nieuws

Belg vindt fair trade niet altijd geloofwaardig

nieuws

De Belgische consument staat vrij positief ten aanzien van eerlijke handelsproducten, maar kiest in de winkel toch niet altijd voor het eerlijkste product. Fair trade-producten zijn immers duurder en de consument vindt ze niet altijd geloofwaardig, weet professor Patrick De Pelsmacker van de Universiteit Antwerpen. "Er is een grote nood aan geloofwaardige informatie rond eerlijke handelsproducten", aldus de professor, die pleit voor één geloofwaardig, internationaal fair trade-label.

23 APRIL 2007 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 13:59

De Belgische consument staat vrij positief ten aanzien van eerlijke handelsproducten, maar kiest in de winkel toch niet altijd voor het eerlijkste product. Fair trade-producten zijn immers duurder en de consument vindt ze niet altijd geloofwaardig, weet professor Patrick De Pelsmacker van de Universiteit Antwerpen. "Er is een grote nood aan geloofwaardige informatie rond eerlijke handelsproducten. De Belg argwaant fair trade-producten en raakt niet meer wijs uit de vele fair trade-labels die er vandaag bestaan", zegt De Pelsmacker. Hij pleit voor één geloofwaardig, internationaal fair trade-label.

De Pelsmacker onderzocht samen met collega's van andere Belgische universiteiten hoe consumenten op een meer duurzame manier kunnen gaan verbruiken. Hun bevindingen werden onlangs gepubliceerd in het boek "Sustainable Consumption, Ecology and Fair Trade", met de steun van het Federaal Wetenschapsbeleid.

De hogere prijs die de consument moet neertellen voor fair trade-producten is voor bepaalde consumenten een probleem. "We zien dat mensen van middelbare leeftijd en ouderen meer eerlijke producten kopen dan jongeren. Dat heeft waarschijnlijk te maken met het feit dat eerlijke producten duurder zijn", klinkt het.

Toch is er volgens De Pelsmacker nog een enorm groeipotentieel voor fair trade. "35 procent van de bevolking zegt bereid te zijn tien procent meer te betalen voor eerlijke producten". Het zijn vooral non-conventionele, altruïstische idealisten van boven de

veertig en met een hogere opleiding die bereid zijn fair trade-producten te kopen, zo blijkt.
Zij kopen het liefst ethisch verantwoorde producten van een fabrikantenmerk met een internationaal erkend label, waarbij er op de verpakking meer uitleg wordt gegeven. Bovendien willen ze die producten in de supermarkt kunnen kopen, in hetzelfde rek als de niet-ethische producten. "In die zin is Oxfam erg goed bezig. Het is een gereputeerd internationaal merk dat je in alle grote distributieketens terugvindt", illustreert De Pelsmacker. Voor de Wereldwinkels en labels als Max Havelaar ziet De Pelsmacker minder groeipotentieel.

Bron: Belga

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