



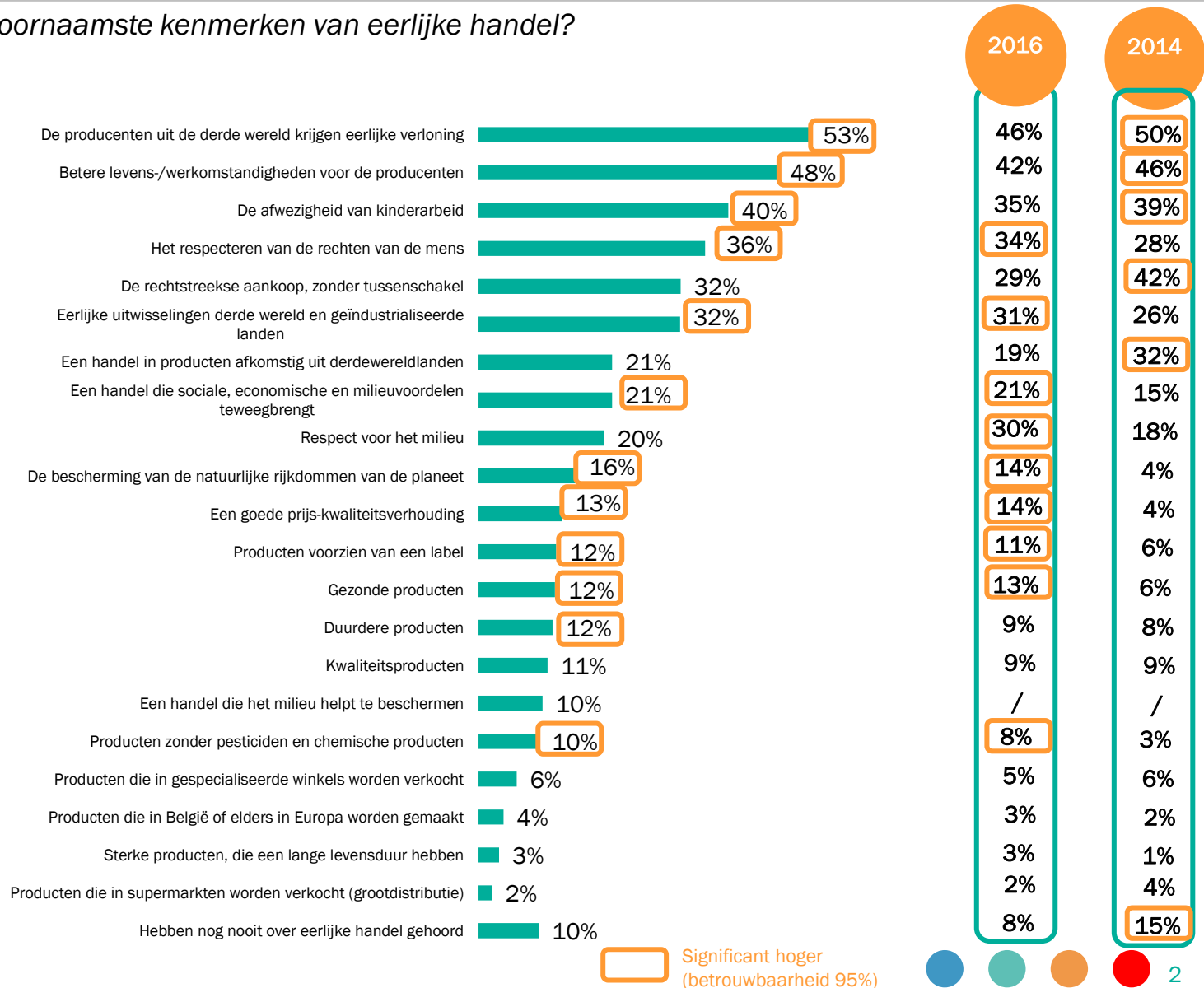
## Eerlijke handel BAROMETER 2018

Augustus 2018

iVOX



Wat zijn volgens u de 5 voornaamste kenmerken van eerlijke handel?



## Doel van het onderzoek

Via het programma “Trade for Development Centre” ondersteunt en bevordert Enabel, het Belgisch ontwikkelingsagentschap, verschillende vormen van eerlijke en duurzame handel en coördineert de Week van de Fair Trade.

In dat kader laat TDC tweejaarlijks een kwantitatieve enquête uitvoeren (Barometer van de eerlijke handel) om de evolutie in de kennis, de opinies en attitudes, en het aankoopgedrag van de Belgische bevolking inzake eerlijke handel en producten in kaart te brengen.

Dit rapport geeft de resultaten weer van de meting van 2018, waarbij de huidige resultaten steeds vergeleken worden met deze uit 2014 en 2016 (\*).

(\* ) De steekproef waarop de meting van 2018 is gebaseerd, is samengesteld overeenkomstig de werkelijke populatiecijfers van de onderzoeksdoelgroep (Belgen 16+). De vergelijking van de resultaten in dit rapport met de vorige meting in 2016 moet met de nodige voorzichtigheid gebeuren omwille van een verschil in doelgroep en overeenkomstige steekproef tussen beide metingen. In 2016 was de doelgroep beperkt tot Belgen met een maximumleeftijd van 65 jaar. Als gevolg daarvan is er in de steekproef van 2018 een relatief kleinere vertegenwoordiging van de jongste leeftijdsgroep van -34jarigen (30% vs. 38% in 2016) en een relatief grotere vertegenwoordiging van de oudste leeftijdsgroep van +55jarigen (37% vs. 20% in 2016).



## Doelgroep

- Belgische bevolking 16j+

## Methode

- Online enquête op basis van het iVOX research panel.
- Proportioneel gestratificeerde toevalsteekproef van N=1.000 Belgen 16j+
- Representatief naar regio, geslacht, leeftijd en diploma, met controle van de spreiding volgens urbanisatiegraad (landelijk vs. stedelijk) en sociale klasse
- Veldwerk van 8 augustus 2018 t.e.m. 29 augustus 2018
- Maximale foutenmarge bij steekproef van N=1000 Belgen: 3,02% (bij 95% betrouwbaarheidsinterval)

## Significante verschillen

- Significante verschillen (95%-betrouwbaarheidsinterval) worden steeds aangeduid met  of 
- Als in tabellen in een kolom (bv. A) een cel oranje gemarkeerd is en gevolgd wordt door een letter (bv. B), betekent dit dat het % in kolom A (bv. geslacht = man) significant hoger ligt dan het overeenkomstige % in kolom B (bv. geslacht = vrouw).

## 1. Steekproef

## 2. Key facts

## 3. Perceptie van mondialisering

## 4. Bekendheid van eerlijke handel

## 5. Algemene kennis over eerlijke handel

## 6. Specifieke merken, labels en logo's

## 7. Aankoopgedrag op het vlak van eerlijke handel

## 8. Attitudes op het vlak van eerlijke handel

## 9. Profielen

## 10. Conclusies

## Taal



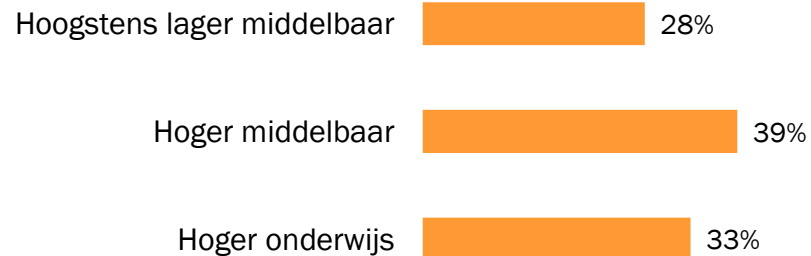
## Geslacht



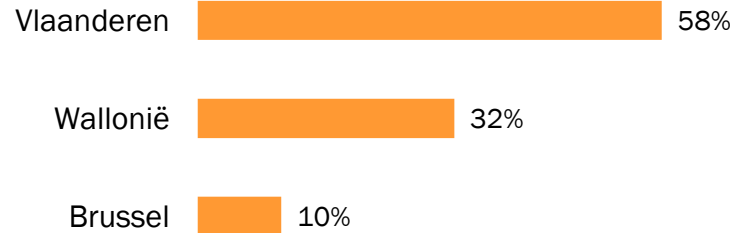
## Leeftijd



## Diploma



## Gewest



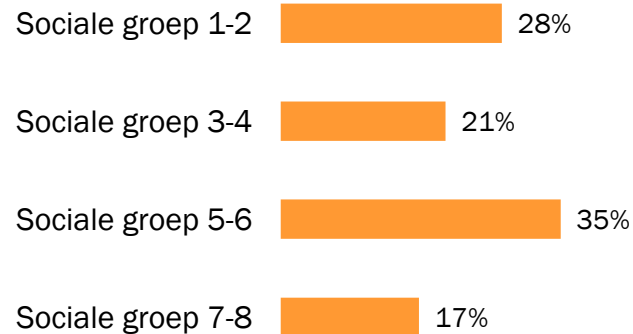
## Urbanisatie



## VVA



## Sociale groep



1. Steekproef

2. Key facts

3. Perceptie van mondialisering

4. Bekendheid van eerlijke handel

5. Algemene kennis over eerlijke handel

6. Specifieke merken, labels en logo's

7. Aankoopgedrag op het vlak van eerlijke handel

8. Attitudes op het vlak van eerlijke handel

9. Profielen

10. Conclusies



1

Negatieve visie op mondialisering overweegt.

2

Fair trade is op brede basis bekend. De bekendheid van de Week van de Fair Trade groeit, maar de deelname vooralsnog niet.

3

De associatie met milieubescherming neemt af, maar de kennis van verschillende types van producten uit eerlijke handel neemt toe.

4

Nood aan informatie en sensibilisering door diverse partijen (middenveld, overheid, media) blijft acuut.

5

Bekendheid labels groeit. Vertrouwen en impact van Fairtrade label is stabiel.

6

Koopgedrag van producten uit eerlijke handel stagneert.

7

Het belang van eerlijke handel wordt erkend, maar de échte overtuiging om een verschil te maken door voor eerlijke producten te kiezen, versterkt niet.

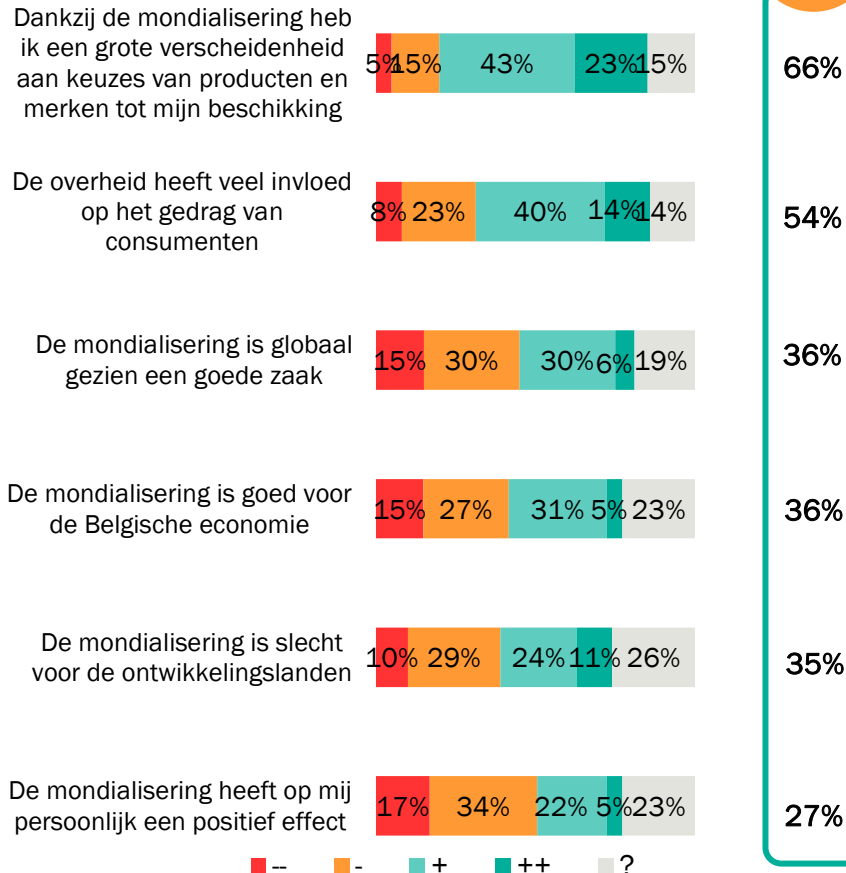
8

Producten uit eerlijke handel worstelen met een perceptie van hoge(re) prijs, dalende kwaliteit en een gebrek aan herkenbaarheid en garanties voor een eerlijkere aanpak.

1. Steekproef
2. Key facts
3. Perceptie van mondialisering
4. Bekendheid van eerlijke handel
5. Algemene kennis over eerlijke handel
6. Specifieke merken, labels en logo's
7. Aankoopgedrag op het vlak van eerlijke handel
8. Attitudes op het vlak van eerlijke handel
9. Conclusies

Kunt u aanduiden of u het helemaal (++), tamelijk (+), eerder weinig (-) of helemaal niet (--) eens bent met de volgende beweringen? U kunt hierover ook geen mening hebben (?)

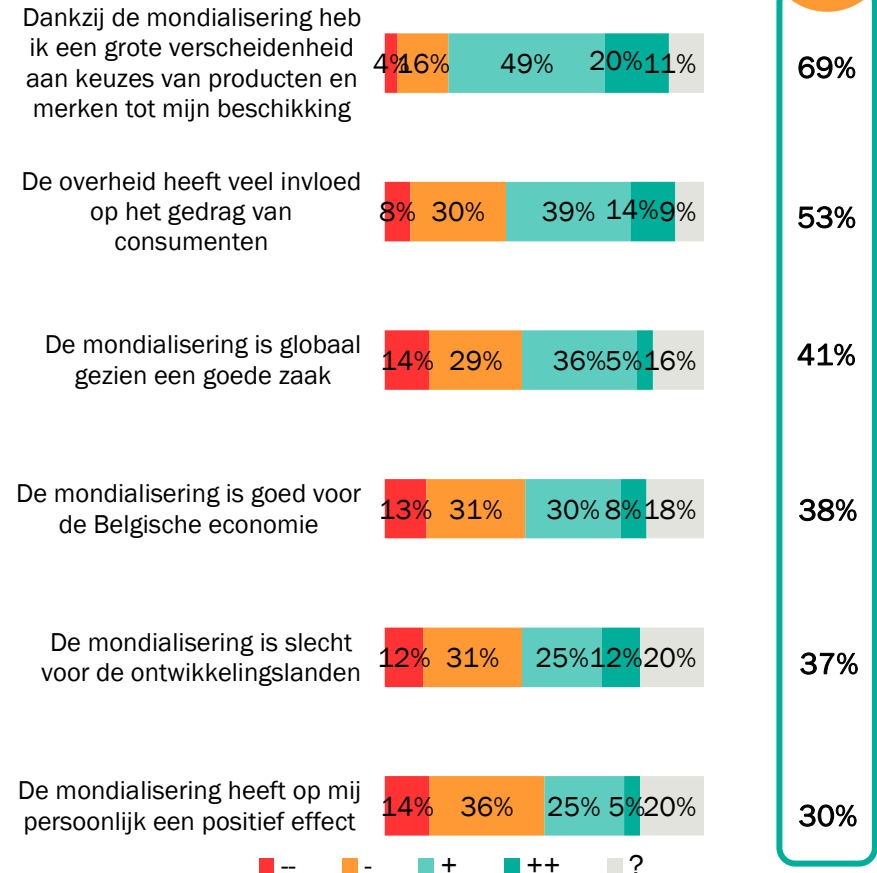
## Zonder definitie van mondialisering



Filter: geen  
N: 1000

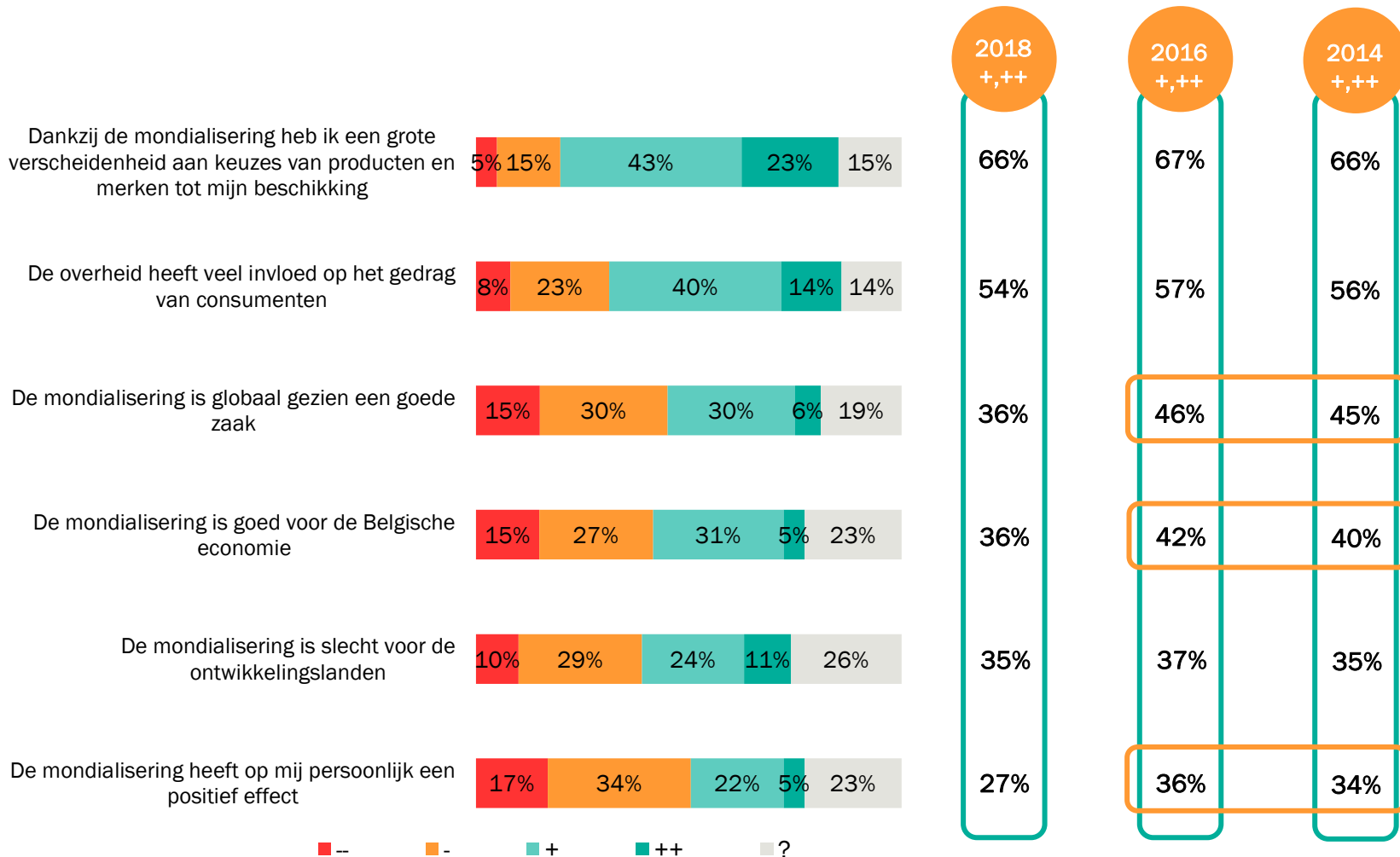
## Met definitie van mondialisering :

“Onder ‘mondialisering’ begrijpen we de toename van de circulatie van producten, goederen en diensten tussen landen”



   Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

Kunt u aanduiden of u het helemaal (++), tamelijk (+), eerder weinig (-) of helemaal niet (--) eens bent met de volgende beweringen? U kunt hierover ook geen mening hebben (?)



Filter: geen  
N: 1000

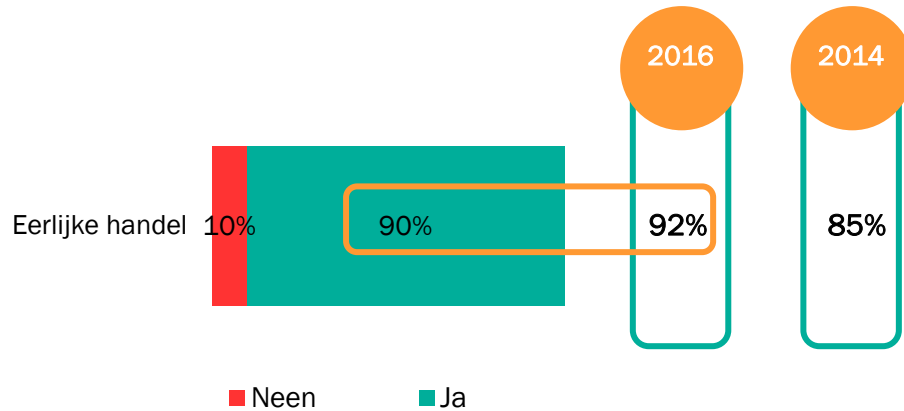
■ --   
 ■ -   
 ■ +   
 ■ ++   
 ■ ?

   Significant hoger  
(betrouwbaarheid 95%)

1. Steekproef
2. Key facts
3. Perceptie van mondialisering
4. Bekendheid van eerlijke handel
5. Algemene kennis over eerlijke handel
6. Specifieke merken, labels en logo's
7. Aankoopgedrag op het vlak van eerlijke handel
8. Attitudes op het vlak van eerlijke handel
9. Profielen
10. Conclusies

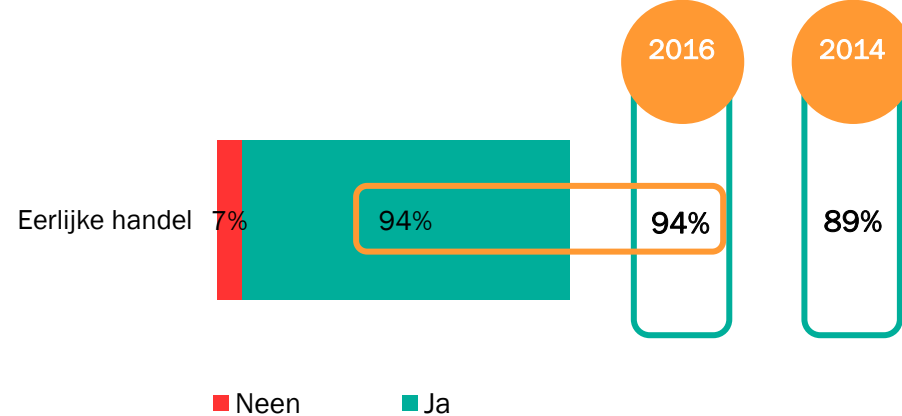
Hebt u al gehoord over eerlijke handel?

... op basis van de naam



... op basis van de beschrijving

Na de definitie van eerlijke handel te hebben gelezen, herinnert u zich u al over eerlijke handel gehoord te hebben?



... op basis van de naam

2018	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelbaar	Hoogstens hoger middelbaar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
Ja	96,5% B	80,6%	88,3%	92,4% A	86,1%	90,2%	94,0% A	86,6%	90,8%	93,0% A
Neen	3,5%	19,4% A	11,7% B	7,6%	13,9% C	9,8%	6,0%	13,4% C	9,2%	7,0%

“Ja’ 2016

94% 90% 93% 92% 92% 93% 93%

“Ja’ 2014

87% 83% 85% 85% 79% 85% 89%

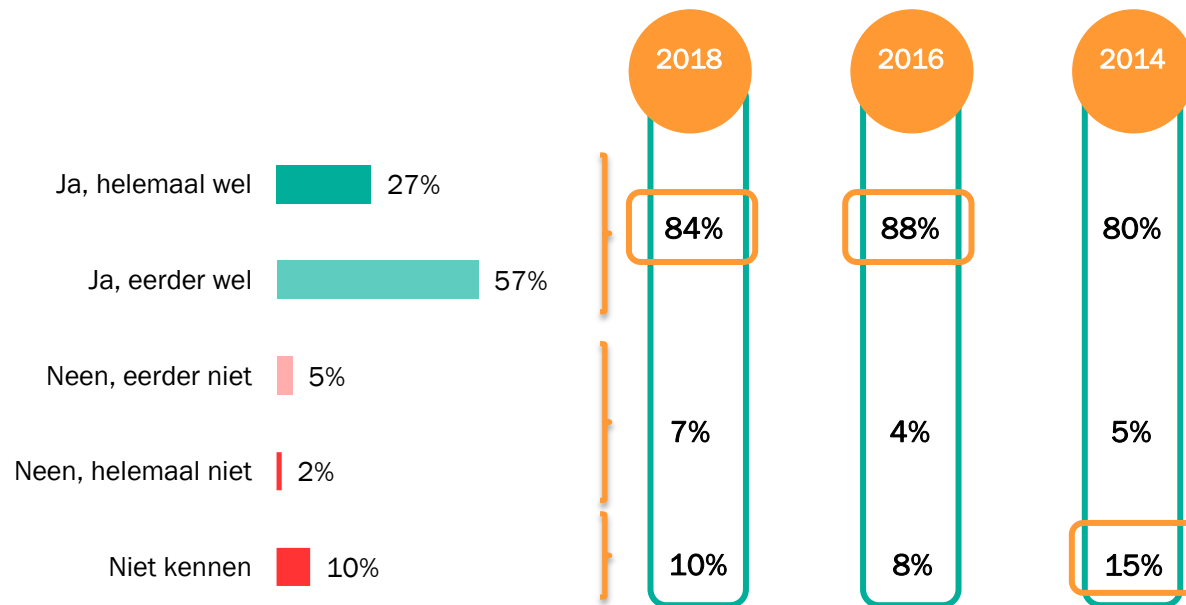
Filter: geen  
N: 1000

Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

Hier ziet u een definitie van eerlijke handel:

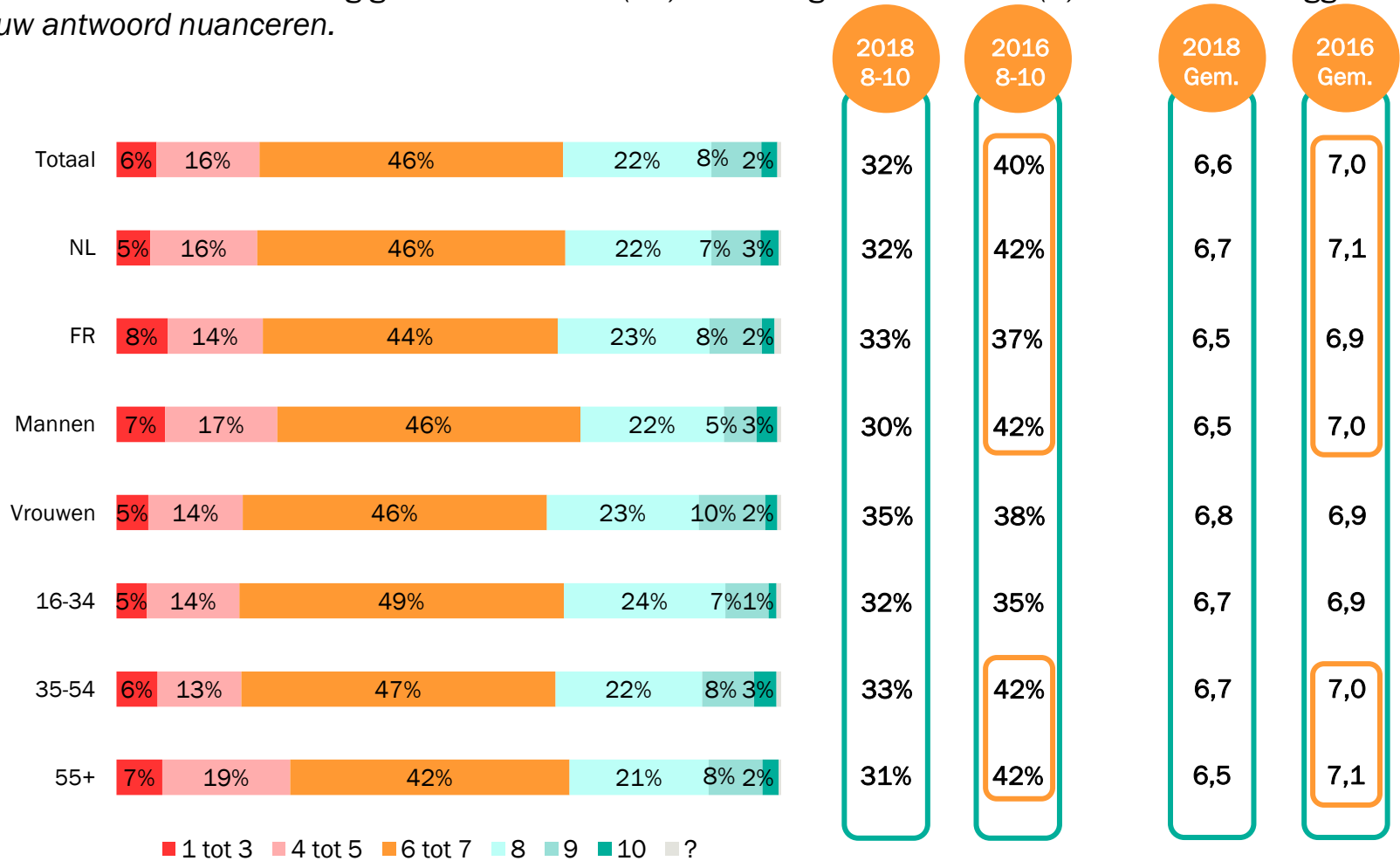
« Eerlijke handel (ook fair trade genaamd) gebruikt handel als hefboom voor ontwikkeling en het wegwerken van ongelijkheden. Zijn voornaamste kenmerk is de eerlijke prijs die aan producenten wordt betaald waardoor ze een aannemelijk inkomen hebben en toegang tot sociale basisdiensten (opleiding, gezondheid ...) - kortom, een beter leven en betere werkomstandigheden, vooral in de ontwikkelingslanden. Bovendien past eerlijke handel alsmaar strengere milieucriteria toe, zoals het verbod op ggo's (genetisch gemodificeerde organismen) en op het gebruik van gevaarlijke chemische producten ».

Stemt deze definitie overeen met wat u over eerlijke handel dacht?





Nu u deze definitie hebt gelezen, vindt u dat u een goede kennis had van eerlijke handel, zijn doelstellingen en werkwijzen? U kunt vinden dat u een erg goede kennis had (10) of een erg slechte kennis (1). Met de tussenliggende cijfers kunt u uw antwoord nuanceren.

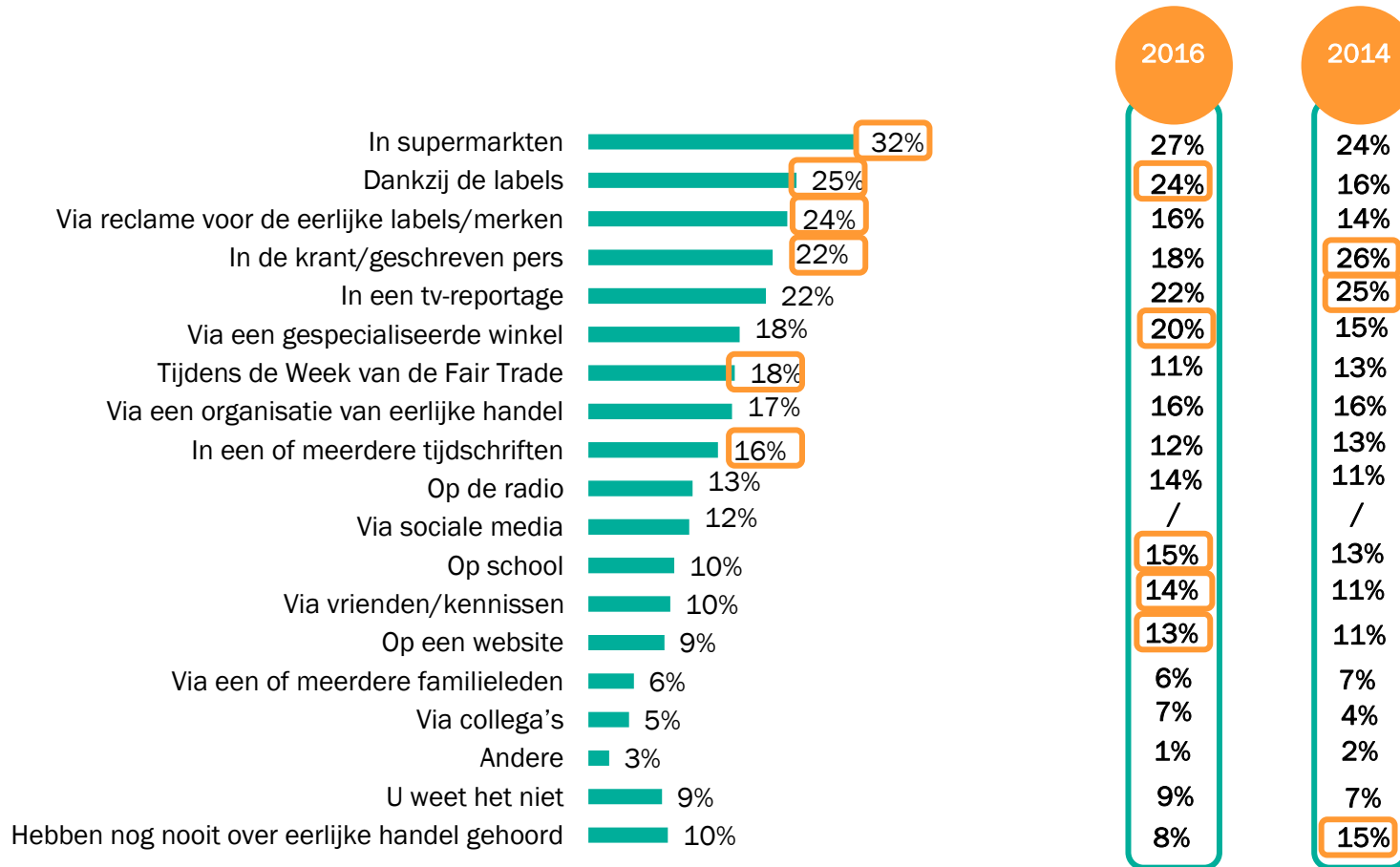


Filter: indien reeds gehoord over eerlijke handel

N: 904

  Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

### Hoe/waar hebt u gehoord over eerlijke handel?



Filter: geen

N: 1000

 Significant hoger  
(betrouwbaarheid 95%)

### Hoe/waar hebt u gehoord over eerlijke handel?

	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelbaar	Hoogstens hoger middelbaar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
In supermarkten	37,9% B	23,6%	30,6%	34,2%	27,8%	33,8%	34,8%	29,4%	31,7%	35,8%
Dankzij de labels	29,5% B	18,3%	21,3%	29,0% A	29,7% C	27,0%	19,9%	16,4%	23,3%	34,9% A B
Via reclame voor de eerlijke labels/merken	26,5% B	20,2%	25,9%	22,2%	18,9%	21,8%	30,4% A B	24,3%	21,9%	26,4%
In de krant/geschreven pers	27,5% B	13,8%	26,0% B	18,6%	14,9%	18,3%	31,9% A B	22,3%	18,8%	26,3% B
In een tv-reportage	20,1%	23,7%	25,0% B	18,0%	15,1%	21,2%	27,0% A	23,5%	22,6%	18,5%
Via een gespecialiseerde winkel	24,0% B	9,3%	15,3%	21,3% A	16,4%	17,6%	20,6%	15,0%	16,0%	23,9% A B
Tijdens de Week van de Fair Trade	23,0% B	9,2%	14,0%	21,3% A	11,6%	18,4%	21,9% A	18,1%	14,7%	20,8%
Via een organisatie van eerlijke handel	23,2% B	8,1%	18,1%	16,7%	22,7% B	11,3%	18,7% B	16,0%	13,1%	23,8% B
In een of meerdere tijdschriften	18,5% B	11,3%	18,4% B	13,1%	8,7%	14,1%	22,9% A B	11,8%	16,6%	17,9%
Op de radio	13,6%	11,1%	15,6% B	9,7%	8,9%	12,6%	15,6% A	13,9%	12,0%	12,2%
Via sociale media	14,5% B	8,5%	12,7%	11,8%	14,3%	10,0%	12,5%	12,3%	12,8%	11,5%
Op school	13,2% B	6,0%	7,8%	13,0% A	26,7% B C	4,3%	2,8%	4,4%	10,6% A	15,3% A
Via vrienden/kennissen	11,7% B	7,0%	9,5%	10,3%	13,4% B	6,8%	9,9%	5,5%	8,1%	15,7% A B
Op een website	9,6%	8,5%	11,7% B	6,7%	10,7%	7,8%	9,2%	7,8%	8,7%	10,9%
Via een of meerdere familieleden	6,2%	4,3%	6,5%	4,5%	8,5% B	3,7%	4,7%	5,3%	5,1%	6,2%
Via collega's	6,3% B	2,7%	5,0%	4,8%	7,7% C	4,5%	2,9%	2,3%	4,1%	7,9% A
Andere	3,2%	1,4%	1,3%	3,7% A	2,6%	2,4%	2,5%	2,1%	3,1%	2,2%
U weet het niet	7,9%	10,4%	9,2%	8,6%	11,5% C	9,8%	6,0%	9,4%	8,7%	8,8%
Hebben nog nooit over eerlijke handel gehoord	3,5%	19,4% A	11,7% B	7,6%	13,9% C	9,8%	6,0%	13,4% C	9,2%	7,0%

Filter: geen

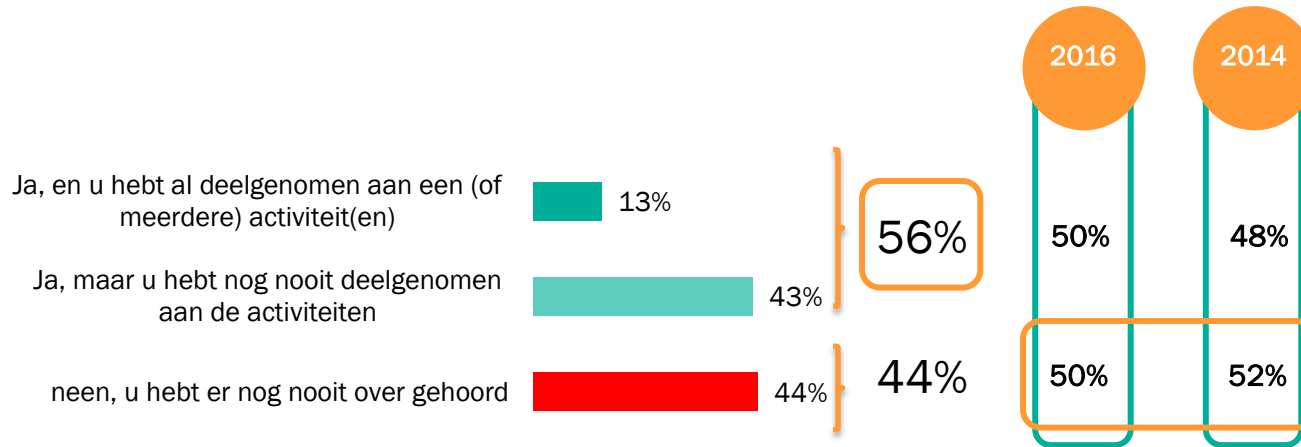
N: 1000

 Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

### Wat zijn volgens u de 5 voornaamste kenmerken van eerlijke handel?

	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelbaar	Hoogstens hoger middelbaar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
De producenten uit de derde wereld krijgen een verloning die voldoende is en die hun werk respecteert	56,2% B	47,3%	49,9%	55,6%	52,6%	49,2%	56,2%	47,4%	50,1%	60,4% A B
Betere levens-/werkomstandigheden voor de producenten in de ontwikkelingslanden	51,8% B	40,6%	46,5%	48,4%	41,3%	46,9%	53,0% A	44,2%	44,9%	53,3%
De afwezigheid van kinderarbeid	46,2% B	29,5%	34,1%	45,3% A	37,3%	39,5%	42,0%	34,8%	42,7%	40,5%
Het respecteren van de rechten van de mens	41,8% B	27,1%	32,7%	39,4% A	38,7%	40,6% C	29,9%	29,6%	35,7%	42,0% A
De rechtstreekse aankoop, zonder tussenschakel, bij de boer / ambachtsman / producent uit ontwikkelingslanden	35,8% B	26,6%	32,5%	32,0%	21,7%	33,6% A	39,5% A	33,8%	30,2%	33,4%
Eerlijke uitwisselingen tussen de derde wereld en de geïndustrialiseerde landen	36,6% B	24,8%	30,5%	33,6%	31,2%	30,8%	34,0%	27,6%	29,5%	38,9% A B
Een handel in producten afkomstig uit derdewereldlanden	23,4% B	17,9%	22,7%	19,9%	17,4%	20,6%	25,0%	21,8%	21,6%	20,4%
Een handel die sociale, economische en milieuvoordelen teweegbrengt	21,9%	20,2%	22,0%	20,5%	23,0%	21,5%	19,7%	17,4%	19,9%	26,1% A
Respect voor het milieu	21,4%	17,8%	19,9%	20,0%	20,0%	22,4%	17,7%	17,4%	24,9% C	16,3%
De bescherming van de natuurlijke rijkdommen van de planeet	15,5%	15,4%	18,0% B	13,0%	16,1%	14,6%	15,8%	12,6%	14,7%	18,9%
Een goede prijs-kwaliteitsverhouding	16,8% B	7,6%	13,7%	12,8%	12,9%	10,4%	16,1%	17,5% C	12,4%	10,8%
Producten voorzien van een label	13,0%	11,3%	11,1%	13,6%	17,7% B C	10,0%	10,2%	9,7%	13,2%	13,7%
Gezonde producten	13,4%	10,3%	11,3%	13,1%	11,8%	12,0%	12,8%	16,3% C	12,8%	8,0%
Duurdere producten	11,5%	12,2%	11,5%	12,0%	10,7%	13,2%	11,3%	10,2%	13,5%	11,1%
Kwaliteitsproducten	9,4%	13,4% A	10,1%	11,8%	9,9%	8,3%	14,3% B	15,2% C	10,6%	7,9%
Een handel die het milieu helpt te beschermen	10,8%	9,3%	11,2%	9,3%	11,2%	9,8%	9,8%	7,7%	11,6%	10,7%
Producten zonder pesticiden en chemische producten	10,1%	8,8%	8,5%	10,6%	7,8%	7,9%	12,5%	14,2% B	7,1%	8,6%
Producten die in gespecialiseerde winkels worden verkocht	5,6%	7,0%	5,9%	6,4%	5,2%	5,2%	7,8%	6,6%	5,8%	6,1%
Producten die in België of elders in Europa worden gemaakt	3,4%	5,1%	3,8%	4,2%	3,7%	2,5%	5,8%	5,8% C	5,2% C	1,1%
Sterke producten, die een lange levensduur hebben	2,9%	3,8%	3,4%	3,1%	5,8% B	1,7%	2,6%	3,9%	2,6%	3,5%
Producten die in supermarkten worden verkocht (grootdistributie)	1,0%	4,1% A	2,3%	2,0%	0,5%	2,2%	3,5% A	3,2%	2,3%	1,1%
Hebben nog nooit over eerlijke handel gehoord	3,5%	19,4% A	11,7% B	7,6%	13,9% C	9,8%	6,0%	13,4% C	9,2%	7,0%

Hebt u al gehoord over "de Week van de Fair Trade" die in de maand oktober plaatsvindt?

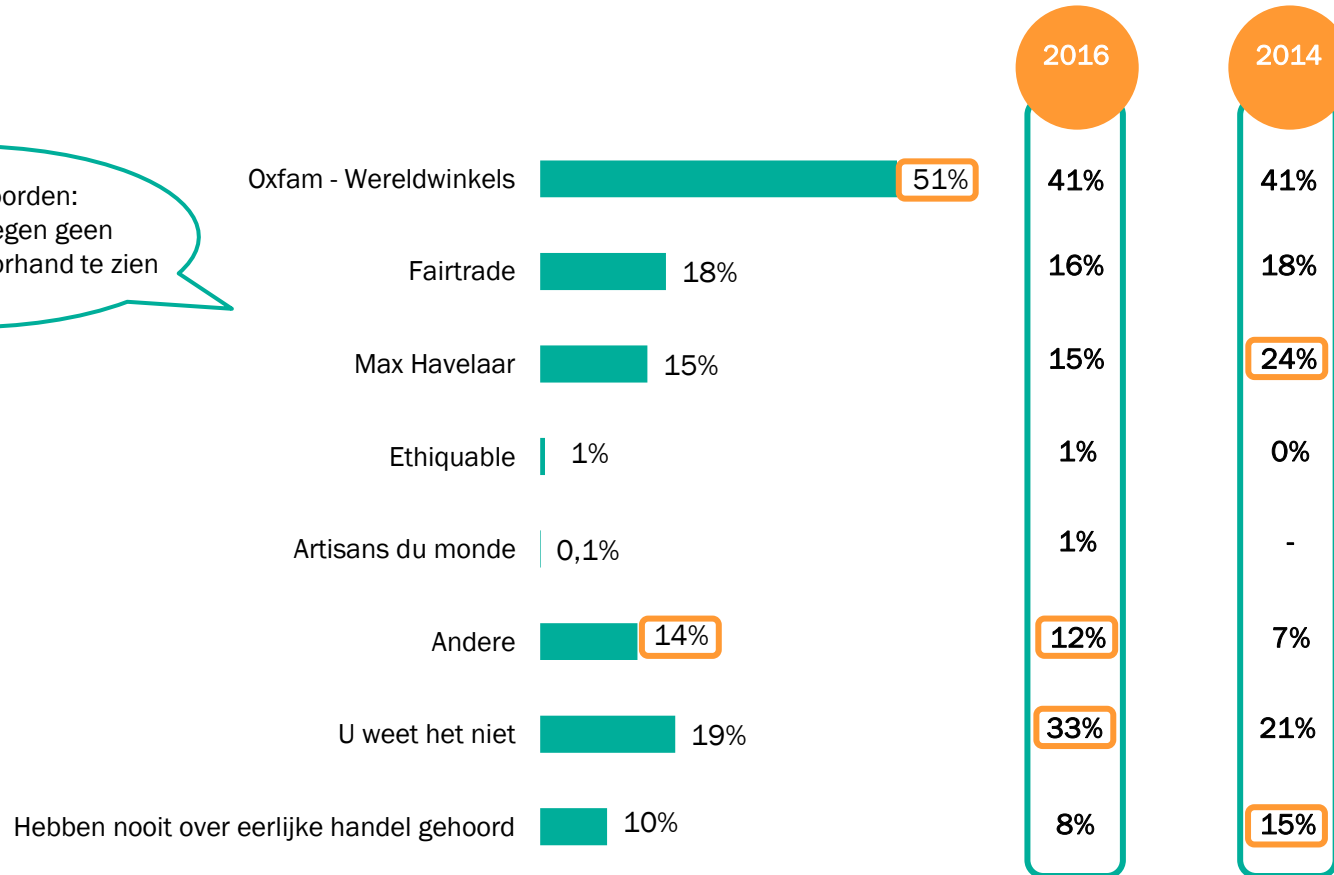


	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelbaar	Hoogstens hoger middelbaar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
Ja, en u hebt al deelgenomen aan een (of meerdere) activiteit(en)	14,4%	11,9%	9,8%	16,9% A	10,4%	17,4% A	12,1%	13,8%	14,1%	12,3%
Ja, maar u hebt nog nooit deelgenomen aan de activiteiten	46,6% B	36,6%	42,6%	42,9%	39,5%	41,7%	46,4%	41,9%	40,9%	45,7%
Neen, u hebt er nog nooit over gehoord	39,0%	51,5% A	47,5% B	40,2%	50,1%	40,9%	41,4%	44,3%	45,0%	42,0%

1. Steekproef
2. Key facts
3. Perceptie van mondialisering
4. Bekendheid van eerlijke handel
5. Algemene kennis over eerlijke handel
6. Specifieke merken, labels en logo's
7. Aankoopgedrag op het vlak van eerlijke handel
8. Attitudes op het vlak van eerlijke handel
9. Profielen
10. Conclusies

U hebt vermeld dat u al over eerlijke handel heeft gehoord. Gelieve alle namen te noteren die u kent van merken, labels en/of organisaties die verband houden met eerlijke handel, ook al kent u ze enkel van naam.

“Spontane” antwoorden:  
Respondenten kregen geen enkel merk op voorhand te zien

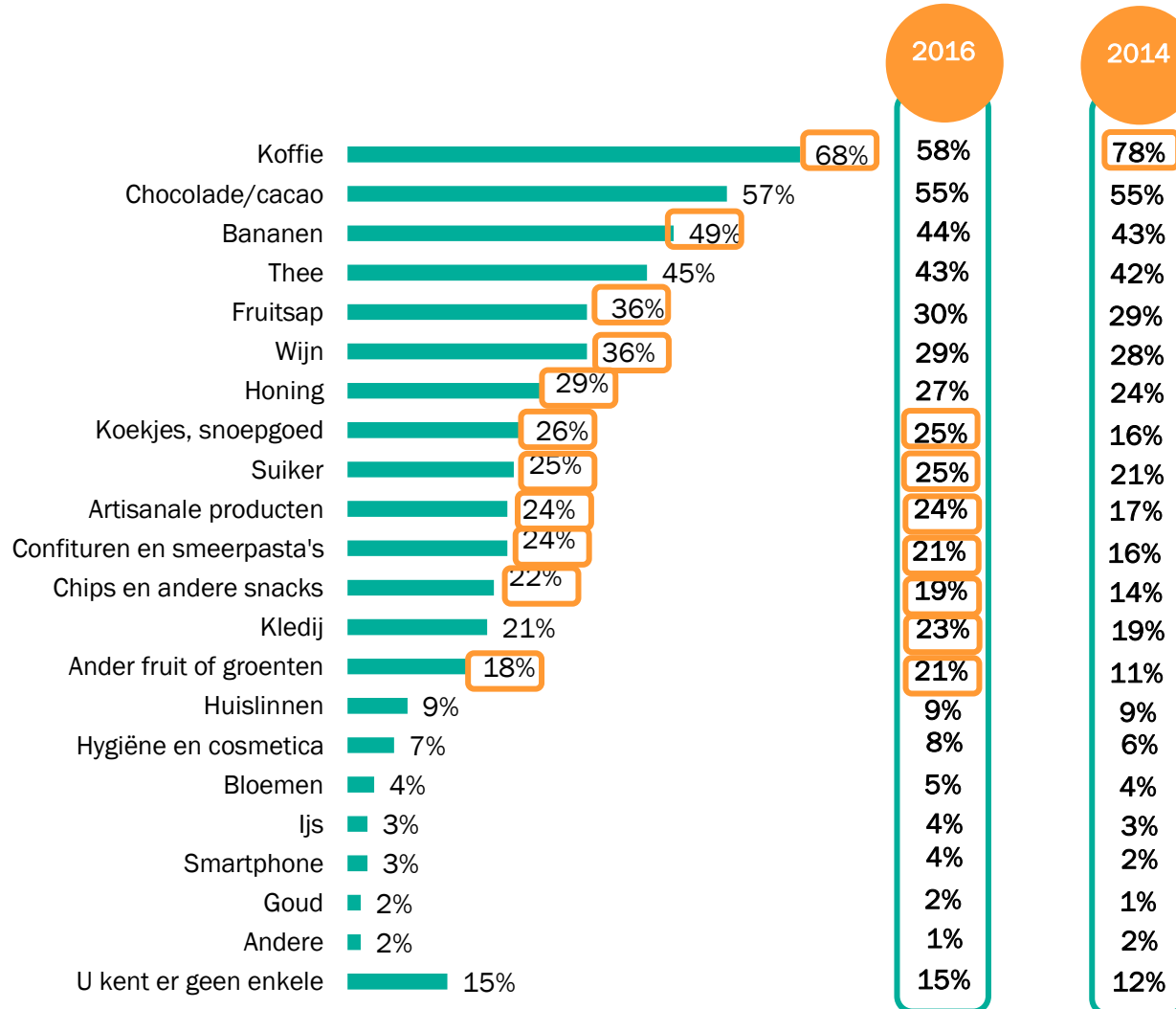


*U hebt vermeld dat u al over eerlijke handel heeft gehoord. Gelieve alle namen te noteren die u kent van merken, labels en/of organisaties die verband houden met eerlijke handel, ook al kent u ze enkel van naam.*

	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelba ar	Hoogstens hoger middelba ar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
Oxfam - Wereldwinkels	58,8% B	39,2%	49,3%	53,2%	60,7% B C	47,4%	47,2%	44,3%	47,7%	61,2% A B
Fairtrade	22,8% B	10,6%	17,0%	19,2%	17,3%	16,4%	20,4%	16,6%	17,4%	20,3%
Max Havelaar	18,3% B	10,8%	17,2%	13,7%	17,9%	17,1%	11,8%	10,4%	11,7%	24,0% A B
Ethiquable	0,6%	0,9%	0,6%	0,9%	1,1%	0%	1,1%	1,0%	0,4%	1,0%
Artisans du monde	0%	0,4%	0,3%	0%	0%	0%	0,4%	0,3%	0%	0,2%
andere	15,4%	11,8%	14,1%	14,0%	14,2%	10,2%	17,4% B	12,9%	13,5%	15,6%
u weet het niet	17,5%	22,5% A	20,1%	18,7%	7,4%	23,4% A	25,6% A	21,4% C	23,4% C	13,0%
hebben nooit over eerlijke handel gehoord	3,5%	19,4% A	11,7% B	7,6%	13,9% C	9,8%	6,0%	13,4% C	9,2%	7,0%



Kent u producten uit eerlijke handel? Zo ja, welk(e) type(s) producten uit eerlijke handel kent u?



Filter: geen

N: 1000

 Significant hoger  
(betrouwbaarheid 95%)

Kent u producten uit eerlijke handel? Zo ja, welk(e) type(s) producten uit eerlijke handel kent u?

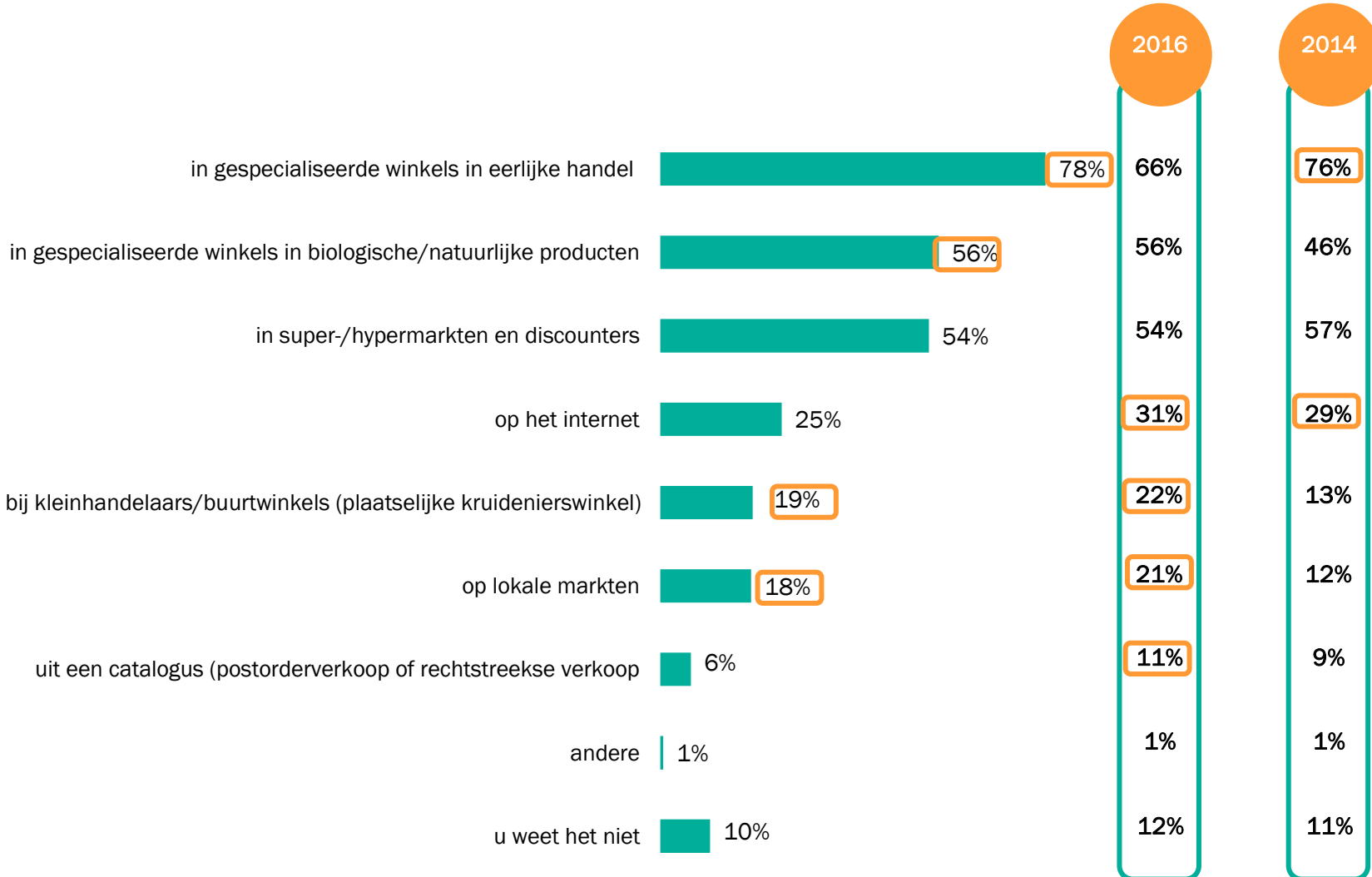
	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelbaar	Hoogstens hoger middelbaar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
Koffie	74,9% B	57,8%	64,4%	72,1% A	57,8%	68,3% A	76,9% A B	66,3%	66,2%	72,5%
Chocolade/cacao	62,8% B	48,3%	52,9%	61,5% A	55,8%	55,9%	59,6%	52,0%	54,9%	64,3% A B
Bananen	52,9% B	42,8%	48,9%	49,1%	43,1%	49,3%	53,6% A	46,0%	48,1%	52,6%
Thee	50,9% B	35,2%	39,6%	49,9% A	38,4%	47,0%	48,0% A	46,4%	40,9%	48,2%
Wijn	49,2% B	15,9%	34,4%	38,3%	32,9%	37,8%	37,9%	34,7%	32,8%	42,0% B
Fruitsap	42,6% B	25,4%	33,6%	38,3%	42,4% C	34,0%	32,6%	32,7%	32,9%	42,4% A B
Honing	31,4% B	24,8%	26,4%	31,2%	26,8%	30,6%	28,9%	33,7%	25,3%	29,0%
Koekjes, snoepgoed	30,2% B	19,5%	20,1%	32,0% A	32,8% C	29,0% C	18,0%	21,8%	25,1%	30,9% A
Suiker	27,8% B	19,9%	23,4%	26,1%	22,8%	29,9% C	21,7%	23,2%	24,0%	27,1%
Artisanale producten	24,4%	24,2%	20,2%	28,4% A	18,1%	27,2% A	26,8% A	23,4%	22,4%	27,3%
Confituren en smeerpasta's	25,2%	20,9%	18,0%	29,0% A	28,1%	21,0%	22,3%	22,8%	21,8%	26,3%
Chips en andere snacks	28,3% B	10,6%	15,8%	27,0% A	34,9% B C	20,0% C	11,8%	13,6%	19,1%	30,8% A B
Kledij	20,3%	21,3%	18,2%	23,2%	19,2%	21,3%	21,3%	20,6%	20,0%	21,5%
Ander fruit of groenten	18,3%	17,0%	18,2%	17,4%	20,3%	17,5%	16,0%	18,3%	17,2%	18,1%
Huislinnen (beddenlakens, handdoeken ...)	9,4%	7,4%	6,7%	10,5% A	8,4%	8,1%	9,3%	8,6%	6,4%	11,3%
Hygiëne en cosmetica	8,8% B	5,2%	7,1%	7,7%	8,9%	8,2%	5,5%	7,8%	7,1%	7,6%
Bloemen	4,4%	3,4%	3,5%	4,5%	4,3%	4,1%	3,7%	3,7%	4,2%	4,1%
Ijs	2,5%	3,7%	3,3%	2,7%	4,3%	3,0%	1,9%	1,8%	3,6%	3,2%
Smartphone	3,3%	2,1%	2,9%	2,8%	4,3% C	3,4%	1,3%	2,4%	1,5%	4,9% B
Goud	1,9%	1,2%	2,1%	1,1%	2,5%	1,2%	1,4%	3,6% B	0,5%	1,2%
Andere	2,2%	1,3%	0,4%	3,3% A	2,5%	1,9%	1,3%	1,0%	2,8%	1,6%
U kent er geen enkele	10,8%	21,9% A	15,8%	14,3%	20,2% C	13,5%	12,3%	16,4%	16,8%	11,9%

Filter: geen

N: 1000

 Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

Waar kan men volgens u de producten uit eerlijke handel kopen?



Filter: geen

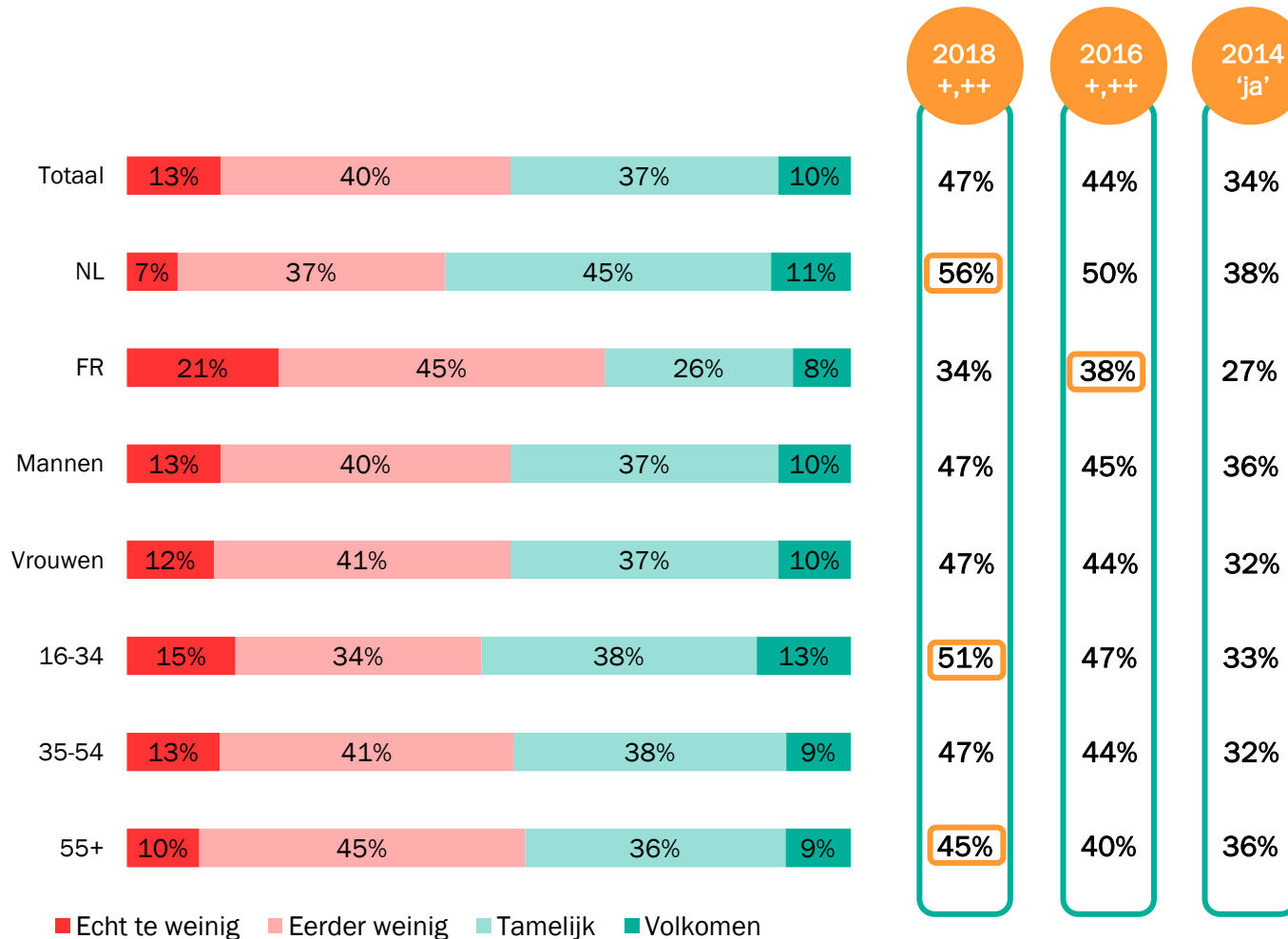
N: 1000

 Significant hoger  
(betrouwbaarheid 95%)

Waar kan men volgens u de producten uit eerlijke handel kopen?

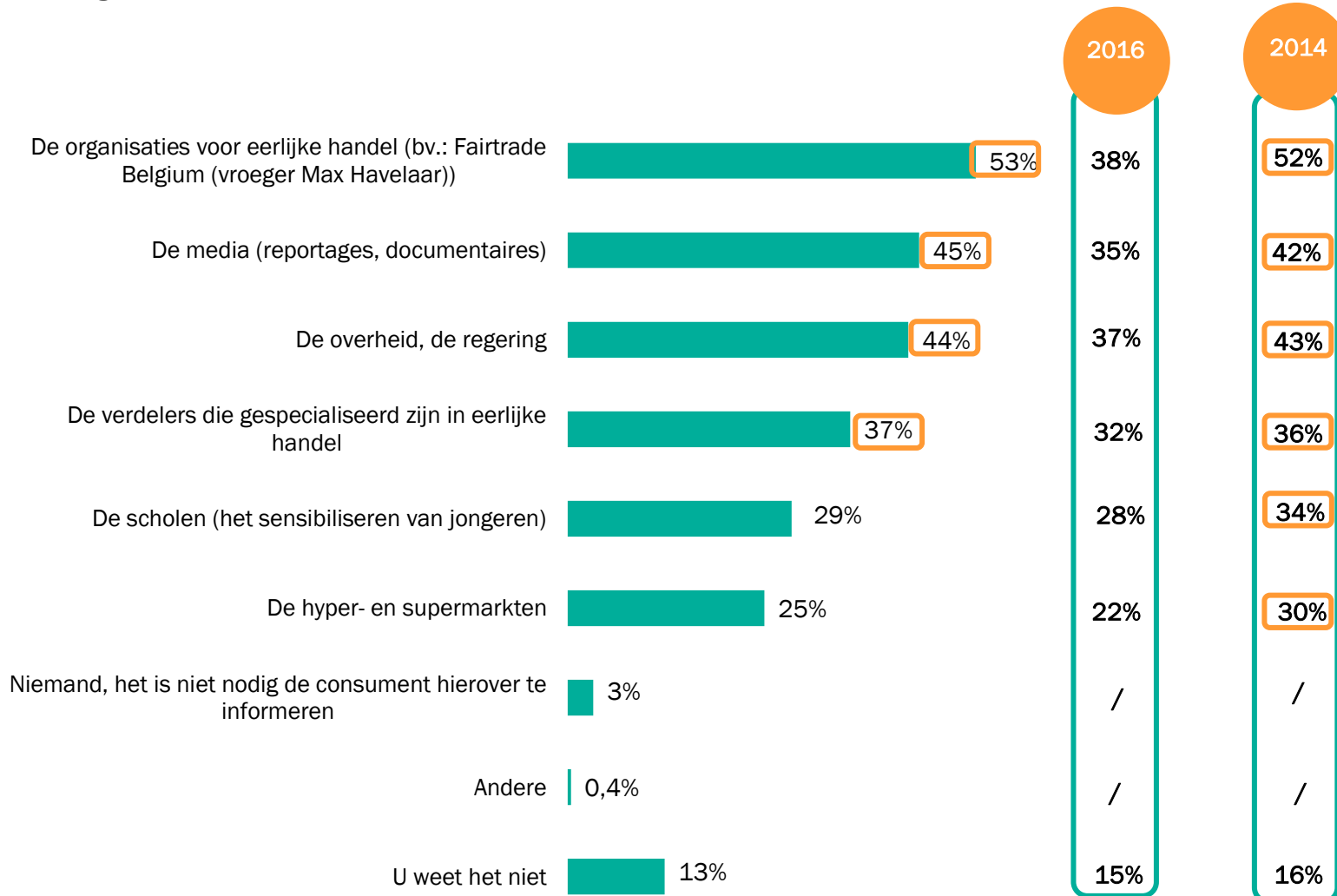
	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelba ar	Hoogstens hoger middelba ar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
In gespecialiseerde winkels in eerlijke handel (Oxfam Wereldwinkels ...)	84,9% B	66,9%	73,0%	82,9% A	72,8%	74,5%	85,5% A B	77,4%	76,2%	80,7%
In gespecialiseerde winkels in biologische/natuurlijke producten	60,0% B	50,7%	53,7%	59,1%	59,0%	55,1%	55,5%	50,6%	54,8%	63,1% A
Op het internet	24,7%	24,4%	27,5% B	21,7%	32,1% C	26,6% C	16,7%	19,7%	26,1%	27,0%
In super-/hypermarkten en discounters	53,6%	55,6%	49,2%	59,3% A	57,1%	52,0%	54,3%	48,1%	52,4%	61,9% A B
Uit een catalogus (postorderverkoop of rechtstreekse verkoop)	5,6%	7,1%	7,4%	5,1%	5,8%	6,9%	5,8%	6,0%	6,3%	6,3%
Bij kleinhandelaars/buurtwinkels (plaatselijke kruidenierswinkel ...)	19,8%	17,0%	18,4%	19,1%	24,0% C	20,4% C	12,9%	16,5%	16,2%	23,5% B
Op lokale markten	19,0%	17,4%	18,5%	18,3%	17,2%	20,4%	17,6%	16,1%	17,5%	21,4%
Andere	1,0%	0%	0,5%	0,7%	0,5%	0,7%	0,6%	0,3%	0,6%	0,8%
U weet het niet	6,6%	15,7% A	13,7% B	6,6%	13,4% C	11,1%	6,6%	8,4%	12,2%	9,1%

Vindt u dat u genoeg informatie krijgt over eerlijke handel?



In 2014 waren de antwoordopties op deze vraag eenvoudigweg 'ja' en 'neen'

Wie moet volgens u de consumenten over dit onderwerp inlichten?



Filter: geen

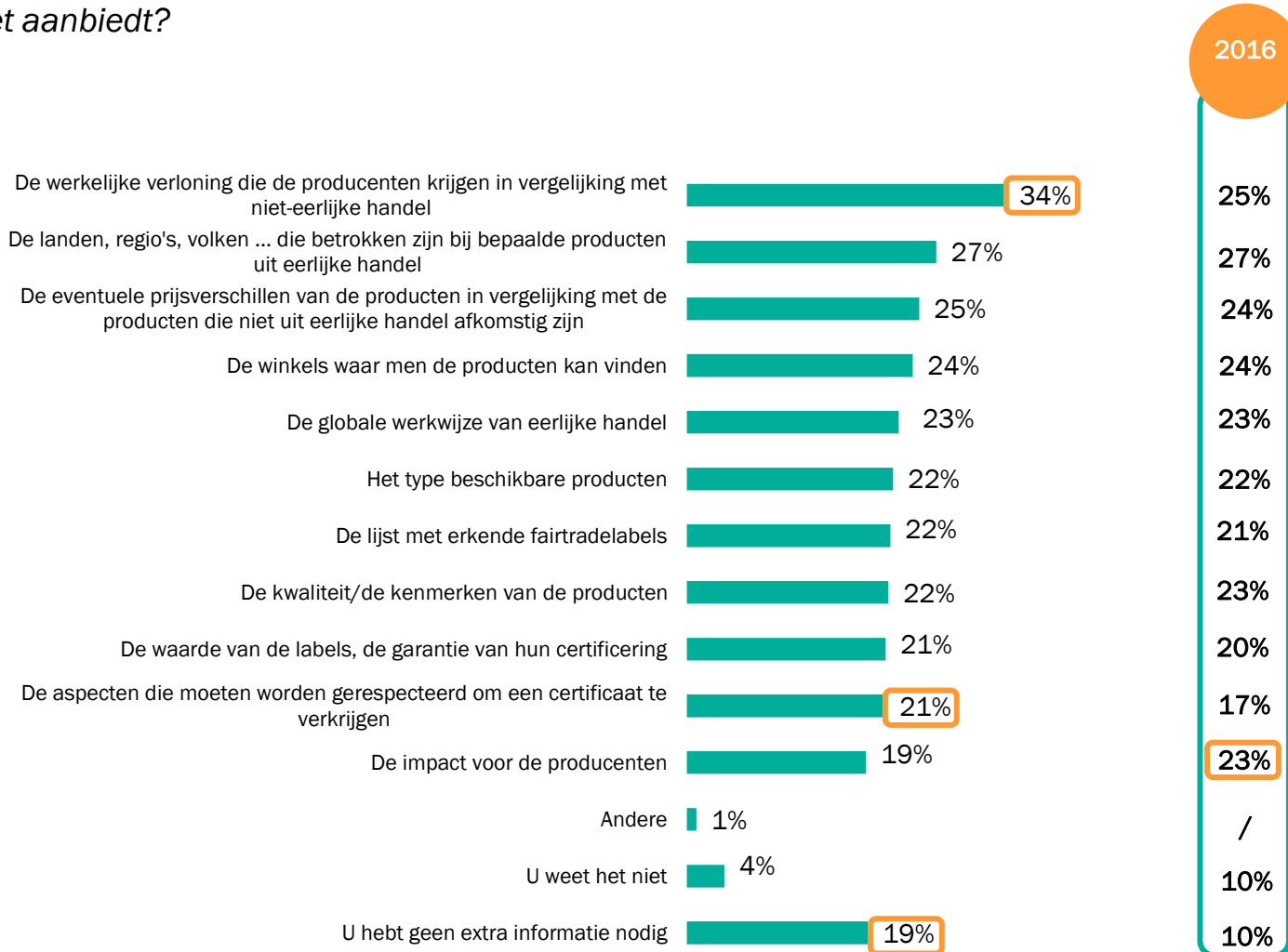
N: 1000

 Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

Wie moet volgens u de consumenten over dit onderwerp inlichten?

	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelbaar	Hoogstens hoger middelbaar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
De organisaties voor eerlijke handel	56,3% B	46,9%	51,2%	54,2%	47,9%	50,3%	58,8% A	51,8%	45,2%	62,3% A B
De media (reportages, documentaires)	46,1%	44,3%	41,3%	49,5% A	41,4%	43,1%	50,9% A	46,5%	41,2%	49,6%
De overheid, de regering	46,7% B	39,7%	45,0%	43,0%	50,4% C	41,4%	41,1%	40,7%	42,4%	48,6%
De verdelers die gespecialiseerd zijn in eerlijke handel	36,6%	36,3%	35,9%	37,0%	30,5%	35,8%	42,0% A	35,4%	32,5%	42,0% B
De scholen (het sensibiliseren van jongeren)	30,1%	27,0%	25,6%	32,2% A	39,0% B C	23,6%	25,5%	27,4%	25,4%	34,3% B
De hyper- en supermarkten	24,0%	27,5%	25,2%	25,6%	26,5%	25,6%	24,2%	27,5%	20,3%	29,6% B
Niemand, het is niet nodig de consument hierover te informeren	3,6%	2,7%	5,7% B	0,9%	3,8%	3,3%	2,8%	2,6%	2,6%	4,6%
Andere	0,2%	0,6%	0,3%	0,5%	0%	0,3%	0,8%	0,3%	0,8%	0%
U weet het niet	9,7%	16,9% A	11,8%	13,1%	15,9% C	13,1%	9,1%	11,7%	17,2% C	7,6%

Over welke zaken (maximaal 4) zou u (meer) informatie willen hebben betreffende eerlijke handel en de producten die het aanbiedt?



Filter: geen

N: 1000

 Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)



Over welke zaken (maximaal 4) zou u (meer) informatie willen hebben betreffende eerlijke handel en de producten die het aanbiedt?

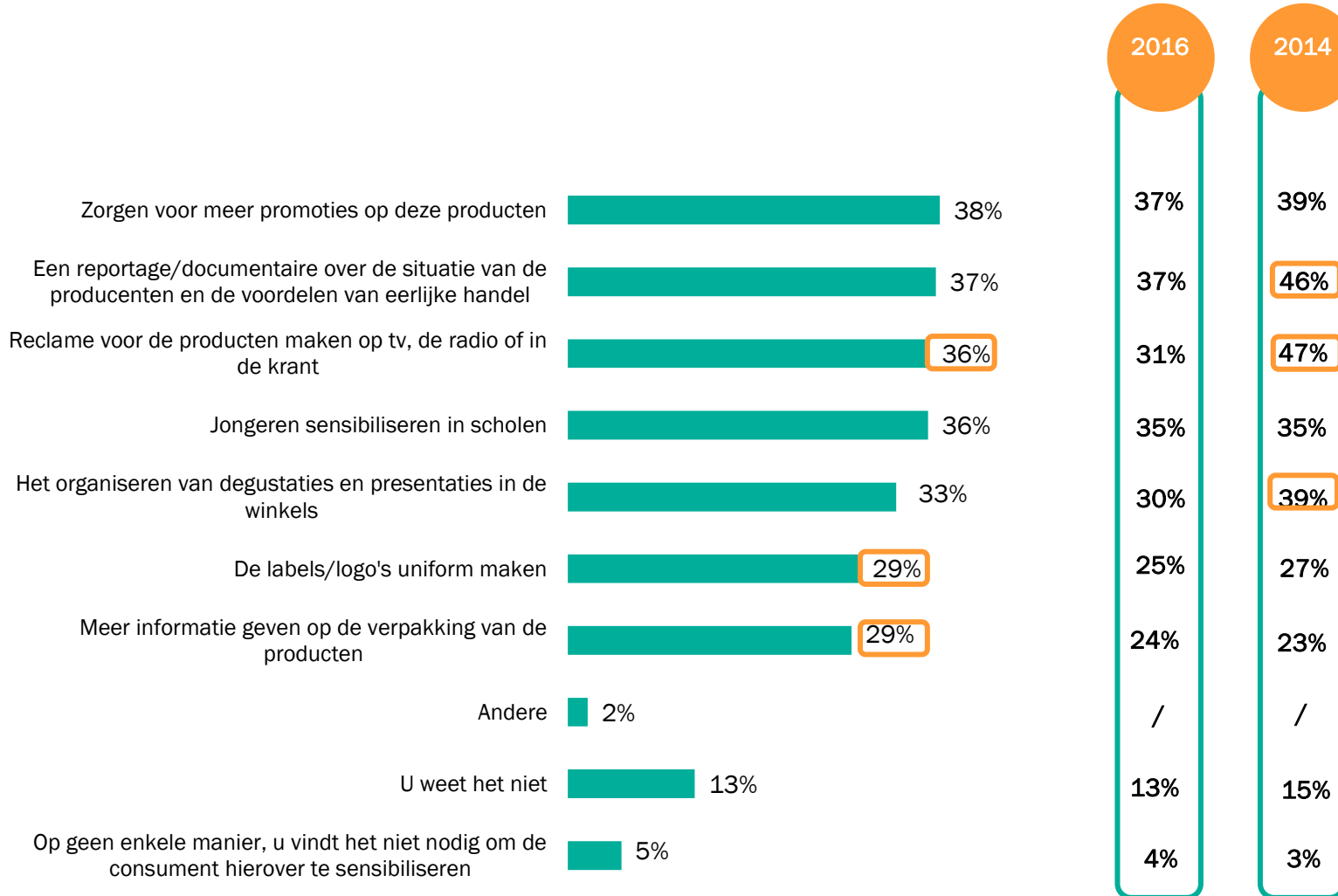
	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelbaar	Hoogstens hoger middelbaar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
De werkelijke verloning die de producenten krijgen in vergelijking met niet-eerlijke handel	36,7% B	29,4%	33,1%	34,6%	34,1%	34,1%	33,4%	30,5%	32,1%	38,8%
De landen, regio's, volken ... die betrokken zijn bij bepaalde producten uit eerlijke handel	25,7%	28,2%	27,4%	25,9%	25,7%	22,5%	31,2% B	28,2%	24,0%	28,4%
De eventuele prijsverschillen van de producten in vergelijking met de producten die niet uit eerlijke handel afkomstig zijn	27,7% B	20,2%	25,9%	23,7%	25,1%	22,9%	26,3%	22,9%	26,0%	25,0%
De winkels waar men de producten kan vinden	22,3%	27,1%	22,5%	25,7%	17,1%	20,7%	33,0% A B	28,6%	22,5%	22,4%
De globale werkwijze van eerlijke handel	25,6% B	17,8%	24,8%	20,4%	26,1%	21,4%	20,8%	20,2%	22,5%	24,6%
Het type beschikbare producten	18,8%	27,0% A	22,5%	21,4%	18,9%	22,3%	24,1%	22,1%	20,2%	24,0%
De lijst met erkende fairtradelabels	21,3%	22,2%	21,4%	21,9%	21,7%	19,9%	23,2%	19,5%	19,8%	25,6%
De kwaliteit/de kenmerken van de producten	19,9%	24,2%	22,7%	20,5%	19,3%	21,5%	23,4%	27,6% B	19,0%	19,5%
De waarde van de labels, de garantie van hun certificering	20,0%	23,2%	21,1%	21,3%	18,6%	21,8%	22,9%	19,9%	19,7%	24,1%
De aspecten die moeten worden gerespecteerd om een certificaat te verkrijgen	24,3% B	15,9%	18,8%	23,3%	25,7% C	20,6%	17,8%	16,3%	18,7%	27,9% A B
De impact voor de producenten	15,6%	24,7% A	18,3%	19,8%	22,9%	15,8%	19,0%	17,3%	17,1%	22,7%
Andere	1,6%	0,9%	1,4%	1,3%	0,8%	2,3%	0,9%	1,8%	1,2%	1,1%
U weet het niet	2,8%	4,6%	2,8%	4,2%	4,1%	2,7%	3,6%	4,5%	4,3%	1,7%
U hebt geen extra informatie nodig	20,3%	17,8%	19,3%	19,4%	20,1%	20,9%	17,2%	19,5%	22,1%	16,0%

Filter: geen

N: 1000

 Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

Op welke manier zou men de consumenten over dit onderwerp moeten sensibiliseren?



Filter: geen

N: 1000

 Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

Op welke manier zou men de consumenten over dit onderwerp moeten sensibiliseren?

	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelba ar	Hoogstens hoger middelba ar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
Zorgen voor meer promoties op deze producten	36,9%	38,4%	35,9%	38,9%	36,7%	35,8%	39,6%	39,6%	37,4%	35,7%
Een reportage/documentaire maken over de situatie van de producenten en de voordelen die eerlijke handel hen kunnen verschaffen	36,0%	39,0%	36,0%	38,2%	36,0%	32,3%	42,4% B	35,9%	31,8%	44,5% B
Reclame voor de producten maken op tv, de radio of in de krant	36,9%	35,4%	30,8%	41,7% A	40,1% B	30,0%	39,1% B	36,0%	33,1%	40,4%
Jongeren sensibiliseren in scholen	37,1%	34,9%	35,5%	37,0%	44,2% B	28,5%	37,0% B	34,6%	30,0%	45,0% A B
Het organiseren van degustaties en presentaties in de winkels	32,8%	33,6%	27,6%	38,5% A	32,7%	34,9%	31,8%	32,8%	31,9%	34,8%
De labels/logo's uniform maken	29,6%	28,8%	32,6% B	26,1%	33,7% B	24,4%	30,2%	21,9%	27,8%	37,1% A B
Meer informatie geven op de verpakking van de producten	31,8% B	23,4%	29,0%	28,2%	37,0% C	28,4%	21,9%	23,6%	23,5%	38,7% A B
Andere	1,7%	1,2%	1,5%	1,5%	1,8%	2,0%	0,8%	0%	1,4%	2,9%
U weet het niet	10,7%	16,1% A	12,0%	13,5%	15,0%	14,1%	9,8%	13,6% C	17,2% C	6,8%
Op geen enkele manier, u vindt het niet nodig om de consument hierover te sensibiliseren	6,3%	4,1%	7,4% B	3,5%	4,2%	6,3%	5,7%	4,8%	4,9%	6,6%

1. Steekproef
2. Key facts
3. Perceptie van mondialisering
4. Bekendheid van eerlijke handel
5. Algemene kennis over eerlijke handel
6. Specifieke merken, labels en logo's
7. Aankoopgedrag op het vlak van eerlijke handel
8. Attitudes op het vlak van eerlijke handel
9. Profielen
10. Conclusies

Kent u dit merk, dit label en/of dit logo?



2018

71%

29%

2016

66%

25%

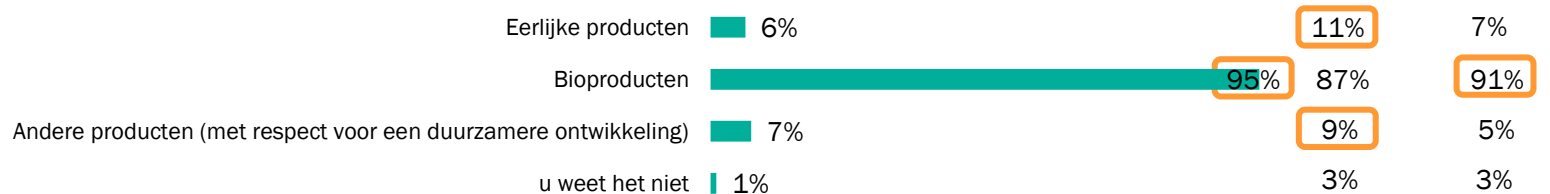
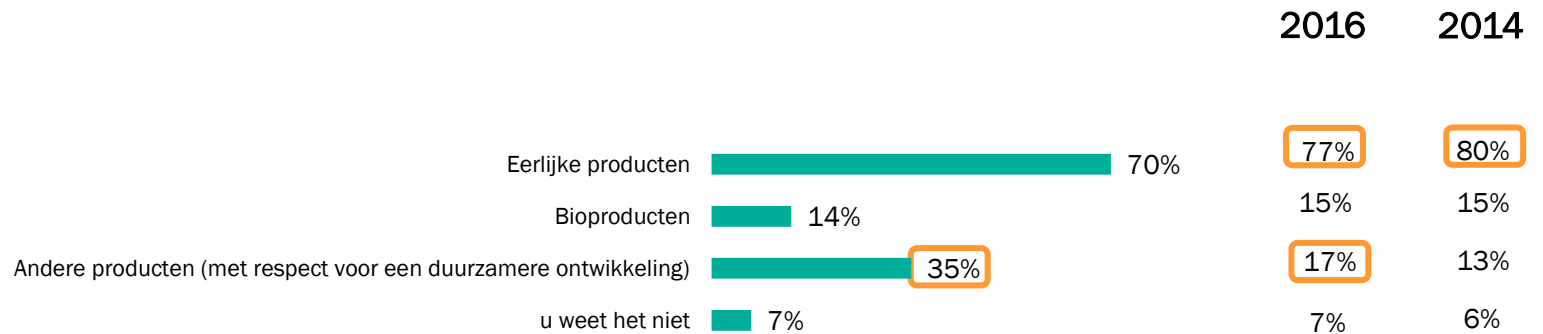
2014

68%

26%

	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelbaar	Hoogstens hoger middelbaar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
Fairtrade	77,0% B	60,4%	65,0%	76,1% A	75,6% C	73,4% C	63,9%	65,6%	69,4%	76,2% A
Biogarantie	34,0% B	21,6%	28,8%	29,7%	27,7%	35,0% C	25,1%	27,5%	28,3%	31,7%

Met welk(e) type(s) producten associeert u deze labels / logo's / merken?



Hoeveel vertrouwen kent u aan dit label, logo of garantiesysteem toe? 10 betekent dat dit label/logo u volkomen vertrouwen inboezemt, 1 betekent dat het u helemaal geen vertrouwen inboezemt.



2018  
% 8 tot 10

2016  
% 8 tot 10

2014  
% 8 tot 10

56%

56%

65%



1 tot 3 4 tot 5 6 tot 7 8 9 10 ?

50%

55%

56%

Filter: Indien logo's kennen

N Fairtrade: 706; N Biogarantie: 292

 Significant hoger  
(betrouwbaarheid 95%)

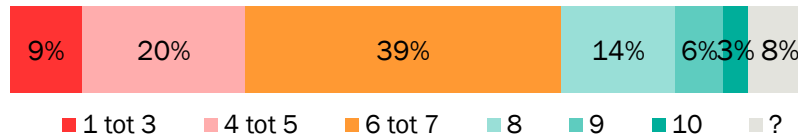
    39

Hoeveel vertrouwen kent u aan dit label, logo of garantiesysteem toe? 10 betekent dat dit label/logo u volkomen vertrouwen inboezemt, 1 betekent dat het u helemaal geen vertrouwen inboezemt.

2018  
GEMIDDELDE  
(N=1000 BELGEN)



7,0



6,2



Als u dit logo op een product ziet, zet dit u dan meer aan om dit product te kopen?



2018  
soms +  
volkomen

68%

2016  
soms +  
volkomen

71%



63%

73%

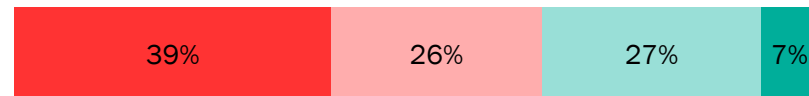
■ Helemaal niet ■ Zelden ■ Soms ■ Volkomen

Als u dit logo op een product ziet, zet dit u dan meer aan om dit product te kopen?

2018  
soms + volkomen  
(N=1000 BELGEN)



57%



34%

■ Helemaal niet ■ Zelden ■ Soms ■ Volkomen

1. Steekproef
2. Key facts
3. Perceptie van mondialisering
4. Bekendheid van eerlijke handel
5. Algemene kennis over eerlijke handel
6. Specifieke merken, labels en logo's
7. Aankoopgedrag op het vlak van eerlijke handel
8. Attitudes op het vlak van eerlijke handel
9. Profielen
10. Conclusies

Waar let u meestal op als u uw aankopen in de winkel doet? *Gelieve maximaal drie antwoorden aan te vinken.*



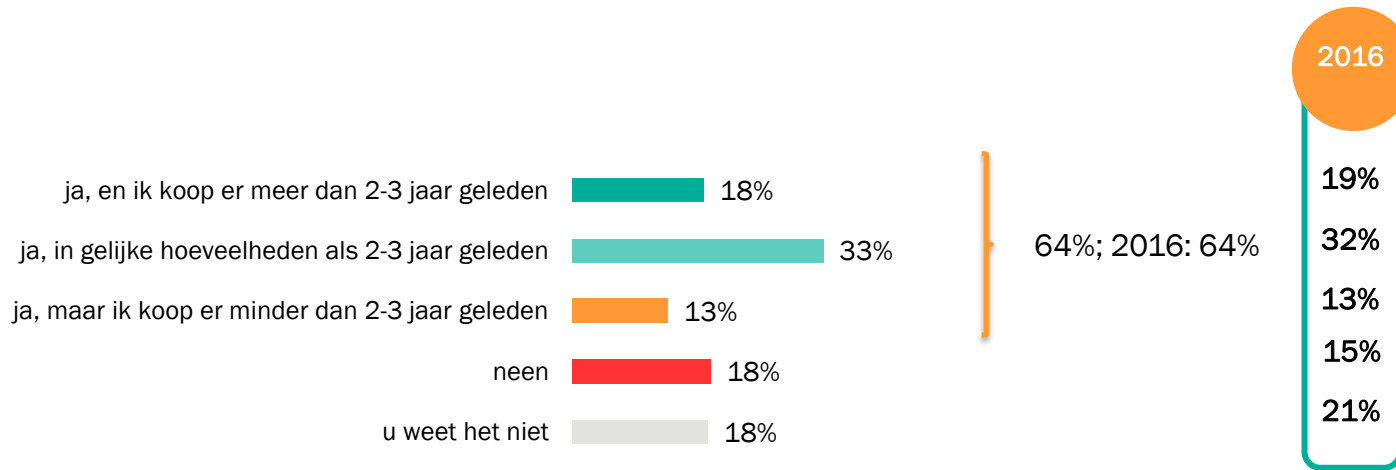
	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelbaar	Hoogstens hoger middelbaar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
Prijs	74,9%	74,0%	75,9%	73,4%	80,2%	73,4%	72,0%	74,3%	77,2%	71,7%
Kwaliteit	64,6%	70,4%	68,8%	65,1%	61,7%	63,5%	73,1% A B	64,4%	62,5%	73,9% B
Promoties	61,8%	55,7%	60,6%	58,4%	64,6%	58,7%	56,8%	63,0%	61,9%	53,6%
Gewoonte	27,9%	23,6%	26,6%	26,0%	30,6% C	28,7%	21,3%	23,8%	27,0%	27,5%
De impact op het milieu	9,6%	15,1% A	11,2%	12,1%	12,2%	10,1%	12,9%	12,2%	8,2%	15,4% B
Sociale omstandigheden (werkomstandigheden, eerlijke prijzen,...)	3,9%	4,0%	2,4%	5,4% A	1,2%	3,3%	6,3% A	3,3%	4,4%	4,0%
De eigen gezondheid	21,2%	18,3%	16,9%	23,0% A	16,9%	19,5%	22,7%	20,0%	17,5%	23,3%
Iets anders	2,2%	0,6%	1,6%	1,7%	0,7%	1,4%	2,5%	0,7%	1,5%	2,5%

Filter: indien VVA

N: 884

 Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

Hebt u al producten uit eerlijke handel gekocht?



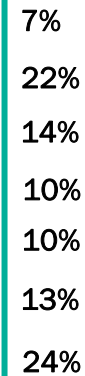
	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelbaar	Hoogstens hoger middelbaar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
ja, en ik koop er meer dan 2-3 jaar geleden	17,3%	17,8%	15,6%	19,4%	15,8%	18,6%	17,9%	16,7%	15,5%	20,5%
ja, in gelijke hoeveelheden als 2-3 jaar geleden	34,9%	30,9%	31,8%	34,9%	34,1%	29,5%	36,3%	34,0%	30,3%	36,4%
ja, maar ik koop er minder dan 2-3 jaar geleden	13,5%	11,5%	12,0%	13,4%	11,9%	14,5%	11,8%	11,1%	13,0%	13,7%
neen	17,4%	20,0%	19,7%	17,2%	18,2%	20,0%	17,0%	16,6%	22,0%	15,8%
u weet het niet	16,8%	19,8%	20,9% B	15,1%	20,0%	17,3%	17,0%	21,6% C	19,2%	13,5%

Koopt u soms eerlijke producten? Zo ja, hoe vaak?



Trouwe klanten:  
 2018: 43%  
 2016: 43%  
 2014: 37%

2016



	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelbaar	Hoogstens hoger middelbaar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
minstens één keer per week	9,3%	10,7%	10,9%	8,8%	8,5%	9,3%	11,4%	9,6%	9,6%	10,4%
minstens één keer per maand	20,8%	15,9%	16,1%	21,7% A	16,7%	18,7%	20,8%	19,2%	15,4%	22,8% B
minstens één keer elke 3 maand	13,6%	13,6%	15,4%	11,9%	13,4%	11,1%	16,2%	14,7%	12,4%	14,2%
minstens één keer elke 6 maand	10,3%	11,9%	8,8%	13,0% A	12,8%	11,0%	9,3%	13,7%	9,3%	10,5%
minstens één keer per jaar	11,5%	10,2%	13,1% B	8,9%	10,2%	10,7%	11,9%	10,2%	11,9%	10,5%
minder dan één keer per jaar	13,8%	11,7%	12,6%	13,4%	12,9%	15,2%	11,0%	11,0%	15,4%	11,9%
u koopt er geen	20,7%	25,9%	23,1%	22,3%	25,5%	23,9%	19,3%	21,6%	26,0%	19,8%

Filter: geen

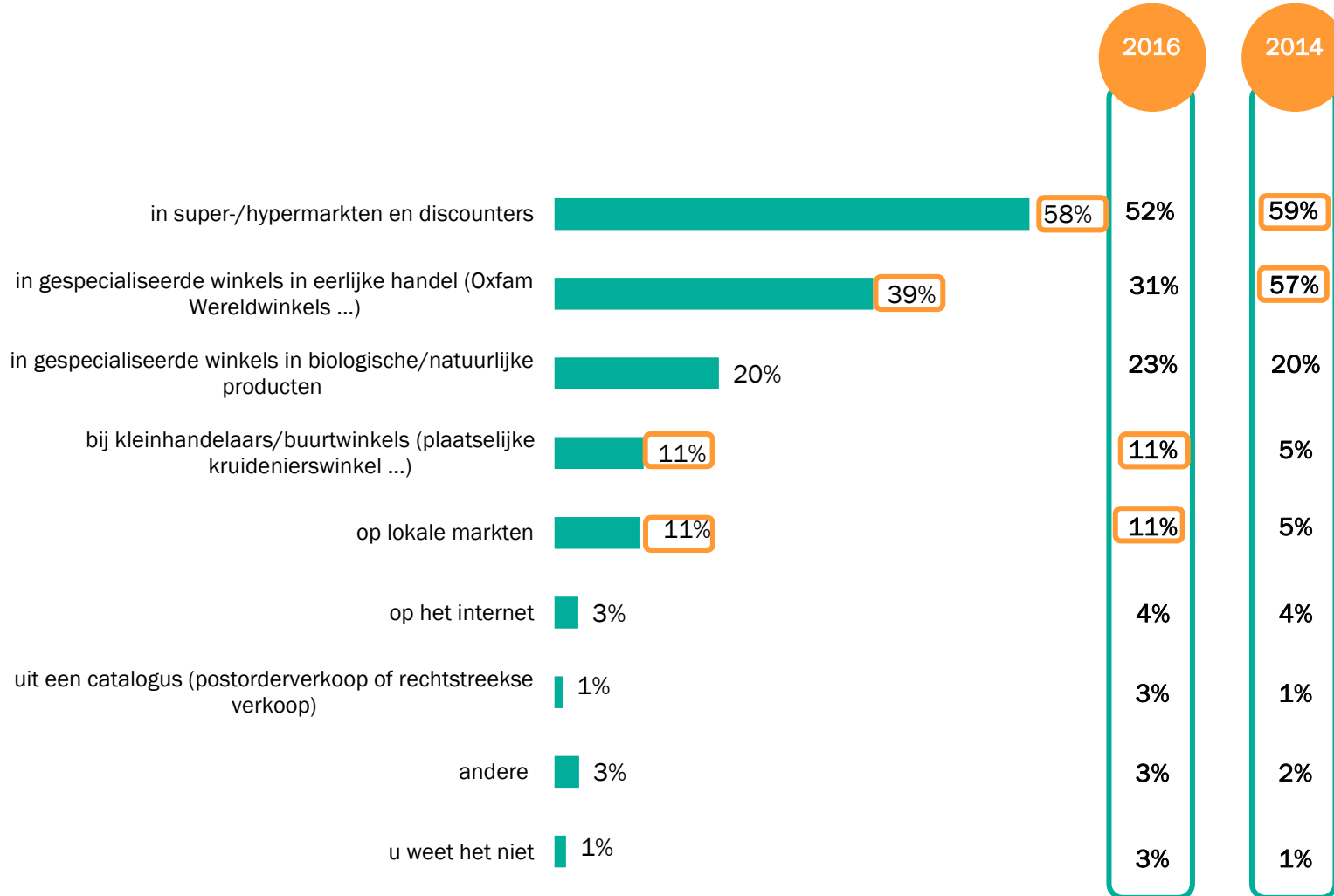
N: 1000

Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

# Aankoopgedrag eerlijke handel

## Favoriete verkoopkanalen

Waar koopt u over het algemeen het vaakst producten uit eerlijke handel?



Filter: indien al eerlijke producten gekocht

N: 636

 Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

# Aankoopgedrag eerlijke handel

## Favoriete verkoopkanalen

Waar koopt u over het algemeen het vaakst producten uit eerlijke handel?

	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelba ar	Hoogstens hoger middelba ar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
in super-/hypermarkten en discounters	52,6%	67,7% A	60,1%	56,3%	53,3%	57,1%	62,6%	55,5%	54,1%	64,0%
in gespecialiseerde winkels in eerlijke handel (Oxfam Wereldwinkels ...)	45,9% B	27,0%	33,8%	43,5% A	37,1%	31,6%	47,0% B	40,6%	40,3%	36,6%
in gespecialiseerde winkels in biologische/natuurlijke producten	21,1%	18,4%	20,8%	19,6%	19,6%	19,8%	20,7%	21,1%	17,9%	21,6%
bij kleinhandelaars/buurtwinkels (plaatselijke kruidenierswinkel ...)	8,3%	15,3% A	12,5%	9,5%	12,8%	14,5% C	6,3%	10,5%	10,2%	11,7%
op lokale markten	8,9%	13,3%	10,0%	10,9%	7,4%	11,6%	11,9%	13,2%	12,2%	6,8%
op het internet	1,9%	4,6% A	4,6% B	1,4%	6,1% C	2,4%	0,9%	2,6%	3,0%	3,0%
uit een catalogus (postorderverkoop of rechtstreekse verkoop)	0,7%	1,7%	1,0%	1,1%	0,9%	1,7%	0,5%	1,5%	1,4%	0,3%
andere	3,9%	1,5%	3,2%	2,9%	5,1%	2,5%	1,9%	1,4%	4,1%	3,1%
u weet het niet	2,0%	0,3%	1,5%	1,3%	2,1%	1,6%	0,6%	1,3%	1,9%	0,9%

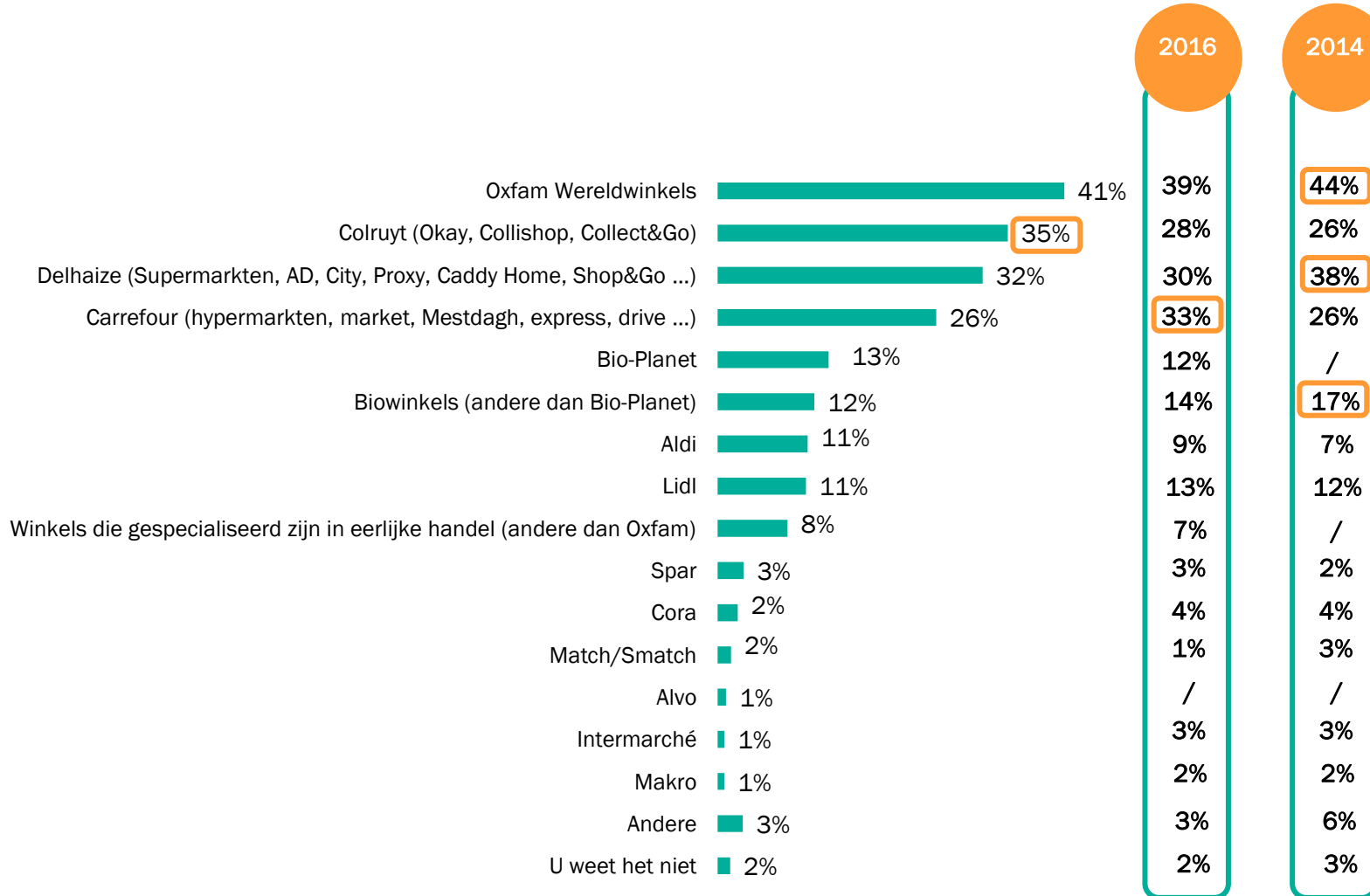
Filter: indien al eerlijke producten gekocht

N: 636

 Significant hoger  
(betrouwbaarheid 95%)



En meer bepaald in welke winkels/ketens koopt u deze producten?



Filter: indien kopen in super-/hypermarkten, 'eerlijke' of biowinkels

N: 560

 Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

En meer bepaald in welke winkels/ketens koopt u deze producten?

	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelba ar	Hoogstens hoger middelba ar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
Oxfam - Wereldwinkels	47,9% B	28,8%	37,6%	44,2%	42,5%	33,0%	46,8% B	43,3%	40,7%	40,3%
Carrefour (hypermarkten, market, Mestdagh, express, drive)	36,6%	30,6%	34,5%	34,4%	37,2%	31,0%	35,4%	33,4%	36,6%	33,3%
Delhaize (Supermarkten, AD, City, Proxy, Caddy Home, Shop&Go)	28,0%	37,9% A	30,7%	32,1%	32,8%	30,7%	31,1%	29,5%	31,4%	32,9%
Colruyt (Okay, Collishop, Collect&go)	18,2%	40,6% A	27,8%	24,6%	26,5%	26,8%	25,1%	30,0%	25,2%	24,0%
Biowinkels (andere dan Bio-Planet)	16,2% B	7,6%	12,2%	14,0%	12,0%	14,4%	13,1%	13,2%	10,6%	15,6%
Lidl	11,9%	10,6%	11,7%	11,3%	12,7%	12,7%	9,7%	11,2%	10,1%	13,0%
Bio-planet	9,9%	12,1%	12,9%	8,8%	8,0%	9,1%	13,7%	11,6%	8,2%	12,3%
Aldi	9,1%	13,2%	12,1%	9,2%	10,0%	10,4%	10,9%	11,7%	11,2%	9,1%
Winkels die gespecialiseerd zijn in eerlijke handel (andere dan Oxfam)	8,9%	7,1%	7,3%	9,1%	11,4%	5,4%	8,4%	7,8%	7,2%	9,7%
Cora	4,2% B	1,2%	2,1%	4,0%	4,6%	3,4%	1,9%	2,4%	4,0%	2,8%
Spar	0,5%	5,8% A	2,5%	2,2%	2,2%	1,5%	3,2%	5,0%	2,9%	0%
Intermarché	0,5%	3,7% A	2,4%	1,0%	0%	0,6%	3,5% B	4,2%	0,9%	0,6%
Makro	1,2%	0,6%	1,5%	0,6%	0,7%	1,3%	1,0%	0,6%	1,8%	0,5%
Match/Smatch	0%	2,3%	0,6%	1,0%	1,0%	0,4%	1,0%	0,6%	0,8%	1,0%
Alvo	1,1%	0,4%	1,3%	0,5%	0%	0%	2,0%	1,7%	1,1%	0%
Andere	3,5%	2,3%	3,0%	3,1%	1,7%	5,1%	2,4%	1,5%	2,7%	4,4%
U weet het niet	1,6%	1,4%	1,0%	2,0%	2,7%	1,5%	0,8%	2,4%	1,3%	1,2%

Filter: indien kopen in super-/hypermarkten, eerlijke of biowinkels

N: 560

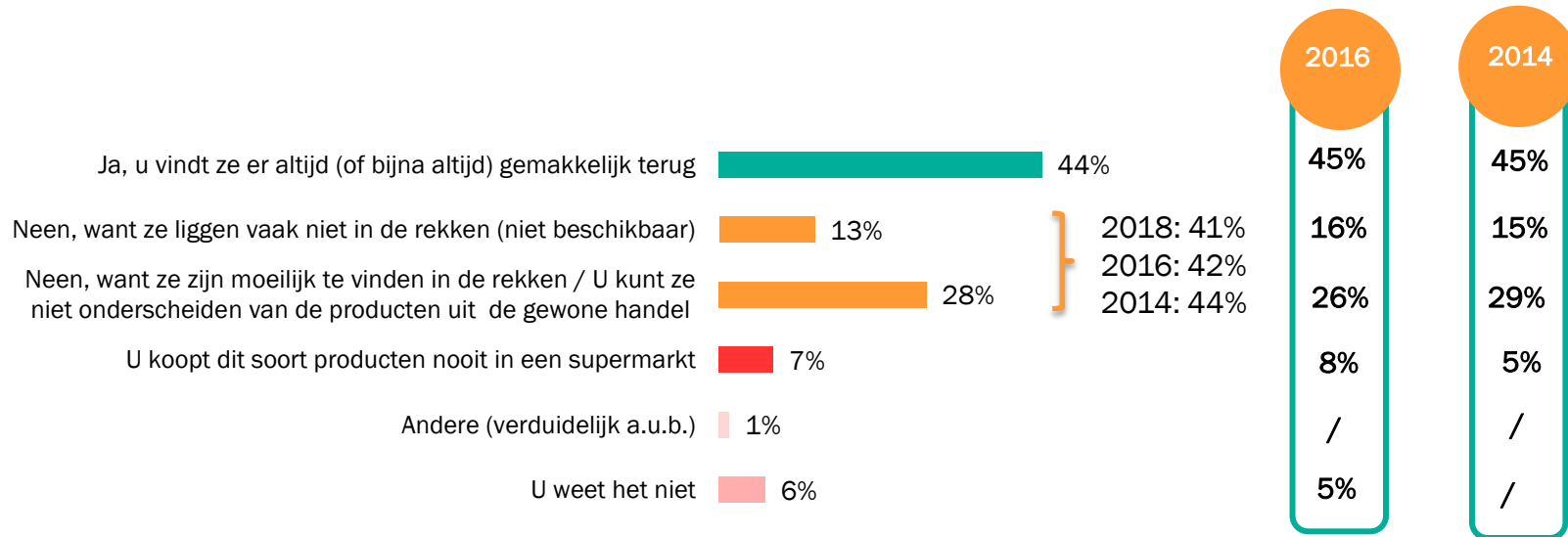
 Significant hoger  
(betrouwbaarheid 95%)

    50

# Aankoopgedrag eerlijke handel

## Herkenning en lokalisering

Vindt u gemakkelijk producten uit eerlijke handel in de hyper- en supermarkten (Carrefour, Colruyt, Delhaize, Aldi...)?



Filter: indien al eerlijke producten gekocht

N: 636

 Significant hoger  
(betrouwbaarheid 95%)

De volgende vragen gaan over de verschillen die u mogelijks ziet tussen de producten uit eerlijke handel die in supermarkten worden verkocht en deze die in de gespecialiseerde/onafhankelijke winkels worden verkocht. U denkt dat ...

Het feit dat de eerlijke producten in een supermarkt worden verkocht een positieve (+), geen (=) of negatieve (-) impact heeft op uw perceptie van eerlijke handel?

De gespecialiseerde/onafhankelijke winkels een positieve (+), geen (=) of negatieve (-) impact hebben op het imago dat u van eerlijke handel hebt?

De eerlijke producten in supermarkten van een hogere (+), gelijkwaardige (=) of lagere (-) kwaliteit zijn dan in gespecialiseerde/onafhankelijke winkels?

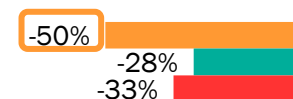
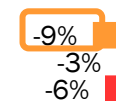
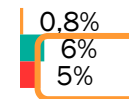
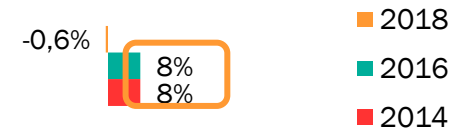
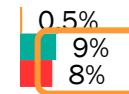
De prijs van eerlijke producten in supermarkten hoger (+), gelijk (=) of lager (-) is dan in gespecialiseerde/onafhankelijke winkels?

Door eerlijke producten in een supermarkt te kopen uw bijdrage aan eerlijke handel hoger (+), gelijk (=) of lager is dan wanneer u ze in gespecialiseerde/onafhankelijke winkels koopt?

De normen en regels van de eerlijke handel in supermarkten beter (+), even goed (=) of minder goed (-) worden nageleefd dan in de gespecialiseerde/onafhankelijke winkels?

De keuze van eerlijke producten in supermarkten groter is dan (+), even groot is als (=) of kleiner is dan (-) in gespecialiseerde/onafhankelijke winkels?

**Resultaat = verschil tussen % positief (+) en % negatief (-)**



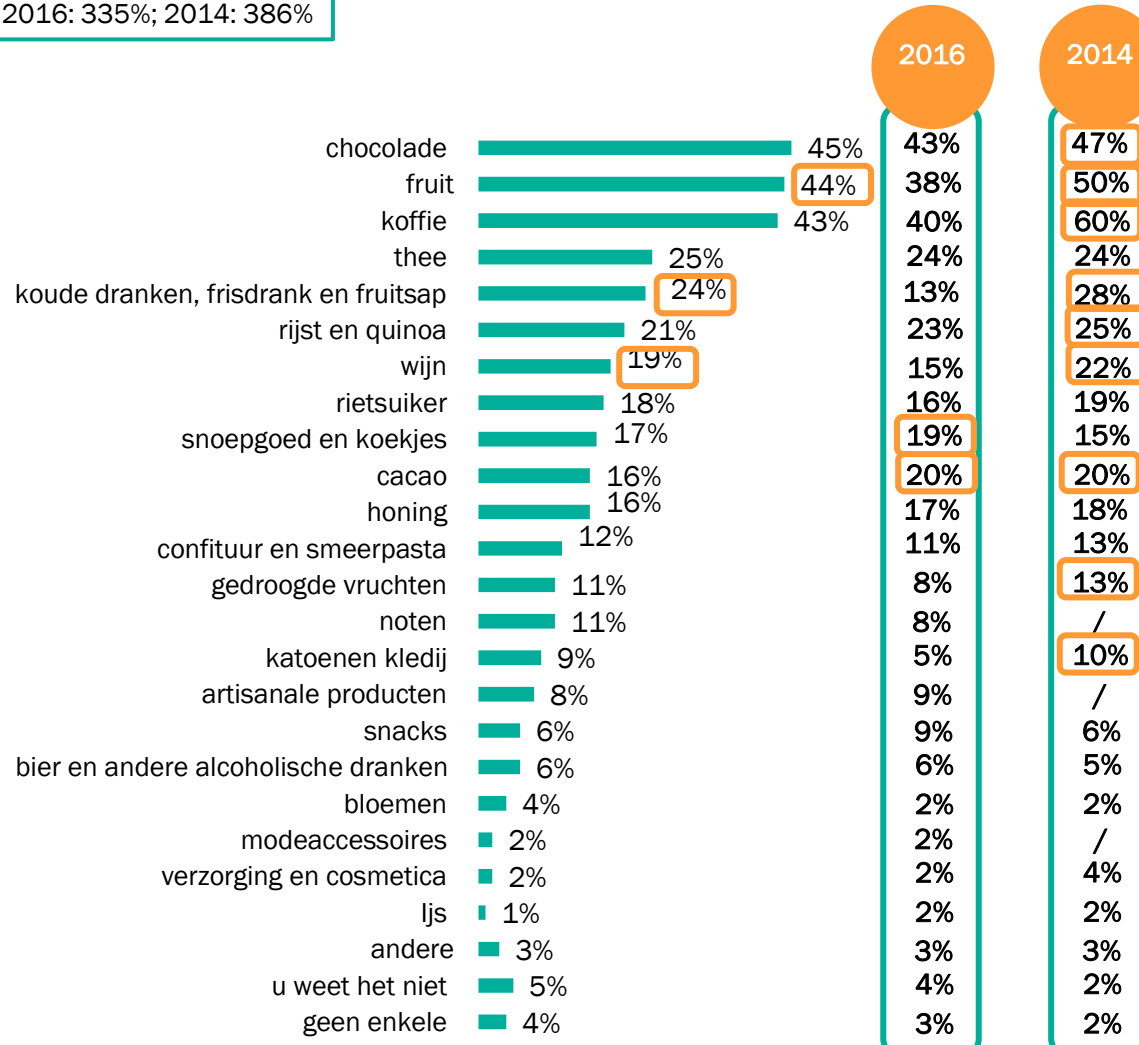
Filter: indien al eerlijke producten gekocht

N: 636

Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

Welk(e) product(en) uit eerlijke handel hebt u in de afgelopen 12 maanden gekocht?

Totaal van de antwoorden: 383%; 2016: 335%; 2014: 386%

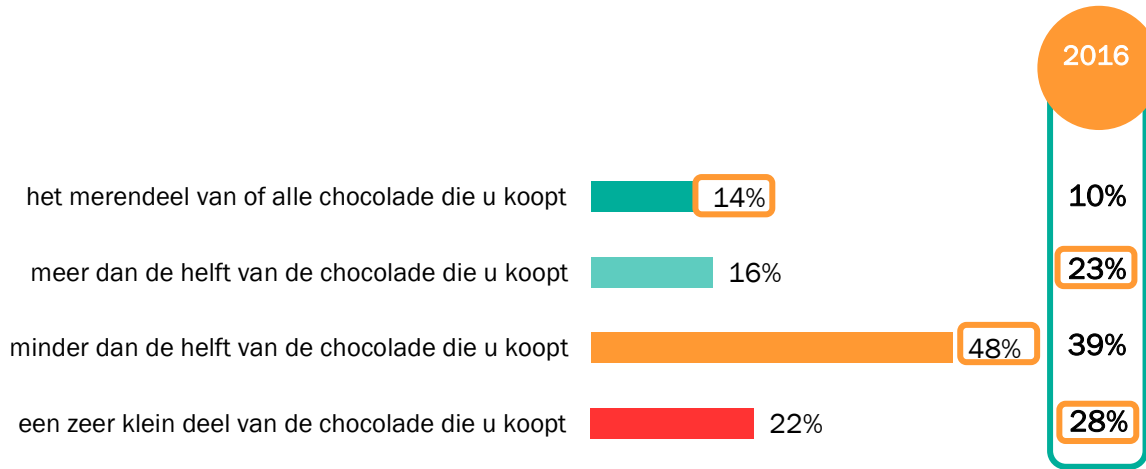


Filter: indien al eerlijke producten gekocht

N: 636

 Significant hoger  
(betrouwbaarheid 95%)

U hebt aangeduid chocolade uit eerlijke handel te kopen. Betreft dit...



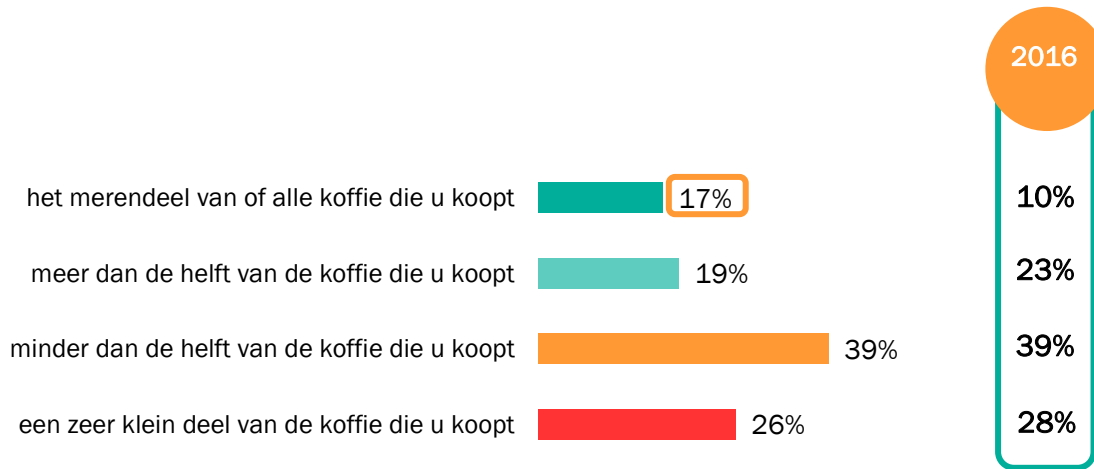
	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelbaar	Hoogstens hoger middelbaar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
Het merendeel van of alle chocolade die u koopt	14,6%	12,8%	8,9%	18,2% A	14,6%	14,4%	13,5%	13,3%	13,3%	15,4%
Meer dan de helft van de chocolade die u koopt	13,8%	21,8%	13,5%	18,4%	17,4%	18,4%	13,9%	17,7%	18,2%	13,1%
Minder dan de helft van de chocolade die u koopt	48,6%	46,8%	50,7%	46,0%	55,0%	41,6%	48,5%	53,8%	42,7%	49,1%
Een zeer klein deel van de chocolade die u koopt	23,0%	18,7%	27,0%	17,4%	13,0%	25,6%	24,1%	15,2%	25,8%	22,4%

Filter: indien chocolade kopen uit eerlijke handel

N: 284

 Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

U hebt aangeduid koffie uit eerlijke handel te kopen. Betreft dit...



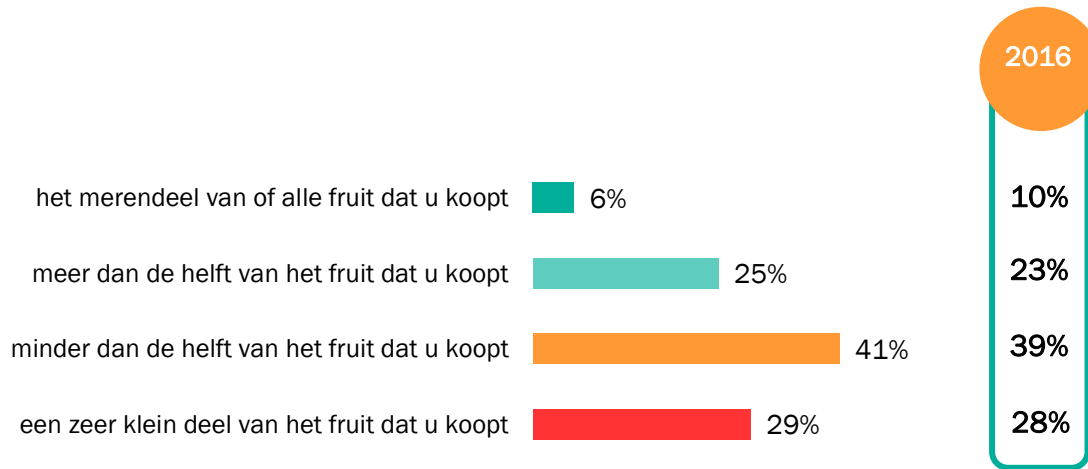
	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelbaar	Hoogstens hoger middelbaar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
Het merendeel van of alle koffie die u koopt	16,1%	17,7%	12,2%	20,1%	18,9%	12,2%	18,2%	16,9%	16,8%	16,0%
Meer dan de helft van de koffie die u koopt	17,5%	22,0%	19,6%	18,0%	22,6%	24,9%	13,6%	12,2%	23,1%	19,5%
Minder dan de helft van de koffie die u koopt	41,2%	31,8%	39,8%	37,5%	39,2%	29,1%	43,9%	47,9%	34,5%	35,1%
Een zeer klein deel van de koffie die u koopt	25,3%	28,4%	28,4%	24,3%	19,3%	33,8%	24,4%	23,0%	25,6%	29,4%

Filter: indien koffie kopen uit eerlijke handel

N: 270

 Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

U hebt aangeduid fruit uit eerlijke handel te kopen. Betreft dit...



	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelbaar	Hoogstens hoger middelbaar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
Het merendeel van of al het fruit dat u koopt	4,2%	7,5%	3,8%	6,8%	2,2%	7,3%	5,7%	4,5%	6,9%	4,8%
Meer dan de helft van het fruit dat u koopt	23,0%	27,8%	25,5%	24,1%	34,3%	22,7%	21,5%	25,3%	26,1%	23,0%
Minder dan de helft van het fruit dat u koopt	43,8%	35,6%	43,8%	38,3%	48,2%	34,7%	41,6%	36,9%	36,9%	47,8%
Een zeer klein deel van het fruit dat u koopt	29,0%	29,1%	26,9%	30,8%	15,3%	35,3% A	31,2%	33,2%	30,2%	24,4%

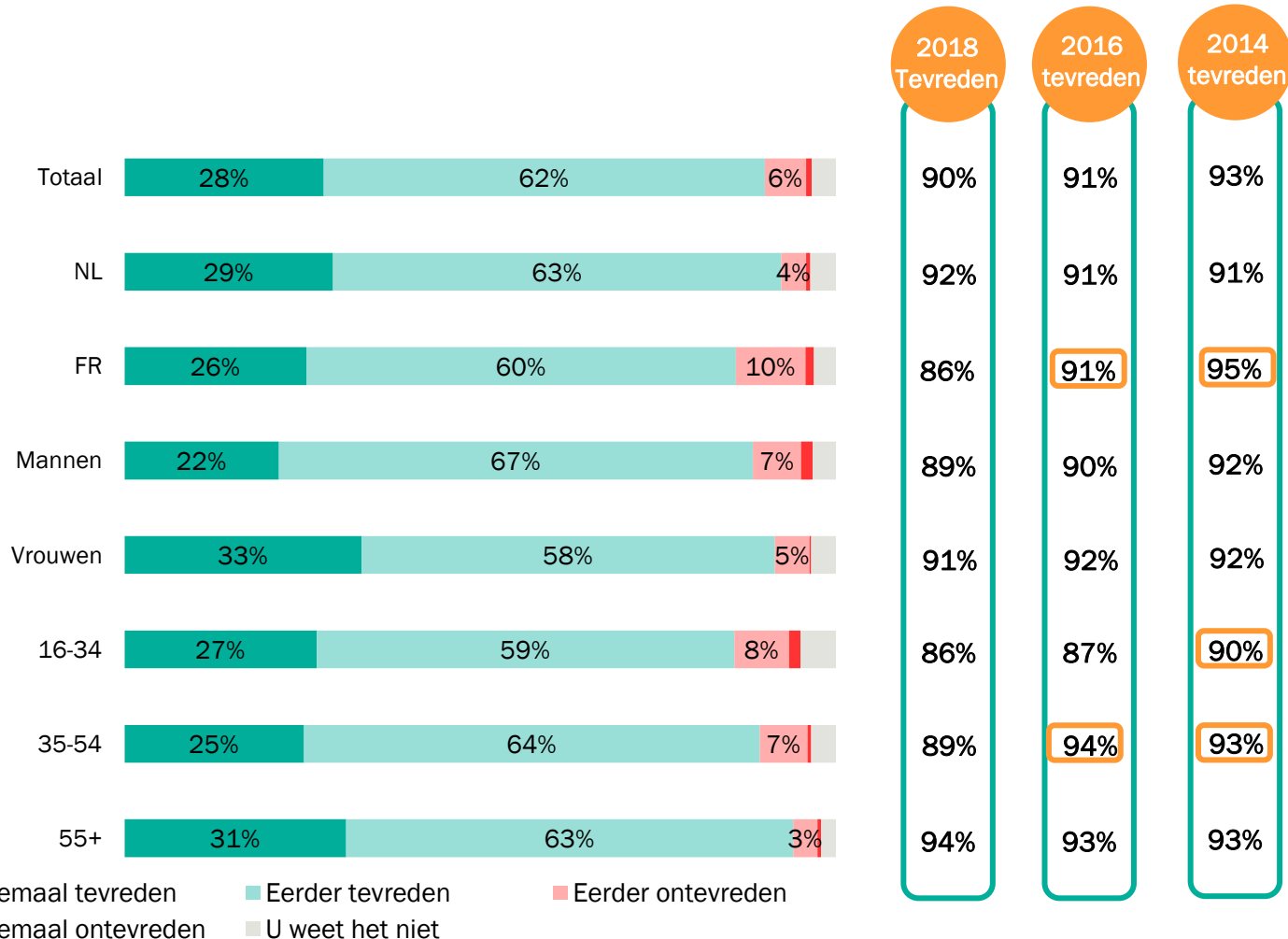
Filter: indien fruit kopen uit eerlijke handel

N: 277

 Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)



Bent u globaal gezien tevreden over de producten uit eerlijke handel die u koopt?



Filter: indien al eerlijke producten gekocht

N: 636

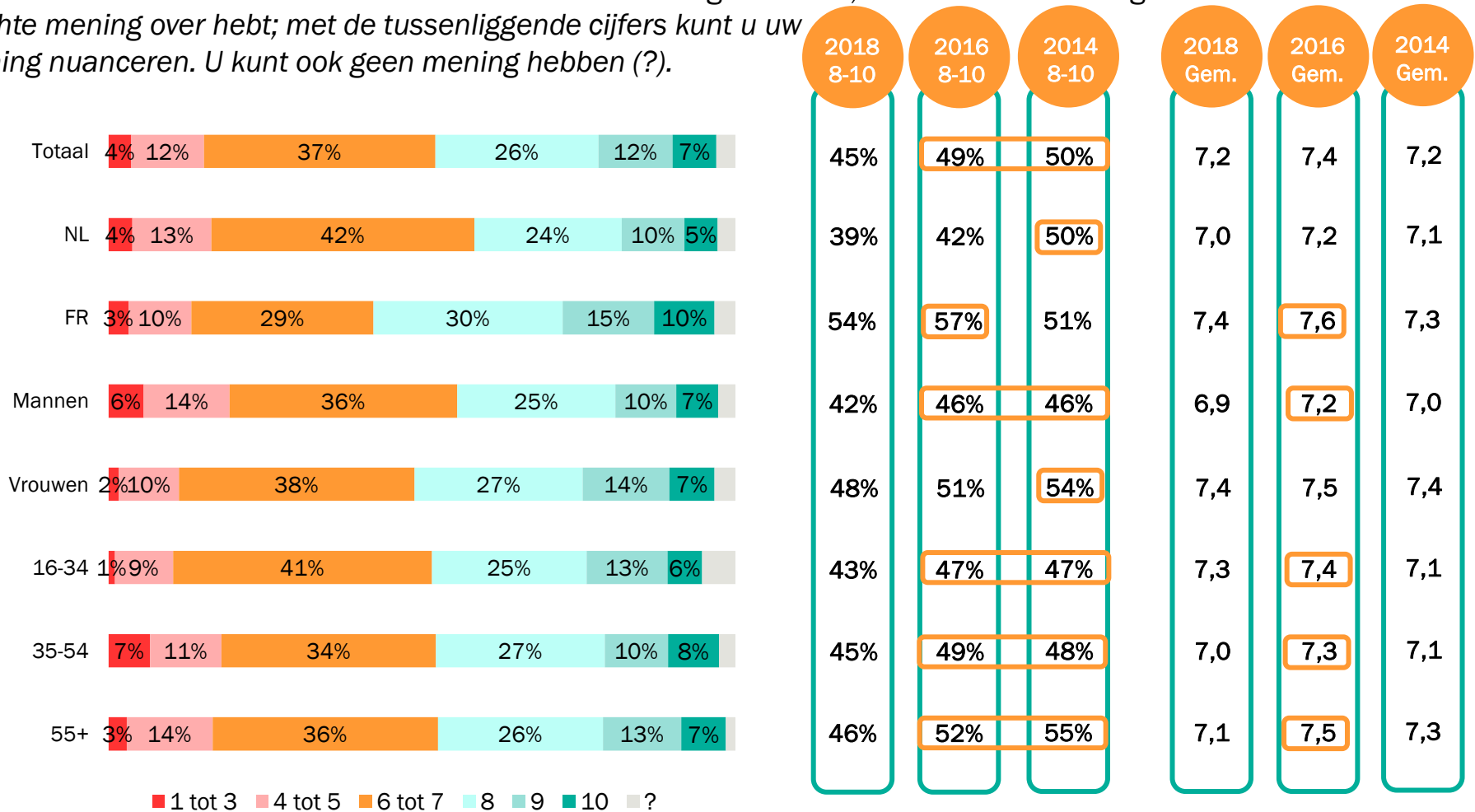
   Significant hoger  
(betrouwbaarheid 95%)

1. Steekproef
2. Key facts
3. Perceptie van mondialisering
4. Bekendheid van eerlijke handel
5. Algemene kennis over eerlijke handel
6. Specifieke merken, labels en logo's
7. Aankoopgedrag op het vlak van eerlijke handel
8. Attitudes op het vlak van eerlijke handel
9. Profielen
10. Conclusies

# Attitudes op het vlak van eerlijke handel

## Globale mening

Gelieve met behulp van een cijfer van 1 tot en met 10 uw globale mening over eerlijke handel, volgens de definitie, aan te duiden. 10 betekent dat u er een uitstekende mening over hebt, 1 betekent daarentegen dat u er een zeer slechte mening over hebt; met de tussenliggende cijfers kunt u uw Mening nuanceren. U kunt ook geen mening hebben (?).



Filter: geen

N: 1000

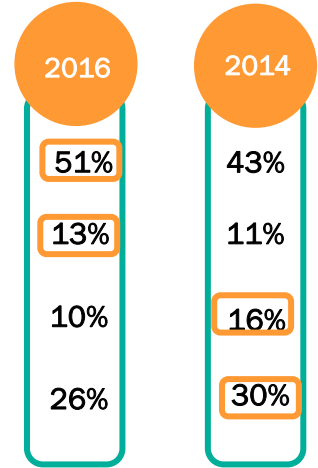
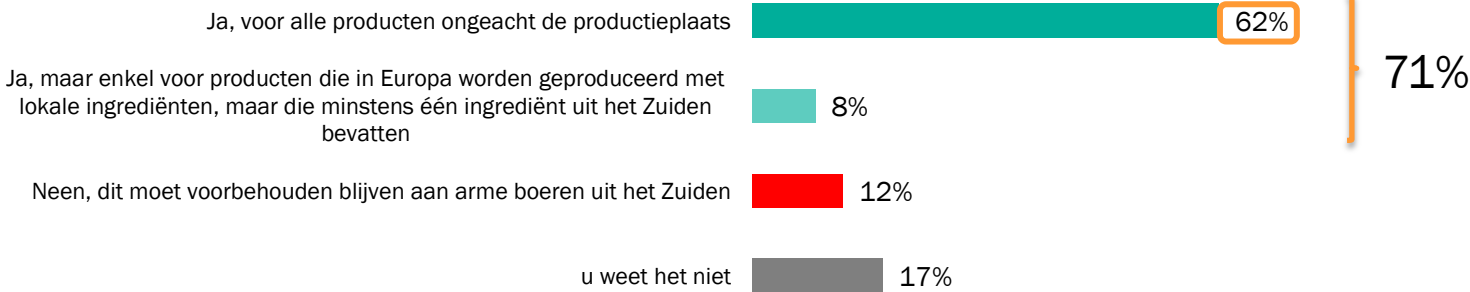
  Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

# Attitudes op het vlak van eerlijke handel

## Fair trade in Europa

Vindt u dat de eerlijke handel ook betrekking moet hebben op Belgische, Europese boeren?

Specifieke verwijzing naar de melkcrisis werd in deze meting weggelaten



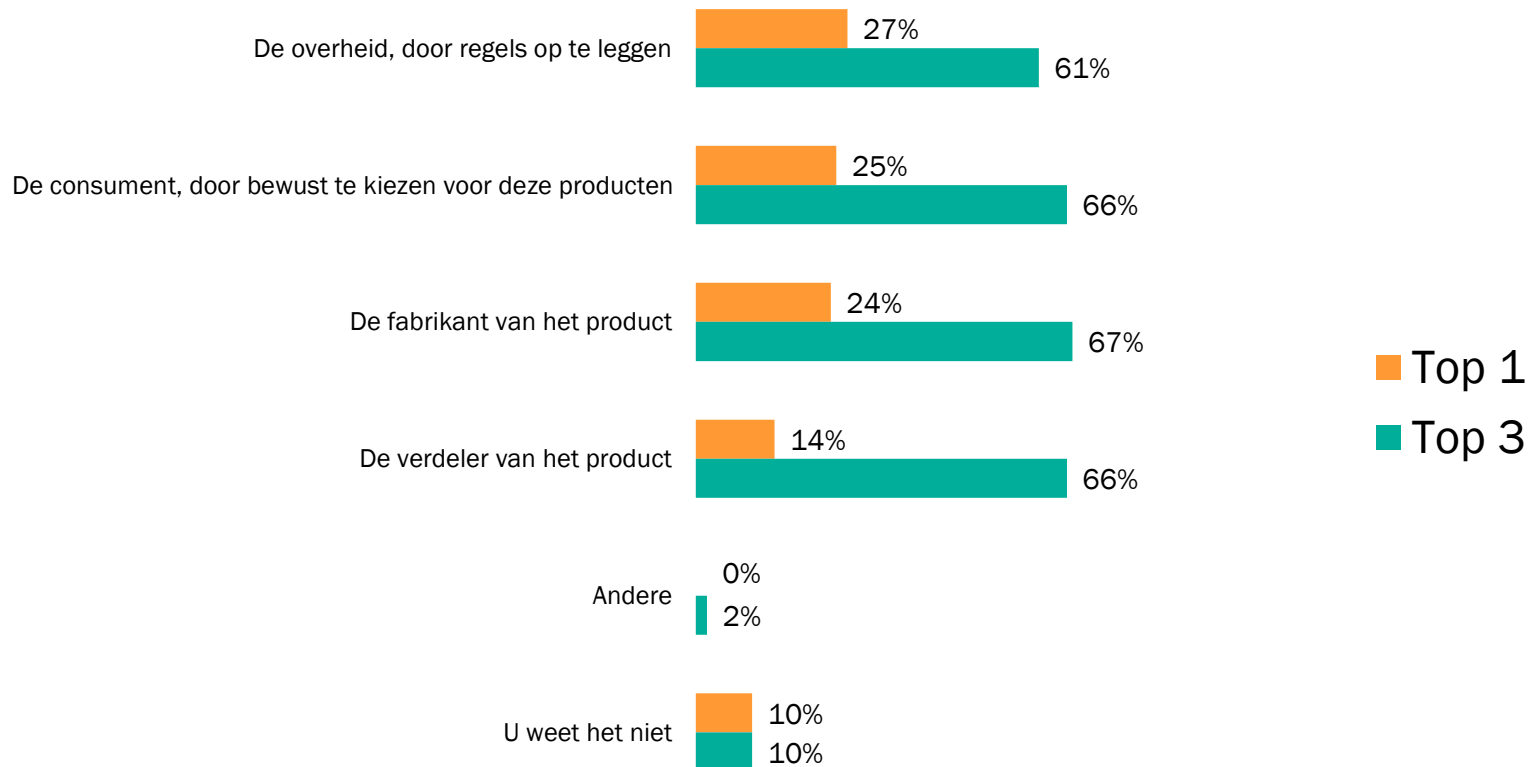
	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelbaar	Hoogstens hoger middelbaar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
Ja, voor alle producten ongeacht de productieplaats	66,7% B	54,9%	59,6%	64,6%	56,1%	62,4%	66,8% A	61,1%	63,0%	61,9%
Ja, maar enkel voor producten die in Europa worden geproduceerd met lokale ingrediënten, maar die minstens één ingrediënt uit het Zuiden bevatten	7,2%	10,2%	9,3%	7,4%	11,4% C	8,7%	5,6%	9,6%	8,1%	7,7%
Neen, dit moet voorbehouden blijven aan arme boeren uit het Zuiden	13,6%	9,8%	12,3%	11,9%	8,9%	11,7%	15,2% A	12,3%	10,5%	13,9%
u weet het niet	12,6%	25,1% A	18,7%	16,1%	23,5% C	17,3%	12,5%	17,0%	18,4%	16,4%

Filter: geen

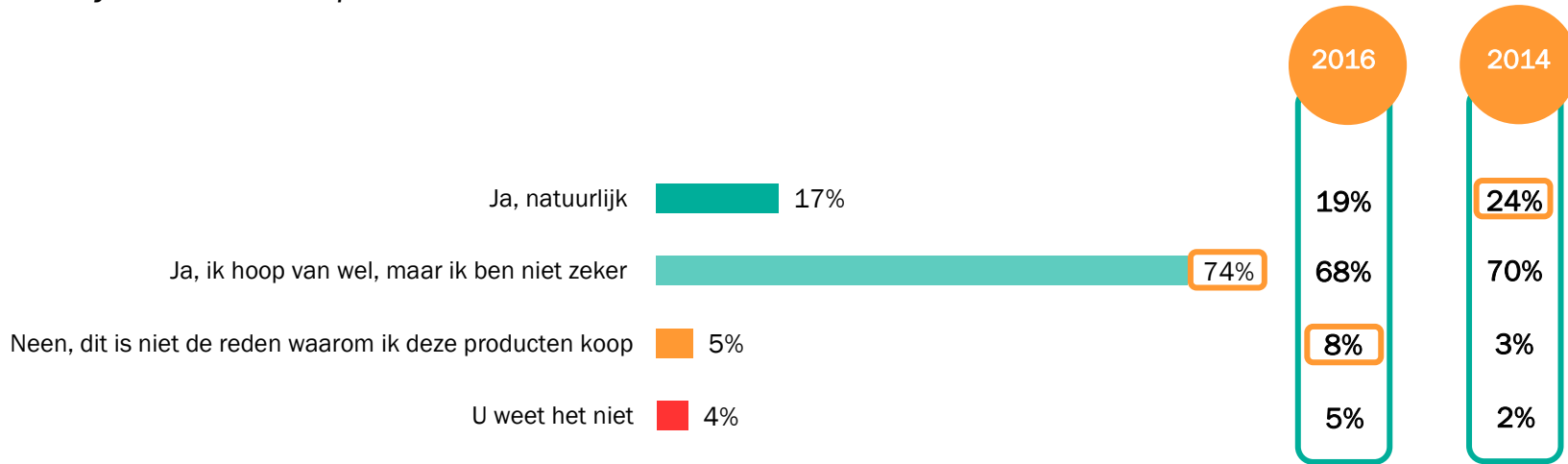
N: 1000

 Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

Wie draagt volgens u het meeste verantwoordelijkheid als het gaat over duurzame/eerlijke producten?



Denkt u dat u werkelijk bijdraagt aan het respecteren van de rechten van producenten en arbeiders door producten uit eerlijke handel te kopen?



	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelbaar	Hoogstens hoger middelbaar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
Ja, natuurlijk	16,7%	17,4%	16,0%	17,7%	14,9%	17,4%	18,0%	12,7%	17,7%	19,2%
Ja, ik hoop van wel, maar ik ben niet zeker	74,0%	72,9%	73,0%	74,1%	74,2%	71,7%	74,8%	77,9%	73,4%	70,7%
Neen, dit is niet de reden waarom ik deze producten koop	6,1%	3,3%	5,0%	5,1%	6,0%	6,5%	3,1%	4,0%	5,3%	5,6%
U weet het niet	3,3%	6,4%	6,0%	3,0%	4,9%	4,4%	4,0%	5,4%	3,6%	4,5%

Filter: indien al eerlijke producten gekocht

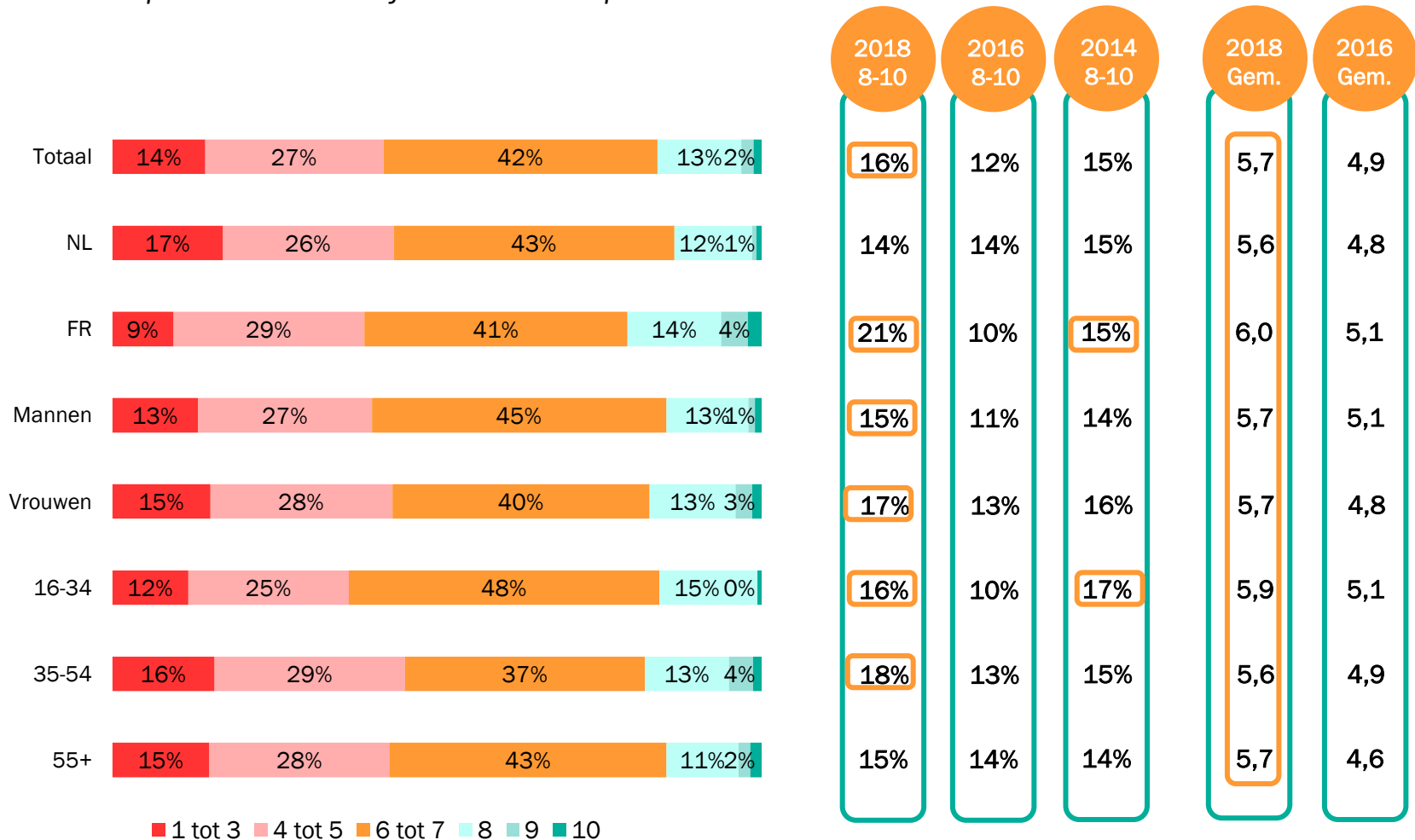
N: 636

Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

# Attitudes op het vlak van eerlijke handel

## Persoonlijke bijdrage

Gelieve de mate te evalueren waarin u persoonlijk bijdraagt aan het respecteren van de rechten van producenten en arbeiders door producten uit eerlijke handel te kopen.



Filter: indien al eerlijke producten gekocht

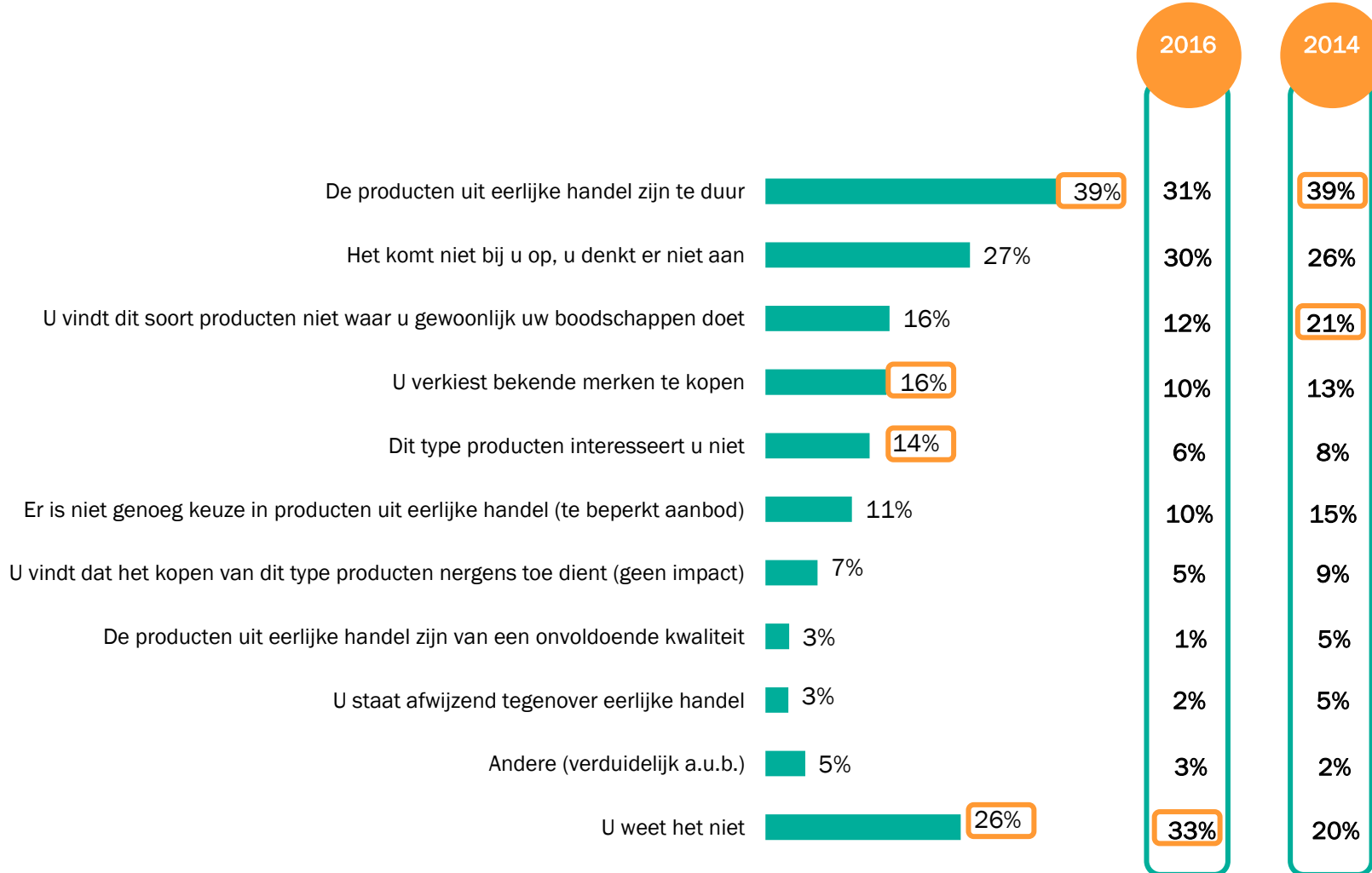
N: 636

   Significant hoger  
(betrouwbaarheid 95%)

# Attitudes op het vlak van eerlijke handel

## Barriers : drempels om geen fairtrade te kopen

Gelieve de belangrijkste redenen aan te duiden waarom u geen (of niet vaker) producten uit eerlijke handel koopt.



Filter: indien geen eerlijke producten kopen

N: 364

 Significant hoger  
(betrouwbaarheid 95%)



# Attitudes op het vlak van eerlijke handel

## Barriers : drempels om geen fairtrade te kopen

Gelieve de belangrijkste redenen aan te duiden waarom u geen (of niet vaker) producten uit eerlijke handel koopt.

	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelba ar	Hoogstens hoger middelba ar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
U vindt dit soort producten niet waar u gewoonlijk uw boodschappen doet	18,3%	13,3%	15,5%	17,0%	18,0%	14,3%	16,4%	13,8%	12,3%	25,1% B
De producten uit eerlijke handel zijn van een onvoldoende kwaliteit	4,0%	1,9%	2,7%	3,7%	2,7%	4,2%	2,5%	4,4%	3,1%	1,8%
Er is niet genoeg keuze in producten uit eerlijke handel (te beperkt aanbod)	12,3%	9,8%	12,5%	9,7%	9,9%	13,8%	10,0%	9,2%	9,5%	16,5%
U verkiest bekende merken te kopen	15,9%	15,6%	17,9%	13,2%	13,9%	9,3%	24,1% B	18,4%	17,2%	10,8%
Het komt niet bij u op, u denkt er niet aan	30,2%	21,8%	29,2%	23,6%	19,4%	23,6%	36,4% A	32,3%	24,9%	23,5%
De producten uit eerlijke handel zijn te duur	40,1%	36,3%	29,7%	49,3% A	42,0%	36,1%	37,7%	29,9%	45,3% A	36,6%
Dit type producten interesseert u niet	15,8%	10,6%	14,9%	12,0%	12,1%	14,2%	14,3%	10,0%	16,2%	13,2%
U staat afwijzend tegenover eerlijke handel	4,9% B	0,4%	4,1%	1,7%	1,2%	3,6%	4,1%	1,7%	3,0%	4,4%
U vindt dat het kopen van dit type producten nergens toe dient (geen impact)	6,2%	7,5%	7,8%	5,5%	4,0%	7,1%	9,0%	5,7%	5,6%	9,8%
Andere	6,8%	3,2%	3,7%	7,1%	5,6%	4,3%	5,9%	4,0%	2,6%	11,0% B
U weet het niet	18,2%	35,6% A	28,1%	22,3%	36,1% C	26,9% C	14,4%	27,5%	26,8%	21,2%

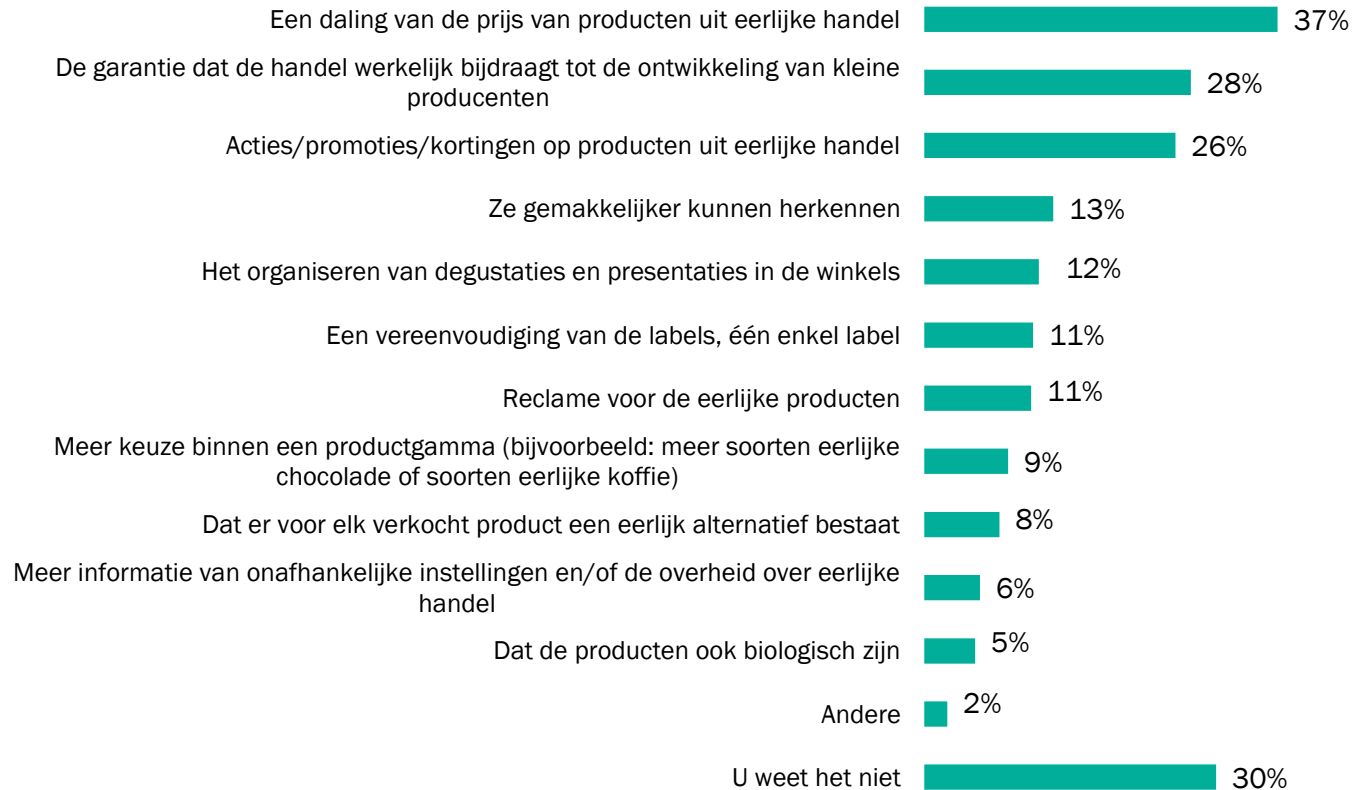
Filter: indien geen eerlijke producten kopen

N: 364

 Significant hoger  
(betrouwbaarheid 95%)

 65

Gelieve in de volgende lijst aan te duiden welke acties u er het meest toe zouden aanzetten (maximaal 3) om vaker producten uit eerlijke handel te kopen.



# Attitudes op het vlak van eerlijke handel

## Drivers : aansporingen om fairtrade te kopen

Gelieve de belangrijkste redenen aan te duiden waarom u geen (of niet vaker) producten uit eerlijke handel koopt.

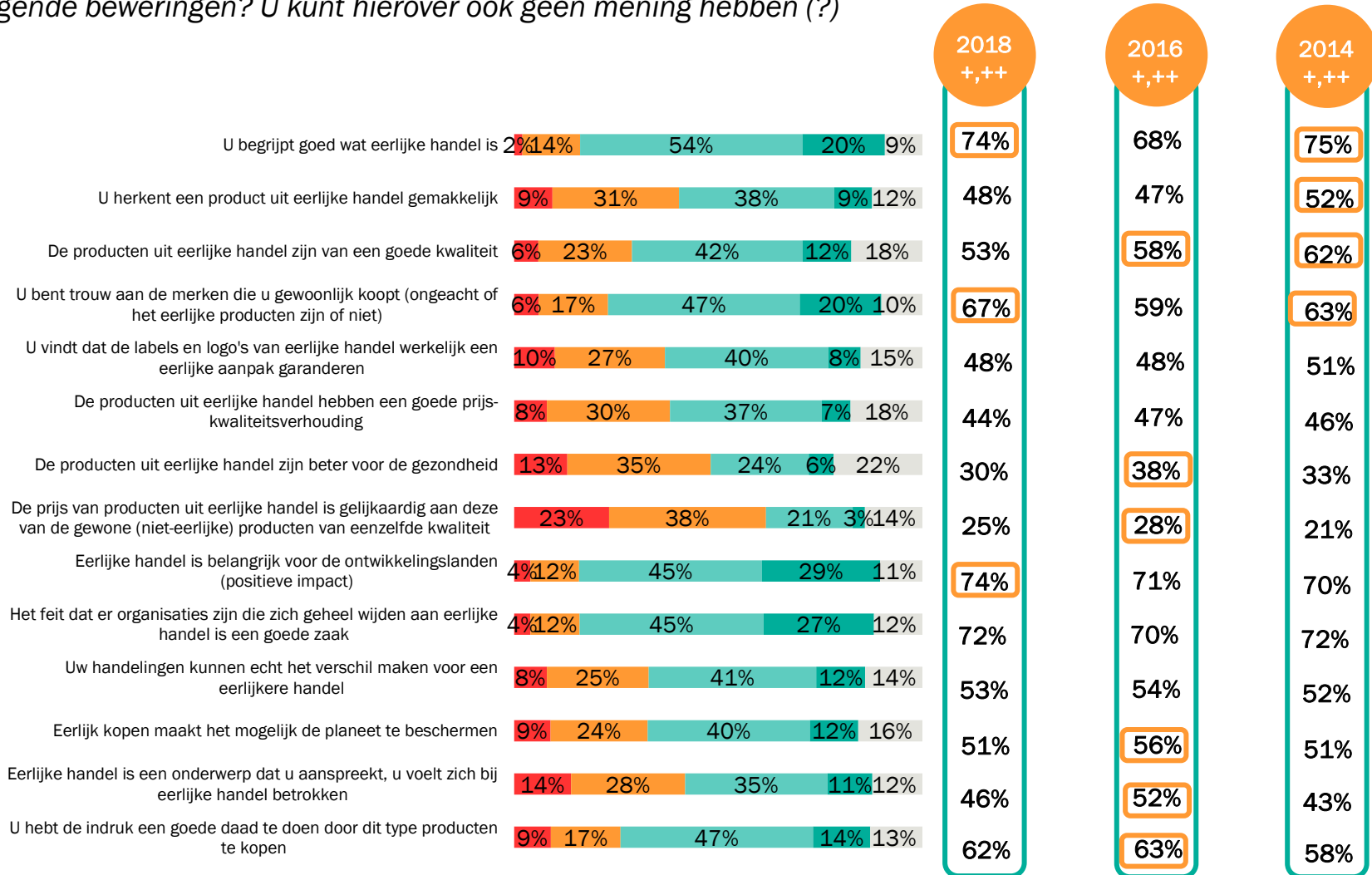
	NL	FR	man	vrouw	16-34	35-54	55+	Hoogstens lager middelba ar	Hoogstens hoger middelba ar	Hoger onderwijs
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)
Een daling van de prijs van producten uit eerlijke handel	43,0% B	28,1%	32,9%	41,4%	32,3%	35,7%	41,7%	38,9%	40,1%	28,8%
Acties/promoties/kortingen op producten uit eerlijke handel	30,9% B	19,6%	19,8%	33,9% A	25,7%	29,6%	23,1%	26,2%	26,0%	26,4%
Meer informatie van onafhankelijke instellingen en/of de overheid over eerlijke handel	5,8%	5,8%	7,4%	3,9%	3,5%	3,7%	10,1%	7,1%	5,0%	5,8%
De garantie dat de handel werkelijk bijdraagt tot de ontwikkeling van kleine producenten	32,6% B	20,9%	27,4%	28,1%	19,3%	24,7%	38,4% A	32,8%	22,0%	31,6%
Dat er voor elk verkocht product een eerlijk alternatief bestaat	7,8%	7,8%	8,3%	7,2%	7,3%	8,3%	7,8%	7,2%	6,6%	10,3%
Meer keuze binnen een productgamma (bijvoorbeeld: meer soorten eerlijke chocolade of soorten eerlijke koffie)	10,7%	6,0%	8,9%	8,5%	10,0%	6,7%	9,6%	10,9%	4,7%	12,8%
Ze gemakkelijker kunnen herkennen	13,6%	13,0%	18,1% B	7,6%	13,0%	7,4%	19,8% B	19,1%	10,3%	12,3%
Een vereenvoudiging van de labels, één enkel label	10,8%	11,9%	12,5%	9,8%	8,5%	8,2%	16,9%	14,6%	11,7%	6,9%
Dat de producten ook biologisch zijn	5,1%	5,6%	5,1%	5,5%	5,2%	3,8%	6,9%	4,3%	4,2%	8,0%
Reclame voor de eerlijke producten	11,2%	10,9%	10,2%	12,1%	13,8%	7,5%	12,2%	16,0%	8,9%	9,5%
Het organiseren van degustaties en presentaties in de winkels	12,9%	10,5%	10,7%	13,3%	9,8%	9,5%	16,2%	12,3%	12,8%	9,9%
Andere	3,3%	1,2%	3,1%	1,5%	0%	1,9%	5,2%	3,8%	0,4%	4,2%
U weet het niet	23,6%	39,5% A	30,9%	29,7%	40,2% C	36,1% C	15,5%	21,6%	35,9% A	30,6%

Filter: indien geen eerlijke producten kopen

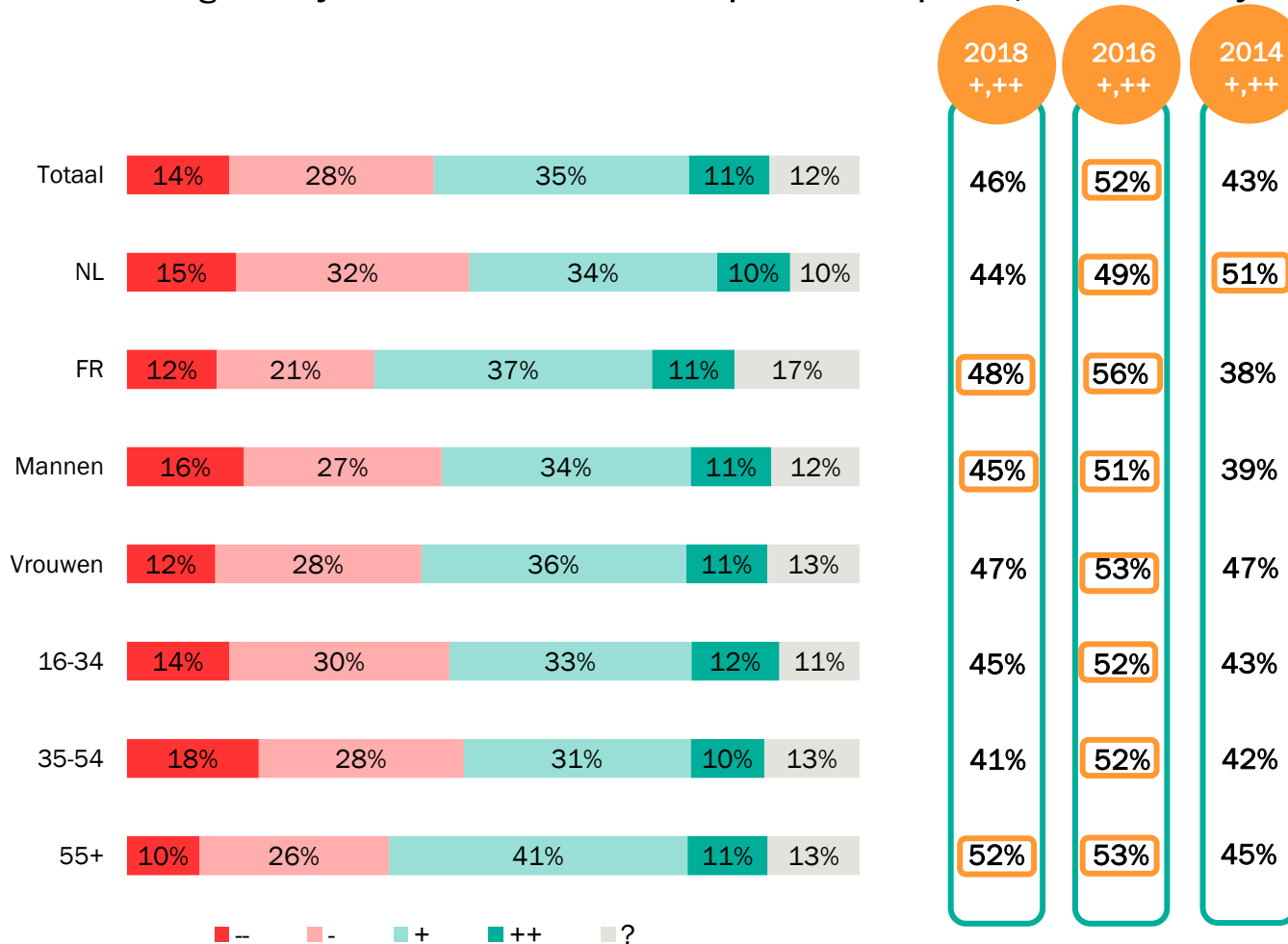
N: 364

 Significant hoger  
(betrouwbaarheid 95%)

Kunt u aanduiden of u het helemaal (++), tamelijk (+), eerder weinig (-) of helemaal niet (--) eens bent met de volgende beweringen? U kunt hierover ook geen mening hebben (?)



Kunt u aanduiden of u het helemaal (++), tamelijk (+), eerder weinig (-) of helemaal niet (--) eens bent met de volgende bewering?: eerlijke handel is een onderwerp dat u aanspreekt, u voelt zich bij eerlijke handel betrokken



Filter: geen

N: 1000

Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

### Evolutie van de scores tussen 2016 en 2018



1. Steekproef
2. Key facts
3. Perceptie van mondialisering
4. Bekendheid van eerlijke handel
5. Algemene kennis over eerlijke handel
6. Specifieke merken, labels en logo's
7. Aankoopgedrag op het vlak van eerlijke handel
8. Attitudes op het vlak van eerlijke handel
9. Profielen
10. Conclusies

Er werd een **factoranalyse** uitgevoerd op de data om respondenten op een aantal latente variabelen te kunnen clusteren in onderscheidende groepen. Bij een factoranalyse gaan we op zoek naar een aantal **latente variabelen**. Deze latente variabelen worden gevormd door vragen die hoog correleren met elkaar samen te nemen. Deze variabelen meten als het ware eenzelfde onderliggend construct.

Dit resulteerde in **4 factoren**:

## **Factor 1: Houding ten opzichte van Fair Trade (betrouwbaarheid: 0,85)**

• Deze factor werd opgebouwd uit de volgende items:

- ✓ U hebt de indruk een goede daad te doen door dit type producten te kopen
- ✓ Eerlijk kopen maakt het mogelijk de planeet te beschermen
- ✓ Uw handelingen kunnen echt het verschil maken voor een eerlijkere handel
- ✓ U vindt dat de labels en logo's van eerlijke handel werkelijk een eerlijke aanpak garanderen (ze boezemen u vertrouwen in)
- ✓ Het feit dat er organisaties zijn die zich geheel wijden aan eerlijke handel is een goede zaak
- ✓ De producten uit eerlijke handel zijn van een goede kwaliteit / zijn van een gelijkwaardige of hogere kwaliteit dan gewone producten
- ✓ Eerlijke handel is belangrijk voor de ontwikkelingslanden (positieve impact)
- ✓ Eerlijke handel is een onderwerp dat u aanspreekt, u voelt zich bij eerlijke handel betrokken
- ✓ De producten uit eerlijke handel zijn beter voor de gezondheid
- ✓ De producten uit eerlijke handel hebben een goede prijs-kwaliteitsverhouding
- ✓ Vindt u dat u een goede of slechte kennis had van eerlijke handel?
- ✓ De prijs van producten uit eerlijke handel is gelijkaardig aan deze van de gewone (niet-eerlijke) producten van eenzelfde kwaliteit
- ✓ U begrijpt goed wat eerlijke handel is
- ✓ U herkent een product uit eerlijke handel gemakkelijk / onderscheidt het gemakkelijk van gewone producten
- ✓ Gelieve de mate te evalueren waarin u persoonlijk bijdraagt aan het respecteren van de rechten van producenten en arbeiders door producten uit eerlijke handel te kopen.



## **Factor 2: Houding ten opzichte van mondialisering (betrouwbaarheid: 0,78)**

- Deze factor werd opgebouwd uit de volgende items:

- ✓ De mondialisering is globaal gezien een goede zaak
- ✓ De mondialisering is slecht voor de ontwikkelingslanden
- ✓ Dankzij de mondialisering heb ik een grote verscheidenheid aan keuzes van producten en merken tot mijn beschikking
- ✓ De mondialisering heeft op mij persoonlijk een positief effect
- ✓ De mondialisering is goed voor de Belgische economie

## **Factor 3: Gebruik van Fair Trade producten (betrouwbaarheid: 0,71)**

- Deze factor werd opgebouwd uit de volgende items:

- ✓ U hebt aangeduid koffie uit eerlijke handel te kopen. Betreft dit...? (merendeel, meer dan de helft, minder dan de helft, zeer klein deel, niets)
- ✓ U hebt aangeduid chocolade uit eerlijke handel te kopen. Betreft dit...? (merendeel, meer dan de helft, minder dan de helft, zeer klein deel, niets)
- ✓ U hebt aangeduid fruit uit eerlijke handel te kopen. Betreft dit...? (merendeel, meer dan de helft, minder dan de helft, zeer klein deel, niets)
- ✓ Hebt u al producten uit eerlijke handel gekocht?
- ✓ Hebt u al gehoord over "de Week van de Fair Trade" die in de maand oktober plaatsvindt?

## **Factor 4: Kennis van Fair Trade** (geen factor, maar op basis van kennisscore)

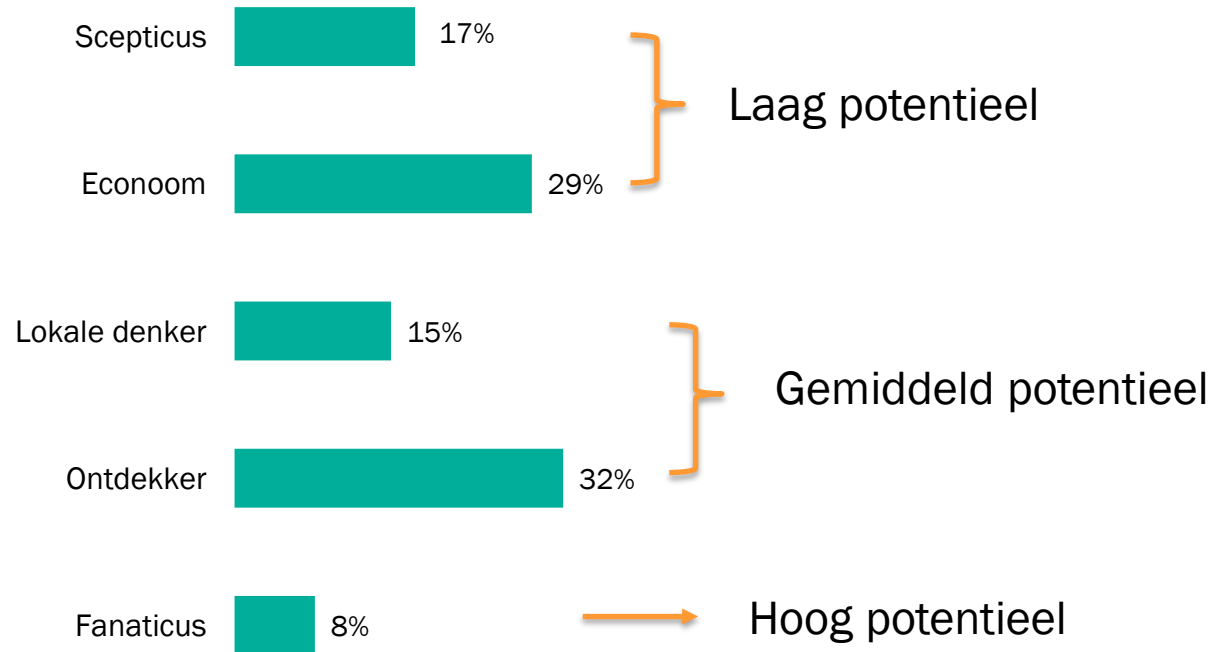
- Deze score werd opgebouwd uit de volgende items:
  - ✓ Al gehoord over eerlijke handel
  - ✓ Kennen van Fairtrade logo
  - ✓ Kennen van de specifieke producten uit eerlijke handel (koffie, thee, chocolade, ijs, suiker,..)



Een **clusteranalyse** werd hierna uitgevoerd om verschillende subgroepen/clusters van respondenten te detecteren. Waarbij respondenten binnen 1 cluster sterk op elkaar lijken wat betreft hun score op elk van de factoren, en respondenten in verschillende clusters net niet op elkaar lijken wat betreft hun score op elk van de factoren.



Op basis van deze clusteranalyse onderscheiden we 5 profielen:

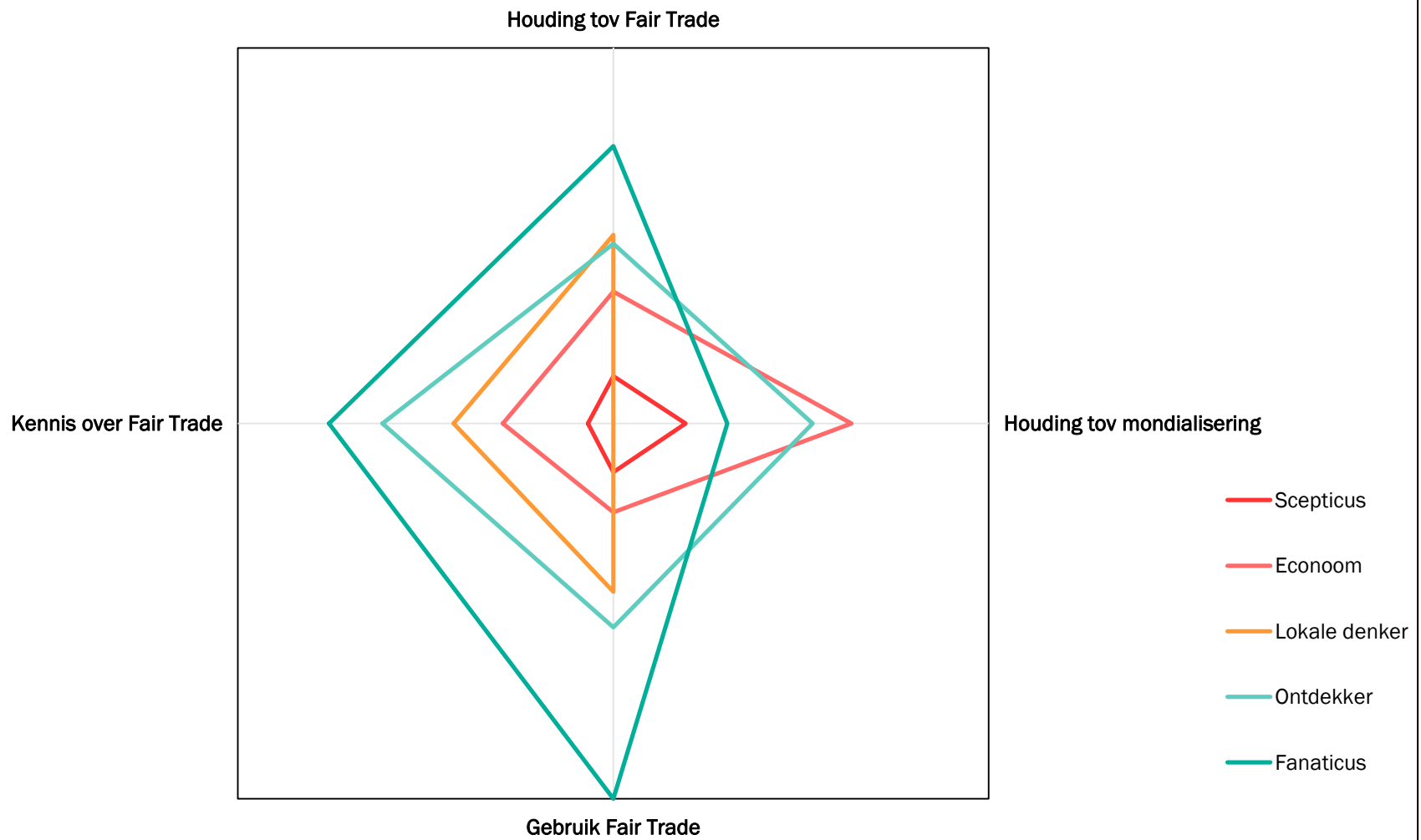


	Scepticus	Econoom	Lokale denker	Ontdekker	Fanaticus
Houding ten opzichte van Fair Trade	Significant hoger	Significant hoger	Significant hoger	Significant hoger	Significant hoger
Houding ten opzichte van mondialisering	Significant hoger	Significant hoger	Significant hoger	Significant hoger	Significant hoger
Gebruik van Fair Trade	Significant hoger	Significant hoger	Significant hoger	Significant hoger	Significant hoger
Kennis over Fair Trade	Significant hoger	Significant hoger	Significant hoger	Significant hoger	Significant hoger

Filter: geen  
N: 1000

 Significant hoger  
(betrouwbaarheid 95%)

 76



Filter: geen  
N: 1000

 Significant hoger  
(betrouwbaarheid 95%)

### PROFIELEN

*\*Per hoofdstuk zullen we ook interessante verschillen tussen deze groepen aanhalen*

1

#### De scepticus : 17%

Koopt geen Fair Trade producten en heeft er ook geen enkele interesse in. De globale mening van deze groep over eerlijke handel is 5,9/10, wat met voorsprong de laagste score is. Het vertrouwen in de verschillende merken en logo's is laag, net als het vertrouwen in mondialisering. De scepticus is systematisch bereid om voor Fair Trade producten **minder** te betalen dan de gangbare prijzen voor de niet-Fair Trade variant van die producten.

2

#### De econoom: 29%

Koopt doorgaans geen Fair Trade producten, maar niet uit principe: de econoom heeft bij het winkelen vooral één ding voor ogen: prijs en promoties. Meer dan alle andere groepen is de econoom pro-mondialisering: het geeft hem of haar meer keuzes in de winkel en is goed voor de Belgische economie. De econoom heeft op zich geen probleem met Fair Trade producten, en zal er zelfs af en toe ook wel kopen: maar enkel als dat interessant is voor de portemonnee. Dat blijkt ook uit de prijzen die een econoom wil betalen voor Fair Trade: zo goed als altijd ongeveer de normale winkelwaarde van de niet-Fair Trade variant.

3

#### De lokale denker: 15%

De lokale denker scoort bijna op alles gematigd: heeft een neutraal beeld van Fair Trade producten, en zal er ook wel af en toe kopen. Maar doet dit zeker niet altijd bewust: ook op vlak van kennis over Fair Trade scoort de lokale denker zeer gemiddeld. Op één vlak is de lokale denker echter heel uitgesproken: meer dan alle andere groepen is de lokale denker sterk gekant tegen mondialisering: het is slecht voor de Belgische economie én voor ontwikkelingslanden, en algemeen geen goede zaak.

### PROFIELEN

*\*Per hoofdstuk zullen we ook interessante verschillen tussen deze groepen aanhalen*

4

#### De ontdekker: 32%

De ontdekker is positief over **alles**: deze groep heeft een sterk vertrouwen in Fair Trade en de logo's, en staat ook positief tegenover mondialisering. Het zorgt er immers voor dat er nieuwe en gevarieerde producten in de winkel liggen, en dat is waar het voor de ontdekker om draait. Deze groep is dan ook bereid best wat meer te betalen voor Fair Trade producten, om nieuwe dingen te ontdekken. Maar dit gebeurt nog niet op structurele basis: ook al koopt de ontdekker wel chocolade, fruit en koffie uit eerlijke handel, het blijft een eerder klein deel van zijn of haar aankopen in deze categorieën.

5

#### De fanaticus: (8%)

De wereld verbeteren, met elk pak koffie dat je koopt: dat is waar het voor de fanaticus om draait. De fanaticus ziet in mondialisering vooral de gevaren voor ontwikkelingslanden, en ervaart ook zelf geen positief effect. Bij elke aankoop voelt de fanaticus daarom een morele plicht om niet alleen te kijken naar de prijs, maar ook de impact op het milieu en de omstandigheden waarin de producten gemaakt zijn. De fanaticus koopt nu al meer dan de helft van de koffie, chocolade of fruit uit eerlijke handel, en is ook bereid om er een eerlijke prijs voor neer te tellen, zelfs al is die prijs dan een stuk hoger dan de prijs voor de normale versies van die producten.

### De scepticus

- Iets vaker Franstalig
- Vooral mannen
- Iets vaker ouderen
- Eerder laagopgeleiden

### De econoom:

- Iets vaker Nederlandstalig
- Geen verschil in geslacht
- Geen verschil in leeftijd
- Geen verschil in opleiding

### De lokale denker:

- Sterk Franstalig
- Geen verschil in geslacht
- Sterk ouderen (+55)
- Eerder laag opgeleid

### De Ontdekker:

- Sterk Nederlandstalig
- Vooral vrouwen
- Vooral jongeren (-34)
- Vooral hoog opgeleiden

### De fanaticus:

- Sterk Nederlandstalig
- Sterk vrouwen
- Iets vaker ouderen
- Geen verschil in opleiding

	Totaal	Profielen				
		Econoom	Ontdekker	Scepticus	Lokale denker	Fanaticus
		(A)	(B)	(C)	(D)	(E)
Nederlands	61,5%	68,9% C D	73,7% C D	52,1% D	34,6%	74,1% C D
Français	38,5%	31,1%	26,3%	47,9% A B E	65,4% A B C E	25,9%
man	49,4%	51,0%	46,9%	61,1% B E	48,1%	35,4%
vrouw	50,6%	49,0%	53,1% C	38,9%	51,9%	64,6% C
<=34	29,8%	27,4%	37,9% C D	22,5%	15,3%	22,7%
35 - 54	33,6%	38,0%	30,4%	35,1%	32,0%	35,6%
55 +	36,6%	34,6%	31,8%	42,5%	52,7% A B	41,8%
Hoogstens lager middelbaar	27,6%	29,3%	22,0%	28,7%	36,5% B	26,8%
Hoger middelbaar	39,1%	36,5%	35,8%	47,1%	32,5%	43,1%
Hoger onderwijs	33,3%	34,2%	42,3% C	24,2%	31,0%	30,0%

### Key target groups:

1. Nederlandstalige vrouwen
2. Jongeren
3. Hoogopgeleiden

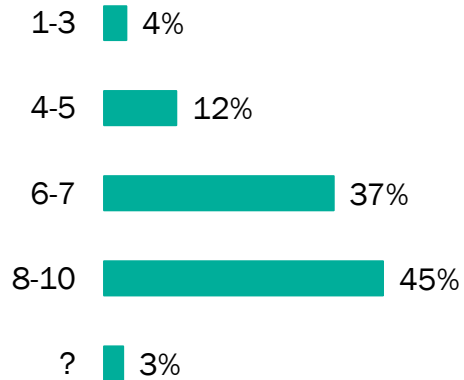
Filter: geen

N: 1000

 Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)



Wat is uw globale mening over eerlijke handel? (score op 10)



	Totaal	Taal		Geslacht		Leeftijd			Profiel				
		NL	FR	Man	Vrouw	<=34	35-54	55+	De scepticus	De econoom	De lokale denker	De ontdekker	De fanaticus
		(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)
Gemiddelde	7,2	7,0	7,4 A	6,9	7,4 A	7,3	7,0	7,1	5,9	6,9 A	7,5 A B	7,7 A B	8,4 A B C D

Filter: geen

N: 1000

 Significant hoger  
(betrouwbaarheid 95%)

 81

Wat zijn volgens u de 5 voornaamste kenmerken van eerlijke handel?

	Totaal	Profielen				
		Econoom	Ontdekker	Scepticus	Lokale denker	Fanaticus
		(A)	(B)	(C)	(D)	(E)
De producenten uit de derde wereld krijgen een verloning die voldoende is en die hun werk respecteert	52,8%	53,9% C	64,8% C	33,6%	58,9% C	62,1% C
Betere levens-/werkomstandigheden voor de producenten in de ontwikkelingslanden	47,5%	43,6%	55,5% C	36,8%	51,9%	74,7% A B C D
De afwezigheid van kinderarbeid	39,8%	45,1% C	42,8% C	25,2%	42,6% C	47,6% C
Het respecteren van de rechten van de mens	36,1%	34,7%	43,9% C	27,5%	37,0%	45,2%
De rechtstreekse aankoop, zonder tussenschakel, bij de boer / ambachtsman / producent uit ontwikkelingslanden	32,2%	31,5%	38,4% C	22,1%	36,3%	42,6% C
Eerlijke uitwisselingen tussen de derde wereld en de geïndustrialiseerde landen	32,1%	30,2%	42,6% A C D	26,2%	28,3%	39,8%
Een handel in producten afkomstig uit derdewereldlanden	21,3%	22,5%	23,0%	21,8%	17,9%	21,9%
Een handel die sociale, economische en milieuvoordelen teweegbrengt	21,3%	18,4% C	29,4% A C	7,6%	26,7% C	30,7% C
Respect voor het milieu	20,0%	19,4%	20,9%	14,1%	21,5%	37,3% A B C
De bescherming van de natuurlijke rijkdommen van de planeet	15,5%	13,8%	19,7% C	8,3%	22,6% C	20,9%
Een goede prijs-kwaliteitsverhouding	13,3%	17,4%	12,3%	11,0%	13,2%	9,5%
Producten voorzien van een label	12,4%	12,6%	13,1%	10,7%	12,3%	11,9%
Gezonde producten	12,2%	12,6%	10,2%	15,7%	12,1%	7,7%
Duurdere producten	11,8%	15,5% B D	6,5%	24,3% B D	5,5%	0%
Kwaliteitsproducten	11,0%	8,9%	11,5%	10,7%	16,7%	6,0%
Een handel die het milieu helpt te beschermen	10,2%	11,3% C	11,8% C	3,1%	11,9% C	15,3% C
Producten zonder pesticiden en chemische producten	9,6%	8,9%	9,9%	7,2%	12,9%	10,7%
Hebben nog nooit over eerlijke handel gehoord	9,6%	9,6% B	1,2%	21,9% A B D	5,5%	0%

Filter: geen

N: 1000

 Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

Wie draagt volgens u de meeste verantwoordelijkheid als het gaat over duurzame/eerlijke producten?



	Totaal	Profielen				
		Econoom	Ontdekker	Scepticus	Lokale denker	Fanaticus
		(A)	(B)	(C)	(D)	(E)
De fabrikant van het product	<b>74,8%</b>	76,8%	75,4%	<b>83,5% D E</b>	65,1%	64,0%
De verdeler van het product	<b>73,5%</b>	72,8%	72,0%	77,1%	77,8%	60,5%
De consument, door bewust te kiezen voor deze producten	<b>73,3%</b>	67,2%	<b>78,2% A C</b>	60,8%	<b>80,8% C</b>	<b>89,1% A C</b>
De overheid, door regels op te leggen	<b>68,5%</b>	66,9%	69,5%	65,1%	67,1%	80,4%
Andere	<b>2,0%</b>	<b>3,8% B</b>	0,2%	<b>4,5% B</b>	1,5%	0%

Filter: indien niet "U weet het niet"

N: 896

 Significant hoger (betrouwbaarheid 95%)

1. Steekproef
2. Key facts
3. Perceptie van mondialisering
4. Bekendheid van eerlijke handel
5. Algemene kennis over eerlijke handel
6. Specifieke merken, labels en logo's
7. Aankoopgedrag op het vlak van eerlijke handel
8. Attitudes op het vlak van eerlijke handel
9. Profielen
10. Conclusies

## Perceptie van mondialisering

Negatieve visie op mondialisering overweegt.

*Mondialisering wordt door **36% van de Belgen** gezien als een **goede zaak**, globaal gezien en voor de Belgische economie. Dat dit percentage significant lager ligt dan in de vorige metingen in 2014 en 2016, heeft vooral te maken met een grotere groep van mensen in de huidige studie die hierover geen mening hebben (ca. een kwart), zeker als geen definitie van mondialisering wordt gegeven. 2 op de 3 Belgen vindt dat ze dankzij de mondialisering een grote verscheidenheid aan keuzes van producten hebben.*

*Daartegenover staat dat 45% van de Belgen de mondialisering globaal geen goede zaak vindt en dat **ruim 1 op de 3 Belgen (35%)** akkoord gaat met de stelling dat de **mondialisering slecht is voor de ontwikkelingslanden**.*

## Bekendheid van eerlijke handel

Fair trade is op brede basis bekend. De bekendheid van de Week van de Fair Trade groeit, maar de deelname vooralsnog niet.

**9 op de 10 Belgen (90%) zegt al van eerlijke handel (fair trade) gehoord te hebben. Volgens 84% strookt hun kennis met de opgegeven definitie van eerlijke handel. De huidige bekendheid van fair trade is vergroot ten opzichte van 2014.**

- De bekendheid van eerlijke handel is beduidend groter bij Nederlandstaligen (97%) dan bij Franstaligen (81%). Deze taalkloof is gegroeid ten opzichte van 2014.
- De kennis is ook groter bij vrouwen (92%) dan bij mannen (88%).
- 86% van de jongste leeftijdsgroep (16-34j) is bekend met eerlijke handel. De kennis neemt toe met de leeftijd tot 94% van de +55jarigen.

De **supermarkt** blijft de plaats bij uitstek waar mensen het meest over fair trade horen (32%), en dit zelfs in toenemende mate (24% in 2014). Reclame, artikels in kranten en tijdschriften, en vooral de **Week van de Fair Trade** (18% t.o.v. 13% in 2014) winnen terrein.

12% geeft aan over eerlijke handel gehoord te hebben via **sociale media**.

**56% van de Belgen geeft aan al gehoord te hebben over de Week van de Fair Trade, een significante stijging ten opzichte van 2014 (48%). 13% zou ook al actief hebben deelgenomen aan één of meerdere activiteiten.**

- De bekendheid van de Week van de Fair Trade ligt hoger bij Nederlandstaligen (61%) dan bij Franstaligen (49%).
- Vrouwen zijn beter op de hoogte (60%) en nemen meer deel (17%) dan mannen (53% respectievelijk 10%).

## Kennis over eerlijke handel

De kennis van verschillende types van producten uit eerlijke handel neemt toe.

*Bij de kenmerken van eerlijke handel wordt in de eerste plaats verwezen naar een **eerlijke verloning** (53%), **betere levens- en werkomstandigheden** voor lokale producenten (48%) en de afwezigheid van kinderarbeid (40%). Ten opzichte van 2014 wordt in grotere mate verwezen naar mensenrechten en eerlijke uitwisselingen tussen derde wereld en geïndustrialiseerde landen, maar in kleinere mate naar de rechtstreekse aankoop zonder tussenschakel en naar handel in producten afkomstig uit derdewereldlanden. 1 op de 5 Belgen associeert eerlijke handel met respect voor het milieu.*

*Spontaan associeert men vooral Oxfam (Wereldwinkels) (51%) met eerlijke handel, een stijging met 10% ten opzichte van vorige metingen. Daarnaast denkt 18% aan Fairtrade (een status quo t.o.v. 2014).*

- Meer dan 6 op de 10 jongeren tussen 16 en 34 jaar (61%) verwijzen spontaan naar Oxfam tegenover 47% van de oudere leeftijdsgroepen.

*Belgen lijken steeds meer fairtradeproducten te kunnen opnoemen. Koffie (68%) is nog altijd het meest bekende fairtradeproduct. Chocolade (57%) en bananen (49%) vervolledigen traditiegetrouw de top 3. Wijn (36%) en fruitsap (36%) zijn producten die aan bekendheid winnen in vergelijking met vorige metingen.*

## Nood aan informatie over eerlijke handel

Nood aan informatie en sensibilisering door diverse partijen (middenveld, overheid, media) blijft acuut.

*53% van de Belgen geeft aan eerder (te) weinig informatie over eerlijke handel te krijgen.*

*Die **informatielacune is heel wat groter bij Franstaligen** (66% t.o.v. 44% van de Nederlandstaligen), bij wie de bekendheid over eerlijke handel ook lager ligt.*

*Men verwacht dat vooral de **organisaties voor eerlijke handel (53%), maar ook de overheid en de media (45%) de consument informeren.***

- Jongeren kijken op dit vlak in sterkere mate naar de overheid dan ouderen die veeleer de media, organisaties voor eerlijke handel en de gespecialiseerde verdelers naar voren schuiven. 39% van de jongeren (16-34j) zien een informerende en sensibiliserende taak weggelegd voor het onderwijs tegenover 'slechts' een kwart van de oudere leeftijdsgroepen.

*Het belangrijkste aspect waarover informatie wordt verwacht is de **werkelijke verloning van de lokale producenten in vergelijking met de niet-eerlijke handel**. Slechts 1 op de 5 geeft aan dat ze geen behoefte hebben aan extra informatie.*

- 1 op de 3 55-plussers geven aan dat ze meer informatie zouden willen hebben over de winkels waar men de producten kan vinden (33% t.o.v. 17% van de jongste leeftijdsgroep).

*In vergelijking met vorige metingen vindt men dat sensibiliseren meer zou moeten gebeuren via **informatie op verpakkingen** (29% tegenover 23% in 2014).*



## Bekendheid van merken, labels en logo's

De bekendheid van de labels is toegenomen, maar het vertrouwen is verminderd.

*De bekendheid van het Fairtradelabel (71% tegenover 66% in 2016 en 68% in 2014) is toegenomen, net als Biogarantie (29% tegenover 25% in 2016 en 26% in 2014).*

- De bekendheid van de labels is systematisch hoger aan Nederlandstalige kant. Voor het Fairtradelabel bedraagt het verschil 77% van de Nederlandstaligen tegenover 61% van de Franstaligen.
- Het Fairtradelabel is beter bekend bij vrouwen (76%) dan bij mannen (65%) en meer bij jongeren 16-34j (76%) dan bij 55-plussers (64%).

*De labels worden relatief minder geassocieerd met eerlijke producten, maar in veel sterkere mate toegewezen aan andere duurzame producten, geproduceerd en/of gecommercialiseerd met respect voor een meer duurzame ontwikkeling. Zo wordt het Fairtradelabel door 70% van wie het label kent, geassocieerd met eerlijke producten, maar door 35% ook met andere duurzame producten (in 2016: 77% respectievelijk 17%, in 2014: 80% respectievelijk 13%).*

*Het vertrouwen in het Fairtradelabel (56% van wie het kent) is gedaald ten opzichte van 2014 (65%). Hetzelfde geldt voor het Biogarantielabel (50% vs. 56% in 2014).*

*De aanwezigheid van het Fairtradelabel op producten spoort 2 op de 3 mensen aan om meer fair trade te kopen. Daar tegenover staat dat niet alleen het vertrouwen, maar ook de aankoopintentie op basis van het Biogarantielabel (63% vs. 73% in 2016) is gedaald.*

## Aankoopgedrag van eerlijke producten

Er is weinig vooruitgang in de aankoop van fairtradeproducten.

64% van de Belgen geeft aan al producten uit eerlijke handel te hebben gekocht.

*De **aankoopfrequentie ligt significant hoger dan in 2014**: 43% van de Belgen koopt regelmatig (d.i. minstens één keer per drie maand) fairtradeproducten, in 2014 was dit nog maar 37%.*

- Dit aankoopgedrag verschilt niet significant naargelang taal, geslacht of leeftijd.

*De kopers geven aan dit veruit het vaakst in **supermarkten** (58%) te doen, en in minder mate in gespecialiseerde winkels (39%), vnl. Oxfam-Wereldwinkels.*

- Nederlandstaligen (46%) gaan vaker naar deze gespecialiseerde winkels dan Franstaligen (27%), die op hun beurt vaker eerlijke producten kopen in supermarkten (68% vs. 53%), bij kleinhandelaars (15% vs. 8%) en online (5% vs. 2%).
- Vrouwen (44%) / 55-plussers (47%) gaan frequenter naar gespecialiseerde winkels, jongeren (6%) / mannen (5%) kopen vaker eerlijke producten online.

*De kopers van eerlijke producten blijven in de eerste plaats kiezen voor de klassiekers: **chocolade, fruit en koffie**. Ten opzichte van 4 jaar geleden wordt er evenwel minder fruit en vooral minder koffie (43% vs. 60% in 2014) gekocht, alsook minder rijst en cacao.*

*De **tevredenheid over aangekochte fairtradeproducten blijft groot**: 9 op de 10 kopers zegt tevreden tot zeer tevreden te zijn over hun fairtradeaankopen.*

## Attitudes ten aanzien van eerlijke handel

Het belang van eerlijke handel wordt erkend maar de échte overtuiging om een verschil te maken door voor eerlijke producten te kiezen versterkt niet.

**45% van de Belgen geeft aan globaal zeer positief te staan** tegenover eerlijke handel (score >7/10), wat een lichte daling is ten opzichte van vorige metingen (+/- 50% in 2014).

- Nederlandstaligen (39%) staan er veel kritischer tegenover dan Franstaligen (54%).
- Drie kwart van de Belgen (74%) zegt in te zien dat eerlijke handel belangrijk is voor en **een positieve impact heeft op de ontwikkelingslanden**. 72% erkent ook dat het een goede zaak is dat er organisaties zich geheel aan eerlijke handel wijden.

**De overtuiging dat fair trade ook voor Europese en Belgische boeren van toepassing zou moeten zijn, groeit van 43% in 2014 naar 62% in 2018.**

Eerlijke handel is voor de Belg een **gedeelde verantwoordelijkheid** voor de overheid, producenten, verdelers en consumenten.

46% van de Belgen voelt zich betrokken bij en aangesproken door eerlijke handel. **Net iets meer dan de helft van de Belgen (53%) meent dat ze door hun handelingen zelf op het vlak van eerlijke handel een verschil kunnen maken, 62% heeft de indruk dat ze door hun koopgedrag een goede daad stellen.**

**Bij de kopers van eerlijke producten is die overtuiging sterker aanwezig. 9 op de 10 kopers denkt hiermee werkelijk bij te dragen aan het respecteren van de rechten van producenten en arbeiders. Toch is slechts 17% hiervan stellig overtuigd; 74% hoopt in elk geval dat hun aankopen werkelijk een verschil maken.**

## Evaluaties en drempels voor eerlijke handel

Producten uit eerlijke handel worstelen met een perceptie van hoge(re) prijs, dalende kwaliteit en een gebrek aan herkenbaarheid en garanties voor een eerlijkere aanpak.

*Er bestaat rond eerlijke handel onzekerheid: **minder dan de helft van de Belgen (48%)** vindt dat producten uit **eerlijke handel gemakkelijk te herkennen zijn** en dat de **fairtradelabels ook daadwerkelijk een garantie zijn** voor een eerlijke aanpak.*

*De **perceptie is ook dat producten uit eerlijke handel duur zijn**. Slechts 44% vindt dat producten uit eerlijke handel een goede prijs-kwaliteitverhouding hebben en een kwart vindt dat die prijs gelijkaardig is aan deze van de gewone producten. **Het aandeel mensen die vinden dat eerlijke producten van een goede kwaliteit zijn, blijft overigens dalen**, van 62% in 2014 naar 53% in 2018.*

*De **belangrijkste drempel om geen fairtradeproducten te kopen, blijft dan ook dat men deze producten te duur vindt** of als te duur percipieert (39% van de niet-kopers). Logischerwijze zou een mogelijke daling van de prijs van producten uit eerlijke handel gezien worden als de grootste motivator om fair trade te gaan kopen.*

*Een kwart van de niet-kopers (27%) geeft aan gewoon niet aan fair trade te denken tijdens de aankopen. Een grotere groep dan bij de vorige metingen zegt bekende merken te verkiezen (16%) en/of niet geïnteresseerd te zijn in eerlijke producten (14%).*



**Lore Verhoogen**  
Research Coordinator  
lore@ivox.be

**Roland Van Gompel**  
Researcher  
roland@ivox.be

**iVOX**  
Engels Plein 35/01.01  
3000 Leuven  
+32 16 22 62 14

