

De solidaire economie



September 2009

OIVO

Onderzoeks- en Informatiecentrum
van de Verbruikersorganisaties



Inhoudstafel

1. Doelstellingen
2. Methodologie
3. De bekendheid van de solidaire economie
4. De solidaire economie definiëren
5. De bekendheid van de vormen van solidaire economie
6. De concrete toepassing van de solidaire economie
7. Enkele vormen van solidaire economie
8. De lokale uitwisselingsystemen
9. Solidair sparen
10. Conclusies en aanbevelingen

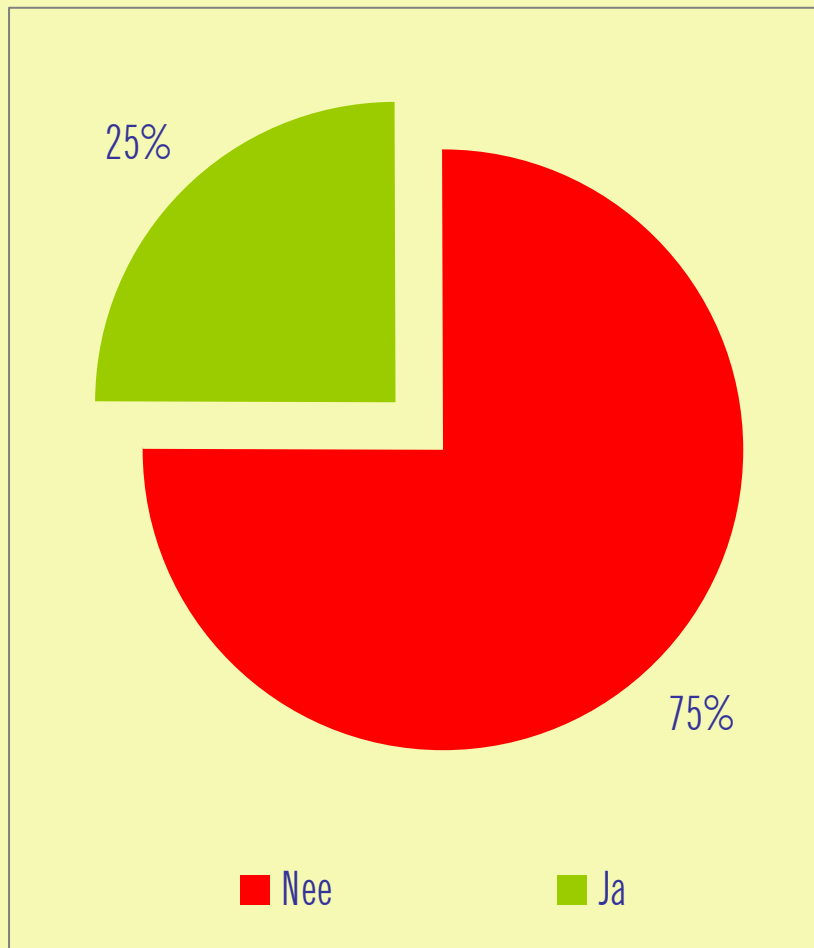
Doelstellingen

- Het doel van deze studie bestaat erin de perceptie van de solidaire economie bij de consumenten te evalueren.
- De solidaire economie plaatst de mens en niet de winst centraal in de economische activiteit. Ze kan omschreven worden als alle activiteiten die vanuit engagementen van de burgers bijdragen aan de democratisering van de economie. Ze wordt georganiseerd door de sector van de sociale economie, coöperatieven, ziekenfondsen, verenigingen en stichtingen. Ze uit dit in diverse vormen, zoals:
 - De aankoop van producten afkomstig van de eerlijke handel (fair trade)
 - De aankoop van een biomand
 - De aankoop van producten direct op de boerderij, bij een lokale producent.
 - Deelnemen aan een lokaal uitwisselingsysteem (SEL) dat aan zijn leden de mogelijkheid biedt om goederen, diensten en kennis uit te wisselen zonder daarvoor met klassiek geld te betalen
 - Het investeren van spaargeld in beleggingen die activiteiten helpen financieren ter bevordering van de integratie door werk of huisvesting, van de milieubescherming of van de ontwikkeling van landen in het Zuiden
 - Het gegroepeerd aankopen van goederen of diensten, samen met andere consumenten, bij één producent of leverancier
 - Uitwisseling van producten, ruilen met andere consumenten

Methodologie

- 620 telefonische interviews met inwoners van België van 18 jaar en ouder.
- Field: juli 2009.
- Aselecte gelaagde gecorrigeerde steekproef.
- De resultaten hebben de gepaste statistische verwerkingen (χ^2 , foutmarge) ondergaan.
- De maximale totale foutmarge op de steekproef bedraagt 3,9%.
- Enkel de betekenisvolle resultaten worden voorgesteld. Elk gegeven werd echter geanalyseerd in functie van de locatie (gewesten), het geslacht, de leeftijd, de grootte en samenstelling van het gezin, de sociale groepen (lage — LSG, gemiddelde — GSG, hoge — HSG), het feit dat iemand hoofdverantwoordelijke voor de aankopen (HVA) is of niet, de aanwezigheid van kinderen in het gezin.

De bekendheid van de solidaire economie

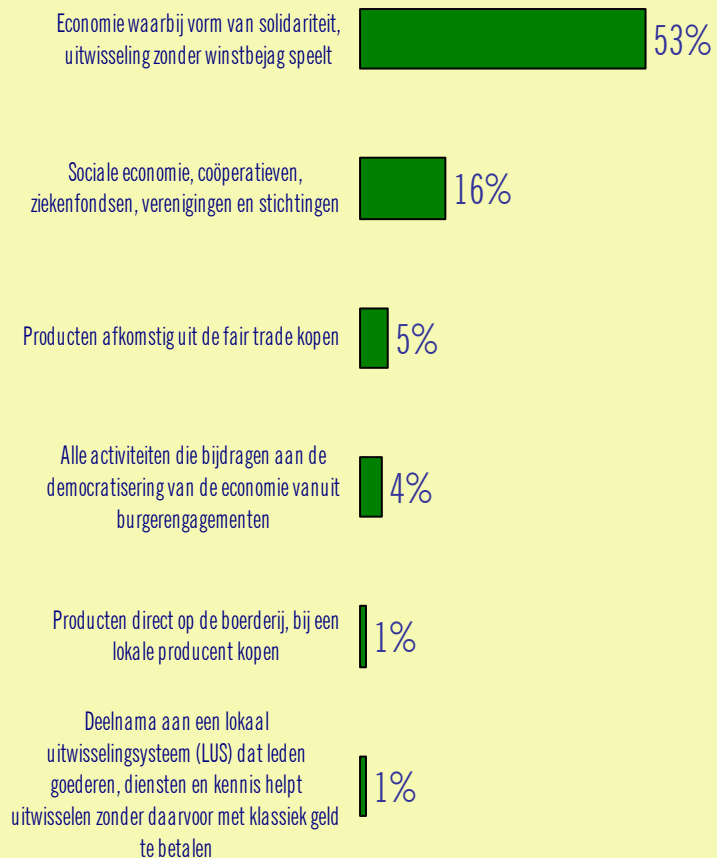


➤ Hebt u ooit, al was het maar van naam, van de solidaire economie gehoord?

- Nauwelijks 1 op de 4 consumenten heeft al van het concept solidaire economie horen spreken.
- De lage sociale groepen verklaren minder talrijk (-9%) dat ze het concept kennen en de niet-verantwoordelijken voor de aankopen (+11%), vaak mannen, hebben al meer van de solidaire economie gehoord.

Basis: respondenten

De solidaire economie definiëren



➤ Wat is solidaire economie, volgens u?

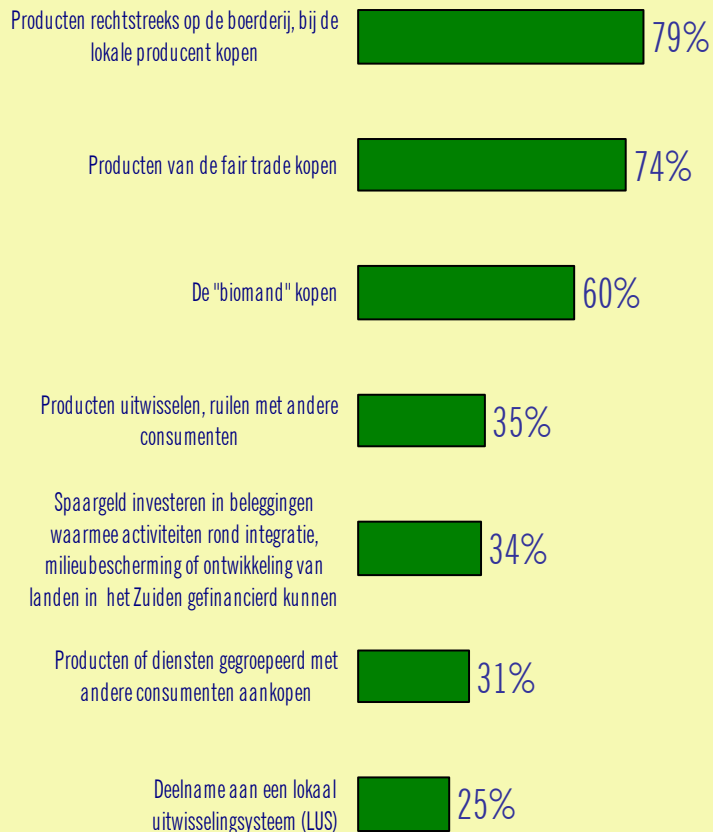
- Spontaan omschrijven de consumenten heel algemeen de solidaire economie als een economie die gebaseerd is op solidariteit, op uitwisseling zonder winstbejag.
- Ze kunnen echter maar in 1 op de 4 gevallen actoren noemen of acties beschrijven.

Basis: respondenten, spontane bekendheid

Verskil volgens profiel

- De Brusselaars zoeken achter het concept van solidaire economie (+12%) een vorm van democratisering van de economie op basis van burgerengagements en minder geconcentreerd op de betrokken actoren.
- Anderzijds associëren de Nederlandstaligen – vooral in Vlaanderen (+10%) – solidaire economie direct met sociale economie door actoren te noemen: de coöperatieven, de ziekenfondsen, de verenigingen en de stichtingen. Datzelfde geldt voor de gezinnen met grote kinderen (+15%).

De bekendheid van de vormen van solidaire economie



➤ Kent u deze vorm van solidaire economie?

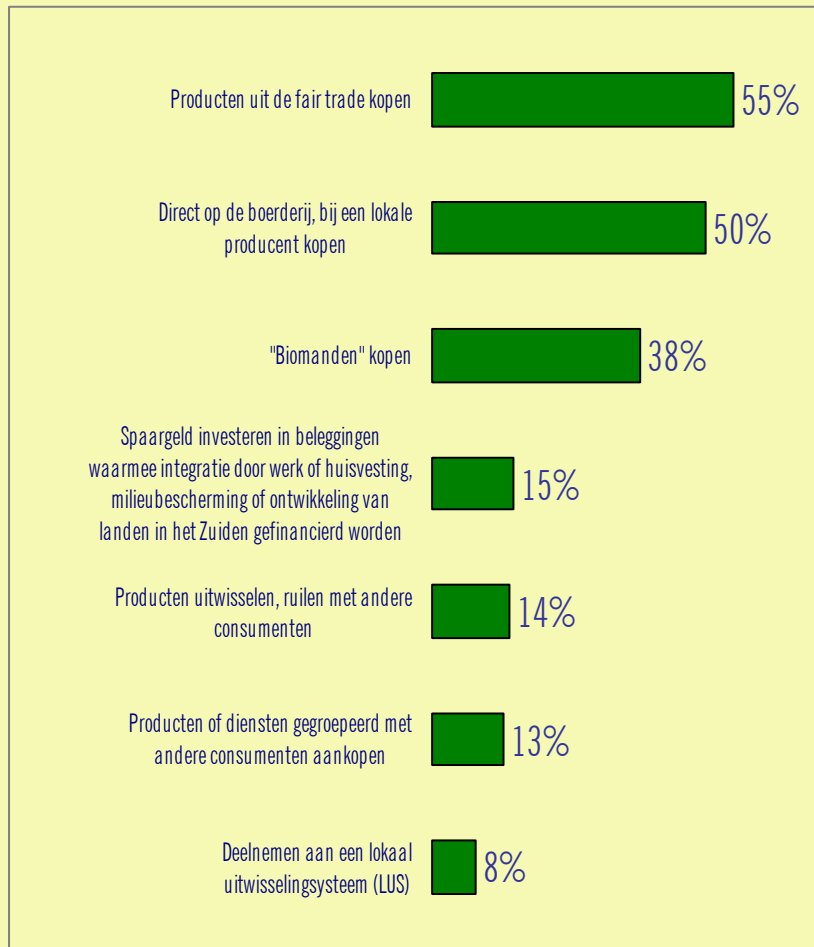
- 3 op de 4 consumenten kennen twee vormen van solidaire economie: direct bij de producenten kopen en producten uit de fair trade kopen.
- 6 op de 10 kennen de « biomanden ». Maar minder dan 1 op de 3 kent de andere vormen van solidaire economie, zoals producten uitwisselen, ruilen, solidair sparen, gegroepeerd aankopen of de lokale uitwisselingsystemen.

Basis: respondenten, spontane bekendheid

Verskil volgens profiel

- Met uitzondering van het solidaire sparen, kennen de Brusselaars vaker alle andere vormen van solidaire economie (+25%). De Vlamingen kennen minder (-14%) de gegroepeerde aankopen, het ruilen, de uitwisseling van producten tussen consumenten en de lokale uitwisselingsystemen, die de Walen talrijker kennen (+18%).
- De leeftijdsgroep van 18-29 jaar is goed op de hoogte (+20%) van de gegroepeerde aankopen en de uitwisseling van producten tussen consumenten, rechtstreeks bij de producenten kopen en producten van de fair trade kopen zijn ook goed gekend. De leeftijdsgroep van 30-39 jaar kent talrijker de Biomanden en de aankopen direct van de boerderij (+14%).
- De hoge sociale groepen kennen de lokale uitwisselingsystemen en de aankopen van goederen uit de fair trade beter (+17%), in tegenstelling tot de lage sociale groepen, die de fair trade minder goed kennen (-22%).

De concrete toepassing van de solidaire economie



➤ Doet u mee aan deze vorm van solidaire economie?

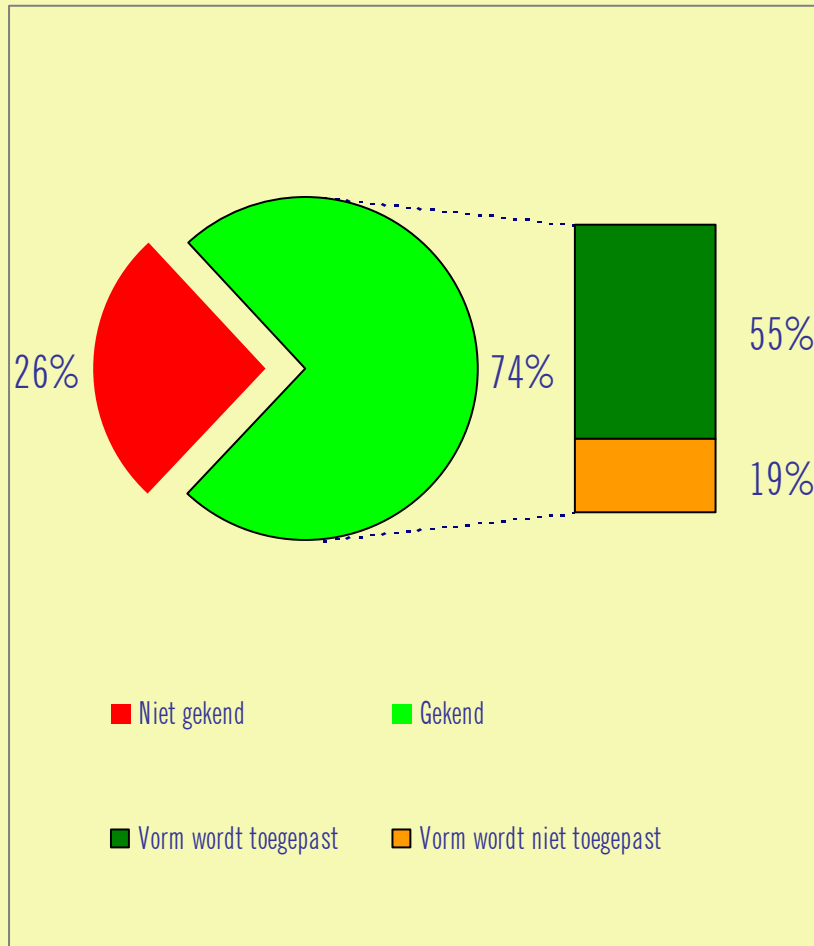
- 1 op de 2 consumenten koopt direct bij de producenten en koopt producten uit de fair trade.
- 1 op de 3 koopt « biomanden ». 1 op de 7 doet aan solidair sparen, ruilen of gegroepeerd aankopen.
- Minder dan 1 op de 10 neemt deel aan een lokaal uitwisselingsstelsel.

Basis: respondenten

Verskil volgens profiel

- Hoewel de Brusselaars de solidaire economie het beste kennen, maken zij tevens het minst gebruik van de aankopen direct op de boerderij of bij de producent, van de LUS, het ruilen, het solidaire sparen en de gegroepeerde aankopen (-15%). De Walen doen meer aan ruilen en aan gegroepeerde aankopen (+8%). De Nederlandstaligen zitten in de middenmoot, maar doen meer mee aan de LUS (+2%).
- De leeftijdsgroep van 18-29 jaar doet vaker (+12%) aan solidair sparen, gegroepeerde aankopen en ruilen. De leeftijdsgroep van 30-39 jaar tonen echte interesse voor de « biomanden » (+20%).
- De hoge sociale groepen kopen talrijker producten uit de fair trade (+20%) of « Biomanden » (+12%).

De vormen van solidaire economie: de eerlijke handel (fair trade)

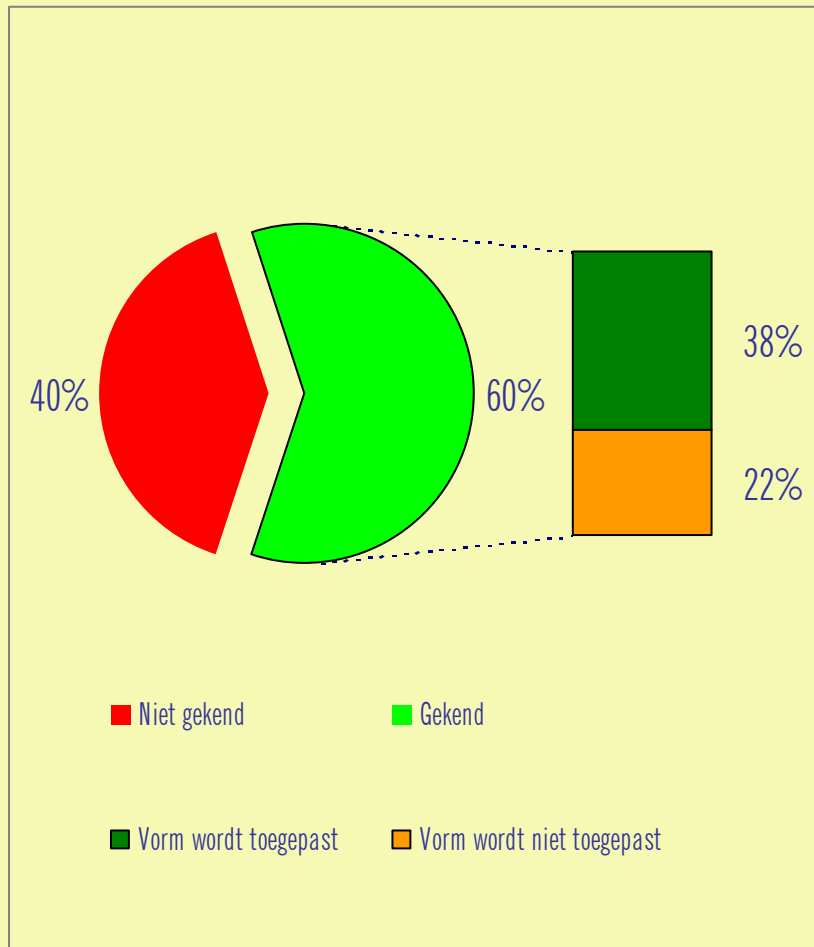


- Kent u deze vorm van solidaire economie?
- Doet u mee aan deze vorm van solidaire economie?
- **Producten afkomstig van de eerlijke handel kopen**

- 3 op de 4 consumenten kennen de producten die uit de fair trade afkomstig zijn.
- Meer dan 1 op de 2 zegt dat hij/zij deze producten koopt.
- Ze zijn minder talrijk in de leeftijdsgroep van 30-39 jaar (-15%) en in de lage sociale groepen (-17%) om deze soort aankopen te doen.

Basis: respondenten

De vormen van solidaire economie: de « biomand » kopen

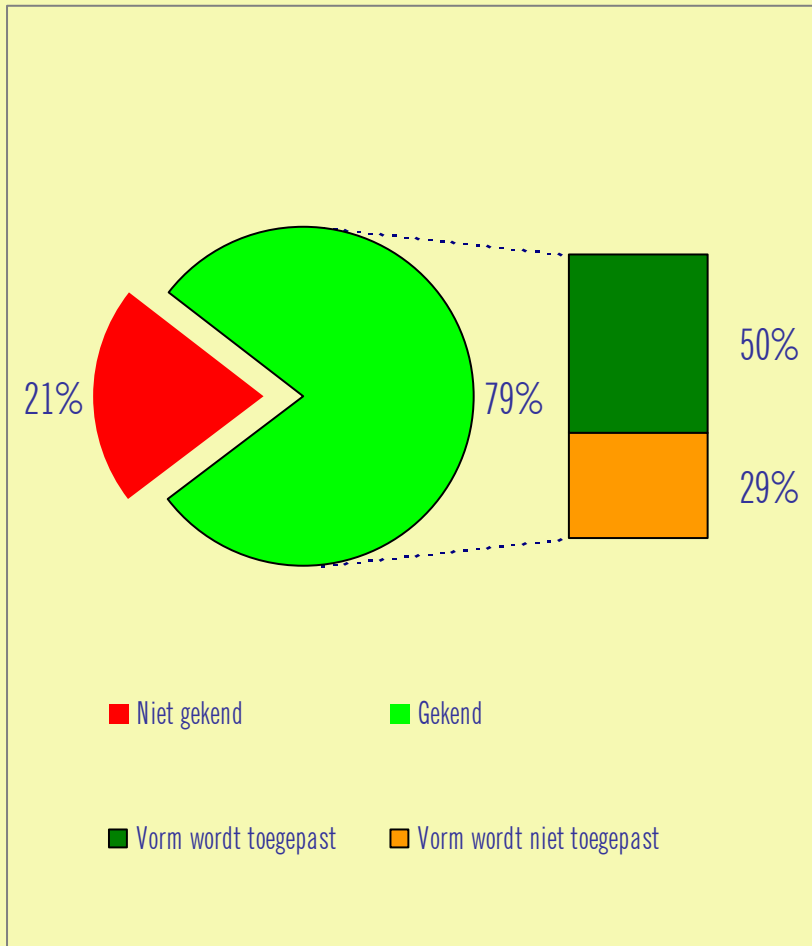


- Kent u deze vorm van solidaire economie?
- Doet u mee aan deze vorm van solidaire economie?
- **De « biomand » kopen**

- 6 op de 10 consumenten kennen de mogelijkheden om “biomanden” te kopen.
- Meer dan 1 op de 3 zegt dat hij/zij deze producten koopt.
- De belangrijkste gebruikers zijn de leeftijdsgroep van 30-39 jaar (+20%), de inwoners van de Vlaamse steden (+10%), de hoge sociale groepen (+12%). Ze komen minder talrijk voor in de leeftijdsgroep van 18-29 jaar (-16%) en in de Vlaamse kleine dorpen (-14%).

Basis: respondenten

De vormen van solidaire economie: direct van de producent kopen

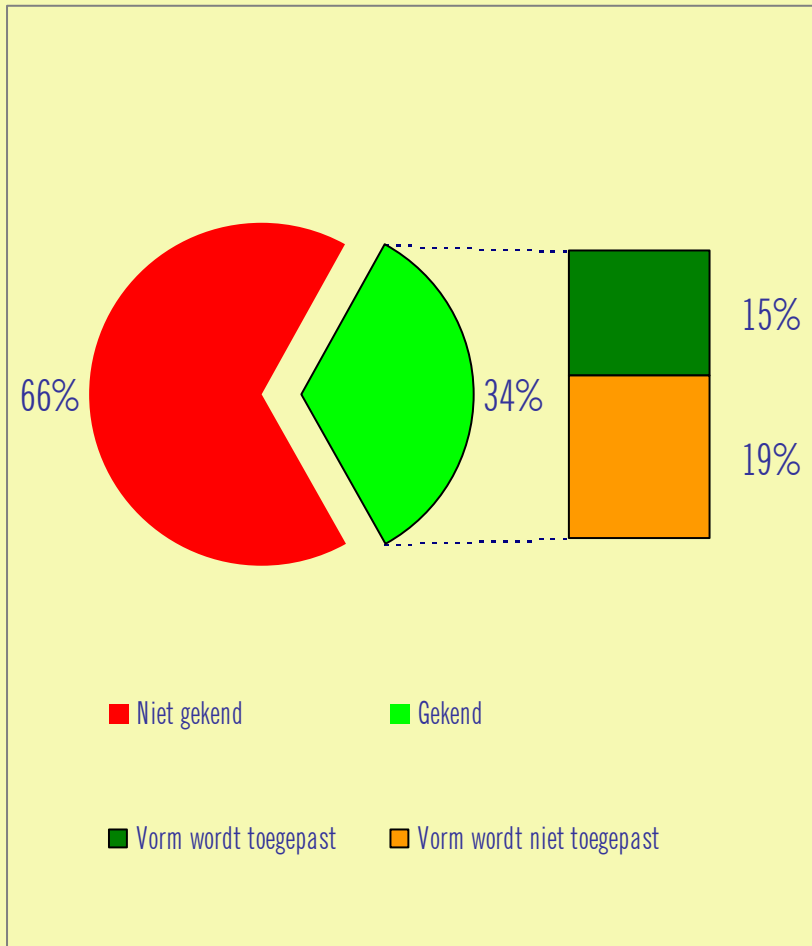


- Kent u deze vorm van solidaire economie?
- Doet u mee aan deze vorm van solidaire economie?
- **Producten direct op de boerderij, bij een lokale producent kopen**

- 8 op de 10 consumenten kennen het kopen van producten direct op de boerderij of bij een lokale producent.
- 1 op de 2 zegt dat hij/zij zulke directe aankopen doet.
- De grootste gebruikers zijn de grote gezinnen (+18%) en de inwoners van de Vlaamse kleine dorpen (+29%).
- Ze zijn minder talrijk in Brussel (-30%) en onder de vrijgezellen (-23%).

Basis: respondenten

De vormen van solidaire economie: solidair sparen

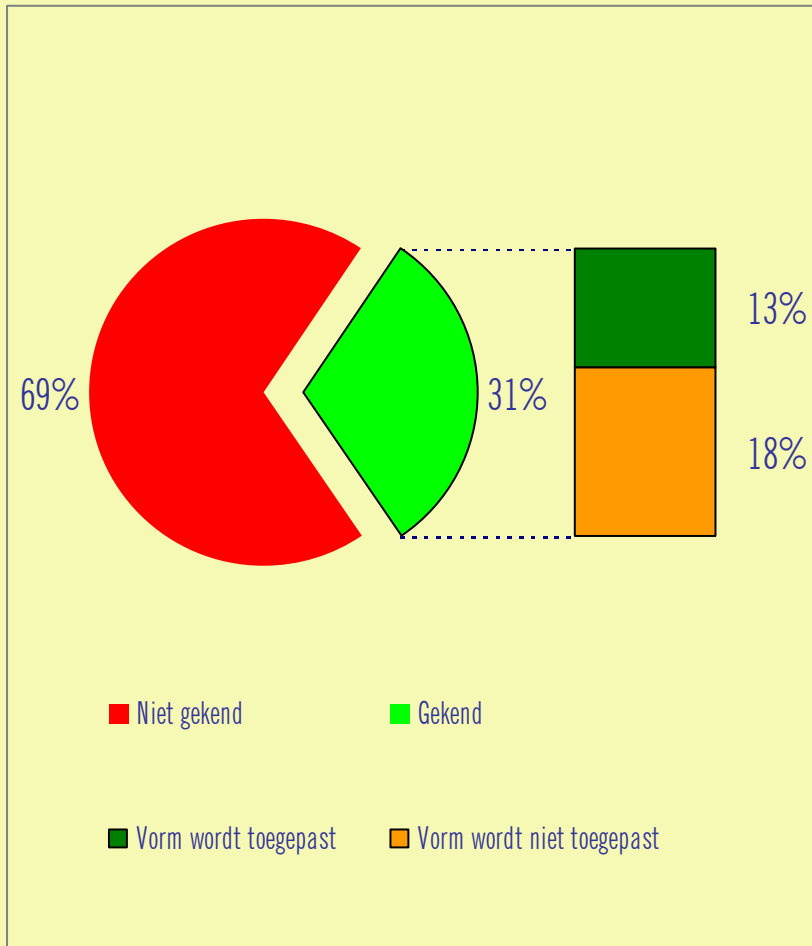


➤ Kent u deze vorm van solidaire economie? Doet u eraan mee? Uw spaargeld investeren in beleggingen die activiteiten helpen financieren met het oog op integratie door werk of huisvesting, op milieubescherming of op de ontwikkeling van landen in het Zuiden.

- 1 op de 3 consumenten kent de mechanismen van solidair sparen, die erin bestaan spaargeld te investeren in beleggingen waarmee activiteiten rond integratie door werk of huisvesting, milieubescherming of ontwikkeling van landen in het Zuiden gefinancierd kunnen worden.
- Quasi 1 op de 6 zegt daarin te beleggen.
- Dat gebeurt minder talrijk in Brussel (-15%) en in de leeftijdsgroep van 40-49 jaar (-10%), maar talrijker in de leeftijdsgroep van 18-29 jaar (11%).

Basis: respondenten

De vormen van solidaire economie: de gegroepeerde aankopen

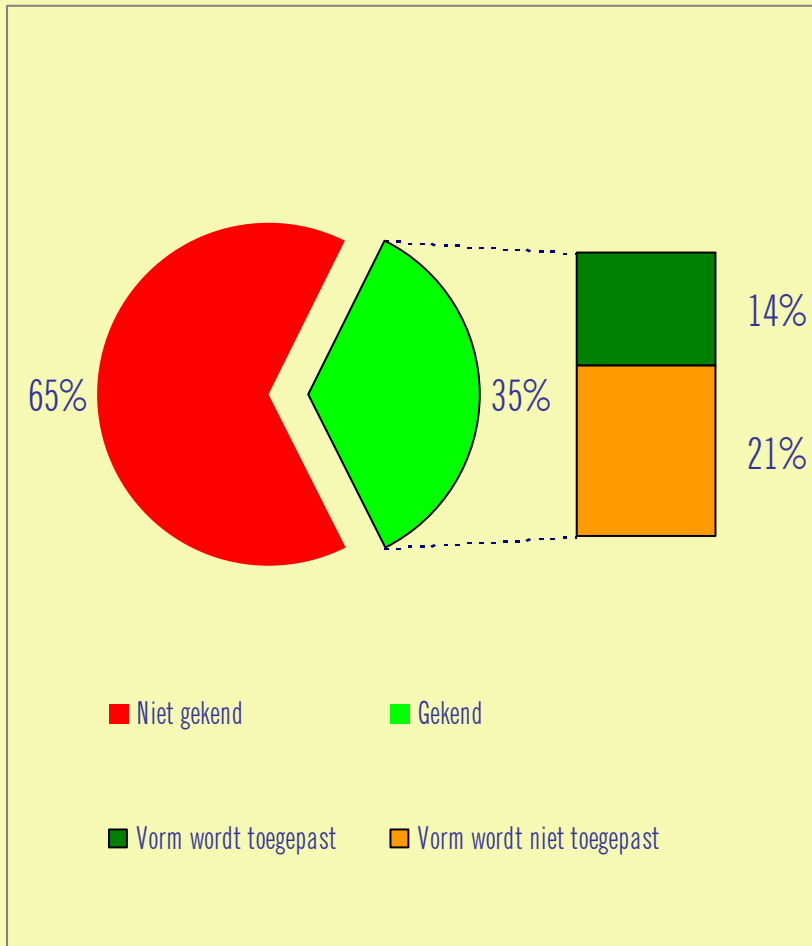


- Kent u deze vorm van solidaire economie? Doet u eraan mee?
- Gegroepeerd goederen of diensten kopen, samen met andere consumenten, bij één producent of leverancier.

- 1 op de 3 consumenten kent de systemen om samen met andere consumenten gegroepeerd goederen of diensten te kopen bij een producent of leverancier.
- Minder dan 1 op de 10 zegt zulke gegroepeerde aankopen te doen.
- De leeftijdgroep van 18-29 jaar (+12%), de Walen (+7%), de gezinnen (+19%) doen meer gegroepeerde aankopen.
- Ze zijn minder talrijk in Brussel (-9%) en in de leeftijdgroep van 30-49 jaar (-10%), bij de grote gezinnen (-7%).

Basis: respondenten

De vormen van solidaire economie: ruilen



- Kent u deze vorm van solidaire economie? Doet u eraan mee?
- Producten uitwisselen, ruilen met andere consumenten.

- 1 op de 3 consumenten kent de mogelijkheden om met consumenten onderling uit te wisselen, te ruilen.
- Minder dan 1 op de 7 zegt deze praktijk toe te passen.
- De leeftijdsgroep van 18-29 jaar (+13%), de Walen (+9%) ruilen meer.
- Dat wordt minder talrijk gedaan in Brussel (-10%), in de leeftijdsgroep van 65 en ouder (-6%) en door de inwoners van de Vlaamse steden (-6%).

Basis: respondenten

De lokale uitwisselingsystemen in België

- Oorsprong
1983, Canada. Een systeem « Local Exchange and Trading System » (LETS) genaamd, wordt geïntroduceerd. Het bestaat in het meer rationeel toepassen van lokale ruilmogelijkheden om meer te profiteren van aanwezige kennis. In regio's waar ondernemingen werkgelegenheid creëren laat men die kennis links liggen of trekt men weg. In België: Leuven, 1995.
- Werkingsprincipe
Elk lid biedt een dienst of diensten aan waarvoor hij “onderlegd” is. De geleverde prestatie wordt verrekend in uren, met vergoeding van eventuele kosten. De urencheque wordt op de rekening van dat lid geboekt, waarna die persoon dan op zijn beurt diensten kan (mag) aanvragen.
- Aangeboden diensten
De aangeboden dienst kan betrekking hebben op administratieve, sociale en/of juridische hulp, het huis en de woonomgeving (onderhoud, verhuis, huisoppas, binnenhuisinrichting, tuinen, schoonmaak, enz.), het dagelijkse leven (informatica, baby-sitting, huishoudelijk werk, naaien, boodschappen doen, bejaardenhulp, enz.), lessen (taal, hulp met schoolwerk, keuken, video, enz.), vrije tijd (feesten, sport, muziek, kinderen, enz.), lichaamsverzorging, opvoeding (ouderschap, mentale zorg), gastronomie en voeding, public relations.

De lokale uitwisselingsystemen in België

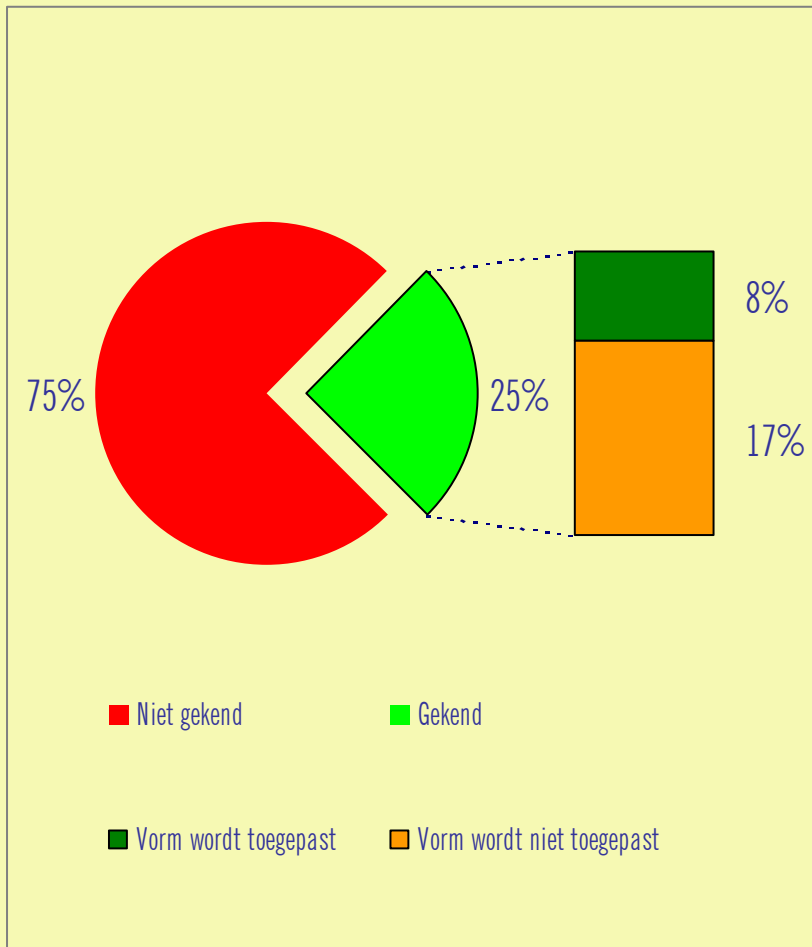
- Geografische spreiding

In Brussel zijn 7 uitwisselingsystemen geregistreerd: BruSEL (19 gemeenten van het Brusselse Gewest), SELAtlas in Anderlecht, SELPinoy in Oudergem, l'ArchiduSEL in Bosvoorde, SELEssentiel in Ukkel, SEloFan in Sint-Gillis, SELaVie in Schaarbeek.

In Wallonië zijn meer dan 10 lokale uitwisselingsystemen geregistreerd: SELArel in Aarlen, CarouSEL in Charleroi, in Chaumont-Gistoux, TourneSEL in Hannuit, RomanSEL in Hennuyères, IzzoSEL in Hotton Hampteau, SELIttre in Ittre, SoigniesSEL in Soignies, SELCoupdepouce in Villers-la-Ville, SELîdje in Liège, SEL'OGAZION in Ohey, Gesves en Assesse, SELWaterloo in Waterloo.

In Vlaanderen is het lokaal uitwisselingsstelsel ook een groot succes. Er zijn meer dan 20 LETS: Aalst-Oudenaarde, Antwerpen-Provincie, Antwerpen-Stad, Antwerpen-Binnenstad, Begijnendijk 'Vrouw Holle', Brugge, Durme, Geel, Gent, LETS Leie, LETS (LUS) Leuven, LETS Limburg, Merchtem, Mol, Noord-Brabant, Oostende, Tienen, Turnhout, Westhoek.

De vormen van solidaire economie: de LUS

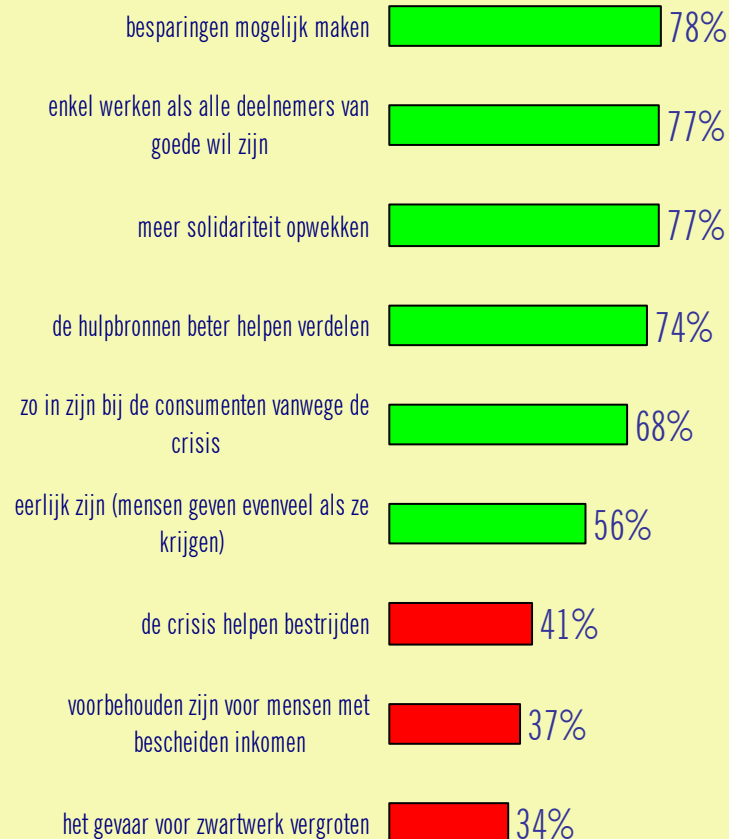


➤ Kent u deze vorm van solidaire economie? Doet u eraan mee? Deelnemen aan een lokaal uitwisselingsstelsel (LUS) dat zijn leden de mogelijkheid biedt om goederen, diensten en kennis uit te wisselen zonder daarvoor met klassiek geld te betalen.

- 1 op de 4 consumenten kent de lokale uitwisselingssystemen (LUS) die leden in staat stellen om goederen, diensten en kennis uit te wisselen zonder daarvoor met klassiek geld te betalen.
- Minder dan 1 op de 10 zegt aan een LUS deel te nemen. Ze zijn minder talrijk in Brussel (-8%), in de leeftijdsgroep van 30-39 jaar (-6%) en in de grote gezinnen (-8%).
- Modelprofiel: Nederlandstalig, 50-64 jaar, groot gezin die tot de hoge sociale groepen behoort.

Basis: respondenten

De perceptie van de lokale uitwisselingsystemen



➤ Betreft: de lokale uitwisselingsystemen (LUS) waarbinnen leden goederen, diensten en kennis kunnen uitwisselen zonder met klassiek geld te betalen. Voorbeeld: één uur strijken ruilen voor één uur karweien of één uur computerles/pianoles. Denkt u dat zulke systemen...

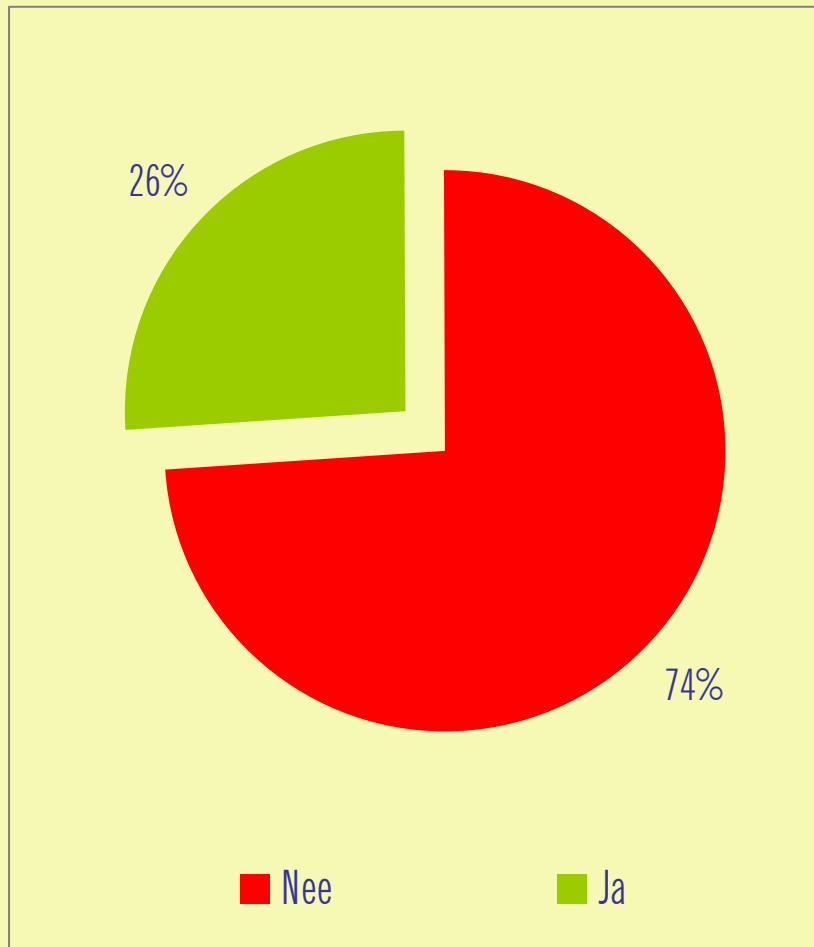
- Van de lokale uitwisselingsystemen appreciëren de consumenten het egalitaire karakter, het feit dat ze besparingen mogelijk maken, meer solidariteit opwekken of hulpbronnen beter helpen verdelen.
- Ze stellen vast dat de crisis aanspoort tot het ontwikkelen van zulke systemen, maar dat ze enkel werken op basis van goede wil van iedereen.
- Ze denken niet dat de LUS de crisis helpen bestrijden, voorbehouden zijn aan de bescheiden inkomens of het gevaar voor zwartwerk vergroten.

Basis: respondenten. Meerdere antwoorden mogelijk, totaal >100%.

Verskil volgens profiel

- De Brusselaars appreciëren de LUS omdat ze besparingen mogelijk maken (+17%), meer solidariteit opwekken (+21%), de hulpbronnen beter verdelen (+14%), egalitair zijn (+36%). Ze zien er geen nadelen, zoals zwartwerk, in (-24%). Vreemde tegenstelling: ze maken er momenteel minder talrijk gebruik van en zijn niet van plan om er meer gebruik van te gaan maken!
- De Walen appreciëren de LUS omdat ze besparingen mogelijk maken (+10%), meer solidariteit opwekken (+8%), egalitair zijn (+10%). De crisis geeft hen zelfs zin om aan een LUS deel te nemen (+19%). Momenteel zijn 8% lid van een LUS.
- De Vlamingen appreciëren de LUS niet. Ze zijn van mening dat die geen besparingen mogelijk maken (-8%), de solidariteit niet stimuleren (-8%) of niet egalitair zijn (-11%). Bovendien vergroten de LUS het gevaar voor meer zwartwerk. De crisis spoort hen niet direct aan om lid te worden van een LUS (-10%), ook al nemen ze het talrijkst deel aan zulke systemen wanneer ze tussen 50 en 64 zijn en deel uitmaken van een groot gezin dat tot de hoge sociale groepen behoort.
- De leeftijdgroep van 65 en ouder zijn er geen fan van: ze hebben weinig vertrouwen in de voordelen ervan, maar maken er wel evenveel als het gemiddelde (8%) gebruik van.

De intentie om de lokale uitwisselingsystemen te gebruiken

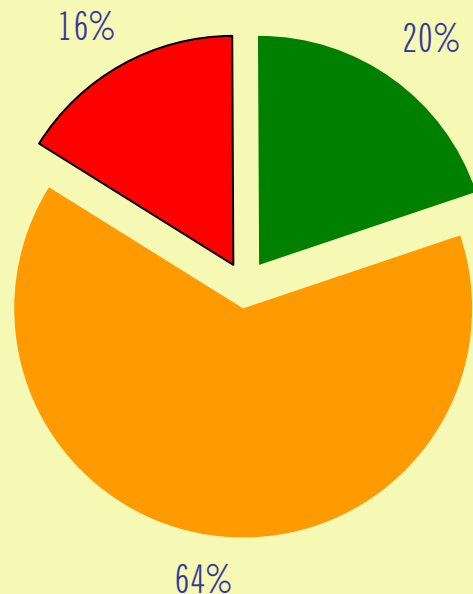


➤ Hebt u door de crisis zin om lid te worden van een lokaal uitwisselingsstelsel?

- 1 op de 5 consumenten zegt dat de crisis hem/haar zin geeft om lid te worden van een lokaal uitwisselingsstelsel.
- Dat komt talrijker voor onder de Walen (+19%), maar er is minder enthousiasme voor onder de Nederlandstaligen (-10%).

Basis: respondenten

De potentiële inschrijvers voor solidair sparen



- u een solidaire spaarbelegging zou kunnen onderschrijven zelfs als het rendement kleiner is dan van een gewone belegging
- u een solidaire spaarbelegging zou kunnen onderschrijven op voorwaarde dat het rendement gelijk is aan dat van een gewone belegging
- u een solidaire spaarbelegging zou kunnen onderschrijven op voorwaarde dat het rendement groter is dan van een gewone belegging

➤ Wat betreft het solidair sparen, waarmee integratie door werk of huisvesting, milieubescherming of ontwikkeling van de landen in het Zuiden gefinancierd kan worden, bent u van mening dat...

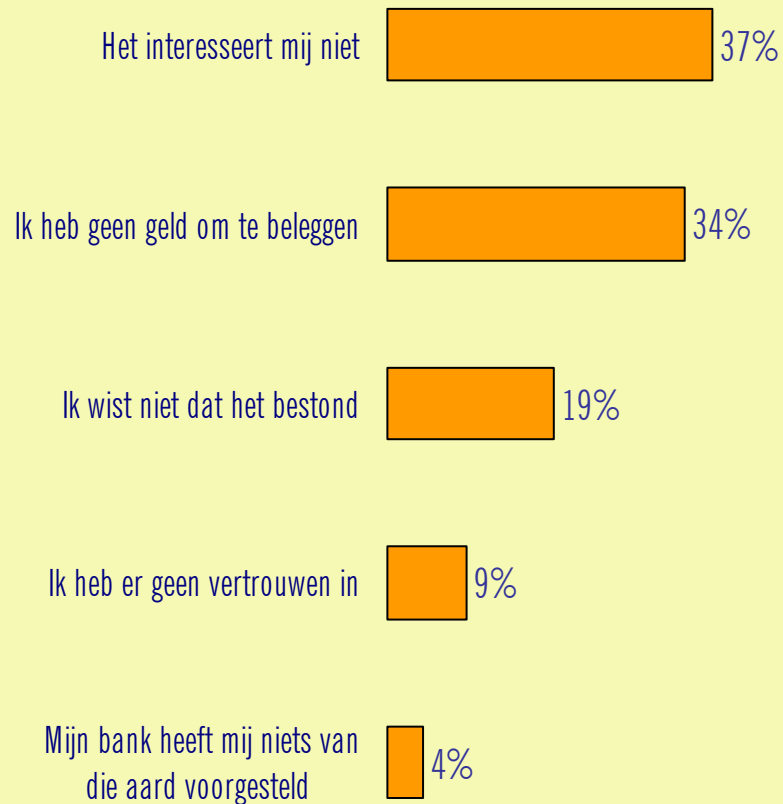
- 2 op de 3 consumenten zijn enkel van plan om solidair sparen te onderschrijven als het rendement gelijk is aan dat van een gewone belegging.
- Standaard zou 1 op de 5 consumenten bereid zijn om aan solidair sparen te doen.
- 1 op de 6 consumenten wil enkel daarin investeren als er een groter rendement is.
- De potentiële hoeveelheid intekenaars op solidair sparen bedraagt 84%.

Basis: respondenten

Verskil volgens profiel

- Profiel van de investeerders in solidair sparen die zich tevreden (zouden) stellen met een kleiner rendement dan van een gewone belegging
 - Het zijn gezinnen met kinderen (+15%), die behoren tot de gemiddelde (+2%) en de hoge sociale groepen (+3%), Nederlandstalig (+5%), in de leeftijdsgroep van 40-49 jaar (+6%).
- Profiel van de investeerders in solidair sparen die een rendement vragen dat gelijk is aan dat van een gewone belegging
 - Deze investeerders zijn vaker Brusselaars (+17%), Franstalig (+8%), die behoren tot de lage sociale groepen (+10%), tot de leeftijdsgroep van 50-64 jaar (+5%) en tot een groot gezin (+11%).

De remmende factoren voor solidair sparen



➤ U hebt gezegd dat u nooit in solidair sparen geïnvesteerd hebt. Wat is de reden daarvoor?

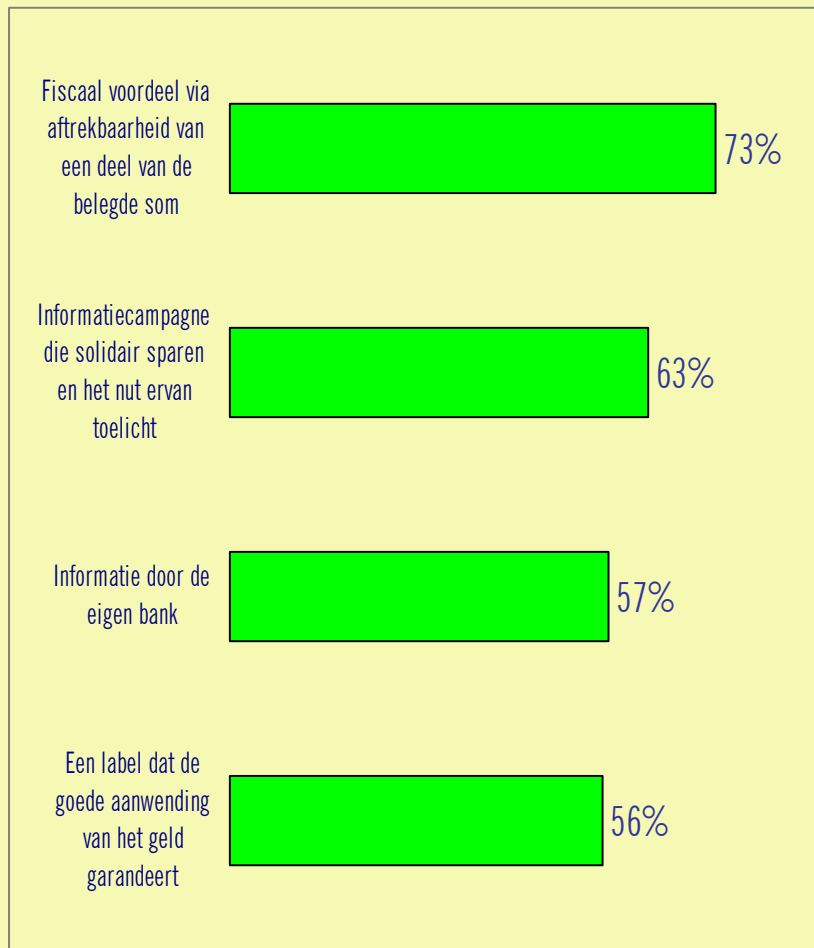
- De consumenten geven meerdere redenen voor het niet investeren in solidair sparen: de belangrijkste twee zijn geen interesse en geen financiële middelen daarvoor.
- De slechte kennis van dat product, het gebrek aan vertrouwen en het feit dat de bank van de consument het niet voorstelt, zijn nog enkele andere remmende factoren.

Basis: respondenten. Meerdere antwoorden mogelijk, niet gesuggereerd.

Verskil volgens profiel

- De Brusselaars benadrukken hun gebrek aan vertrouwen (+12%) en het feit dat ze geen spaargeld hebben om daarin te investeren (+14%). Dat laatste argument wordt ook gebruikt door de leeftijdsgroep van 18-29 jaar (+13%).
- De Walen zeggen dat zoiets hen niet interesseert (+20%), en dat geldt ook voor de gezinnen met kleine kinderen (+11%).

De stimuli voor solidair sparen



➤ Kunt u mij zeggen of dit argument u zinnig geeft om in solidair sparen te investeren?

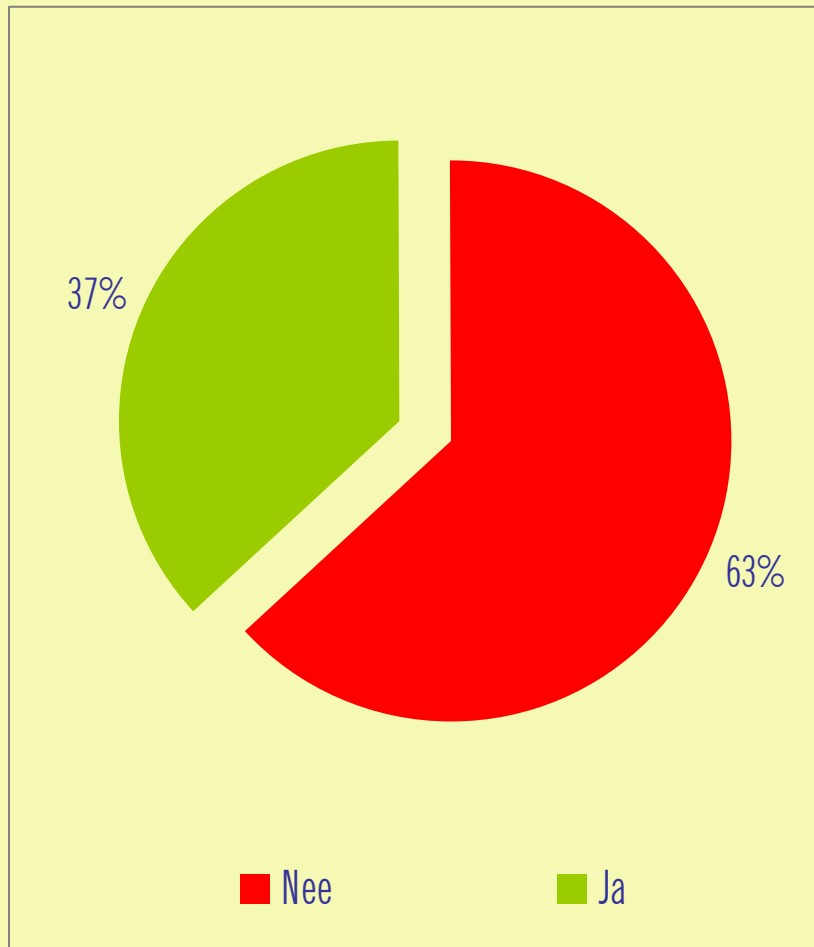
- Het fiscale voordeel is het meest aansprekende argument om de consumenten in solidair sparen te doen investeren.
- Een informatiecampagne die het concept nader toelicht, georganiseerd door de bank van de consument, zou voor 2 op de 3 consumenten een aansporing zijn.
- Zulke beleggingen van een label voorzien komt ook naar voren als een belangrijk argument voor meer dan 1 op de 2 consumenten.

Basis: respondenten. % Ja. Antwoorden gesuggereerd.

Verskil volgens profiel

- Het fiscale voordeel interesseert meer in het bijzonder de Brusselaars (+13%) en de leeftijdsgroep van 18-39 jaar (+14%).
- Een informatiecampagne wordt talrijker gewenst door de vrouwen (+8%), de inwoners van de Waalse steden (+10%) en de gezinnen met kleine kinderen (+11%).
- Garantie via een label kan de interesse vergroten bij de Walen (+15%), de leeftijdsgroep van 40-49 jaar (+17%) en de gezinnen met kleine kinderen (+13%).

De intentie om aan solidair sparen te doen



➤ Geeft de crisis u zin om andere criteria dan winst in overweging te nemen voor de manier waarop u uw spaargeld belegt?

- 1 op de 3 consumenten zegt dat de crisis de consumenten ertoe zou kunnen aanzetten om voor andere redenen dan winst in beleggingen te investeren.
- De leeftijdsgroep van 30-39 jaar (+17%) is gevoeliger voor dit argument. Omgekeerd is de leeftijdsgroep van 65 en ouder minder bereid (-12%) om beleggingen te zoeken op grond van andere criteria dan winst.

Basis: respondenten

Conclusies en aanbevelingen

- Een concept dat te weinig gekend is
 - Volgens de consumenten is solidaire economie een concept dat 1 op de 4 personen kent. Spontaan definiëren de consumenten « solidaire economie » heel algemeen als een economie gebaseerd op solidariteit, op uitwisseling zonder winstbejag. Maar slechts 1 op de 4 kan actoren of acties beschrijven.
 - Twee vormen van solidaire economie zijn goed gekend: directe aankoop bij de producenten en producten uit de eerlijke handel (fair trade) kopen. De « biomanden » scoren ook goed. Maar minder dan 1 op de 3 personen kent de andere vormen van solidaire economie, zoals producten uitwisselen, ruilen, solidair sparen, gegroepeerd aankopen doen of aan de lokale uitwisselingsystemen meedoen. De Brusselse consumenten kennen de verschillende facetten van de solidaire economie het best, met uitzondering van het solidair sparen.
 - De overheid zou de actoren van de solidaire economie moeten ondersteunen in het beter bekendmaken van de verschillende facetten bij het grote publiek.

Conclusies en aanbevelingen

- Maar toch toegepast wordt
 - En toch doet 1 op de 2 consumenten directe aankopen bij de producenten en aankopen van producten uit de eerlijke handel (fair trade). 1 op de 3 koopt « biomanden ». 1 op de 7 doet aan solidair sparen, ruilen of gegroepeerd aankopen. Minder dan 1 op de 10 doet mee aan een lokaal uitwisselingsstelsel.
 - De overheid zou zulke praktijken moeten aanmoedigen en de verenigingen in de mogelijkheid moeten stellen om te beschikken over analyseerinstrumenten, zoals een goed werkend marktinformatiesysteem dat de sector in staat stelt om zo goed mogelijk aan de behoeften van de bevolking tegemoet te komen.
- Op naar de lokale uitwisselingsstelsels
 - Elementen in de lokale uitwisselingsstelsels die de consumenten appreciëren, zijn het egalitaire karakter en het feit dat ze besparingen mogelijk maken, meer solidariteit doen ontstaan of de hulpbronnen beter helpen verdelen.
 - Ze stellen vast dat de crisis aanspoort tot het ontwikkelen of uitbreiden van zulke stelsels, maar dat ze enkel werken op basis van de goede wil van iedereen. 1 op de 5 consumenten zegt dat de crisis hem/haar zin geeft om toe te treden tot een lokaal uitwisselingsstelsel. Ze denken niet dat de LUS de crisis helpen bestrijden, voorbehouden zouden zijn aan de bescheiden inkomens of het risico voor zwartwerk vergroten.
 - Er zou een informatiecampagne georganiseerd moeten worden.

Conclusies en aanbevelingen

- Het solidair sparen heeft een hoog percentage inschrijvers
 - Het potentiële aantal inschrijvers voor solidair sparen bedraagt 84%. 1 op de 3 consumenten zegt dat de crisis de consumenten zou kunnen aanzetten tot beleggen voor andere redenen dan uit winstbejag.
 - Het invoeren van een systeem van fiscaal voordeel, het labelen van de beleggingen en het voeren van een informatiecampagne die het concept aan het grote publiek uitlegt, zouden voor 2 op de 3 consumenten stimuli zijn om solidair te sparen.

Verantwoordelijke uitgever :
Marc Vandercammen

OIVO
Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties
Stichting van openbaar nut – ON 417541646
Paapsemlaan 20 – 1070 BRUSSEL
Tel. 02/547.06.11 - Fax 02/547.06.01
www.oivo.be

Uitgave 2009
Catalogusreferentie : 823-09

D 2009-2492-88

Prijs : 34 €

© OIVO – Overnames voor niet-commerciële doeleinden toegelaten mits bronvermelding