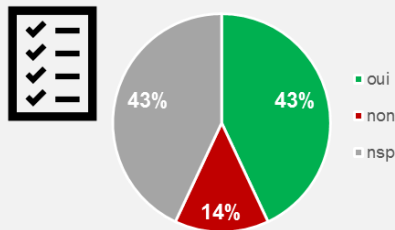
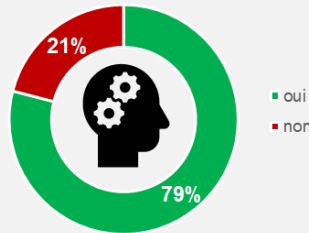


Attitude envers les produits du commerce équitable dans le secteur public (étude réalisée auprès de 14 décideurs)

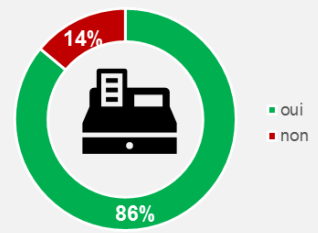
Les comportements d'achat



6 personnes sur 14 tiennent compte des circulaires concernant les produits durables

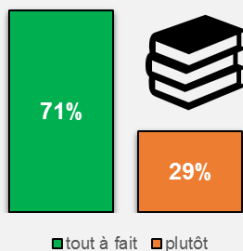


11 personnes sur 14 accordent de l'importance aux produits issus du commerce durable et équitable



12 personnes sur 14 indiquent acheter des produits équitables pour consommation sur le lieu de travail

Connaissances et attitudes envers le commerce équitable



10 sondés sur 14 avaient une vision similaire du commerce équitable que la définition proposée



11 personnes sur 14 reconnaissent le logo Fairtrade



Excellente prégnance du logo Fairtrade, alors que les autres labels sont peu connus, voire inexistants dans les esprits



Les principales motivations d'achat de produits équitables



Raisons d'achat

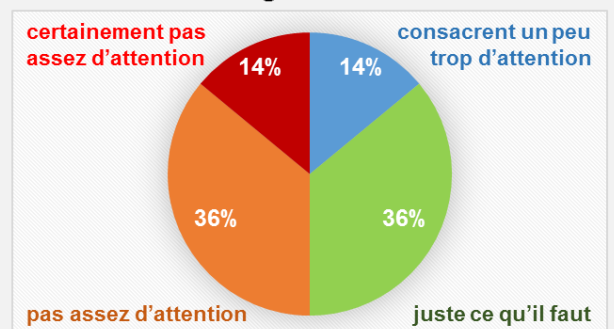
- groupes politiques
- membres du personnel
- suivre le plan
- soutien pays en voie de développement
- équivalence avec les produits habituels



Réticences à l'achat

- satisfaction envers les produits actuels
- coût des produits
- moins bonne qualité
- accès aux produits difficiles

Opinion sur le niveau d'attention consacrée au commerce équitable dans l'organisation



Actions de sensibilisation au commerce équitable



12 organisations sur 14 achetant des produits issus du commerce équitable sensibilisent leur personnel à l'achat de ce type de produit



Séances de dégustation



Chèques cadeaux



Achat de fruits et légumes bios et locaux

