



De meeste Belgen...

- kennen eerlijke handel en staan er positief tegenover, maar voelen zich niet betrokken
- vinden niet dat fair trade uitsluitend moet voorbehouden worden voor producenten in het Zuiden
- vinden dat ze te weinig worden geïnformeerd over fair trade
- die fairtradeproducten kopen, zijn heel tevreden

Het Trade for Development Centre van het Belgisch Ontwikkelingsagentschap peilt jaarlijks naar de mening, houding en het gedrag van Belgen ten aanzien van fair trade in het kader van de Week van de Fair Trade. De belangrijkste resultaten van een opiniepeiling uitgevoerd door Dedicated Research bij 980 Belgen vindt u hieronder.¹

1. DE BEKENDHEID VAN FAIR TRADE

Bekend en bemind

90% van de Belgische consumenten heeft reeds gehoord van eerlijke handel. Dit percentage neemt jaar na jaar toe (79% in 2011). Belgen staan ook heel positief tegenover fair trade. Gemiddeld krijgt eerlijke handel een score van 7.4 op 10. **Toch voelt slechts 39% zich betrokken bij fair trade.**

De klassieke producten blijven het bekendst

Hoewel het aanbod van fairtradeproducten toeneemt en fair trade ook toetreedt tot nieuwe sectoren (vb. eerlijk toerisme) blijft de top 3 van de populairste fairtradeproducten onveranderd. In volgorde van belangrijkheid: **koffie en thee** (68%), **chocolade en suiker** (53%) en **fruitsappen** (30%). Slechts 31% van de Belgen heeft ooit al gehoord van eerlijk toerisme.

Fair trade, ook voor Belgische boeren?

Belgen vinden dat het concept fair trade ook zou moeten openstaan voor Belgische of Europese boeren. Slechts 14% van de Belgen vindt dat de principes van eerlijke handel uitsluitend moeten voorbehouden worden voor de arme producenten in het Zuiden.

2. DE BEKENDHEID VAN MERKEN EN LABELS

Oxfam en Max Havelaar blijven de referentie op gebied van eerlijke handel. Meer dan de helft van de Belgen (56%) noemt spontaan minstens één van beide wanneer eerlijke handel ter sprake komt.

De belangrijkste labels, merken van eerlijke handel zijn **goed gekend**: 94% voor Oxfam-Wereldwinkels, 85% voor Oxfam Fairtrade, 63% voor Max Havelaar en 51 % voor Fair Trade Original. Ze scoren ook goed op vlak van vertrouwen. Twee op drie Belgen geeft hen een score van **8 of meer op 10**.

¹ De foutenmarge bedraagt 3.1%

De biolabels Biogarantie en AB (agriculture biologique) worden duidelijk veel meer geassocieerd met bioproducten (92 en 90%) dan het Europese biolabel (slechts 38%).

Bij de duurzame labels is FSC het meest bekend (37%). Samen met PEFC, beide labels voor duurzaam bosbeheer, wordt het label het meest gelinkt aan duurzame producten: 53% voor FSC, 61% voor PEFC. De betekenis van de duurzame labels Rainforest Alliance en Marine Steward (duurzame visvangst) zijn het slechtst bekend bij de Belgische consumenten. Ongeveer 1 op 3 personen die deze labels kent, denkt dat het gaat om fairtradelabels.

3. BELGEN EN HUN EERLIJKE AANKOPEN

Tevreden klanten

62% van de Belgen zegt in de voorbije 12 maanden eerlijke producten te hebben gekocht. Ook hier geen verrassingen in de productkeuze: 61% kocht koffie, 48% fruit en 47% chocolade.

De **tevredenheid** over fairtradeproducten ligt **erg hoog**. Bijna alle Belgen (96%) die deze producten kopen zijn er tevreden (57%) of zeer tevreden (39%) over.

Belgen zijn bereid tot gemiddeld **15% meer te betalen** voor een fairtradeproduct dan voor hetzelfde product zonder eerlijke certificatie. Voor een product dat zowel bio- als fairtradegecertificeerd is, loopt dit op tot 18%. Het ging hierbij zowel om voedingsproducten, kleding of andere producten zoals douchegel of zeep.

Waar kopen de Belgen?

Er wordt zowel gekocht in gespecialiseerde fairtradewinkels als in supermarkten. Opvallend hierbij is het verschil tussen de twee taalgroepen: Vlamingen (61%) gaan het vaker naar **gespecialiseerde fairtradewinkels** dan Franstaligen (42%), die hun eerlijke producten vooral in **de supermarkt** kopen.

Oxfam-Wereldwinkels en Oxfam-Magasins du Monde spannen de kroon met 40% van de Belgen die fairtradeproducten bij hen koopt. De top 3 van de supermarkten blijft ongewijzigd: Delhaize-groep op één met 39%, Carrefour volgt met 30 % en Colruyt staat op drie met 28 %.

4. IMPACT VOOR DE PRODUCENTEN IN HET ZUIDEN

3 op 4 Belgen vinden dat “eerlijke handel belangrijk is voor de ontwikkelingslanden”. 78% denkt dat zijn fairtradeaankopen bijdragen tot het respecteren van de rechten van de producenten in het Zuiden, maar is niet zeker. Voor 84% van de respondenten zou de garantie dat de eerlijke handel echt bijdraagt tot de ontwikkeling van de kleine producenten hen ertoe aanzetten om meer producten te kopen.

5 SENSIBILISEREN

70% van de bevroegde personen vindt dat ze onvoldoende informatie krijgen over eerlijke handel. Die rol leggen ze weg voor de media, de fairtradeorganisaties en de overheid. De helft van de Belgen zou die info het liefst krijgen via reportages en documentaires over de situatie van de producenten en de voordelen die ze halen uit eerlijke handel.

