

L'intérêt des Belges pour le commerce équitable ne faiblit pas : 86 % d'entre eux connaissent le concept. Parmi eux, près de la moitié achète.

Ces résultats sont révélés par une enquête IPSOS réalisée en automne dernier à l'initiative de la Coopération Technique Belge (*Fair Trade Centre*).¹

L'étude avait pour but d'évaluer la connaissance générale du commerce équitable, les motivations d'achat, le profil des connaisseurs ou des acheteurs de produits équitables et enfin leur opinion à propos du commerce équitable.

CONSTATATIONS PRINCIPALES

- La notoriété du concept de commerce équitable se maintient à un très bon niveau (86%). **Près de 9 Belges sur 10 disent connaître le concept**, surtout dans les catégories sociales élevées (93%).
C'est grâce aux médias et aux magasins du monde qu'on connaît le plus le commerce équitable.
- La tendance se confirme quant au lieu d'achat des produits équitables. Si ceux qui connaissent les produits du commerce équitable pensent d'abord (80%) aux Magasins du monde Oxfam comme endroit où ils peuvent acheter ces produits, ceux qui les achètent effectivement **s'approvisionnent surtout dans les grandes surfaces** (64% des PRA *versus* 29% dans les magasins spécialisés, alors qu'en 2005, 36% des PRA interrogées disaient effectuer leurs achats équitables dans les grandes surfaces et 55% dans les magasins spécialisés).
Aujourd'hui, 84% des personnes (86% des PRA) connaissant les produits équitables savent que l'on peut les trouver en grandes surfaces. Ils n'étaient que 66% des PRA en 2005.
Les grandes surfaces deviennent donc un point de présence évident des produits de commerce équitable.
- Au cours des 12 mois précédant l'enquête, **43% des personnes connaissant le commerce équitable ont acheté au moins un produit** (cela représente 63% des personnes connaissant des produits équitables et 37% de l'échantillon total).
- **Certains labels, système de garantie du commerce durable commencent à être connus.** Parmi les personnes connaissant le commerce équitable, 15% connaissent également le label FSC (gestion durable des forêts), 14% le label Rainforest Alliance (bananes, café,...) et 4% le label MSC (poissons).

¹ L'étude a été réalisée en octobre et novembre 2008, via le panel Online d'IPSOS, auprès d'un échantillon représentatif de 1010 personnes, dont 651 responsables des achats des ménages (PRA), en Flandre, en Wallonie et à Bruxelles. Les répondants appartiennent à des catégories socioéconomiques, socio-culturelles, et socio-professionnelles variées.

LES AUTRES RÉSULTATS

Notoriété des marques, labels et organisations de commerce équitable

52% des personnes connaissant le commerce équitable citent spontanément Oxfam-Magasins du monde, Oxfam-Wereldwinkels ou Oxfam Fairtrade comme marque, organisation de commerce équitable.

Elles sont 33% à citer spontanément Max Havelaar.

Lorsqu'on présente les logos des marques, organisations et labels de commerce équitable aux personnes ayant déjà entendu parler du concept :

- 71% reconnaissent le logo d'Oxfam Fairtrade
- 67% celui de Max Havelaar
- 64% celui d'Oxfam-Wereldwinkels ou d'Oxfam-Magasins du monde
- 16% le logo Made in Dignity
- 14% le logo Carrefour Solidaire
- 10 % le logo Fair Trade (de Fair Trade Original)
- 9% celui de Maya
- 5% le logo Fairglobe (Lidl)
- 3% celui d'Ethiquable

Image du commerce équitable

L'image du commerce équitable reste tout à fait positive (86% d'opinions positives tout comme en 2007). Quant à la Semaine du commerce équitable, 38% des personnes ayant entendu parler du commerce équitable déclarent en connaître l'existence, soit un score en progression constante depuis 2005.

Comportement d'achat et opinion des acheteurs

Les produits du commerce équitable sont surtout achetés pour leur bonne qualité et "pour la bonne cause". Le respect des producteurs semble moins peser dans la décision d'achat de produits de commerce équitable.

Les freins à l'achat restent le prix élevé alors que la difficulté d'accès n'est plus guère un problème.

Les produits les plus achetés sont le café², les fruits et le chocolat.

Les acheteurs de produits du commerce équitable sont satisfaits de la qualité des produits. Seul 1% déclare ne pas en être satisfait, ce score étant stable par rapport à 2007.

² 58% des personnes affirmant avoir acheté un produit du commerce équitable au cours des 12 derniers mois citent le café, 31% les fruits et 27% le chocolat