

Belgen verliezen interesse in eerlijke handel niet: 86 % van de Belgen zijn vertrouwd met het concept. Bijna de helft van hen koopt eerlijke handelsproducten.

Dit zijn de resultaten van een enquête die Ipsos de voorbije herfst uitvoerde op initiatief van de Belgische Technische Coöperatie (*Fair Trade Centre*).¹

De studie peilde naar de algemene bekendheid van de eerlijke handel en naar de aankoopmotivatie. Daarnaast onderzocht de enquête ook nog het profiel van de personen die eerlijke handel kennen of de producten kopen en vroeg ze hun mening over eerlijke handel.

BELANGRIJKSTE VASTSTELLINGEN

- De bekendheid van het concept eerlijke handel blijft op een vrij hoog niveau (86%). **Bijna 9 Belgen op 10 zeggen het concept te kennen**, vooral in de hogere sociale groepen (93%).
De media en de wereldwinkels dragen het meest bij tot de bekendheid van de eerlijke handel.
- Wat betreft de plaats van aankoop van eerlijke handelsproducten zet de tendens van vorig jaar zich eveneens voort. Diegenen die de eerlijke handelsproducten kennen, denken (80%) deze vooral te kunnen kopen in de Oxfam-Wereldwinkels. Zij die de producten ook effectief **kopen**, doen dit **het vaakst in de grote supermarkten** (64% van de VVA's *versus* 29% in de gespecialiseerde winkels, terwijl in 2005 slechts 36% van de ondervraagde VVA's beweerden hun eerlijke aankopen te doen in de supermarkten en 55% in de gespecialiseerde winkels).
Vandaag weten 84% van de mensen (86% van de VVA's) die eerlijke producten kopen dat ze die in de grote supermarkten kunnen vinden. Dit was maar 66% van de VVA's in 2005.
Het wordt als een evidente beschouwd dat eerlijke handelsproducten in de supermarkten te vinden zijn.
- In de 12 maanden die het onderzoek voorafgingen, **kochten 43% van de personen die eerlijke handel kennen ten minste een product** (dit vertegenwoordigt 63% van de mensen die eerlijke producten kennen en 37% van alle ondervraagden).
- **Sommige labels, garantiesystemen van de duurzame handel, winnen aan bekendheid.** Onder de mensen die de eerlijke handel kennen, kent 15% ook het label FSC (duurzaam bosbeheer), 14% het Rainforest Alliance-label (bananen, koffie ...) en 4% het MSC-label (vissen).

¹ De studie werd uitgevoerd in oktober en november 2008, via het Ipsos Onlinepanel, bij een representatief staal van 1010 personen, waarvan 651 verantwoordelijk voor de gezinsaankopen (VVA's), in Vlaanderen, in Wallonië en in Brussel. De respondenten behoren tot uiteenlopende socio-economische, socio-culturele en socio-professionele groepen.

DE ANDERE RESULTATEN

Bekendheid van de merken, labels en organisaties van eerlijke handel

52% van de personen die eerlijke handel kennen, noemen spontaan Oxfam-Wereldwinkels of Oxfam Fairtrade als merk, organisatie van eerlijke handel.

33% vermeldt spontaan Max Havelaar.

Wanneer we de logo's van merken, organisaties en labels van eerlijke handel tonen aan personen die reeds van het concept hebben horen praten:

- herkent 71% het logo van Oxfam Fairtrade
- 67% dat van Max Havelaar
- 64% dat van Oxfam-Wereldwinkels of Oxfam-Magasins du monde
- 16% het logo Made in Dignity
- 14% het logo Carrefour Solidaire
- 10 % het Fair Tradelogo (van Fair Trade Original)
- 9% dat van Maya
- 5% het logo Fairglobe (Lidl)
- 3% dat van Ethiquable

Imago van de eerlijke handel

Het beeld van de eerlijke handel blijft volledig positief (86% positieve meningen, net zoals in 2007). Wat de week van de fair trade betreft, verklaart 40% van de respondenten van haar bestaan af te weten, een resultaat dat voortdurend groeit sinds 2005.

Koopgedrag en mening van de kopers

De eerlijke handelsproducten worden vooral gekocht voor hun goede kwaliteit en 'voor de goede zaak'. Het respect voor de producenten blijkt minder door te wegen in de beslissing om eerlijke handelsproducten te kopen.

De hoge prijs blijft een struikelblok bij de aankoop terwijl de toegankelijkheid nog amper een probleem vormt.

De populairste producten zijn koffie², fruit en chocolade.

De kopers van eerlijke handelsproducten zijn tevreden over de kwaliteit van de producten. Slechts 1% verklaart ontevreden te zijn. Deze score blijft stabiel in verhouding tot 2007.

² 58% van de personen die bevestigen een eerlijke handelproduct te hebben gekocht tijdens de laatste 12 maanden noemen koffie, 31% fruit en 27% chocolade