

28 sep 2023 -10:00

Belg kijkt steeds meer naar prijs bij consumptiekeuze, fair trade houdt goed stand

*De Belg ligt het meest wakker van de stijgende prijzen en de koopkracht. Meer dan 8 op 10 past zijn consumptiegedrag aan ten gevolge van de opeenvolgende crisissen. De prijs van een product is de grootste rem om meer verantwoord te consumeren.*

*Desondanks houdt fair trade goed stand. De Belg vindt het belangrijk om fairtradeproducten te kunnen kopen en de gemiddelde fairtradeconsumptie per Belg nam in 2022 opnieuw toe. Dat blijkt uit de jaarlijkse enquête die het Belgisch ontwikkelingsagentschap Enabel naar aanleiding van de Week van de Fair Trade laat uitvoeren.[1] De Week van de Fair Trade gaat van start op 4 oktober en richt zich dit jaar helemaal op jongeren.*

Belg ligt wakker van stijgende prijzen en past consumptiegedrag aan

De stijgende energie- en grondstofprijzen (85%) en de koopkracht (83%) houden Belgen het meest bezig. Gezondheid vervolledigt de top 3. De klimaatverandering is voor 73% van de Belgen een bezorgdheid.

De opeenvolgende crisissen hebben bij 8 op de 10 Belgen een invloed op hun aankoopgedrag. Bij meer dan de helft van alle Belgen zijn die aanpassingen van economische aard. Zo speelt de prijs bij 60% van de Belgen een rol als ze voeding kopen, terwijl dit het jaar ervoor nog maar bij 37% was. Mensen kiezen vooral voor producten die minder duur zijn of die langer meegaan, of ze consumeren minder.

Verantwoorde consumptie

Verantwoorde consumptie associëren de Belgen het meest met recycleren, seizoens- en lokale producten kopen, minder verpakking of afval produceren of gewoon minder consumeren. 'Eerlijke producten kopen' scoort met een achtste plaats in een lijst met 20 voorstellen goed en staat voor andere (ecologische) initiatieven als een elektrische of hybride wagen kopen of minder vliegen.

Voor de meerderheid van de Belgen – vooral de ouderen - zijn de consumenten zelf het meest verantwoordelijk om te komen tot een meer verantwoorde consumptie. Verder kijken ze naar de overheid en de bedrijven. De Belg is voorstander van wetgeving die bedrijven verplicht om rekening te houden met mens en milieu. Minder dan de helft vindt dat ondernemingen momenteel voldoende hun verantwoordelijkheid opnemen.

Fairtradeproducten belangrijk en meer geconsumeerd

Lokale en bioproducten zijn het best bekend bij de Belgen, maar met 90% scoren fairtradeproducten ook heel goed. Een fairtradeproduct wordt het meest geassocieerd met sociale aspecten: een correcte vergoeding, respect voor de mensenrechten en het creëren van betere levensomstandigheden voor kleine producenten. Eerlijke producten dragen wel de perceptie mee duur te zijn.

Toch vinden Belgen het belangrijk om fairtradeproducten te kunnen kopen: met 62%, komen eerlijke producten op een tweede plaats, vlak na lokale producten. En dit uit zich ook in het consumptiecijfer: in 2022 gaf de Belg gemiddeld 34 euro uit aan fairtradeproducten tegenover 29 euro het jaar ervoor.[2]

Minister van Ontwikkelingssamenwerking Caroline Gennez juicht dit toe. *“Een fairtradeproduct staat voor een product dat mens en milieu respecteert. Het is bemoedigend te horen dat de meerderheid van de Belgen het belangrijk vindt om dit type producten te kunnen kopen, en dat we beseffen dat we zelf een rol te spelen hebben in de switch naar meer verantwoorde consumptie. Als consument hebben we de macht in handen om dingen in beweging te zetten. Door elk jaar voor meer fair trade te kiezen, maken we mee het verschil.”*

Week van de Fair Trade richt zich op jongeren

Op 4 oktober gaat de jaarlijkse Week van de Fair Trade van start. Tien dagen lang staat de eerlijke handel in de schijnwerpers. De campagne richt zich dit jaar helemaal op jongeren. Volgens de enquête hebben zij het meest nood om bij de hand genomen te worden. Het feit dat er geen verplichtingen worden opgelegd, is voor hen een rem om meer verantwoord te consumeren en ze kijken voor een meer verantwoorde consumptie zowel naar de overheid, ondernemingen, (sociale) media en scholen als naar de consument zelf.

Met een waaier aan activiteiten op maat kunnen jongeren van 4 tot 14 oktober zelf ontdekken wat fair trade is en waar het voor staat. Workshops, de creatie van een stop-motionfilm... voor elk wat wils. Verschillende activiteiten zetten fair fashion centraal, een thema dat nauw aansluit bij de leefwereld van jongeren.

- [Stad Gent](#) brengt jonge mensen samen die een en ander willen veranderen in de textielsector (activisten, designers, ondernemers...). Met hen als voorbeeld roepen ze jongeren op om een fashion statement te maken gericht aan de mode-industrie.
- [M-Fair](#) op 8 oktober is de jaarlijkse afspraak rond eerlijke en duurzame mode met workshops, een markt, verschillende sprekers en workshops. Dit jaar nodigt M-Fair de tentoonstelling 'Textiel in verzet' uit, met felgekleurde lappendekens die door Chileense vrouwen werden gemaakt tijdens de militaire dictatuur om hun trauma's en het onrecht dat hen werd aangedaan te verwerken.
- [Disarming Design from Palestine](#), een organisatie die Palestijns design ontwikkelt, organiseert op 5 en 6 oktober een tentoonstelling en workshops voor Belgische ontwerp-studenten om hen bewust te maken over hoe politiek, taal, educatie, materialisatie met elkaar verbonden zijn en hoe ontwerpers hierin een rol spelen.

Alle activiteiten van de Week van de Fair Trade zijn terug te vinden op [www.weekvandefairtrade.be](http://www.weekvandefairtrade.be). De Week van de Fair Trade is een initiatief van het [Trade for Development Centre](#) van Enabel (het Belgisch ontwikkelingsagentschap) in samenwerking met de belangrijkste Belgische fairtradespelers. Nieuws en activiteiten betreffende de Week van de Fair Trade worden verzameld op [www.weekvandefairtrade.be](http://www.weekvandefairtrade.be).

[1] Alle cijfers in dit persbericht zijn afkomstig uit de enquête Belgen en verantwoorde consumptie 2022, tenzij anders vermeld. De volledige resultaten van deze enquête zijn te raadplegen zijn op [www.tdc-enabel.be](http://www.tdc-enabel.be).

[2] Het gemiddelde consumptiecijfer is een berekening van Enabels Trade for Development Centre op basis van de cijfers die door de verschillende Belgische fairtradespelers werden gecommuniceerd.

--Contact--

Evi Coremans, Communication and campaign officer  
Trade for Development Centre, Enabel  
Hoogstraat 147, 1000 Brussels  
G: +32 (0)476 92 05 43  
[www.tdc-enabel.be](http://www.tdc-enabel.be)

Enabel  
Hoogstraat 147  
1000 Bruxelles  
België  
<https://www.enabel.be>

Guido Couck  
Contactpersoon  
+32 486 35 00 75  
+32 2 505 37 00  
[guido.couck@enabel.be](mailto:guido.couck@enabel.be)