nieuws

“Belgische consument wil meer eerlijke handel”

nieuws

De Belgische consument hecht steeds meer belang aan een eerlijke verloning voor boeren. Dat zegt Fairtrade Belgium op basis van recent onderzoek. “De consument vertrouwt op het Fairtradelabel (voorheen Max Havelaar) om hem te begeleiden in zijn ethische keuzes”, klinkt het. “Dat vertrouwen vertaalt zich ook in cijfers: vorig jaar nam het volume gecertificeerde producten toe met 26 procent. Ook de marktpenetratie was aanzienlijk hoger.” De positieve trend van voorgaande jaren zet zich dus door. “Dit toont aan dat de vraag van de consument naar meer ethische producten blijft toenemen, maar ook dat industrie en supermarkten steeds meer eerlijke producten beschikbaar maken in de winkelrekken.”

14 JUNI 2019 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:50

Lees meer over:
wereld
voedingsindustrie
consument
varia



De Belgische consument hecht steeds meer belang aan een eerlijke verloning voor boeren. Dat zegt Fairtrade Belgium op basis van recent onderzoek. “De consument vertrouwt op het Fairtradelabel (voorheen Max Havelaar) om hem te begeleiden in zijn ethische keuzes”, klinkt het. “Dat vertrouwen vertaalt zich ook in cijfers: vorig jaar nam het volume gecertificeerde producten toe met 26 procent. Ook de marktpenetratie was aanzienlijk hoger.” De positieve trend van voorgaande jaren zet zich dus door. “Dit toont aan dat de vraag van de consument naar meer ethische producten blijft toenemen, maar ook dat industrie en supermarkten steeds meer eerlijke producten beschikbaar maken in de winkelrekken.”
Belgen besteden steeds meer aandacht aan de duurzaamheid van de producten die ze in hun winkelmand leggen, stelt Fairtrade Belgium. “Ze willen weten waar een product van gemaakt is, en willen oorsprong en productieomstandigheden kennen”, aldus de organisatie. “Uit een Accenture-onderzoek onder 35.000 mensen in 35 landen bleek dat 62 procent van mening is dat het vermogen van merken om ethische waarden en authenticiteit aan te tonen, een rechtstreekse invloed heeft op consumptiepatronen. De consument wil dus graag weten wat merken doen om hun toeleveringsketens duurzamer te maken.”
Recent onderzoek naar reputatie en geloofwaardigheid toont aan dat 93 procent van de Belgen die het zwart-blauw-groen logo van Fairtrade herkennen, het ook sterk vertrouwen. “Het label laat hen toe om gemakkelijk te beslissen of een product op verantwoorde wijze is gemaakt”, zegt Fairtrade Belgium. Uit het onderzoek blijkt ook dat meer dan driekwart van de Belgen gecertificeerde producten koopt, en 70 procent van hen zou graag een groter assortiment zien.

In het brede assortiment blijven koffie, bananen en producten op basis van cacao (zoals chocolade) nog steeds de koplopers. “Voor deze laatste categorie is het volume op de Belgische markt zelfs verdubbeld ten opzichte van 2017”, weet Fairtrade Belgium. Toch blijft de uitdaging groot. Bijna één op vijf bananen was Fairtrade in 2018, maar koffie en chocolade halen nog steeds geen vijf procent marktaandeel. “Als eerlijke handel een groter verschil wil kunnen maken in het leven van producenten, dan moet er een versnelling hoger geschakeld worden, en dan moet de vraag sterk gestimuleerd worden”, benadrukt Nicolas Lambert, directeur van Fairtrade Belgium.
“Het is van groot belang dat we met z’n allen een tandje bijsteken, want vandaag kunnen producenten slechts een deel van hun oogst verkopen aan fairtrade-voorwaarden”, aldus Fairtrade Belgium. “De rest van de productie moet onder de conventionele voorwaarden worden verkocht, zonder garantie op een minimumprijs en zonder aanvullende premie. De meest efficiënte keuze is om te investeren in de mensen achter onze toeleveringsketens. Wanneer producenten kunnen rekenen op voldoende inkomen voor hun werk, hebben ze ook de mogelijkheid om te investeren in duurzame landbouwmethodes, en kunnen ze een solide basis leggen voor toekomstige generaties.”

Beeld: fairtradegemeenten.be

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