

Belgische Kamer van Volksvertegenwoordigers

GEWONE ZITTING 1994-1995 (*)

17 NOVEMBER 1994

WETSVOORSTEL

**tot instelling van een keurmerk voor
sommige produkten afkomstig uit
ontwikkelingslanden om een eerlijke
wereldhandel te bevorderen**

(Ingediend door de heer Van der Sande)

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

1. Het doel van dit wetsvoorstel is bij te dragen tot een eerlijke wereldhandel en een betere informatie te bieden aan de consument. Het Belgische en Europese ontwikkelingsbeleid moet de derde wereldlanden toelaten een eigen produktieapparaat op te bouwen zodat hun bevolking in haar eigen bestaansmiddelen kan voorzien en haar welzijn kan verhogen. Concreet moet ons beleid twee sporen volgen : het moet lokale producenten begeleiden om hun produkten op een sociaal, ecologisch en economische verantwoorde manier voort te brengen (de produktiewijze moet rekening houden met de werk- en leefomstandigheden van de lokale werknemers, moet oog hebben voor het leefmilieu en voor de eisen die de Europese markt aan produkten stelt). Bovendien moeten distributeurs en consumenten aangemoedigd worden zulke derde wereldprodukten tegen een eerlijke prijs te verhandelen en te kopen.

(*) Vierde zitting van de 48^e zittingsperiode.

Chambre des Représentants de Belgique

SESSION ORDINAIRE 1994-1995 (*)

17 NOVEMBRE 1994

PROPOSITION DE LOI

**instaurant un label pour certains
produits en provenance de pays en
voie de développement, en vue de
promouvoir un commerce mondial
équitable**

(Déposée par M. Van der Sande)

DEVELOPPEMENTS

MESDAMES, MESSIEURS,

1. L'objectif de la présente proposition de loi est de contribuer à l'équité du commerce mondial et d'améliorer l'information des consommateurs. Les politiques belge et européenne en matière de développement doivent permettre aux pays du tiers monde de développer leur propre appareil de production, de manière à ce que leurs populations soient en mesure de s'assurer leurs propres moyens d'existence et d'augmenter leur niveau de bien-être. Concrètement, cela signifie que notre politique doit suivre deux pistes : elle doit, d'une part, assurer l'accompagnement des producteurs locaux afin qu'ils puissent produire dans des conditions acceptables d'un point de vue social, écologique et économique (le mode de production choisi doit tenir compte des conditions de vie et de travail des travailleurs locaux, il doit respecter l'environnement et la production doit répondre aux exigences du marché européen). Il faut en outre encourager les distributeurs et les consommateurs à commercialiser et à acheter à un prix équitable les produits en provenance du tiers monde qui satisfont aux critères énoncés ci-dessus.

(*) Quatrième session de la 48^e législature.

2. Om die doelstellingen concreet te helpen verwezenlijken, stellen wij voor een keurmerk te geven aan sommige derde wereldprodukten. Dit keurmerk moet distributeurs en consumenten ertoe aanzetten om produkten te verhandelen en te kopen die voldoen aan een aantal criteria of minimumnormen. Het gaat wel om een positieve discriminatie van produkten en niet om protectionisme of het opleggen van westerse normen : alleen produkten waarvan de produktie en de verhandeling het welzijn van de bevolking van ontwikkelingslanden verhogen en het leefmilieu eerbiedigen, worden bevoordeeld.

Dit keurmerk is nodig omdat consumenten nog te weinig beseffen dat ze door hun koopgedrag de inkomsten van derde wereldproducenten kunnen verhogen. Het keurmerk biedt de consument meer informatie, omtrent de omstandigheden, waarin het produkt tot stand kwam en welke implicaties het gebruik ervan heeft voor het milieu. Niet-gouvernementele organisaties hebben niet genoeg middelen om de consumenten daarover nog meer te informeren en de traditionele distributeurs doen daar nog te weinig aan.

3. Dit voorstel voorziet eveneens in de erkenning van een instituut, dat onder meer als opdracht heeft het keurmerk te beheren, lokale producenten te begeleiden en de verkoop van produkten met een keurmerk te promoten. Niet-gouvernementele organisaties zoals Oxfam-wereldwinkels en SOS-wereldhandel hebben al ervaring met het aanprijzen van derde wereldprodukten. Daarom zullen ze vertegenwoordigd zijn in het instituut dat bestaande gouvernementele en niet-gouvernementele initiatieven bundelt. Een commissie zal toezien op het beheer van het keurmerk en de regering adviseren over de toekenning van het keurmerk.

4. Samengevat : door een keurmerk toe te kennen aan produkten uit ontwikkelingslanden waarvan de voortbrenging en verhandeling bijdragen tot een groter welzijn van de lokale bevolking zullen de consumenten ertoe aangezet worden zulke produkten te kopen. Die steun zal ongetwijfeld tot gevolg hebben dat andere producenten het voorbeeld zullen volgen en ook produkten zullen voortbrengen die dat keurmerk verdienen.

ARTIKELSGEWIJZE TOELICHTING

Artikel 1

Het voorstel beperkt zich tot de produkten en hun producenten uit landen die het Development Assistance Committee van de Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling aanduidt als « ontwikkelingslanden ».

2. Pour concrétiser ces objectifs, nous proposons d'attribuer un label à certains produits en provenance du tiers monde. Ce label devrait inciter les distributeurs et les consommateurs à commercialiser et acheter des produits qui satisfont à un certain nombre de critères ou de normes minimums. Il s'agit, en l'occurrence, d'une discrimination positive entre les produits, et non d'une approche protectionniste ou d'une volonté d'imposer des normes ayant cours en Occident : ne bénéficieront en effet des avantages offerts par ce label que les seuls produits dont la production et la commercialisation profitent à l'amélioration du bien-être des populations des pays en voie de développement et respectent l'environnement de ces derniers.

Ce label doit être attribué du fait que trop peu de gens se rendent compte que, par leur comportement d'acheteur, ils peuvent augmenter les revenus des producteurs du tiers monde. Le label fournit au consommateur une meilleure information au sujet des conditions de production ainsi que des implications de l'utilisation du produit pour l'environnement. Les organisations non gouvernementales n'ont pas suffisamment de moyens pour mieux informer les consommateurs, tandis que les distributeurs traditionnels ne font pas encore assez d'efforts en ce sens.

3. La présente proposition de loi prévoit par ailleurs l'agrément d'un institut chargé notamment de gérer le label, d'apporter une assistance aux producteurs locaux et de promouvoir la vente de produits labellisés. Certaines organisations non gouvernementales telles que les Magasins du monde Oxfam et « SOS wereldhandel » ont déjà une certaine expérience en matière de promotion de produits du tiers monde. Aussi seront-elles représentées au sein de l'institut, qui réunira des organisations gouvernementales et non gouvernementales existantes. Une commission sera chargée de veiller à la gestion du label et de conseiller le gouvernement au sujet de son attribution.

4. En bref, l'attribution d'un label à des produits originaires de pays en voie de développement, dont la production et la commercialisation contribuent à améliorer le bien-être des populations locales, encouragera les consommateurs à opter pour ces produits. Ce soutien ne manquera pas d'inciter d'autres producteurs à suivre l'exemple et à mettre sur le marché des produits pouvant prétendre à ce même label.

COMMENTAIRE DES ARTICLES

Article 1^{er}

La présente proposition de loi se limite aux produits et aux producteurs de pays qualifiés de « pays en voie de développement » par le Comité d'aide au développement de l'Organisation de coopération et de développement économiques.

Het promotie-instituut bouwt als onderdeel van zijn promotiebeleid een keurmerk uit dat bestaat uit een afbeelding die alleen wordt aangebracht op de produkten die getoetst zijn aan de normen die artikel 5 opsomt. Die toetsing gebeurt aan de hand van zogenaamde toetsingscriteria die rechtstreeks voortvloeien uit dezelfde normen.

Produktgroepen zijn terug te vinden in de NIS-importstatistieken, bijvoorbeeld koffie, cacao, granen, bereidingen van vlees en vis, bloemen, kleding en toebehoren. De belangrijkste reden om produkten in dezelfde groep onder te brengen is dat ze voor de consument of de verwerkende nijverheid een gelijkwaardig nut vervullen.

De voortbrengers zijn de lokale producenten die instaan voor de produktie van die gewassen of goederen die in een later stadium doorverkocht, gedistribueerd en/of verwerkt worden, dikwijls door grote ondernemingen of overheidsinstellingen, die met een aanzienlijke winstmarge het produkt een imago geven, gebaseerd op een merknaam.

Bijvoorbeeld : sigaretten uit tabak, gebrande en gemalen koffie met een merknaam uit groene koffiebonen, ... Deze voortbrengers verdienen het hun produkten aan betere voorwaarden te kunnen verkopen.

Niet alle voortbrengers van derde wereldprodukten kunnen direct worden bijgestaan. Het promotie-instituut beheert namelijk een repertorium van producent-partners. Dit zijn voortbrengers die werden geselecteerd op basis van de normen van artikel 6.

Tijdens de levenscyclusanalyse worden onder andere nagegaan : de milieubelasting die het produkt heeft veroorzaakt en de werkomstandigheden van de mensen die worden ingezet in de verschillende fasen van ontwerp, produktie, verdere verwerking, transport, verkoop, consumptie en afvalverwerking.

Art. 2 en 3

Er wordt een instituut erkend waarin organisaties samenwerken die reeds ervaring hebben in het aanpakken van derde wereldprodukten, het begeleiden van derde wereldorganisaties en het informeren van de consument. De Koning moet er wel voor zorgen dat er voor elke taak van het instituut voldoende kennis aanwezig is. Zo moeten een organisatie die reeds enige ervaring heeft met het begeleiden van kleine derde wereldproducenten, een organisatie die al goede communicatiekanalen onderhoudt met de Belgische consument en een organisatie die om kan gaan met distributeurs, marketing en keurmerken, vertegenwoordigd zijn.

Van doorslaggevende invloed is de medewerking van organisaties die hun sporen verdiend hebben in

Dans le cadre de sa politique de promotion, l'institut de promotion développe un label consistant en un logo qui sera uniquement apposé sur les produits contrôlés à la lumière des normes énumérées à l'article 5. Ce contrôle est effectué à l'aide de critères de conformité résultant directement de ces mêmes normes.

Les groupes de produits sont établis sur la base des statistiques d'importation de l'INS, par exemple café, cacao, céréales, préparations à base de viande et de poisson, fleurs, habillement et accessoires. La répartition des produits dans les mêmes groupes se justifie essentiellement par le fait que ces produits présentent la même utilité pour le consommateur que pour l'industrie manufacturière.

Les producteurs locaux assurent la production des cultures ou des biens qui seront ultérieurement revendus, distribués et/ou transformés par des entreprises, généralement grandes ou publiques, qui donnent au produit une image basée sur un nom de marque et enregistrent d'importantes marges bénéficiaires.

Par exemple : les cigarettes fabriquées à partir de tabac, le café torréfié et moulu vendu sous une marque déposée et produit à partir de grains de café verts, ...

Ces producteurs méritent de pouvoir vendre leurs produits à des conditions plus avantageuses. Tous les producteurs de produits du tiers monde ne peuvent pas bénéficier d'une aide directe. L'institut de promotion gère un fichier des partenaires producteurs. Ces derniers sont sélectionnés sur la base des normes énoncées à l'article 6.

Au cours de l'analyse du cycle de vie, on examine notamment l'incidence du produit sur l'environnement et les conditions de travail des personnes qui interviennent au cours des différentes phases de la conception, de la production, de la transformation, du transport, de la vente, de la consommation et du traitement des déchets.

Art. 2 et 3

Il est agréé un institut, au sein duquel collaboreront des organisations ayant acquis une expérience sur le plan de la promotion de produits du tiers monde, de l'accompagnement d'organisations d'aide au tiers monde et de l'information des consommateurs. Le Roi veillera à ce que les organisations disposent des connaissances requises pour l'accomplissement de chacune des tâches de l'institut. Ainsi, il faudra que soient représentées au sein de l'institut, une organisation possédant une certaine expérience de l'accompagnement de petits producteurs du tiers monde, une organisation entretenant de bons contacts avec les consommateurs belges et une organisation familiarisée avec les distributeurs, le marketing et les labels.

La collaboration d'organisations réputées dans le domaine de la promotion d'un commerce internatio-

de promotie van eerlijke wereldhandel in België. De mogelijkheid wordt opengelaten voor samenwerking met organisaties in het kader van bestaande en komende Europese initiatieven.

Een belangrijke opdracht van het promotie-instituut is de producenten te begeleiden. Niet alleen kan het akkoorden sluiten met organisaties die ter plaatse het productieproces kunnen verbeteren. Ook zal het, in navolging van het Nederlandse Centrum tot bevordering van de invoer, de producent moeten begeleiden om op de Belgische en Europese markt nieuwe afzetkanalen te vinden, de produkten aan te passen aan de marktvraag, ...

Art. 4

Het promotie-instituut moet zoveel mogelijk zijn werking financieren door zijn activiteiten. Voornamelijk ten aanzien van de partners-producenten is het veelal onmogelijk om op commerciële basis te werken.

Art. 5

Het keurmerk wordt slechts toegekend aan produkten die werden voortgebracht volgens de normen van dit artikel. Door het keurmerk zal de consument geïnformeerd worden over de arbeidsomstandigheden en de milieubelasting (bijvoorbeeld: het gaat niet om door schuldserven of kinderen handgeweven tapijten of niet-duurzaam voortgebracht tropisch hardhout).

Bovendien is het keurmerk een goed alternatief voor een wirwar van kleinere keurmerkinitiatieven die de consument in verwarring kunnen brengen.

Het keurmerk dat de Koning op advies van de commissie goedkeurt kan maar hoeft niet noodzakelijk een bestaand keurmerkinitiatief zijn dat in de geest van deze wet wordt aangepast of uitgebreid. Indien nodig wordt er een totaal nieuw keurmerk vastgesteld. De commissie kan daartoe op basis van een voorstel van het promotie-instituut een advies verlenen aan de Koning.

De toetsingscriteria mogen geen westerse normen opleggen of normen die onhaalbaar zijn voor de kleine producenten. Het instituut kan trouwens op het produkt vermelden dat de producent vorderingen maakt en dat de aanschaf van het produkt aan te bevelen is als steun voor de positieve veranderingen in het productieproces.

De normen zijn normen waarover een grote mate van eensgezindheid bestaat.

Vooreerst zijn er de sociale minimumrechten die uitgedrukt worden in de opgesomde conventies van de Internationale Arbeidsorganisatie :

nal équitabel en Belgique est primordiale. La collaboration avec d'autres organisations dans le cadre d'initiatives européennes existantes et futures sera possible.

L'accompagnement des producteurs constitue une des principales missions de l'institut de promotion. Ce dernier pourra conclure des accords avec des organisations pouvant améliorer le processus de production sur place, mais devra par ailleurs, à l'instar du *Nederlandse Centrum tot bevordering van de Invoer* (Centre néerlandais de promotion des importations), aider les producteurs à trouver de nouveaux débouchés sur les marchés belge et européen, à adapter les produits en fonction de la demande, etc.

Art. 4

L'institut de promotion doit financer son fonctionnement autant que possible par ses activités. Il est souvent impossible de travailler sur des bases commerciales, surtout à l'égard des partenaires producteurs.

Art. 5

Le label ne sera accordé que pour les produits qui auront été fabriqués selon les normes prévues par cet article. Le label éclairera le consommateur sur les conditions de travail et sur la pollution occasionnée (il saura par exemple que le tapis n'aura pas été tissé à la main par des enfants ou des esclaves économiques et qu'il ne s'agit pas de bois durs tropicaux produits de manière non durables).

Le label constitue en outre une bonne alternative à la multitude de petits labels qui peuvent semer la confusion dans l'esprit des consommateurs.

Le label que le Roi approuvera sur l'avis de la commission peut mais ne doit pas nécessairement être un label existant qui est adapté ou étendu conformément à l'esprit de la présente proposition de loi. Au besoin, on élaborera un label entièrement nouveau. La commission pourra à cet effet conseiller le Roi sur la base d'une proposition de l'institut de promotion.

Les critères de conformité ne peuvent impliquer l'imposition de normes occidentales ni de normes impossibles à respecter par les petits producteurs. L'institut peut du reste faire mentionner sur le produit que le producteur réalise des progrès et que l'acquisition du produit est à conseiller en tant que soutien aux améliorations apportées au processus de production.

Ces normes font l'objet d'un large consensus.

Elles concernent en premier lieu les droits sociaux minimums énoncés dans les conventions de l'Organisation internationale du travail dont l'énumération figure ci-après :

- syndicale vrijheid en recht op collectieve onderhandelingen (conventies 87 en 98);
- verbod van kinderarbeid zoals geregeld door conventie 138;
- verbod van discriminatie, gelijke beloning (conventies 100 en 111);
- verbod van gedwongen arbeid (conventies 29 en 105).

Wat het milieubelastend effect van een produkt betreft wordt hier ook gebruik gemaakt van een methodologie die voor het Europees milieukeurmerk wordt toegepast: de levenscyclusanalyse. Dat betekent dat de milieubelasting van een produkt wordt beschouwd over de gehele levensduur van het produkt. Niet alleen zal de koffieproducent, indien nodig met de steun van het instituut, moeten toezien op het gebruik van meststoffen en de selectie van de koffieplanten, maar ook op het soort verpakking.

Ten slotte geldt de norm dat de produkten moeten bijdragen tot een hoger welzijn van de werknemers die de producent tewerkstelt.

De commissie die de Koning adviseert inzake de toetsingscriteria spreekt zich uit over het gewicht dat aan elke aanwijzing moet worden gegeven.

Het is de Koning die zich zal uitspreken of een keurmerk zal worden toegewezen of niet. Die uitspraak kan enkel de bevestiging of ontkenning zijn van een deskundig advies dat de commissie meedeelt aan de Koning.

De commissie moet elk produkt aan de criteria toetsen en zich bij haar advies baseren op het al dan niet voldoen van het produkt aan de gestelde normen. Ze zal daartoe de nodige expertises inwinnen. Ze zal zich uitspreken op basis van een evaluatierapport van een onafhankelijke persoon of instantie. Daaruit moet blijken of het produkt en het productieproces reeds voldoen aan de toetsingscriteria en of de producent aan de normen wil blijven voldoen. Het advies van de commissie is voornamelijk nodig in gevallen van twijfel.

Art. 6

De geldigheid van het keurmerk is beperkt, niet alleen in de tijd, maar ook wat het gebruik betreft.

Het beheer van het keurmerk door het instituut houdt namelijk in dat er regelmatig controles worden uitgevoerd om na te gaan of de produkten nog aan de toetsingscriteria voldoen.

Het keurmerk mag slechts in welbepaalde gevallen gebruikt worden. Het mag slechts voorkomen op een produkt dat werd goedgekeurd. Het kan eveneens worden gebruikt in de reclame voor een goedgekeurd produkt als het instituut daarvoor de toestemming gaf. Het moet er dan op toezien dat het keurmerk niet wordt misbruikt.

Continuïteit is echter belangrijk. Daarom zal niet meteen na het aflopen van de geldigheidsperiode een verbod worden opgelegd om het te gebruiken. De

- liberté syndicale et droit aux négociations collectives (conventions 87 et 98);
- interdiction du travail des enfants telle qu'elle est réglée par la convention 138;
- interdiction de toute discrimination et rémunération égale (conventions 100 et 111);
- interdiction du travail forcé (conventions 29 et 105).

En ce qui concerne l'incidence d'un produit sur l'environnement, on recourt également en l'occurrence à une méthodologie qui est utilisée pour le label écologique européen: l'analyse du cycle de vie. Cela signifie que l'on examine l'incidence qu'a un produit sur l'environnement sur l'ensemble de sa durée de vie. Le producteur de café devra, au besoin avec l'aide de l'institut, non seulement contrôler l'utilisation des engrais et la sélection des plants de café mais également le type de conditionnement.

Enfin, les producteurs doivent contribuer à accroître le bien-être des travailleurs qu'ils occupent.

La commission qui conseille le Roi au sujet des critères de conformité se prononce sur l'importance qu'il convient d'accorder à chaque indication.

Il appartiendra au Roi de déterminer si un label sera ou non attribué. Cette décision ne peut qu'entériner ou infirmer un avis autorisé que la commission a donné au Roi.

La commission doit contrôler la conformité de chaque produit aux critères fixés et fonder son avis sur la conformité ou non du produit aux normes fixées. Elle ordonnera à cet effet les expertises nécessaires. Elle se prononcera sur la base d'un rapport d'évaluation établi par une personne ou une instance indépendantes. Ce rapport devra indiquer si le produit ou le processus de production satisfont aux critères de conformité ou si le producteur entend continuer à se conformer aux normes. L'avis de la commission sera principalement requis en cas de doute.

Art. 6

Des limites sont prévues en ce qui concerne la durée de validité ainsi que l'utilisation du label.

La gestion du label par l'Institut implique notamment l'organisation de contrôles réguliers destinés à vérifier si les produits répondent encore aux critères de conformité.

Le label ne peut être utilisé que dans des cas bien déterminés. Il ne peut être apposé que sur un produit labellisé. Il peut également être utilisé dans la publicité d'un produit labellisé moyennant l'autorisation de l'institut. Ce dernier veillera à ce que le label ne soit pas utilisé abusivement.

La continuité est toutefois également un élément important. L'interdiction d'utiliser le label ne sera dès lors pas imposée dès l'expiration de la période de

commissie zal uiteindelijk beslissen wanneer het keurmerk niet meer mag worden gebruikt.

Art. 7

Het keurmerk biedt slechts beperkte informatie. Daarom moet het promotie-instituut methoden uitwerken om de consument meer te zeggen over alle derde wereldprodukten, niet alleen de gekeurmerkte produkten. Ook over de producenten waarvan de produkten speciaal aangeprezen worden, de producenten die begeleid worden, ... moet er voor de consument meer informatie voorhanden zijn.

Het betreft hier een erg toegankelijke visie van de dossiers die voor intern gebruik toch moeten worden opgemaakt.

Het bestaan van de dossiers moet worden bekendgemaakt in de publikaties ter promotie van het keurmerk. Bovendien moet ook aandacht worden besteed aan thema's zoals biodiversiteit, voedselveiligheid, Zuid-Zuidhandel, prijsopbouw enz ...

Art. 8

De commissie en diegenen die zullen instaan voor de effectieve keuring van een produkt en zijn productieproces hebben niet genoeg aan de normen van artikel 5. Het promotie-instituut zal voorzien in zogenaamde toetsingscriteria. Voor elke produktgroep zal het instituut aan de commissie een lijst voorleggen van criteria waaraan produkt, voortbrenging en verhandeling moeten voldoen om het keurmerk te verkrijgen. De lijst die het instituut aan de commissie voorlegt moet volledig zijn : een bepaalde produktgroep moet getoetst worden aan alle normen. Het is de commissie die de Koning zal adviseren inzake het gebruik van de criteria.

Voor elke produktgroep zijn de criteria verschillend. Voor koffie zal de milieubelasting het hoogst zijn bij de bemesting van de grond, het gebruik van pesticiden en de verscheping. Voor lederprodukten zal dit bij het looien zijn. De toetsingscriteria zullen zich dan ook voor elke produktgroep op andere fasen van het voortbrengingsproces concentreren. Afhankelijk van de vordering van de techniek kunnen toetsingscriteria ook wijzigen, bijvoorbeeld bij nieuwe leerlooitechnieken, andere vormen van transport, ...

Art. 9

Het keurmerk zal pas zijn doel bereiken als voldoende producenten en distributeurs het keurmerk zullen beschouwen als een manier om bij de consu-

validité. La Commission décidera finalement quand le label ne pourra plus être utilisé.

Art. 7

Le label n'offre qu'une information partielle. Il importe dès lors que l'institut de promotion élabore des méthodes afin d'informer plus amplement le consommateur sur l'ensemble des produits du tiers monde, et non uniquement sur les produits labellisés. Le consommateur doit également être informé davantage au sujet des producteurs dont les produits sont particulièrement recommandés, des producteurs qui bénéficient d'un accompagnement, ...

Cette information se présentera sous la forme d'une version simplifiée des dossiers qui devront de toute façon être rédigés pour l'usage interne.

L'existence de ces dossiers doit être annoncée dans les publications de promotion du label. Il conviendra de s'intéresser également à des thèmes tels que la biodiversité, la sécurité alimentaire, le commerce Sud-Sud, la formation des prix, etc ...

Art. 8

La commission et ceux qui seront chargés du contrôle effectif d'un produit et de son processus de production ne pourront se baser uniquement sur les normes prévues à l'article 5. L'institut de promotion prévoira dès lors des critères de conformité. Pour chaque groupe de produits, l'Institut soumettra à la commission une liste de critères auxquels le produit, la production et la commercialisation devront satisfaire pour obtenir le label. La liste que l'Institut soumettra à la commission devra être exhaustive : la conformité d'un groupe de produits déterminé devra être vérifiée par rapport à toutes les normes. C'est la commission qui conseillera le Roi en ce qui concerne l'utilisation des critères.

Les critères différeront d'un groupe de produits à l'autre. En ce qui concerne le café, l'amendement du sol, l'utilisation de pesticides et le transport par mer occasionneront la pollution la plus importante. Pour la maroquinerie, c'est lors du tannage que la pollution sera la plus importante. Les critères de conformité se focaliseront dès lors, pour chaque groupe de produits, sur des phases différentes du processus de fabrication. Les critères de conformité pourront également évoluer en fonction des progrès technologiques, par exemple en cas d'apparition de nouvelles techniques de tannage, d'autres modes de transport, etc.

Art. 9

Le label n'atteindra son objectif que si un nombre suffisant de producteurs et de distributeurs le considèrent comme un moyen d'inciter le consommateur à

ment een voorkeur voor zulke produkten op te wekken. Daarom is het belangrijk dat, producenten, importeurs en reclamebureaus voldoende op de hoogte zijn van het keurmerk.

Art. 11

Het instituut zet de kennis in, die de voorbije decennia door de verscheidene deelnemende organisaties werd opgedaan. Desondanks heeft het niet het alleenrecht om te beslissen welke derde wereldprodukten bevoorreed gaan worden op de Belgische en Europese markt. Daarom zal het enkel voorstellen kunnen doen aan een commissie die zodanig is samengesteld dat ze op basis van expertkennis en kennis van de opinie omtrent de promotie van derde wereldprodukten een besluit kan nemen.

Hoe denken de consumenten over het produkt, wat is hun gevoeligheid ervoor, is het verkoopbaar, wat denken de handelaars erover, zijn er geen zware milieuproblemen die over het hoofd werden gezien? Is het op langere termijn niet geheel tegenstrijdig met een duurzame ontwikkeling? Hierover en over nog veel meer zal de commissie een uitspraak moeten doen en het resultaat ervan rapporteren aan de Koning. Het is deze laatste die de definitieve beslissing zal nemen.

Art. 12

Het keurmerk is een concurrentievoordeel, vooral als het aanslaat bij de consument. Daarom is het van groot belang om elke belanghebbende de kans te geven het derde wereldprodukt waarmee hij werkt voor te dragen ter keuring.

Zijn er na enkele eenvoudige toetsingen door het instituut aanwijzingen dat er geen enkele kans is dat het produkt kan worden goedgekeurd, dan zal de commissie zich tot de indiener van de aanvraag moeten wenden met een kort advies. De voortbrenger kan begeleiding krijgen volgens de voorwaarden van artikel 10.

Art. 13 tot 16

Het keurmerk biedt de consument de garantie dat het produkt voldoet aan welbepaalde criteria. Indien consumenten hun geloof erin verliezen, zullen noch distributeurs, noch producenten nog bereid zijn om te investeren in de aanpassingen die het verkrijgen van het keurmerk vereist. Daarom is een wettelijke bescherming van het keurmerk belangrijk.

Deze artikelen bevatten ook maatregelen tegen degenen die misbruik willen maken van de kritische consument. De kracht van een keurmerk als informatieverlener over « eerlijke wereldhandel » gaat

préférer les produits labellisés. Il importe dès lors que les consommateurs, les producteurs, les importateurs et les agences de publicité soient suffisamment informés de l'existence du label.

Art. 11

L'institut met en œuvre les connaissances que les différentes organisations participantes ont acquises au cours de la dernière décennie. Il n'a cependant pas le droit de déterminer seul les produits du tiers monde qui seront privilégiés sur les marchés belge et européen. C'est la raison pour laquelle il pourra seulement formuler des propositions à une commission qui sera composée de manière à pouvoir prendre des décisions concernant la promotion de produits du tiers monde à la lumière des connaissances d'experts et de la connaissance de l'opinion.

Que pensent les consommateurs du produit, y sont-ils sensibles, est-il vendable, qu'en pensent les commerçants, ne pose-t-il pas de graves problèmes écologiques qui ont été perdus de vue? Ne va-t-il pas, à long terme, tout à fait à l'encontre d'un développement durable? La Commission devra se prononcer sur ce genre de questions et sur bien d'autres encore et informer le Roi du résultat de ses délibérations. C'est ce dernier qui prendra la décision définitive.

Art. 12

Le label constitue un atout en termes de concurrence, surtout lorsqu'il a du succès auprès des consommateurs. Il importe dès lors de permettre à toute personne intéressée de présenter le produit du tiers monde avec lequel il travaille en vue de sa labellisation.

S'il s'avère, au terme de quelques vérifications simples effectuées par l'institut, que le produit n'a aucune chance d'être labellisé, la commission adressera un avis motivé succinct au demandeur. Le producteur local pourra éventuellement bénéficier de mesures d'accompagnement selon les conditions prévues à l'article 10.

Art. 13 à 16

Le label offre au consommateur la garantie que le produit répond à certains critères. Si ce label n'inspire plus confiance aux consommateurs, ni les distributeurs ni les producteurs n'accepteront encore d'investir dans les adaptations requises pour l'obtention du label. C'est la raison pour laquelle il importe d'accorder à celui-ci une protection légale.

Ces articles contiennent également des dispositions visant à punir les personnes qui tentent d'abuser le consommateur critique. La force d'un label en tant que moyen d'information sur le « commerce

verloren als iedere distributeur of fabrikant ongegrond gaat verklaren dat zijn produkt ook bijdraagt tot een « eerlijke wereldhandel ». Een nauwgezette controle van het keurmerk is essentieel voor het welslagen ervan.

Het gebruik van keurmerken die de indruk wekken te kaderen in een eerlijke wereldhandel en niet uitdrukkelijk door de Koning en na positief advies van de commissie werden goedgekeurd, wordt bestraft.

Art. 17

Dit voorstel poogt een stimulans te zijn voor een eerlijkere wereldhandel. In enkele gevallen zal het echter nodig zijn dat er negatieve sancties worden genomen, indien de vernietiging van het milieu te ver gaat, als de produkten die hier geïmporteerd worden een grote menselijke tol eisen, ...

Nochtans moet het geven van positieve stimuli de belangrijkste beleids optie blijven. Negatieve sancties moeten stapsgewijs genomen worden. Het weren van de geïmporteerde produkten van de Belgische markt heeft immers weinig effect als geen gecoördineerde actie wordt ondernomen met andere Europese lidstaten of als de boodschap niet overkomt bij de producent.

J. VAN DER SANDE

mondial équitable » est réduite à néant si chaque distributeur ou fabricant déclare fallacieusement que son produit contribue également à la promotion d'un commerce mondial équitable. Si l'on veut que ce système de label porte ses fruits, il est essentiel qu'il soit assorti d'un contrôle rigoureux.

L'utilisation de labels donnant l'impression de promouvoir l'équité du commerce mondial sans avoir été explicitement approuvés par le Roi après avis positif de la Commission est punissable.

Art. 17

La présente proposition de loi tend à promouvoir un commerce mondial équitable. Il sera cependant nécessaire de prendre des sanctions négatives dans certains cas, par exemple en cas de nuisance écologique trop importante, de tribut humain trop lourd à payer pour les produits importés, ...

La politique doit toutefois demeurer essentiellement axée sur les incitants positifs. Les sanctions négatives doivent être prises de façon progressive. Il n'est guère utile, en effet, d'interdire à des produits l'accès au marché belge si aucune action coordonnée n'est entreprise à l'échelon européen ou si le producteur ne perçoit pas correctement le message.

WETSVOORSTEL

HOOFDSTUK I

Definities

Artikel 1

Voor de toepassing van deze wet wordt verstaan onder :

1° *ontwikkelingslanden* : landen in een fase van ontwikkeling die als zodanig worden aangeduid door het Ontwikkelingscomité (DAC) van de Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling (OESO);

2° *derde wereld* : alle ontwikkelingslanden;

3° *keurmerk* : beeltenis die op een produkt en/of zijn verpakking wordt aangebracht met de bedoeling aan de consument duidelijk te maken dat het produkt voldoet aan vooraf gestelde normen;

4° *toetsingscriteria* : de criteria die specifiek zijn voor elke produktgroep en op basis waarvan een produkt kan worden getoetst aan de normen die deze wet opsomt;

5° *produktgroep* : door de Koning aangeduide produkten die gekenmerkt worden door hun zelfde nut voor de consument of de verwerker, eenzelfde functie, eenzelfde aard of andere reden waarom ze in aanmerking komen om door dezelfde criteria te worden getoetst;

6° *commissie* : de commissie die deze wet opricht om de Koning te adviseren inzake de keuze en het gebruik van het keurmerk, het nemen van sancties, het begeleiden van producenten en het promoten van hun produkten;

7° *voortbrengers* : de producenten die in de derde wereld produkten voortbrengen die zijzelf of andere ondernemingen, met of zonder verdere verwerking, op de Europese markt brengen;

8° *partners-producenten* : de voortbrengers uit de derde wereld waarmee het promotie-instituut samenwerkt voor de keuring of het op de markt brengen van de door hen voortgebrachte produkten;

9° *derde wereldprodukten* : produkten van de voortbrengers die eventueel nadien elders nog werden verwerkt;

10° *levenscyclusanalyse* : een onderzoek van de ganse levensloop van een produkt, van de ontwerpfasen tot het moment waarop het wordt afgedankt. Het onderzoek analyseert en evalueert de milieubelasting en de werkomstandigheden tijdens de afzonderlijke fasen.

PROPOSITION DE LOI

CHAPITRE I^{er}

Définitions

Article 1^{er}

Pour l'application de la présente loi, il y a lieu d'entendre par :

1° *pays en voie de développement* : les pays se trouvant dans une phase de développement, désignés comme tels par le Comité d'aide au développement (CAD) de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE);

2° *tiers monde* : tous les pays en voie de développement;

3° *label* : la marque apposée sur un produit et/ou son emballage afin de certifier au consommateur que le produit satisfait à des normes préétablies;

4° *critères de conformité* : les critères spécifiques à chaque groupe de produits, en fonction desquels il peut être contrôlé si un produit satisfait aux normes énumérées dans la présente loi;

5° *groupe de produits* : les produits désignés par le Roi, ayant la même utilité pour le consommateur ou le fabricant, la même fonction, la même nature ou qui, pour d'autres raisons, sont contrôlés sur la base des mêmes critères;

6° *commission* : la commission instituée par la présente loi en vue de conseiller le Roi en ce qui concerne le choix et l'utilisation du label, l'établissement de sanctions, l'accompagnement des producteurs et la promotion de leurs produits;

7° *producteurs* : les producteurs qui produisent dans le tiers monde des produits mis sur le marché européen par eux-mêmes ou par d'autres entreprises, après transformation éventuelle;

8° *partenaires-producteurs* : les producteurs du tiers monde avec lesquels l'institut de promotion collabore pour l'expertise ou la commercialisation de leurs produits;

9° *produits du tiers monde* : les produits des producteurs qui ont éventuellement encore subi une transformation ailleurs;

10° *analyse du cycle de vie* : l'analyse de la durée de vie d'un produit, depuis son développement jusqu'à sa mise hors d'usage. Cette analyse a pour objet d'évaluer l'incidence du produit sur l'environnement ainsi que les conditions de travail au cours des différentes phases.

HOOFDSTUK II

Het promotie-instituut

Art. 2

De erkenning

§ 1. De Koning erkent, op voorstel van de minister of staatssecretaris die bevoegd is voor ontwikkelings-samenwerking, een organisatie waarvan de volgende opdrachten de belangrijkste zijn :

1° het uitbouwen van een keurmerk voor derde wereldprodukten die voldoen aan de normen die artikel 5 opsomt;

2° de promotie op de Belgische en Europese markt van het keurmerk en van de produkten met dat keurmerk;

3° de begeleiding van de importeurs, distributeurs, verwerkers en producenten van derde wereldprodukten die de Koning aanduidt en die mits aanpassingen in aanmerking kunnen komen voor een keurmerk voor derde wereldprodukten;

4° het opstellen en beheren van repertoria van :

a) partners-producenten en hun produkten die in aanmerking komen voor een keurmerk dat door het promotie-instituut wordt beheerd;

b) partners-producenten die in aanmerking komen voor begeleiding door het promotie-instituut;

c) handelaars en importeurs die gemachtigd zijn derde wereldprodukten op de markt te brengen onder een keurmerk dat door het promotie-instituut wordt beheerd;

5° het begeleiden van de partners-producenten die in aanmerking komen voor begeleiding, afhankelijk van hun noden :

a) aanpassing van hun produktieproces aan de normen van artikel 5;

b) begeleiding bij de verhandeling van hun produkten op de Belgische en Europese markt;

c) verkrijging van het keurmerk;

6° het voorlichten van de Belgische consument omtrent de rol en de aard van het keurmerk, de rol van de derde wereldprodukten op de Belgische en Europese markt voor de voortbrengers ervan en de rol van het aankoopgedrag van de consument in het algemeen ontwikkelingsbeleid.

§ 2. De Koning ontheft de organisatie van haar opdracht indien ze bovenstaande taken niet meer naar behoren kan vervullen. De erkenning van de aangewezen organisatie kan pas ingetrokken worden na advies van de commissie.

CHAPITRE II

L'institut de promotion

Art. 2

Agréation

§ 1^{er}. Le Roi agréé, sur proposition du ministre ou du secrétaire d'Etat qui a la coopération au développement dans ses attributions, un organisme dont les principales missions sont les suivantes :

1° la création d'un label pour les produits du tiers monde qui répondent aux normes énumérées à l'article 5;

2° la promotion, sur les marchés belge et européen, de ce label ainsi que des produits labellisés;

3° l'accompagnement des importateurs, distributeurs, fabricants et producteurs de produits du tiers monde que le Roi désigne et qui, pour autant qu'ils répondent à certains critères, peuvent bénéficier d'un label;

4° l'établissement et la gestion de fichiers de :

a) partenaires producteurs et de leurs produits susceptibles de se voir attribuer un label géré par l'institut de promotion;

b) partenaires producteurs susceptibles de bénéficier de l'accompagnement de l'institut de promotion;

c) commerçants et importateurs habilités à commercialiser des produits du tiers monde sous un label géré par l'institut de promotion;

5° l'encadrement des partenaires producteurs susceptibles de bénéficier d'un encadrement, qui pourrait consister, selon leurs besoins, en :

a) une adaptation de leur processus de production en fonction des normes fixées à l'article 5;

b) un accompagnement au niveau de la commercialisation de leurs produits sur les marchés belge et européen;

c) une aide visant à leur permettre d'obtenir le label;

6° l'information des consommateurs belges en ce qui concerne le rôle et la nature du label, le rôle que jouent les produits du tiers monde sur les marchés belge et européen pour leurs producteurs et le rôle que joue le comportement du consommateur en matière d'achat dans la politique générale de développement.

§ 2. Le Roi dispense l'organisme de s'acquitter de sa mission s'il n'est plus en mesure d'accomplir correctement les tâches précitées. L'agrément ne peut être retiré à l'organisme désigné qu'après avis de la commission.

Art. 3

De aard

§ 1. Het promotie-instituut is een vereniging zonder winstoogmerk.

§ 2. De raad van beheer bestaat uit vertegenwoordigers van Europese organisaties zonder winstoogmerk waarvan minstens 4/5^e Belgische organisaties die reeds meer dan 5 jaar ervaring hebben betreffende de problematiek van de eerlijke wereldhandel, de ontwikkelingssamenwerking in haar geheel of de studie en de promotie van het kritisch consumeren.

§ 3. Gezien zijn taken moet het promotie-instituut in zijn organisatiestructuur voorzien in minstens de volgende geledingen, die onafhankelijk van elkaar kunnen werken in de zin dat er tussen de geledingen geen belangenvermenging kan bestaan :

- beheer van het keurmerk en promotie van de produkten met dat keurmerk;
- begeleiden van producenten;
- voorbereidend studiewerk en secretariaat voor de commissie, meer bepaald op het stuk van voorstellen voor de toetsingscriteria, de produktgroepen, begeleidingsopdrachten.

§ 4. De Koning kan bijkomende voorwaarden opleggen betreffende de statuten van het promotie-instituut.

Art. 4

De financiering

§ 1. De overheid financiert het promotie-instituut zolang het zijn middelen niet kan putten uit de opbrengsten van het gebruik van het keurmerk door derden en zijn dienstverlening inzake promotie.

§ 2. Het promotie-instituut kan haar inkomsten betrekken uit :

- 1° de bijdrage van producenten, importeurs, distributeurs en alle anderen die het keurmerk gebruiken;
- 2° de bijdrage van producenten, importeurs, distributeurs en alle anderen die begeleiding krijgen van het promotie-instituut;
- 3° de verkoop en het ter beschikking stellen van documentatie inzake eerlijke wereldhandel, de partners-producenten en andere promotieactiviteiten.

Art. 3

Nature

§ 1^{er}. L'institut de promotion est une association sans but lucratif.

§ 2. Le conseil d'administration est composé de représentants d'organisations européennes sans but lucratif, dont les quatre cinquièmes au moins seront des organisations belges ayant une expérience de plus de cinq ans en matière de commerce mondial équitable, de coopération au développement dans son ensemble ou d'étude et promotion de la consommation critique.

§ 3. Eu égard à sa gestion, l'institut de promotion doit prévoir, dans son organigramme, au moins les composantes suivantes, qui doivent pouvoir travailler indépendamment les unes des autres, de telle manière qu'il ne puisse exister entre elles aucune confusion d'intérêts :

- la gestion du label et la promotion des produits portant ce label;
- l'accompagnement des producteurs;
- la réalisation d'études préparatoires et le secrétariat de la commission, notamment en ce qui concerne les propositions relatives aux critères de conformité, aux groupes de produits et aux missions d'accompagnement.

§ 4. Le Roi peut fixer des conditions supplémentaires en ce qui concerne les statuts de l'institut de promotion.

Art. 4

Financement

§ 1^{er}. Les pouvoirs publics assurent le financement de l'institut de promotion tant que celui-ci ne peut tirer ses ressources du produit de l'utilisation du label par des tiers et des services qu'il rend en matière de promotion.

§ 2. L'institut de promotion peut tirer ses ressources :

- 1° des cotisations des producteurs, importateurs, distributeurs et de toutes les autres personnes qui utilisent le label;
- 2° des cotisations des producteurs, importateurs, distributeurs et de toutes les autres personnes qui bénéficient de son accompagnement;
- 3° de la vente et de la fourniture de documentation concernant le commerce mondial équitable, les partenaires producteurs et d'autres activités de promotion.

HOOFDSTUK III

Het keurmerk

Art. 5

Beheer

§ 1. De Koning zal na eensluidend advies en na goedkeuring van de raad van beheer van het promotie-instituut en van de commissie uitspraak doen over de kenmerken van het keurmerk.

De Koning zal zich aldus uitspreken over de beeltenis, het formaat, de plaatsing en de specifieke regels betreffende het gebruiksrecht van het keurmerk. Kosten voor onderzoek en het ontwerpen van een nieuw of het gebruiken van een bestaand keurmerk zullen worden verhaald op het promotie-instituut.

§ 2. De toetsingscriteria op basis waarvan de normen worden getoetst, worden vastgesteld door de Koning na advies van de commissie. Ze geven minstens uitdrukking aan volgende normen :

1° de arbeidsomstandigheden bij de productie en verhandeling ervan moeten voldoen aan de conventies van de Internationale Arbeidsorganisatie n^o 29, 87, 98, 100, 105, 111 en 138;

2° de milieubelasting moet gemeten worden door een levenscyclusanalyse (LCA) en minimaal zijn voor de hele levensloop van het produkt;

3° de produkten moeten bijdragen tot een hoger welzijn van de werknemers die de producent tewerkstelt;

4° het aantal tussenpersonen en tussenstadia in de verhandeling moet zoveel mogelijk beperkt worden, opdat de weg die het produkt moet afleggen tussen voortbrenger en consument, zo klein mogelijk zou zijn, opdat een zo groot mogelijk aandeel van de verkoopprijs, aan de voortbrenger ten goede zou komen.

§ 3. Op basis van volgende richtsnoeren worden de toetsingscriteria voor de derde norm geformuleerd :

a) de voortbrenger biedt een produkt aan waarvoor er in België een markt bestaat;

b) de prijs die voor het produkt kan gekregen worden op de Belgische markt is een redelijke beloning voor het geleverde werk van de voortbrenger en de werknemers;

c) de voortbrenger behoort tot de achtergestelde groepen in het land;

d) de voortbrenger streeft naar gezamenlijke besluitvorming en de eerlijke verdeling van de opbrengst van de arbeid;

e) de mate en de wijze van organisatie dragen bij tot het welzijn van de mensen en de leefomstandigheden zoals die gebruikelijk zijn in de cultuur van de partner;

CHAPITRE III

Le label

Art. 5

Gestion

§ 1^{er}. Le Roi se prononcera sur les caractéristiques du label après avis conforme et après approbation du conseil d'administration de l'institut de promotion et de la commission.

Le Roi se prononcera dès lors sur le graphisme, le format et l'emplacement du label, ainsi que sur les règles spécifiques relatives au droit de l'utiliser. Les frais d'étude ainsi que les coûts afférents à la création d'un nouveau label ou à l'utilisation d'un label existant seront imputés à l'institut de promotion.

§ 2. Le Roi fixe les critères de conformité après avis de la commission. Ces critères consacreront au moins les normes suivantes :

1° les conditions de travail lors de la production et de la commercialisation des produits doivent satisfaire aux conventions de l'Organisation internationale du travail n^{os} 29, 87, 98, 100, 105, 111 et 138;

2° la pollution engendrée doit être mesurée par une analyse du cycle de vie (ACV) et doit être minime durant toute la vie du produit;

3° les produits doivent contribuer à accroître le bien-être des travailleurs occupés par le producteur;

4° le nombre d'étapes intermédiaires intervenant dans le processus de commercialisation doit être réduit au maximum afin de rapprocher le plus possible le producteur du consommateur et de faire en sorte que la plus large part possible du prix de vente lui revienne.

§ 3. Les critères de conformité relatifs à la troisième norme seront formulés en tenant compte des principes suivants :

a) le producteur propose un produit pour lequel un marché existe en Belgique;

b) le prix qui peut être obtenu pour le produit sur le marché belge constitue une rétribution raisonnable pour le travail fourni par le producteur et les travailleurs;

c) le producteur appartient aux groupes défavorisés du pays;

d) le producteur s'efforce de pratiquer la codécision et de répartir équitablement le produit du travail;

e) le degré et le mode d'organisation contribuent au bien-être de la population et à l'amélioration des conditions de vie propres à la culture du partenaire;

f) de voortbrenger identificeert zich met of ondersteunt de traditionele cultuur van de streek, de culturele identiteit van de autochtone bevolking;

g) bij de voortbrenger heerst gelijkwaardigheid tussen mannen en vrouwen in de toegang tot de produktiefactoren (land, arbeid, kapitaal), in de arbeidsverdeling, in de zeggenschap, en in de beloning;

h) bij de voortbrenger heersen goede secundaire arbeidsvoorwaarden : interne scholing en training, crèche, ...;

i) de voortbrenger is alert voor de gevolgen van de productie op het milieu en draagt bij tot het herstel van het ecologisch evenwicht;

j) de voortbrenger heeft een uitstraling naar andere voortbrengers : hij probeert ook andere voortbrengers te organiseren volgens deze richtsnoeren;

k) de voortbrenger vervreemdt door zijn productie voor de export niet van de eigen markt en streeft ernaar om produkten die geschikt zijn voor de binnenlandse markt ook via binnenlandse kanalen af te zetten;

l) de voortbrenger streeft actief naar de positieve verbetering van achtergestelde mensen in de streek; de voortbrenger stelt zich mee tot doel om de allerarmsten in zijn omgeving mee te laten profiteren van zijn activiteiten;

m) de voortbrenger en zijn produkten zijn bijzonder geschikt voor de voorlichting over de structuren van de internationale handel en de evolutie naar een eerlijke wereldhandel;

n) de voortbrenger verwerkt zoveel mogelijk zijn produkten in het land van oorsprong.

De commissie spreekt zich bij het advies over de toetsingscriteria uit over het gewicht dat aan elk van deze richtsnoeren moet worden gegeven.

§ 4. Elk produkt dat de commissie ter keuring aanduidt, zal aan al deze normen worden getoetst door middel van toetsingscriteria die specifiek voor elke produktgroep werden opgesteld.

§ 5. Het keurmerk wordt alleen toegekend als het produkt kan voldoen aan volgende voorwaarden :

1° geheel of voor een belangrijk gedeelte afkomstig zijn uit een ontwikkelingsland;

2° de commissie, na toetsing van de betreffende criteria, vastgesteld heeft, dat het produkt aan de normen voldoet zoals in dit artikel gesteld;

3° zowel producent-partner als importeur verklaren zich akkoord met het aanbrengen van het keurmerkteken op het produkt of de verpakking ervan;

4° de Koning beslist na positief advies van de commissie tot toekenning van het keurmerk aan het produkt.

f) le producteur soutient la culture traditionnelle de la région et l'identité culturelle de la population autochtone ou s'y identifie;

g) le producteur veille à l'égalité des hommes et des femmes en ce qui concerne l'accès aux facteurs de production (terre, travail, capital), la répartition du travail, la participation et la rémunération;

h) il règne chez le producteur, de bonnes conditions de travail secondaires : formation interne, crèche, etc.;

i) le producteur est attentif aux effets que la production peut avoir sur l'environnement et aide à rétablir l'équilibre écologique;

j) le producteur exerce une influence positive sur d'autres producteurs, en ce sens qu'il tente de gagner d'autres producteurs à ces principes;

k) le producteur ne se coupe pas de son propre marché par sa production destinée à l'exportation et s'efforce d'écouler des produits adaptés au marché intérieur par des canaux intérieurs;

l) le producteur s'efforce activement d'améliorer la situation des personnes défavorisées de la région; il se fixe notamment pour but de faire profiter les plus démunis de son entourage de ses activités;

m) le producteur et ses produits constituent des éléments particulièrement pertinents dans le cadre de l'information sur les structures du commerce international et l'évolution vers un commerce mondial équitable;

n) le producteur fabrique autant que possible ses produits dans le pays d'origine.

Dans son avis sur les critères d'évaluation, la commission se prononce sur l'importance à donner à chacun de ces principes.

§ 4. Tout produit désigné par la commission en vue d'être labellisé devra répondre à ces normes et sera jugé sur la base de critères de conformité qui auront été définis pour chaque groupe de produits.

§ 5. Le label n'est attribué que si les conditions suivantes sont remplies :

1° il doit provenir en tout ou en grande partie d'un pays en voie de développement;

2° la commission doit avoir constaté sur la base des critères établis que le produit répond aux normes fixées par le présent article;

3° tant le partenaire producteur que l'importateur doivent marquer leur accord sur l'apposition du label sur le produit ou sur son emballage;

4° le Roi accorde le label au produit après avis favorable de la commission.

Art. 6

Geldigheid

§ 1. Het keurmerk wordt voor een verlengbare termijn van 5 jaar toegekend en mag slechts gedurende die termijn voorkomen op het te koop aangeboden produkt.

§ 2. Indien wordt vastgesteld dat het keurmerk onregelmatig gebruikt wordt of als de commissie vaststelt dat de partner-producent de aanbevelingen niet meer opvolgt, kan de toelating om het keurmerk te gebruiken worden ingetrokken.

§ 3. Tijdens onaangekondigde tussentijdse controles van produkt, produktie, verhandeling en gebruik van het keurmerk mogen geen onregelmatigheden vastgesteld worden die indruisen tegen de afspraken die met de partner-producent, invoerder en andere betrokkenen werden gemaakt omtrent het voeren van het keurmerk.

§ 4. Het keurmerk kan maar voor reclame- of promotiedoeleinden gebruikt worden als het om een gekeurd produkt gaat en na schriftelijke toelating van het promotie-instituut.

§ 5. Het promotie-instituut of andere personen of organisaties mogen het keurmerk maar voor andere doeleinden gebruiken indien ze een schriftelijke toestemming verkrijgen van het promotie-instituut.

§ 6. Indien niet meer aan deze voorwaarden wordt voldaan beslist de commissie dat het keurmerk niet meer gebruikt mag worden. Vanaf de dertigste dag na de bekendmaking van de beslissing mag het keurmerk niet meer zichtbaar zijn op de in de beslissing genoemde produkten en hun verpakking en mag geen reclame meer gebruikt worden waarin rechtstreeks of onrechtstreeks wordt verwezen naar het keurmerk.

Art. 7

Openbare produktinformatie

Het promotie-instituut moet tegen kostprijs en op eenvoudige aanvraag, per gekeurmerkt produkt, aan het publiek een dossier ter beschikking stellen met minstens de volgende gegevens : de aard van de producent, het produkt, de verhandeling en de prijsopbouw en de algemene context waarin de producent werkt en het produkt wordt voortgebracht.

Art. 8

Toetsingscriteria

§ 1. Het promotie-instituut zal per produktgroep toetsingscriteria opstellen. Elk produkt waarvoor een keurmerk wordt aangevraagd wordt aan die cri-

Art. 6

Validité

§ 1^{er}. Le label est attribué pour un délai renouvelable de 5 ans. Il ne peut être apposé sur le produit mis en vente que pendant ce délai.

§ 2. S'il s'avère que le label est utilisé de façon abusive ou si la commission constate que le partenaire producteur ne se conforme plus aux recommandations, l'autorisation d'utiliser le label peut être retirée.

§ 3. Des contrôles inopinés des produits, de la production, de la commercialisation et de l'utilisation du label ne peuvent révéler d'irrégularités contraires aux accords conclus avec le partenaire producteur, l'importateur ou tout autre intéressé quant à l'autorisation d'utiliser le label.

§ 4. Le label ne peut être utilisé qu'à des fins de publicité et de promotion en faveur de produits contrôlés et après autorisation écrite délivrée par l'institut de promotion.

§ 5. L'institut de promotion ou d'autres personnes ou organisations ne peuvent utiliser le label à d'autres fins que s'ils ont obtenu une autorisation écrite de l'institut de promotion.

§ 6. Si ces conditions ne sont plus remplies, la commission décide que le label ne peut plus être utilisé. A partir du trentième jour suivant la notification de cette décision, le label ne peut plus figurer sur les produits visés par la décision ni sur leur emballage et aucune publicité ne peut plus renvoyer, directement ou indirectement, au label.

Art. 7

Information publique concernant les produits

L'institut de promotion doit, au prix coûtant et sur simple demande, mettre à la disposition du public, par produit labellisé, un dossier comportant au moins les données suivantes : la nature du producteur, le produit, son mode de commercialisation et la structure de son prix, ainsi que le contexte général dans lequel le producteur travaille et le produit est fabriqué.

Art. 8

Critères de conformité

§ 1^{er}. L'institut de promotion fixera, par groupe de produits, des critères de conformité. La conformité avec ces critères, qui découleront tous d'une ou plu-

teria getoetst. De toetsingscriteria zijn allen een uitvloeisel van een of meerdere normen van artikel 5.

§ 2. De toetsingscriteria waaraan elk te keuren produkt zal worden getoetst zijn van die aard dat het produkt aan elke norm wordt getoetst.

§ 3. De commissie keurt de toetsingscriteria goed vooraleer ze effectief kunnen worden gebruikt om produkten te keuren.

§ 4. Elke wijziging, toevoeging of schrapping van toetsingscriteria moet worden voorgelegd aan de commissie vooraleer ze toepasbaar zal worden.

Art. 9

Promotie

Het promotie-instituut heeft als opdracht in te staan voor de promotie van produkten die voorzien zijn van een keurmerk waarvan sprake in dit hoofdstuk. Zowel de verwerkende industrie als de distributeurs en promotoren moeten worden benaderd om het marktaandeel van het gekeurde produkt zoveel mogelijk te vergroten ten opzichte van dat van gelijkaardige produkten zonder keurmerk.

Art. 10

Begeleiding

Het promotie-instituut heeft de opdracht voortbrengers individueel te begeleiden bij de aanpassing van hun produktieproces en vormingsactiviteiten te organiseren; voor groepen voortbrengers en verwerkers van de derde-wereldprodukten.

De individuele begeleiding van voortbrengers bestaat uit adviezen om het produktieproces in al zijn stadia aan te passen, tot het resulterende produkt in aanmerking kan komen voor het keurmerk.

Een individuele begeleidingsopdracht kan pas geschieden, na positief advies van de commissie.

HOOFDSTUK IV

De commissie

Art. 11

Oprichting

§ 1. De Koning richt een commissie op die adviezen geeft aan de Koning inzake de werking van het keurmerk.

sieurs des normes fixées à l'article 5, sera contrôlée pour chaque produit pour lequel un label est demandé.

§ 2. Les critères de conformité en fonction desquels chaque produit à labelliser sera contrôlé seront établis de manière à ce que l'on puisse vérifier la conformité du produit avec chaque norme.

§ 3. La commission approuve les critères de conformité avant qu'ils soient effectivement utilisés pour labelliser les produits.

§ 4. Toute modification, adjonction ou suppression de critères de conformité doit être soumise à la commission avant de devenir effective.

Art. 9

Promotion

L'institut de promotion a pour mission de promouvoir les produits portant un label visé au présent chapitre. Tant l'industrie de transformation que les distributeurs et les promoteurs doivent être approchés de manière à accroître autant que possible la part de marché du produit labellisé par rapport à celle de produits analogues ne bénéficiant pas du label.

Art. 10

Accompagnement

L'institut de promotion est chargé de l'accompagnement individuel des producteurs dans le cadre de l'adaptation de leurs processus de production. Il organise des activités de formation à l'intention de groupes de producteurs et de fabricants de produits du tiers monde.

L'accompagnement individuel des producteurs consiste à formuler des avis en vue de l'adaptation de tous les stades de production du produit jusqu'à ce que ce dernier puisse obtenir le label.

Toute mission d'accompagnement individuel est subordonnée à l'avis favorable de la commission.

CHAPITRE IV

La commission

Art. 11

Institution

§ 1^{er}. Le Roi crée une commission chargée de Le conseiller en ce qui concerne l'utilisation du label.

§ 2. De commissie bestaat uit twee afdelingen : een afdeling die zich inlaat met handelsgebonden aspecten en een afdeling die zich inlaat met ontwikkelingsaspecten.

§ 3. De afdeling voor handelsgebonden aspecten komt bijeen voor het adviseren van de Koning inzake volgende materies :

- 1° de toelating om het keurmerk te gebruiken;
- 2° de promotie van derde wereldprodukten op de Belgische en Europese markten;
- 3° de promotie van het keurmerk en de produkten met een keurmerk;
- 4° de opname van importeurs, verwerkers en distributeurs in het repertorium voor gebruikers van het keurmerk.

Deze afdeling is samengesteld uit :

- 2 vertegenwoordigers van de erkende consumentenorganisaties, aangeduid door de Raad voor het Verbruik;
- 1 vertegenwoordiger van de erkende middenstandsorganisaties;
- 1 academicus, expert inzake keurmerken en marketing;
- 1 vertegenwoordiger van de grootdistributeurs;
- 1 vertegenwoordiger van het promotie-instituut;
- 1 vertegenwoordiger van het federale departement economische zaken.

§ 4. De afdeling die zich inlaat met het ontwikkelingsaspect komt bijeen voor het adviseren van de Koning inzake volgende materies :

- 1° goedkeuren, afschaffen en wijzigen van produktgroepen en hun toetsingscriteria;
- 2° het toekennen van een keurmerk;
- 3° de begeleidingsopdrachten;
- 4° de maatregelen bij erge schending van de normen zoals bedoeld in artikel 17;
- 5° de opname van producenten-partners in het repertorium voor begeleiding;
- 6° de opname van producenten-partners in het repertorium voor keurmerken.

Deze afdeling is samengesteld uit :

- 1 vertegenwoordiger van de erkende milieuorganisaties, voorgedragen door de Nationale Raad voor Duurzame Ontwikkeling;
- 1 vertegenwoordiger van de erkende ontwikkelingsorganisaties, voorgedragen door de Nationale Raad voor Duurzame Ontwikkeling;
- 1 vertegenwoordigend lid van de Belgische administratie voor ontwikkelingssamenwerking;
- 1 vertegenwoordiger van het promotie-instituut, na de oprichting hiervan;
- 1 vertegenwoordiger van de erkende vakbonden.

§ 5. Beide afdelingen van de commissie geven gezamenlijk advies aan de Koning voor volgende materies :

- 1° de keuze van een keurmerk;

§ 2. La commission se compose d'une section chargée des aspects commerciaux et d'une section chargée des aspects afférents au développement.

§ 3. La section chargée des aspects commerciaux conseille le Roi dans les matières suivantes :

- 1° l'autorisation d'utiliser le label;
- 2° la promotion de produits du tiers monde sur les marchés belge et européen;
- 3° la promotion du label et des produits portant le label;
- 4° l'inscription d'importateurs, de fabricants et de distributeurs dans le fichier des utilisateurs du label.

Cette section est composée :

- de 2 représentants des organisations reconnues de défense des consommateurs, désignés par le Conseil de la consommation;
- d'un représentant des organisations reconnues des Classes moyennes;
- d'un universitaire, expert en labels et marketing;
- d'un représentant du secteur de la grande distribution;
- d'un représentant de l'institut de promotion;

— d'un représentant du département fédéral des Affaires économiques.

§ 4. La section chargée des aspects afférents au développement conseille le Roi dans les matières suivantes :

- 1° l'approbation, la suppression et la modification de groupes de produits et des critères de conformité y afférents;
- 2° l'octroi d'un label;
- 3° les missions d'accompagnement;
- 4° les mesures à prendre en cas de violation grave des normes fixées à l'article 17;
- 5° l'inscription de partenaires-producteurs dans le fichier d'accompagnement;
- 6° l'inscription de partenaires-producteurs dans le fichier des labels.

Cette section est composée :

- d'un représentant des organisations reconnues de protection de l'environnement, présenté par le Conseil national du développement durable;
- d'un représentant des organisations reconnues d'aide au développement, présenté par le Conseil national du développement durable;
- d'un membre de l'Administration belge de la Coopération au développement;
- d'un représentant de l'institut de promotion;
- d'un représentant des syndicats reconnus.

§ 5. Les deux sections de la commission rendent un avis commun au Roi dans les matières suivantes :

- 1° le choix d'un label;

2° de oprichting en opheffing van het promotie-instituut;

3° de begroting van het promotie-instituut.

§ 6. De Koning neemt ten laatste een maand na het advies van de commissie een beslissing.

§ 7. Voor elk advies dat de commissie formuleert aan de Koning kan de betrokken voortbrenger eisen dat hij samen met een tolk kan deelnemen aan de beraadslaging als getuige.

Art. 12

De aanvraag tot keuring

§ 1. Elke aanvraag tot keuring van een produkt wordt gericht aan het promotie-instituut dat de aanvraag voorlegt aan de commissie.

§ 2. De commissie spreekt zich uit over de ontvankelijkheid van de aanvraag.

§ 3. Elke ontvankelijk verklaarde aanvraag tot keuring wordt getoetst aan de criteria die per produktgroep werden opgesteld en goedgekeurd door de commissie.

§ 4. Elke inwoner van België kan een aanvraag indienen om criteria vast te stellen voor een produktgroep als ze niet bestaan. Elke inwoner van België kan eveneens een aanvraag indienen om bestaande toetsingscriteria te herzien.

§ 5. Bij het uiteindelijke advies van de commissie voor de ontvankelijkheid zijn de mogelijkheden en de bereidheid van de voortbrenger om vorderingen te maken betreffende de normen die ten grondslag liggen van het keurmerk doorslaggevend.

HOOFDSTUK V

Bescherming van de consument en de derde wereldproducent

Art. 13

Misleidende reclame

Artikel 23 van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument wordt aangevuld met een als volgt luidend 14° :

« 14° die bij de consument de indruk wekt dat de aankoop van het produkt bijdraagt tot ontwikkelingssamenwerking, zonder dat het produkt het keurmerk draagt dat bedoeld is in de wet van ... tot instelling van een keurmerk voor sommige producten uit ontwikkelingslanden om een eerlijke wereldhandel te bevorderen. De Koning kan hierop uitzonderingen toelaten na advies van de commissie bedoeld in dezelfde wet ».

2° la création et la suppression de l'institut de promotion;

3° le budget de l'institut de promotion.

§ 6. Le Roi statue au plus tard un mois après que la Commission a rendu son avis.

§ 7. Lorsque la Commission rend un avis au Roi, le producteur concerné peut exiger d'assister aux délibérations en tant que témoin en compagnie d'un interprète.

Art. 12

Demande de label

§ 1^{er}. Toute demande de labellisation d'un produit doit être adressée à l'institut de promotion, qui la soumet à la Commission.

§ 2. La Commission statue sur la recevabilité de la demande.

§ 3. Toute demande de labellisation déclarée recevable est examinée à la lumière des critères fixés par groupe de produits et approuvée par la commission.

§ 4. Tout habitant de la Belgique peut demander que des critères soient fixés pour un groupe de produits, s'ils n'existent pas. Tout habitant de la Belgique peut également demander la révision de critères de conformité existants.

§ 5. Les possibilités et la volonté qu'a le producteur de tenter de répondre aux normes sur lesquelles repose l'attribution du label sont des éléments déterminants de l'avis définitif à rendre par la Commission sur la recevabilité de la demande.

CHAPITRE V

Protection des consommateurs et des producteurs du tiers monde

Art. 13

Publicité mensongère

L'article 23 de la loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur est complété par un 14°, libellé comme suit :

« 14° qui donne au consommateur l'impression que l'achat du produit contribue à l'aide au développement alors que ledit produit ne porte pas le label prévu par la loi du ... instaurant un label pour certains produits en provenance de pays en voie de développement, en vue de promouvoir un commerce mondial équitable. Le Roi peut accorder des dérogations à la présente disposition après avis de la commission instituée par la même loi ».

Art. 14

Artikel 97, eerste lid, van dezelfde wet wordt aangevuld met een 15., luidend als volgt :

« 15. het niet-naleven van de wettelijke en reglementaire bepalingen inzake het keurmerk bedoeld in de wet van ... tot instelling van een keurmerk voor sommige produkten uit ontwikkelingslanden om een eerlijke wereldhandel te bevorderen ».

Art. 15

Artikel 98, § 2, van dezelfde wet wordt aangevuld met het volgende lid :

« De vordering op grond van artikel 97, eerste lid, 15., wordt ingesteld op verzoek van de minister of staatssecretaris die de Ontwikkelingsamenwerking onder zijn bevoegdheid heeft of door een erkende ontwikkelingsorganisatie.

De commissie bedoeld in de wet van ... tot instelling van een keurmerk voor sommige produkten uit ontwikkelingslanden kan aan de minister of staatssecretaris die de Ontwikkelingssamenwerking onder zijn bevoegdheid heeft, voorstellen een dergelijke vordering aanhangig te maken ».

Art. 16

§ 1. Met geldboete van 500 frank tot 10 000 frank wordt gestraft hij die :

1° gebruikmaakt van het keurmerk zonder machtiging van de Koning, of er gebruik van maakt voor een ander produkt dan dat waarvoor het keurmerk is toegekend;

2° gebruik maakt van het keurmerk met het oog op leugenachtige of bedrieglijke reclame;

3° gebruik maakt van een keurmerk of logo waardoor verwarring mogelijk is met het keurmerk;

4° een inbreuk pleegt op de ter uitvoering van deze wet genomen besluiten.

§ 2. De bepalingen van het boek I van het Strafwetboek, met inbegrip van hoofdstuk VII en artikel 85 zijn van toepassing op deze wet.

Art. 17

Maatregelen bij erge schending van de normen

De Commissie kan de Koning adviseren om op Belgisch grondgebied de verkoop te doen staken van produkten waarvan onomstotelijk kan worden vastgesteld dat bij hun totstandkoming, hun verwerking of verhandeling het welzijn van de nabij betrokken personen gevaar loopt of het milieu grote schade wordt berokkend.

Een dergelijk advies kan onder andere worden uitgevaardigd in volgende gevallen :

Art. 14

L'article 97, premier alinéa, de la même loi est complété par un 15., libellé comme suit :

« 15. le non-respect des dispositions légales et réglementaires relatives au label visé dans la loi du ... instaurant un label pour certains produits en provenance de pays en voie de développement, en vue de promouvoir un commerce mondial équitable ».

Art. 15

L'article 98, § 2, de la même loi est complété par l'alinéa suivant :

« L'action fondée sur l'article 97, premier alinéa, 15., est formée à la demande du ministre ou du secrétaire d'Etat qui a la coopération au développement dans ses attributions ou d'une organisation reconnue d'aide au développement.

La commission visée dans la loi du ... instaurant un label pour certains produits en provenance de pays en voie de développement, en vue de promouvoir un commerce mondial équitable, peut proposer au ministre ou au secrétaire d'Etat qui a la coopération au développement dans ses attributions, de former une telle action ».

Art. 16

§ 1^{er}. Est puni d'une amende de 500 à 10 000 francs celui qui :

1° utilise le label sans autorisation du Roi ou pour un autre produit que celui pour lequel le label a été attribué;

2° utilise le label à des fins de publicité mensongère ou trompeuse;

3° utilise un label ou un logo susceptible de créer une confusion avec le label;

4° commet une infraction aux arrêtés pris en exécution de la présente loi.

§ 2. Les dispositions du livre I^{er} du Code pénal, en ce compris le chapitre VII et l'article 85, s'appliquent à la présente loi.

Art. 17

Mesures en cas d'infraction grave aux normes

La commission peut recommander au Roi de faire cesser la vente sur le territoire belge de produits dont il peut être établi de manière incontestable que leur fabrication, leur transformation ou leur commercialisation met en péril le bien-être des personnes concernées de près par ces opérations ou occasionne des dommages importants à l'environnement.

Un tel avis peut notamment être donné dans les cas suivants :

1° indien de leefomgeving wordt vernietigd of onherstelbaar geschonden in de zin dat de bewoonde nederzettingen worden vernietigd, de natuurlijke rijkdommen onherstelbaar worden beschadigd of weggenomen, het cultureel erfgoed wordt weggenomen;

2° indien kan worden aangetoond dat een belangrijk deel van de werknemers niet uit vrije beweging en met voldoende loon werkzaam is of hun fysische integriteit in gevaar is;

3° indien door de produktie of verhandeling onherstelbare schade wordt aangebracht aan een aanwijsbaar ecosysteem.

27 juni 1994.

J. VAN DER SANDE
Y. HARMEGNIES
P. VAN GREMBERGEN
V. DUA
J. DECORTE
S. KUBLA
D. VAN DER MAELEN
J. DE MOL
A. GEHLEN

1° si l'environnement est détruit ou dégradé de manière irréparable de sorte que les zones habitées sont détruites, les richesses naturelles altérées de manière irréparable ou épuisées et le patrimoine culturel mutilé;

2° s'il peut être démontré qu'une partie importante des travailleurs ne travaillent pas d'initiative et pour un salaire suffisant ou que leur intégrité physique est menacée;

3° si la production ou la commercialisation occasionnent des dommages irréparables à un écosystème donné.

27 juin 1994.