

## **Opiniepeiling over eerlijke handel, duurzame handel en handel in producten uit biologische landbouw**

Brussel, 20 december 2010 – Het Trade for Development Centre heeft een opiniepeiling laten uitvoeren (door Dedicated Research) onder de Belgische bevolking om de gedragingen, attitudes en opinies van de Belg vast te stellen ten aanzien van eerlijke handel, duurzame handel en handel in producten uit biologische landbouw, alsook de evolutie in vergelijking met vorige jaren. Duizend en één Belgen werden tijdens deze enquête bevroegd; het ging om een steekproef representatief voor de Belgische consumenten.

*De naamsbekendheid van eerlijke handel kent een zeer lichte daling (meer bepaald bij de jongste consumenten). De meerderheid van de Belgen begrijpt niet goed wat duurzame handel is en iedereen kent de biologische producten.*

De voornaamste observaties van deze opiniepeiling:

### **Eerlijke handel of Fair Trade**

- Meer dan de helft van de Belgen (53%) heeft al over de « Week van de Fair Trade » gehoord (in 2009 was dit 1 op de 3).
- 81% van de Belgische consumenten heeft al over eerlijke handel gehoord. Dit cijfer is iets gedaald in vergelijking met de vorige jaren (85% in 2007 en 86% in 2008 en in 2009). Deze daling van de naamsbekendheid laat zich vooral voelen bij de jongste consumenten (76% in de leeftijdsgroep van 16 tot 34 jaar tegenover 90% in 2009).
- De grote meerderheid van de Belgen (78%) associeert eerlijke handel met voedingsproducten.
- Op het vlak van eerlijke handel zijn Oxfam en Max Havelaar duidelijk de referentiemerken. Meer dan de helft van de Belgen (56%) vermeldt spontaan minstens één van deze twee namen wanneer dit onderwerp wordt aangesneden. De andere merken worden nauwelijks vermeld.
- Bovendien kent 2/3 van de respondenten die Max Havelaar en/of Oxfam kennen hen een vertrouwensniveau van 8/10 of hoger toe. Oxfam en Max Havelaar dragen dus positief bij tot het globale imago van eerlijke handel.
- 59% van de Belgen heeft fairtradeproducten gekocht in de afgelopen 12 maanden (tegenover 40% in 2009).
- 65% van de kopers van fairtradeproducten zegt deze over het algemeen in grootwarenhuizen te kopen (supermarkten, hypermarkten, hard discounters). Toch geeft 45% aan ze niet gemakkelijk in dit type winkels te vinden omdat ze ofwel moeilijk te herkennen zijn in de schappen (31%) of omdat ze vaak niet meer in de schappen liggen (ze niet meer beschikbaar zijn) (16%).
- Meer dan 1 Belg op de 3 (65% van de kopers van fairtradeproducten) zegt fairtradekoffie te kopen (tegenover 1 Belg op 5 in 2009).
- De fairtradeproducten die het vaakst worden gekocht zijn (in volgorde van belangrijkheid): koffie (duidelijk op de eerste plaats), chocolade, fruit (bananen, ananas, sinaasappelen, ...), koekjes/snoepgoed en fruitsap.

- De tevredenheid ten aanzien van de producten uit eerlijke handel is zeer hoog. Bijna alle Belgen (96%) die dit soort producten kopen zijn er tevreden (54%) of zeer tevreden (42%) over.
- 21% van de kopers is ervan overtuigd dat zijn/haar aankoop van fairtradeproducten werkelijk bijdraagt tot het respecteren van de rechten van producenten en arbeiders, terwijl 74% dat hoopt maar het niet zeker is.

#### **De houding van Belgische consumenten**

- De respondenten herkennen duidelijk de goede intenties die verbonden zijn aan de stap van eerlijke handel (79% vindt dat «het feit dat de organisaties zich geheel geven aan de eerlijke handel een goede zaak is» en 78% dat «eerlijke handel belangrijk is voor de ontwikkelingslanden»).
- De Belgen lijken echter nood te hebben aan geruststellingen en garanties over de reële doeltreffendheid van de stap eerlijke handel en over de impact van de individuele acties (51% van de respondenten verklaart dat «de garantie dat eerlijke handel echt bijdraagt tot de ontwikkeling van kleine producenten» hen er sterk zou toe aanzetten om dit type producten vaker te kopen).

#### **De communicatie en de invloed van de overheid**

- 72% van de ondervraagde personen vindt dat hij/zij niet genoeg informatie ontvangt over eerlijke handel.
- 57% van de Belgen vindt dat het de opdracht van de overheid is om te sensibiliseren en reclame te maken voor producten uit eerlijke handel (evenzeer de opdracht van de overheid als van de fairtradeorganisaties: 58%).

#### **Duurzame handel**

- Duurzame handel is veel minder gekend dan eerlijke handel. Slechts 50% van de Belgen heeft al over duurzame handel gehoord.
- Het begrip duurzame handel is ambigu in de geest van de respondenten, meer bepaald door de verwarring bij het interpreteren van het woord «duurzaam». (56% van de respondenten associeert duurzame handel met «stevige producten, die een lange levensduur hebben»).
- De best gekende duurzame labels zijn: Ecolabel, FSC (Forest Stewardship Council) en Rainforest Alliance (de logo's van deze labels werden herkend door respectievelijk 32%, 25% en 23% van de respondenten).

#### **Bioproducten**

- 98% van de Belgen kent de biologische producten.
- 53% van de Belgen zegt minstens elke 3 maanden één keer biologische producten te kopen.
- Meer dan 1 Belg op de 2 heeft een zeer positieve mening over de handel in producten uit biologische landbouw (57% kent een cijfer van 8/10 of hoger toe aan het beeld dat ze erover hebben).

#### **EINDE VAN HET PERSBERICHT**