

De toekomst van voedsel etikettering in België

Voedsel etikettering is van wezenlijk belang bij het maken van keuzes door consumenten en de bevordering van de volksgezondheid in België. Effectieve voedsel etikettering stelt consumenten in staat om weloverwogen beslissingen te nemen over hun voeding en welzijn. Dit whitepaper, gebaseerd op een uitgebreid onderzoek dat NSF heeft laten uitvoeren onder 1000 Belgische volwassenen, gaat dieper in op het belang, de effectiviteit, de uitdagingen en de verwachtingen van consumenten ten aanzien van voedsel etikettering in België.

Voor voedingsmerken op de Belgische markt is het van groot belang om te voldoen aan etiketteringsvoorschriften, niet alleen om te voldoen aan wettelijke vereisten, maar ook om het vertrouwen van de consument te versterken en transparantie te verzekeren. In de huidige steeds meer geglobaliseerde voedselmarkt wordt deze taak steeds complexer, met name gezien de positie van België in het hart van de Europese Unie. Naarmate voedingstrends evolueren, nieuwe ingrediënten hun intrede doen en het wetenschappelijk inzicht in voeding toeneemt, moeten voedingsbedrijven voortdurend hun etiketten aanpassen om rekening te houden met deze veranderingen.

1. De rol van voedsel etiketten bij de besluitvorming van consumenten

Voedsel etikettering heeft een belangrijke impact op het koopgedrag van consumenten in België. Uit ons onderzoek blijkt dat bijna driekwart (73%) van de Belgische volwassenen verklaart de etiketten op voedingsmiddelen te lezen voordat ze een aankoop doen, en dat dit cijfer stijgt tot 83% bij de leeftijdsgroep 18-34 jaar, wat het belang aantoont dat jongere consumenten hechten aan informatie op voedingsetiketten. Meer dan de helft (52%) van de Belgische volwassenen besteedt meer aandacht aan voedsel etiketten dan vijf jaar geleden, oplopend tot 63% voor Gen Z (18-27-jarigen).

De invloed van voedsel etiketten gaat verder dan de initiële aankoopbeslissing, aangezien ze ook medebepalend zijn voor de keuze voor specifieke voeding en consumenten in staat stellen om producten te vergelijken. Slechts de helft (50%) van de Belgische volwassenen is van mening dat de huidige voedingsetiketten voldoende informatie bieden om de juiste voedingskeuzes te maken. Nog minder mensen (37%) zijn van



mening dat de huidige etiketten voldoende aandacht besteden aan duurzaamheid, wat wijst op een kloof tussen de verwachtingen van de consument en de informatie die wordt verstrekt op de etiketten.

Invloed op koopgedrag

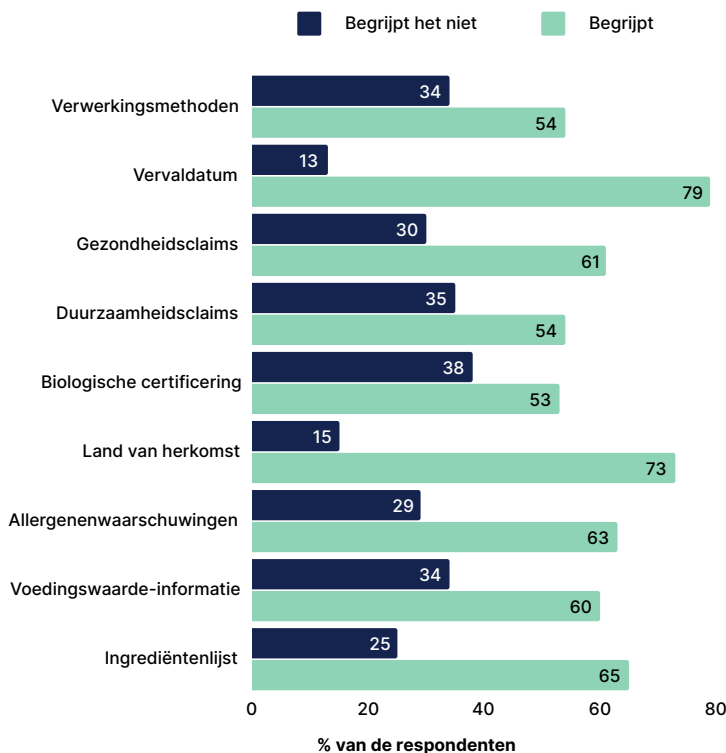
De meest gelezen categorieën van informatie op voedsel etiketten in België zijn houdbaarheidsdata (63%), ingrediëntenlijsten (45%), voedingsinformatie (38%), land van herkomst (32%), allergenenwaarschuwingen (23%) en gezondheidsclaims (22%). Oudere consumenten boven de 55 kijken veel vaker naar houdbaarheidsdata (77% vs 44%) en ingrediëntenlijsten (48% vs 41%). Jongere volwassenen van 18-34 jaar zijn daarentegen veel meer geïnteresseerd in

waarschuwingen voor allergenen (29% vs 18%), gezondheidsclaims (28% vs 20%), biologische certificering (22% vs 16%) en verwerkingsmethoden (20% vs 13%).

Deze verschillen in prioriteiten tussen de verschillende leeftijdsgroepen benadrukken de noodzaak voor voedselproducenten en retailers om hun strategie voor etikettering af te stemmen op de uiteenlopende behoeften van hun doelgroepen op de Belgische markt. Door duidelijke, uitgebreide en relevante informatie op voedsel-etiketten te vermelden, kunnen merken vertrouwen en loyaliteit opbouwen bij hun klanten.

Begrip van voedsel etikettering

Het begrip van informatie op voedsel-etiketten is in het algemeen hoog.



De invloed op voedingskeuzes

Voedsel-etiketten spelen een cruciale rol bij het maken van weloverwogen voedingskeuzes. Wat ultrabewerkte voedingsmiddelen (Ultra Processed Foods - UPFs) betreft, geven Belgische volwassenen vaker aan dat het een uitdaging is om ze te identificeren aan de hand van voedsel-etiketten (44%).

Aangezien slechts één op de tien (10%) het heel gemakkelijk vindt om UPFs te identificeren, is er nog veel ruimte voor verbetering in de etikettering. Jongere volwassenen hebben een veel beter begrip van voedsel-etiketten op dit gebied: 55% geeft aan dat ze UPFs gemakkelijk weten te identificeren, vergeleken met 32% van de 55-plussers.

De interpretatie van gezondheidsclaims op voedingsetiketten vormt ook een uitdaging, vooral bij oudere consumenten. Het

onderzoek toont aan dat Belgische volwassenen verdeeld zijn als het gaat om de betrouwbaarheid van gezondheidsclaims: 44% zegt dat ze betrouwbaar zijn, tegenover 45% die vindt dat ze onbetrouwbaar zijn. Deze discrepantie is nog groter tussen de verschillende leeftijdsgroepen, met 53% van de 18-34-jarigen die gezondheidsclaims betrouwbaar vinden, tegenover slechts 38% van de 55-plussers.

Deze bevindingen ondersteunen het belang van duidelijke, nauwkeurige en aan de leeftijd aangepaste voedsel-etikettering bij het ondersteunen van gezonde voedingskeuzes in verschillende consumentensegmenten. Door transparante informatie te geven over de voedingswaarden en verwerkingsmethoden van voedingsmiddelen, kunnen etiketten consumenten in staat stellen om beter geïnformeerde beslissingen te nemen over hun gezondheid en welzijn.

Nuttige toevoegingen en hogere prijzen

Op de vraag welke aanvullende informatie het nuttigst zou zijn op de etiketten, antwoorden Belgische volwassenen dat uitgebreide allergeneninformatie (75%) en gedetailleerde verwerkingsinformatie (72%) het nuttigst zouden zijn. Daarna volgen de milieu-impactscore (65%), informatie over ethisch verantwoorde (63%) en scanbare QR-codes met extra informatie (59%). Kijkend naar leeftijdsgroepen, willen 18-34-jarigen het liefst een milieu-impactscore zien (77%), terwijl 55-plussers de voorkeur geven aan uitgebreide allergeneninformatie (75%).

Van de respondenten zou bijna de helft (47%) bereid zijn om meer te betalen voor voedingsmiddelen met uitgebreidere en



transparantere informatie op het etiket. De andere helft (45%) wijst dit idee echter af. Van degenen die zeiden bereid te zijn meer te betalen, zouden ze dat het meeste doen voor betere informatie over ingrediënten (31%) en voedingswaarden (29%). Men was het minst bereid om meer te betalen voor gezondheidsclaims (23%) en duurzaamheidsclaims (22%). Gemiddeld zouden consumenten bereid zijn tussen de 10% en 12% meer te betalen voor producten met verbeterde etikettering.

Door gedetailleerde, relevante en gemakkelijk vergelijkbare informatie op voedsel etiketten te vermelden, kunnen fabrikanten en retailers hun producten differentiëren, consumentenvertrouwen creëren en mogelijk een hogere prijs vragen voor hun bereidheid tot transparantie. Naarmate de vraag van consumenten naar meer uitgebreide etikettering blijft groeien, zullen bedrijven die investeren in duidelijke en informatieve voedsel etiketten zeer waarschijnlijk een concurrentievoordeel behalen op de markt.

2. Uitdagingen bij het begrijpen van voedsel etiketten

Ondanks het feit dat Belgische consumenten voedsel etiketten in het algemeen goed begrijpen, blijven er belangrijke problemen bestaan bij het interpreteren van bepaalde aspecten ervan.

Complexiteit van informatie over voedingswaarden

Een van de belangrijkste uitdagingen voor consumenten is de complexiteit van de informatie over voedingswaarden op etiketten. Hoewel 60% van de Belgische volwassenen zegt deze informatie te begrijpen, heeft meer dan een derde (34%) er nog steeds moeite mee om deze gegevens te interpreteren en toe te passen op hun voedingsbehoeften. Het gebruik van technische termen, percentages en portiegroottes kan verwarrend zijn voor veel consumenten, vooral voor degenen die minder achtergrondkennis hebben over voeding. Deze complexiteit kan leiden tot verkeerde interpretaties of het negeren van belangrijke voedingsfeiten, waardoor het moeilijker wordt om gezondere voedingskeuzes te maken.

Om deze uitdaging het hoofd te bieden, wordt er steeds meer aangedrongen op standaardisering van de etikettering met betrekking tot voedingswaarden op de voorkant van verpakkingen (front-of-pack nutritional labeling - FoPNL) in de hele EU. Momenteel zijn er verschillende door de overheid goedgekeurde FoPNLs in gebruik, zoals de Nutri-Score, Keyhole en Nutrinform Battery. Deze vrijwillige regelingen worden echter bekritiseerd omdat ze niet consumentvriendelijk zijn of niet voldoende informatie geven over de voedingskwaliteit van voedingsmiddelen. Een gestandaardiseerd, verplicht FoPNL-systeem zou kunnen helpen om voedingswaarde-informatie te vereenvoudigen en consumenten in staat te stellen om in één oogopslag beter geïnformeerde beslissingen te nemen.



Inzicht in duurzaamheidsclaims

Een ander punt van zorg is het inzicht in duurzaamheidsclaims op voedsel etiketten. Uit het onderzoek blijkt dat slechts 54% van de Belgische volwassenen duurzaamheidsclaims begrijpt, en een nog kleiner percentage (37%) vindt dat de huidige voedsel etiketten voldoende aandacht besteden aan duurzaamheid. Dit gebrek aan begrip kan worden toegeschreven aan het ontbreken van gestandaardiseerde definities en criteria voor duurzaamheidsclaims, evenals de wildgroei aan vage of misleidende beweringen.

Consumenten vragen om steeds meer transparantie met betrekking tot de milieu-impact van hun voedselkeuzes, maar de huidige etikettering schiet tekort in het verstrekken van duidelijke, betrouwbare informatie. De ontwikkeling van gestandaardiseerde milieukeurmerken en strengere regels voor duurzaamheidsclaims, zoals voorgesteld in de EU Green Claims Directive, kunnen ertoe bijdragen deze kloof te overbruggen en consumenten in staat stellen meer milieubewuste beslissingen te nemen.

De EU Green Claims Directive vormt een cruciale stap in de richting van meer transparantie en betrouwbaarheid op het gebied van duurzaamheidskeurmerken. Deze regelgeving schrijft voor dat voedingsmiddelenfabrikanten hun milieueclaims onderbouwen met gedegen wetenschappelijke gegevens en ervoor zorgen dat ze in overeenstemming zijn met gestandaardiseerde methodologieën. Dit zal niet alleen het

vertrouwen van de consument vergroten, maar ook het speelveld gelijk trekken voor bedrijven die zich inzetten voor daadwerkelijk duurzame praktijken.

Interpretatie van gezondheidsvoordelen

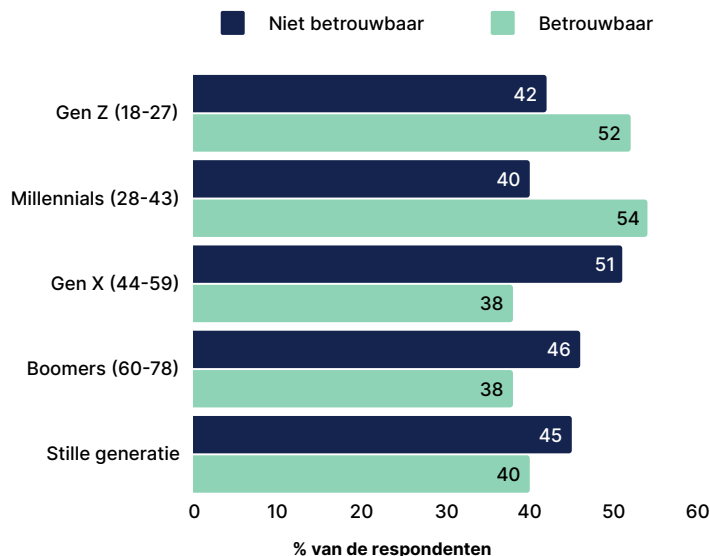
Ook de interpretatie van gezondheidsclaims op voedsel etiketten vormt een uitdaging, vooral onder oudere consumenten. Uit het onderzoek blijkt dat slechts 38% van de 55-plussers gezondheidsclaims als betrouwbaar beschouwt, vergeleken met 53% van de 18-34-jarigen. Deze discrepantie benadrukt de behoefte aan duidelijkere, beter onderbouwde gezondheidsclaims die gemakkelijk te begrijpen zijn voor consumenten in alle leeftijdsgroepen.

Het "halo-effect", waarbij de vermelding van bepaalde claims (bijv. 'biologisch', 'natuurlijk') consumenten doet geloven dat een product over het geheel genomen gezonder is, kan ook bijdragen aan verkeerde interpretaties. Strengere regelgeving rond gezondheidsclaims, in combinatie met voorlichtingsinitiatieven voor consumenten, kunnen dit effect beperken en ervoor zorgen dat gezondheidsvoordelen correct en transparant worden gepresenteerd.

Om deze problemen bij het begrijpen van voedsel etiketten aan te pakken, is een totaalaanpak nodig waarbij regelgevende organisaties, voedselproducenten en consumentenorganisaties betrokken zijn. Door voorrang te geven aan duidelijkheid, standaardisatie en transparantie op voedsel etiketten kunnen consumenten in staat worden gesteld om beter geïnformeerde beslissingen nemen over hun voedselkeuzes, wat uiteindelijk bijdraagt aan een betere volksgezondheid en een duurzamer voedselsysteem.

Hoe betrouwbaar zijn gezondheidsclaims op voedselverpakkingen?

Over het algemeen hebben jongere mensen veel meer vertrouwen in gezondheidsclaims. Mensen in de leeftijd van 18-34 zeggen aanzienlijk vaker dat ze gezondheidsclaims betrouwbaar vinden dan mensen boven de 55 (53% vs 38%).



3. De vraag van consumenten naar verbeteringen op het etiket

Omdat consumenten steeds gezondheidsbewuster en milieubewuster worden, zijn hun verwachtingen ten aanzien van de etikettering van voedingsmiddelen aanzienlijk veranderd. Het onderzoek laat een groeiende vraag zien naar duidelijkere, uitgebreidere en gestandaardiseerde etiketteringspraktijken die rekening houden met zorgen over allergenen, verwerkingsmethoden en duurzaamheid.

Behoeftte aan duidelijkere waarschuwingen voor allergenen

Een van de belangrijkste wensen van consumenten betreft duidelijkere en meer opvallende allergenenwaarschuwingen op voedsel etiketten. Nu voedselallergieën toenemen, vooral bij jongere generaties, zijn consumenten op zoek naar gemakkelijk herkenbare en uitgebreide allergeneninformatie om hun veiligheid en gezondheid te garanderen. Uit het onderzoek blijkt dat 75% van de Belgische volwassenen uitgebreide allergeneninformatie als een van de nuttigste toevoegingen aan voedsel etiketten beschouwt. Dit geldt vooral voor millennials en Gen X-consumenten (28-59 jaar), waarbij 81% van de 28-43-jarigen om uitgebreidere allergeneninformatie op etiketten vraagt.

Een wildgroei aan waarschuwingen voor allergenen en duurzaamheidsclaims op voedselverpakkingen kan consumenten echter overspoelen met informatie en de voedselveiligheid voor allergische personen in gevaar brengen. Dit onderstreept de behoefte aan een evenwichtige benadering van voedsel etikettering die essentiële veiligheidsinformatie voorop stelt en tegelijkertijd tegemoet komt aan de vraag van de consument om transparantie en duurzaamheid.



De vraag naar meer gedetailleerde informatie over verwerking

Een ander belangrijk aandachtspunt voor de consument is gedetailleerde informatie over de verwerking van voedingsmiddelen. Uit het onderzoek blijkt dat 72% van de Belgische volwassenen uitgebreide informatie over de verwerking als een van de belangrijkste toevoegingen aan voedsel etiketten beschouwt.

Deze groeiende interesse in verwerkingsmethoden sluit aan bij een bredere trend naar clean-label voedingsmiddelen en een verhoogd bewustzijn met betrekking tot mogelijke gezondheidsimplicaties van ultrabewerkte voedingsmiddelen. Aangezien consumenten beter geïnformeerde keuzes willen maken over de voedingsmiddelen die ze nuttigen, is er een duidelijke noodzaak voor voedselproducenten om transparante en gemakkelijk te begrijpen informatie te verstrekken over hun verwerkingsmethoden.

Behoeft aan gestandaardiseerde duurzaamheidsmetingen

Duurzaamheid is een steeds belangrijker overweging geworden voor consumenten bij de aankoop van voedingsproducten. Uit het onderzoek blijkt dat 58% van de Belgische volwassenen aangeeft dat duurzaamheid een belangrijke overweging is bij het kopen van voedsel, waarbij 17% zegt dat het van groot belang is. Slechts 37% is echter van mening dat de huidige voedsel etiketten voldoende aandacht besteden aan duurzaamheid.

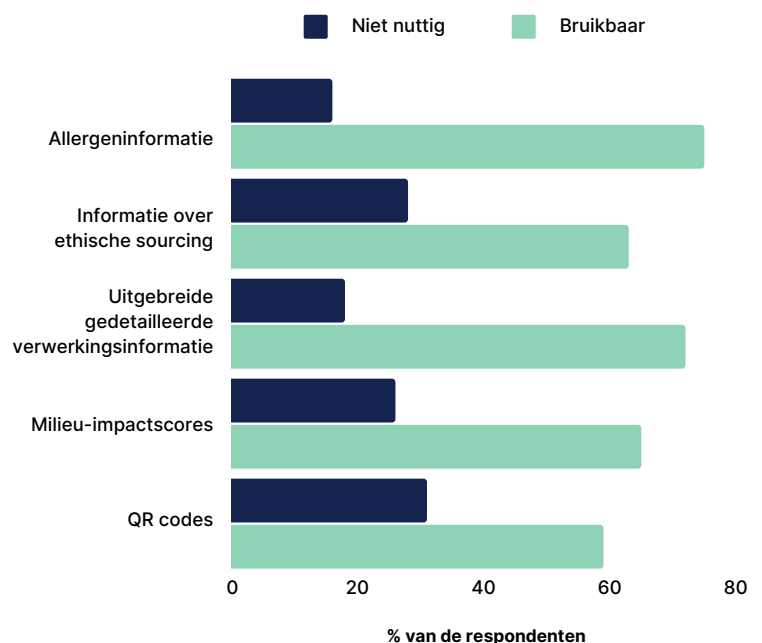
Om deze kloof te dichten, is er een groeiende vraag naar gestandaardiseerde ecolabels en een strengere regelgeving rond duurzaamheidsclaims. Uit het onderzoek blijkt dat 65% van de Belgische volwassenen van mening is dat een milieu-impactscore een nuttige toevoeging is aan de voedsel etikettering. Bovendien vraagt 63% om meer informatie over ethische inkoop, met inbegrip van informatie over ingrediënten of materialen die op verantwoorde wijze zijn ingekocht, waarbij het adresseren van aspecten zoals eerlijke handel, arbeidspraktijken en dierenwelzijn een welkome aanvulling zouden zijn.

De ontwikkeling van gestandaardiseerde duurzaamheidsmetingen zou consumenten in staat stellen beter geïnformeerde keuzes te maken op basis van de milieu-impact van hun voedselaankopen. De implementatie van een dergelijk systeem zorgt echter voor aanzienlijke uitdagingen, omdat het een gecoördineerde inspanning vereist van voedselproducenten, retailers en regelgevende instanties om consistentie en betrouwbaarheid te garanderen.

Naarmate de vraag van consumenten naar duidelijkere waarschuwingen voor allergenen, gedetailleerde verwerkingsinformatie en gestandaardiseerde duurzaamheidsinformatie blijft toenemen, moeten voedselproducenten en regelgevende instanties samenwerken om etiketteringspraktijken te ontwikkelen die aan deze veranderende verwachtingen voldoen. Door transparantie, veiligheid en duurzaamheid voorop te stellen, kan de voedingsindustrie meer vertrouwen kweken bij consumenten en bijdragen tot een gezonder en duurzamer voedselsysteem.

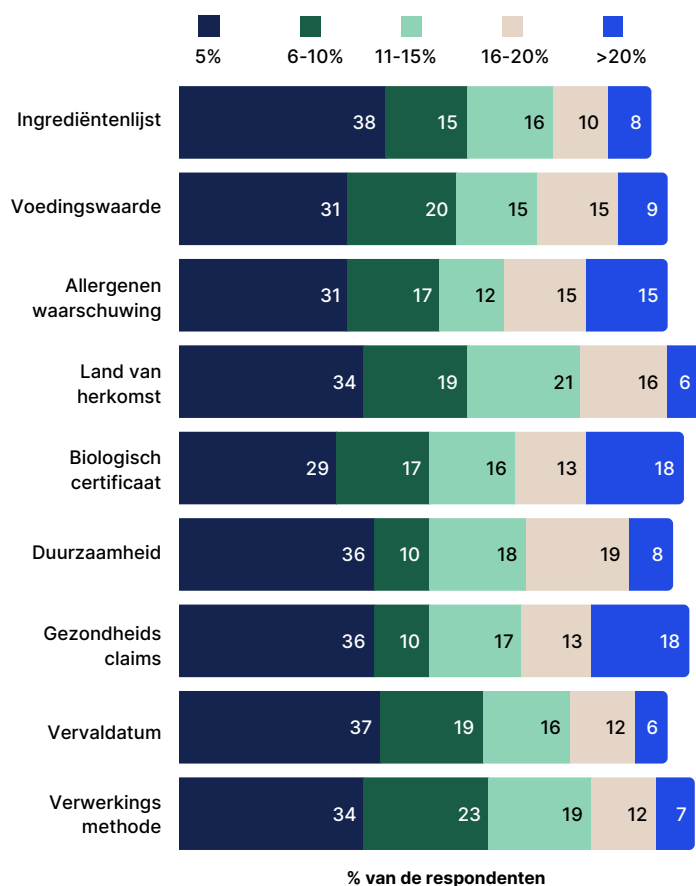
Het nut van labeltoevoegingen

Betere informatie over allergenen en voedselverwerking worden beschouwd als de nuttigste toevoegingen aan voedsel etiketten.



Hogere prijzen voor meer uitgebreide etiketten

Iets minder dan de helft van de respondenten (47%) zou bereid zijn om meer te betalen voor producten met een uitgebreidere en meer transparante etikettering, oplopend tot 69% van de 18-34-jarigen. 45% wijst dit idee echter af, oplopend tot 57% van de 55-plussers. Van degenen die zeiden bereid te zijn meer te betalen, staan betere informatie over ingrediënten (38%), land van herkomst (34%), voedingswaarde-informatie (31%) en informatie over allergenen (31%) bovenaan de lijst. Mensen waren het minst bereid om meer te betalen voor gezondheidsclaims (23%) en duurzaamheidsclaims (22%).



De toekomst van voedsel etikettering in België

De toekomst van voedsel etikettering in België ligt in het vinden van een evenwicht tussen het verstrekken van uitgebreidere informatie en ervoor zorgen dat deze informatie eenvoudig te begrijpen is voor de consument. Als gastland van de Europese Unie heeft België de kans om het voortouw te nemen in de ontwikkeling van innovatieve en effectieve praktijken voor voedsel etikettering die de standaard kunnen zetten voor de rest van Europa.

Ondanks het feit dat dit onderzoek belangrijke hiaten aan het licht brengt, evenals uitdagingen voor de voedingsindustrie, biedt het ook aanzienlijke kansen voor innovatie, relevantie en groei. Het Belgische voedingslandschap blijft evolueren om tegemoet te komen aan consumenten die zich steeds meer laten leiden door persoonlijke gezondheidsoverwegingen en meer rekening houden met het milieu; het is dus van groot belang dat voedingsproducenten inspelen op deze roep om meer transparantie.

Door voorrang te geven aan transparantie, standaardisering en consumentenvoorlichting kan de voedingsindustrie het vertrouwen van de consument versterken en bijdragen tot betere resultaten op het gebied van volksgezondheid. Aangezien de vraag van consumenten om een duidelijke, volledige en betrouwbare voedsel etikettering blijft groeien, zullen bedrijven die investeren om aan deze verwachtingen te voldoen waarschijnlijk een concurrentievoordeel verkrijgen op de Belgische markt.

NSF

De Kleetlaan 12a
1831 Diegem, Belgium
www.nsf.org
E: info@nsf.org