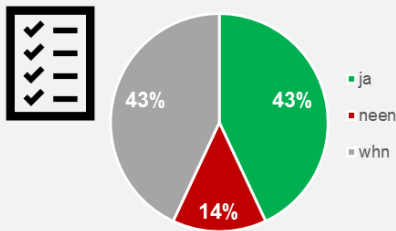
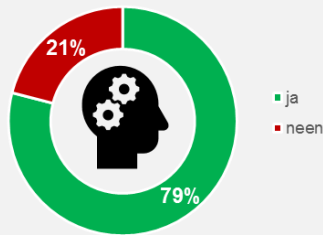


Houding ten aanzien van fairtradeproducten in de openbare sector (onderzoek uitgevoerd bij 14 besluitvormers)

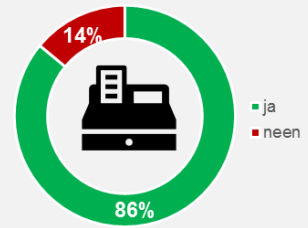
Het aankoopgedrag



6 van de 14 organisaties houden rekening met omzendingen over duurzame producten

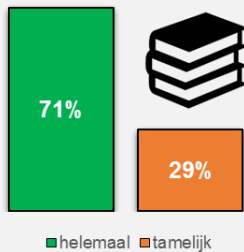


11 van de 14 organisaties hechten belang aan producten uit eerlijke handel



12 van de 14 organisaties geven aan fairtradeproducten te kopen voor consumptie op de werkplek

Kennis en houding over eerlijke handel



10 van de 14 bevroegden hadden een gelijkwaardig beeld van eerlijke handel als de definitie die werd voorgelegd



11 van de 14 personen kennen het Fairtrade-logo



Uitstekende bekendheid van het logo van Fairtrade, terwijl de andere labels weinig gekend of helemaal niet gekend zijn



Motivaties voor aankoop fairtradeproducten



Redenen voor de aankoop

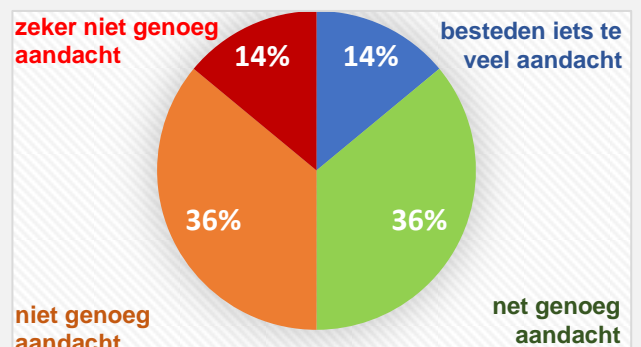
- politieke groepen
- personeelsleden
- het beleid volgen
- hulp aan ontwikkelingslanden
- gelijkwaardig aan gewone producten



Reden voor terughoudendheid

- tevredenheid over de huidige producten
- kosten van de producten
- minder goede kwaliteit
- moeilijkere toegang tot de producten

Opinie over de hoeveelheid aandacht voor fair trade in de organisatie



Sensibiliseringsacties rond eerlijke handel



12 van de 14 organisaties die producten uit eerlijke handel kopen, sensibiliseren hun personeel tot de aankoop van dit type producten



Degustatiesessies



Cadeaucheques



Aankoop van biologisch(e) en loka(a)l(e) fruit en groenten



Sensibiliseringsacties