nieuws

OIVO: "Labels vaak nutteloos en bedrieglijk"

nieuws

De consument vindt moeilijk zijn weg in streekproducten, hoeveproducten en andere labels van gedifferentieerde kwaliteit. Dat blijkt uit een onderzoek van consumentenorganisatie OIVO bij 795 consumenten. Grote uitzondering in de studie is het Biogarantie-label dat gekend is door zeventig procent van de respondenten en dat een objectieve en gecontroleerde garantie biedt. Ter verduidelijking: de effectiviteit van onder meer de labels van VLAM en de private labels van supermarktketens werd niet onderzocht.

5 MEI 2007 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:37

De consument vindt moeilijk zijn weg in streekproducten, hoeveproducten en andere labels van gedifferentieerde kwaliteit. Dat blijkt uit een onderzoek van consumentenorganisatie OIVO bij 795 consumenten. Grote uitzondering in de studie is het Biogarantie-label dat gekend is door zeventig procent van de respondenten en dat een objectieve en gecontroleerde garantie biedt. Ter verduidelijking: de effectiviteit van onder meer de labels van VLAM en de private labels van supermarktketens werd niet onderzocht.

OIVO vroeg aan de consumenten om hun kennis en waardering uit te spreken over de Europese labels voor streekproducten, het biolabel, het Waalse label Eqwalis, fairtradelabels en gelabelde producten waarvoor geen specifieke reglementering bestaat. "Op enkele zeldzame uitzonderingen na blijft het voordeelaspect van de bestudeerde benamingen wazig voor de consumenten. Het is moeilijk voor hen om de specificiteit van het aanbod met deze kwaliteitssymbolen te zien", aldus OIVO.
Bovendien garandeert de meerderheid van de kwaliteitssymbolen slechts gedeeltelijk bepaalde voordelen die ze claimen. Daardoor boet het geheel aan kwaliteitslabels aan geloofwaardigheid in.
Er zijn meerdere redenen voor de verwarring bij de consumenten: een gebrek aan wetgeving, het gebruik van weinig herkenbare logo's, de grote diversiteit aan labels, de slechte kennis van de Europese symbolen, het teruggrijpen naar niet-gecertificeerde en

niet-gecontroleerde benamingen, enzovoort. De consumentenorganisatie geeft enkele aanbevelingen om de labels succesvol in de markt te positioneren. "Daarbij zou het beter zijn om benamingen zoals boerderijproduct, streekproduct of product uit de eerlijke handel en hun gebruik te reglementeren", luidt het.(KS)
Meer informatie: OIVO: Kwaliteitssymbolen: vaak onnuttig, inefficiënt en bedrieglijk

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen
Crafted by Brigada