

OIVO bekritiseert Belgische oorsprong Fairebel

nieuws

OIVO, het Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties, heeft een klacht tegen Fairebel ingediend bij de FOD Economie voor misleidende commerciële praktijken. OIVO argumenteert dat de consument op de website van Fairebel bewust wordt misleid omtrent de oorsprong van het product.

🕒 26 MEI 2010 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:11

Lees meer over:

melkvee

marketing

consument

□
OIVO, het Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties, heeft een klacht tegen Fairebel ingediend bij de FOD Economie voor misleidende commerciële praktijken. OIVO argumenteert dat de consument op de website van Fairebel bewust wordt misleid omtrent de oorsprong van het product. "Een Belgische coöperatieve is nog geen rechtvaardiging van het Belgisch karakter van een product", aldus de organisatie.

"Fairebel is het allernieuwste solidaire en eerlijke merk dat onze melkproducenten in staat stelt een fatsoenlijk inkomen voor hun werk te krijgen", zo staat te lezen op de website van het merk Fairebel, dat zichzelf als melk van Belgische oorsprong voorstelt. OIVO is het daar niet mee eens en heeft tegen Fairebel een klacht neergelegd bij de FOD Economie voor misleidende commerciële praktijken en sluit zich daarmee aan bij de Waalse Bedrijfskolom Melk en Zuivelproducten. OIVO argumenteert dat de consument op de website van Fairebel wetens en willens misleid wordt omtrent de oorsprong van het product. De melk die onder het merk Fairebel verdeeld wordt, is melk die verzameld en verpakt wordt in het Groot-Hertogdom Luxemburg. Toch verwijzen de naam 'Fairebel' en de verpakking, met een koe in zwart-geel-rood op de doos, naar de Belgische oorsprong van de melk.

Faircoop, dat Fairebel lanceerde, is een coöperatieve van Belgische landbouwers. Per liter melk die onder de naam Fairebel verkocht wordt, zal 10 cent rechtstreeks in een kas van de coöperatieve

gestort worden. De verzamelde bedragen zullen daarna elk jaar herverdeeld worden onder alle deelnemende leden.

"Eerlijke handel is gebaseerd op principes van duurzame ontwikkeling. Dat houdt onder meer in dat er transparantie moet zijn met betrekking tot de oorsprong van het product en daar is hier geen sprake van", zegt OIVO. "Een Belgische coöperatieve is nog geen rechtvaardiging van het Belgische karakter van een product", vindt OIVO. "De Belgische landbouwers die het initiatief lanceerden, zullen dus een vergoeding krijgen voor het promoten van melk van Luxemburgse afkomst". OIVO stelt zich vragen bij het nut van zulk een mechanisme. "Kunnen we acties aanmoedigen die ertoe leiden dat onze producenten hun productie in de vorm van melkpoeder blijven exporteren naar ontwikkelingslanden? Zo beletten ze die landen om naar echte voedselsoevereiniteit te evolueren", stelt OIVO een probleem van eerlijke handel aan de kaak.

"De benaming 'eerlijk product' wijst op een meerwaarde van het product, maar is in het geval van Fairebel om louter commerciële doeleinden op de melk aangebracht", zegt het onderzoeks- en informatiecentrum.

Het OIVO vraagt daarom dat het gebruik van termen zoals 'eerlijk' en 'fair trade' streng gereguleerd wordt. Zij herhaalt ook dat verbruikersorganisaties al meermaals benadrukt hebben hoe gevaarlijk zelfregulering en labels met een zelfverklaarde speciale betekenis zijn.

Bron: eigen verslaggeving

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](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra