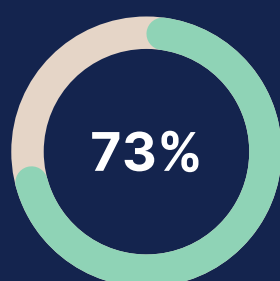


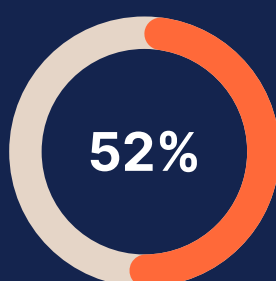
Belangrijkste onderzoeksresultaten: Voedseletikettering in België 2025

Voedseletikettering is van wezenlijk belang bij het maken van keuzes door consumenten en de bevordering van de volksgezondheid in België. Effectieve voedseletikettering stelt consumenten in staat om weloverwogen beslissingen te nemen over hun voeding en welzijn. NSF heeft een uitgebreid onderzoek laten uitvoeren onder 1.000 Belgische volwassenen dat ingaat op het belang, de doeltreffendheid, de uitdagingen en de verwachtingen van de consument ten aanzien van voedseletikettering in België.

De invloed van etiketten op aankopen neemt toe



73% van de Belgische volwassenen leest voedseletiketten voordat ze een aankoopbeslissing nemen. Dit stijgt naar 83% voor 18-34-jarigen.



52% van de Belgische volwassenen besteedt meer aandacht aan voedseletiketten dan vijf jaar geleden. Dit stijgt naar 63% voor Generatie Z (18-27-jarigen).

Top drie verwachtingen en uitdagingen

50%

50% vindt dat de huidige etiketten voldoende informatie bieden om de juiste voedselkeuzes te maken.

38%

38% vindt dat de huidige etiketten adequaat ingaan op duurzaamheidskwesties.

34%

34% heeft moeite met het interpreteren van informatie over voedingswaarden.

Meest gewenste etiketverbeteringen

1. Allergeneninformatie (75%)
2. Uitgebreide gedetailleerde informatie over de verwerking (Vermelding van verwerkte ingrediënten, zoals geraffineerde suikers en synthetische smaakstoffen) (72%)
3. Milieu-impactscores (65%)
4. Informatie over ethisch verantwoorde inkoop (63%)

Meest gelezen etiketinformatie

1. Vervaldatum/te gebruiken tot-datum (63%)
2. Ingrediëntenlijst (45%)
3. Voedingswaarden-informatie (38%)
4. Land van herkomst (32%)
5. Allergiewaarschuwingen (23%)
6. Gezondheidsclaims (22%)

47% van de Belgische volwassenen is bereid meer te betalen voor producten met uitgebreide en transparante etikettering

Gemiddeld zijn consumenten bereid om 10-12% meer te betalen voor verbeterde etikettering.

De bereidheid om meer te betalen neemt toe bij jongere generaties, waarbij 72% van Generatie Z (18-27 jaar) bereid is een meerprijs te betalen.

Degenen die bereid zijn meer te betalen, willen betere ingrediënteninformatie (31%), informatie over voedingswaarden (29%), te gebruiken tot-datum (27%), allergie-waarschuwingen (25%) en biologische certificering (25%).

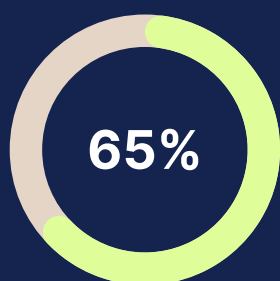
Vertrouwen in gezondheidsclaims ontbreekt

45%

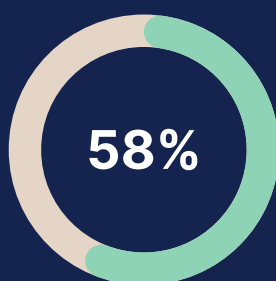
45% vertrouwt gezondheidsclaims op voedsel niet. Het vertrouwen varieert aanzienlijk per leeftijdscategorie:

- 53% van de 18-34-jarigen vindt gezondheidsclaims betrouwbaar
- 44% van de 35-54-jarigen vindt gezondheidsclaims betrouwbaar
- 38% van de 55-plussers vindt gezondheidsclaims betrouwbaar

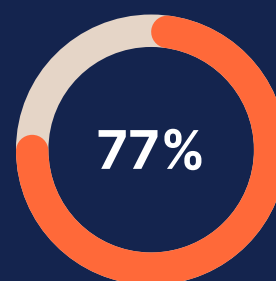
Duurzaamheids- en milieu-aspecten



65% beschouwt milieu-impactscores als een nuttige toevoeging aan voedseletikettering.



58% vindt informatie over duurzaamheid belangrijk bij het nemen van aankoopbeslissingen.



77% van de 18-34-jarigen heeft interesse in milieu-impactscores op etiketten.