

O. gelet op de verordening die het Europees Parlement op 12 maart 2013 heeft aangenomen en die er onder meer toe strekt een Europees label inzake solidair beleggen in te stellen;

P. gelet op het Besluit nr. 1194/2011/EU van het Europees Parlement en de Raad van 16 november 2011 tot instelling van een actie van de Europese Unie voor het Europees erfgoedlabel met de bedoeling sites voor het voetlicht te brengen die de eenwording, de idealen en de geschiedenis van Europa plechtig gedenken en symboliseren;

VERZOEKT DE REGERING:

1. de Europese Commissie te vragen spoedig een passend juridisch raamwerk vast te leggen alsook in

un label “*Made in the European Union*”, qui serait facultatif et dont pourraient bénéficier sans exclusive tous les produits mis en vente dans l’Union européenne qui respectent les conditions d’attribution;

2. d’organiser une large concertation avec les acteurs concernés (entreprises, organisations professionnelles, associations de consommateurs...) pour déterminer les critères d’attribution de ce label;

3. de définir une procédure d’attribution;

4. de mettre en place un organisme certificateur indépendant et une procédure de contrôle;

5. d’organiser une campagne de publicité pour promouvoir le label “*Made in the European Union*”;

6. de créer un registre du label “*Made in the European Union*”;

7. de soutenir une dimension nationale, en concertation avec les Régions selon leurs compétences, du label “*Made in the European Union*” en poursuivant une démarche d’influence en faveur du marquage de l’origine nationale des produits mis en vente sur le marché européen.

11 octobre 2013

Denis DUCARME (MR)
Corinne DE PERMENTIER (MR)
Charles MICHEL (MR)

een label “*Made in the European Union*” te voorzien, dat facultatief zou zijn en dat zonder uitsluiting zou mogen worden gebruikt voor alle in de Europese Unie te koop aangeboden producten die de toekenningsvoorwaarden in acht nemen;

2. breed overleg te organiseren met de betrokken spelers (ondernemingen, beroepsorganisaties, consumentenverenigingen enzovoort) om de toekenningscriteria voor dat label vast te leggen;

3. een toekenningsprocedure te bepalen;

4. een onafhankelijke certificeringsinstantie op te richten en een controleprocedure uit te werken;

5. een reclamecampagne op te zetten ter bevordering van het label “*Made in the European Union*”;

6. voor het label “*Made in the European Union*” een register uit te bouwen;

7. in overleg met de gewesten en conform hun bevoegdheden de nationale dimensie van het label “*Made in the European Union*” uit te dragen door ervoor te ijveren dat de nationale herkomst van de op de EU-markt te koop aangeboden producten zou worden aangegeven.

11 oktober 2013