

Populariteit Max Havelaar-producten in de lift

20-04-2009 00:00

De verkoopwaarde van producten met het Max Havelaar keurmerk voor Fairtrade in Nederland is flink gestegen. De waarde in 2008 nam toe met 28 procent ten opzichte van 2007. Dit blijkt uit cijfers van Stichting Max Havelaar.

De toename is te danken aan het feit dat een groeiend aantal retailers voor Fairtrade kiest. Zo schakelde La Place bijvoorbeeld over op wijn met het Max Havelaar keurmerk voor Fairtrade, breidde Ben & Jerry's het ijsassortiment met keurmerk uit en introduceerde supermarktketen Lidl nieuwe producten in haar Fairtrade gecertificeerde huismerklijn FairGlobe.

De uitkomsten van het onderzoek sluiten volgens de stichting nauw aan bij de uitkomst van een groot internationaal onderzoek dat GlobeScan uitvoerde in opdracht van de Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). Uit het onderzoek in vijftien landen komt naar voren dat de steun voor Fairtrade internationaal groeit. Consumenten verwachten in toenemende mate van bedrijven dat zij zich verantwoordelijk en eerlijk gedragen in de handel met producenten in ontwikkelingslanden. FLO is de internationale koepel voor het Fairtrade keurmerk, in Nederland beter bekend als het Max Havelaar keurmerk voor Fairtrade.