



CTB TRADE FOR DEVELOPMENT



LES BELGES ET LE COMMERCE EQUITABLE

RESULTATS DE L'ENQUÊTE D'OPINION 2011

La plupart des Belges

- **connaissent le commerce équitable ;**
- **voudraient bien qu'il s'applique également aux agriculteurs belges ;**
- **et ont besoin d'être rassurés quant à son impact auprès des producteurs**

Ces résultats sont révélés par une enquête d'opinion réalisée par Dedicated Research à la demande du Trade for Development Centre, un programme de la CTB (Agence belge de développement).

Mille vingt Belges, un échantillon représentatif de la population, ont été interrogés pour connaître leurs comportements, attitudes et opinions vis-à-vis du commerce équitable.¹

LES PRINCIPALES OBSERVATIONS DE L'ENQUÊTE

1. Une belle notoriété, Oxfam et Max Havelaar restent les référents

- **79% des consommateurs belges ont déjà entendu parler du commerce équitable.** Ce taux de notoriété est similaire quels que soient la langue, l'âge ou le sexe.
- En matière de commerce équitable, **Oxfam et Max Havelaar sont clairement les référents.** Plus de la moitié des Belges (56%) mentionnent spontanément au moins un de ces deux noms lorsqu'on aborde ce sujet.
- De plus, 2/3 des répondants connaissant Max Havelaar et/ou Oxfam leur attribuent un niveau de confiance supérieur ou égal à 8/10. Oxfam et Max Havelaar contribuent donc positivement à l'image globale du commerce équitable.

2. La crise du lait a mis en évidence les difficultés rencontrées par une partie du monde agricole dans nos pays..

A la question : « Pensez-vous que le commerce équitable doit également concerner les paysans belges, européens ? »,

- **69% des personnes interrogées répondent : «oui, il est logique que nos producteurs, nos paysans touchent également un prix équitable ».**
- **10 répondent : « non, cela doit rester réservé aux paysans pauvres des pays du Sud ».**
- **3% : « oui, mais uniquement pour des produits comportant au moins un ingrédient en provenance des pays du Sud (ex : confiture d'ananas) ».**
- **17% ne savent pas.**

3. Notoriété des marques, labels de commerce équitable

Le commerce équitable est mieux identifié à travers son label et ses marques principales. Les produits bio, le sont davantage par la mention légale « bio » se trouvant sur l'emballage des produits.

- Les principaux labels, marques de commerce équitable ont une notoriété élevée : 93% pour Oxfam-Magasins du monde, 85% pour Oxfam Fairtrade, 62% pour Max Havelaar et 48 % pour Fair Trade Original.

¹ L'enquête a été réalisée par Internet du 18 au 24 août 2011. La marge d'erreur maximale (fréquences proches de 50%) est de 3,1%.

- A titre de comparaison, les labels biologiques (AB, Biogarantie et le label bio européen) ont respectivement une notoriété de 44, 36 et 18%.
- Les labels de commerce durable commencent à être connus. Les taux de notoriété de FSC, PEFC (gestion durable des forêts), Rainforest Alliance (agriculture et tourisme durable) et MSC (gestion durable des ressources halieutiques) sont respectivement de 34% (25% en 2010), 28%, 15% et 13%.
- Les labels Rainforest Alliance et MSC sont mal identifiés par les consommateurs. Environ 1/3 des personnes connaissant ces labels pensent qu'il s'agit de labels de commerce équitable.

Des achats surtout chez Oxfam-Magasins du monde, Oxfam-Wereldwinkels, mais aussi largement en grandes surfaces.

- **57% des Belges disent avoir acheté des produits équitables** au cours des 12 derniers mois (contre 40% en 2009).
- **Les produits équitables les plus achetés** sont (par ordre d'importance) : le **café** (66%), les **fruits** (50%), et le **chocolat** (43%). Les confitures et pâtes à tartiner sont moins achetées (12%) qu'en 2010 (23%).
- **43% des acheteurs** (40% des francophones et 46% des néerlandophones) de produits équitables **affirment en acheter dans les Oxfam-magasins du monde et Oxfam-Wereldwinkels**. **39%** disent en acheter dans les magasins du groupe **Delhaize**, **33%** dans ceux du groupe **Carrefour** et **29%** chez **Colruyt**. Le fait que les produits équitables soient proposés en grandes surfaces est vu de manière très positive par les répondants.
- La **satisfaction** par rapport aux produits du commerce équitable est **très élevée**. Presque tous les Belges (96%) qui achètent ces produits en sont satisfaits (53%) ou très satisfaits (43%).

4. L'effort de sensibilisation visant à démontrer le rôle joué par les consommateurs et l'impact du commerce équitable dans les pays du Sud doit être poursuivi.

- 74% des répondants estiment que « Le commerce équitable est important pour les pays en voie de développement »).
- **Les Belges semblent toutefois avoir besoin de « réassurances » et de garanties** sur l'efficacité réelle de la démarche du commerce équitable et sur l'impact de leurs actions individuelles.
- **69%** (74% en 2010) **des acheteurs espèrent, mais n'en sont pas certains, que leurs achats de produits équitables contribuent réellement au respect des droits des producteurs et travailleurs.**

Seuls 24% des acheteurs en sont vraiment convaincus. Pour 84% des répondants, la garantie que le commerce équitable contribue réellement au développement des petits producteurs les inciterait à acheter plus de produits.

5. Les pouvoirs publics doivent aussi informer, sensibiliser

- 64% (72% en 2010) des personnes interrogées estiment toujours ne pas recevoir suffisamment d'information au sujet du commerce équitable.
- **54% des Belges considèrent qu'il est de la mission des pouvoirs publics de sensibiliser** et de faire de la publicité pour des produits issus du commerce équitable (au même titre que les organisations du commerce équitable : 56%).

Plus de la moitié des Belges (57%) ont déjà entendu parler de la « Semaine du Commerce Equitable ».