

2024/DGAPF/CC/TrulyNatural

## Rapport d'étude sur la compréhension, la perception et les attentes des consommateurs belges concernant l'utilisation de termes tels que « naturel » ou « d'origine naturelle » dans l'étiquetage des denrées alimentaires.

MAS Research a été mandatée par le SPF Santé publique, Sécurité de la Chaîne alimentaire et Environnement.

20/12/2024



Karen Hoegaerts – Senior Research Consultant  
Nele Van der Elst – Research Director

MAS Research  
Vaardijk 3 / 402  
3018 Wijgmaal  
info@masresearch.be  
+32 (0)16 22 69 67

## CONTENU

Liste des figures.....	4
Liste de tableaux.....	5
1. Résumé des résultats .....	6
1.1 Résumé des résultats - français .....	6
1.2 Summary of the results - English .....	8
2. Objectif de l'étude .....	10
3. Méthodologie.....	11
4. Recherche documentaire .....	12
4.1 Approche de la recherche documentaire .....	12
4.2 Résultats de la recherche documentaire .....	12
4.2.1 Lois et réglementations .....	12
4.2.2 Groupes d'intérêt.....	16
4.2.3 Recherche Académique .....	17
4.2.4 Les experts .....	19
4.2.5 Autres .....	20
4.3 Conclusion de la recherche documentaire .....	22
5. Étude auprès des consommateurs.....	28
5.1 Approche de l'étude auprès des consommateurs.....	28
5.2 Résultats de l'étude auprès des consommateurs .....	31
5.2.1 Profil des répondants .....	31
5.2.2 Associations de produits avec « naturel ».....	34
5.2.3 Définition spontanée du terme « naturel ».....	38
5.2.4 Évaluation du « caractère naturel » – procédés individuels.....	45
5.2.5 Évaluation du caractère « naturel » - après traitements multiples.....	49
5.2.6 Attentes concernant la réglementation du terme « naturel ».....	54
5.3 Conclusions de l'étude auprès des consommateurs .....	55
6. Sources d'information .....	58
7. Annexes.....	60
7.1 Annexe 1: EU - article 7 du Règlement (UE) nR 1169/2011 .....	60
7.2 Annexe 2: EU - article 8 du Règlement (CE) nR 1924/2006 .....	61
7.3 Annexe 3: EU - article 16 du Règlement (CE) nR 1334/2008) .....	64
7.4 Annexe 4: EU - Article 4 de la directive nr. 2009/54/CE .....	65
7.5 Annexe 5: BE - article 3 de l'arrêté royal du 17 avril 1980 .....	66

7.6	Annexe 6: FSA - Draft Executive Summary of FAC review of the use of the terms Fresh, Pure, Natural, ... july 2008.....	66
7.7	Annexe 7: DGCCRF - Etiquetage: note DGCCRF N°2009-136 sur emploi du terme ‘naturel’. .....	70
7.8	Annexe 8: FDA - Use of the Term Natural on Food Labeling (COMMENT) .....	71
7.9	Annexe 9: The importance of food naturalness for consumers: Results of a systematic review (RESEARCH PAPER).....	72
7.10	Annexe 10: International Standardization for Organization (ISO): ISO/TS 19657:2017 “Definitions and technical criteria for food ingredients to be considered as natural” .....	73
7.11	Annexe 11: NOVA-classificatie.....	75
7.12	Annexe 12: Consumer Perceptions of Healthy and Natural Food Labels. Prepared for the Corn Refiners Association.....	78
7.13	Annexe 13 : Questionnaire d'enquête des consommateurs.....	79
	QUESTIONS DE QUOTAS/SÉLECTION (t=1 min) .....	79
	QUESTIONNAIRE .....	80
	Associations de produits avec « naturel » (t=2min) .....	80
	Définition spontanée de “naturel” et “d'origine naturelle” (t=2min) .....	81
	Évaluation du caractère “naturel” - processus individuels (t=4min) .....	82
	Attentes concernant la réglementation du “naturel” (t=0.5min) .....	83
	Évaluation de la “naturalité” après plusieurs processus (produit) (t=2min) .....	84
	QUESTIONS DE PROFIL (t=1.5min) .....	87

## LISTE DES FIGURES

Figure 1. Les différences significatives .....	30
Figure 2. Lieu de résidence (région), genre, âge, enseignement.....	31
Figure 3. Composition de la famille .....	31
Figure 4. Responsable des achats alimentaires .....	32
Figure 5. Revenu subjectif .....	32
Figure 6. Contexte de vie .....	32
Figure 7. Comportement vis-à-vis des choix alimentaires.....	33
Figure 8. Associations de produits avec « naturel » - échantillon total.....	34
Figure 9. Associations de produits avec « naturel », par langue .....	35
Figure 10. Associations de produits avec « naturel », par âge (top10 - naturel).....	36
Figure 11. Associations de produits avec « naturel », par âge (top10 - non naturel) .....	37
Figure 12. Définition spontanée du terme « naturel » - liste de codes .....	38
Figure 13. Définition spontanée de « naturel », par échantillon total (thèmes) .....	38
Figure 14. Définition spontanée de « naturel » - échantillon total (top10 sous-thèmes).....	39
Figure 15. Définition spontanée de « naturel » - verbatims.....	40
Figure 16. Définition spontanée de « naturel » - détails des thèmes et sous-thèmes .....	41
Figure 17. Définition spontanée de « naturel », par langue (thèmes) .....	42
Figure 18. Définition spontanée de « naturel », par âge (thèmes) .....	43
Figure 19. Définition spontanée de « naturel », par âge (sous-thèmes).....	43
Figure 20. Différence « naturel » par rapport à « d'origine naturelle » .....	44
Figure 21. Évaluation des processus individuels – Échantillon total.....	46
Figure 22. Évaluation des procédés individuels, par langue .....	47
Figure 23. « Naturel » : Évaluation des processus individuels, par âge.....	48
Figure 24. Évaluation des traitements multiples - Généralités.....	50
Figure 25. Évaluation des traitements multiples - Raisons du qualificatif « naturel » .....	51
Figure 26. Évaluation des traitements multiples - Raisons du non choix du qualificatif « naturel » .....	52
Figure 27. Perception de l'existence d'un cadre juridique .....	54
Figure 28. Importance des règles juridiques.....	54

## LISTE DE TABLEAUX

Tableau 1. Aperçu des définitions de "Naturel" – Recherche documentaire .....	24
Tableau 2. Répartition de la population en Belgique .....	28
Tableau 3. Répartition de l'échantillon .....	29
Tableau 4. Coefficients de pondération .....	29
Tableau 5. Associations de produits avec « naturel », traductions .....	35
Tableau 6. Formulations des traitements dans le questionnaire .....	45
Tableau 7. Formulation des étapes de traitement dans le questionnaire .....	49
Tableau 8. Comparaison produit/procédé .....	53

## 1. RÉSUMÉ DES RÉSULTATS

### 1.1 RÉSUMÉ DES RÉSULTATS - FRANÇAIS

#### Objectif de l'étude

La législation actuelle ne fournit seulement que des dispositions générales sur l'utilisation du terme « naturel » sur les étiquettes des produits alimentaires, ce qui présente un risque potentiel de tromperie des consommateurs. Compte tenu de l'intérêt croissant pour la durabilité et la santé, et de la forte association des consommateurs avec le terme « naturel », le SPF Santé publique, Sécurité de la Chaîne alimentaire et Environnement a lancé cette étude afin d'évaluer dans quelle mesure il serait opportun de créer une impulsion pour affiner le cadre juridique de l'utilisation du terme « naturel » (et de ses synonymes et dérivés potentiels).

L'étude a porté sur deux questions essentielles : qu'attendent les consommateurs des produits portant l'allégation « naturel », et quels sont les traitements qu'ils considèrent comme naturels ? L'étude a porté sur les points suivants :

- Recherche documentaire : Analyse des réglementations et des lignes directrices actuelles concernant le terme « naturel » sur les étiquettes des produits alimentaires en Belgique, dans l'UE et au niveau international, complétée par des études académiques.
- Étude auprès des consommateurs : Une étude quantitative en ligne auprès d'un échantillon représentatif de la population belge pour identifier les perceptions, les attentes et les évaluations des consommateurs concernant l'allégation « naturel » et les traitements spécifiques dans le processus de production alimentaire.

#### Résultats principaux

Il ressort de l'analyse des cadres législatifs en Belgique et au niveau international que le terme « naturel » n'est strictement réglementé que pour les arômes et l'eau minérale. Pour les autres denrées alimentaires, il n'existe aucun critère concret, et seules des dispositions générales contre la tromperie sont mentionnées. Au niveau international, il existe quelques lignes directrices et des bonnes pratiques dont il est possible de s'inspirer, mais elles sont souvent non contraignantes. Dans la définition du terme « naturel », les principaux critères sont l'accent mis sur l'origine des ingrédients, les traitements autorisés et non autorisés, et une attention particulière portée aux produits composites et aux variantes du terme « naturel ».

L'étude auprès des consommateurs montre que ces derniers associent le « naturel » à une transformation nulle ou minimale, à l'absence d'additifs ou autres ajouts, et à une origine naturelle. Ce dernier point rejette implicitement toute origine synthétique.

Lorsque les consommateurs pensent qu'un produit a été transformé ou que quelque chose a été ajouté (des additifs ou d'autres ingrédients tels que du sucre), aussi minime que puisse paraître l'intervention, la perception de « naturel » diminue fortement. Le fait qu'un produit soit d'origine végétale ou plutôt animale n'a par contre pas en soi une grande incidence sur la perception du caractère naturel.

Les procédés mécaniques minimaux tels que le hachage et le pressage ont le moins d'impact sur la perception du naturel, tandis que le traitement 'avec des éléments chimiques' (lorsque des produits chimiques sont utilisés dans le traitement ou lorsque des changements sont apportés à la composition), ou l'utilisation d'OGM ont un impact négatif important sur cette perception. Il est intéressant de noter que les consommateurs ont du mal à expliquer la différence entre « naturel » et « d'origine naturelle », mais qu'ils appliquent intuitivement et de manière cohérente ces termes dans leur évaluation des traitements.

Il est également important de prendre en compte la connaissance limitée qu'ont les consommateurs des procédés utilisés pour produire des denrées alimentaires. Par conséquent, ils jugent parfois un produit final comme naturel, alors que les procédés utilisés eux-mêmes sont perçus comme moins naturels.

### Conseils pour une réglementation ou des lignes directrices

Pour répondre aux attentes des consommateurs et éviter les tromperies, les réglementations ou les lignes directrices relatives aux allégations de caractère naturel peuvent tenir compte des éléments suivants :

- Fournir des informations claires sur l'**origine des ingrédients** : les ingrédients doivent être d'origine naturelle.
- Préciser les **opérations autorisées** : utiliser une liste claire des opérations autorisées et non autorisées pour les termes « naturel » et « d'origine naturelle ». Pour un ensemble de traitements sélectionnés, cette étude spécifie la proportion de consommateurs qui perçoivent un produit comme « naturel » après le traitement. Il appartient à l'autorité de régulation de déterminer où se situe la limite minimale et quel risque de tromperie est jugé acceptable, tout en tenant compte des aspects techniques, de la logique pratique et de la cohérence des règles.
- Être transparent en ce qui concerne les **ingrédients ajoutés** : Il est clair que les ajouts (qu'il s'agisse d'additifs au sens réglementaire ou d'autres ingrédients mis parfois sur le même pied par les consommateurs) sont un critère important dans la perception du caractère naturel par les consommateurs. Pour les produits naturels, le consommateur s'attend à ce qu'il n'y ait pas d'additifs ; pour les produits d'origine naturelle, le consommateur s'attend à ce que des additifs puissent être présents. Toutefois, la question demeure de savoir si ces ajouts (en particulier les additifs) doivent être considérés comme un critère distinct ou s'ils doivent être évalués de la même manière que les autres ingrédients.

### Conclusion

Cette étude donne un aperçu des perceptions et des attentes des consommateurs concernant l'allégation « naturel » ou « d'origine naturelle » sur les étiquettes ou dans la publicité des produits alimentaires. Les résultats peuvent servir de base à l'élaboration de critères et de lignes directrices clairs, dans le but de protéger les consommateurs et de donner un encadrement approprié aux producteurs dans leur communication.

## 1.2 SUMMARY OF THE RESULTS - ENGLISH

### Purpose of the study

Current legislation provides only general provisions for the use of the term ‘natural’ on food product labels, which presents a potential risk of misleading consumers. Given the growing interest in sustainability and health, and the strong association consumers make with the term ‘natural’, the FPS Health Food safety and Environment initiated this research to assess to what extent it would be opportune to create an impetus to refine the legal framework for the use of the term ‘natural’ (and its potential synonyms and derivatives).

The study focused on two key questions: what do consumers expect from products bearing the claim ‘natural’, and what processes do they consider natural? The study consisted of:

- Desk research: Analysis of current regulations and guidelines around the term ‘natural’ on food product labels in Belgium, the EU and internationally, complemented by academic insights.
- Consumer research: A quantitative, online study among a representative sample of the Belgian population on consumers’ perceptions, expectations and assessments regarding the claim “natural” and specific treatments in the food production process.

### Key findings

The analysis of legislative frameworks in Belgium and on international level shows that the term ‘natural’ is only strictly regulated for flavourings and mineral water. For other foods, there are no concrete criteria, and only the general provisions regarding misleading information are applicable. Internationally, there are some guidelines and best practices that can be inspiring, but these are often non-binding. Key criteria for defining ‘natural’ include an emphasis on the origin of ingredients, permitted and unpermitted processing, and a special focus on composite products and variants of the term ‘natural’.

Consumer research shows that consumers associate ‘naturalness’ with no or minimal processing, absence of additives or other additions, and an origin from nature. The latter aspect implicitly rejects any synthetic origin.

When consumers think a product has been processed or something has been added to it (additives or other ingredients such as sugar), no matter how small this intervention may seem, the perception of ‘naturalness’ drops sharply. Whether something is of plant or rather animal origin however does not affect the perception of naturalness much.

Minimal mechanical processes, such as chopping and pressing, have the least impact on the perception of naturalness, while processing involving ‘chemical elements’ (where chemical substances are used in the processing or changes are induced in the composition) or the use of GMOs have a strong negative impact on the perception of naturalness. Interestingly, consumers find it difficult to explain the difference between ‘natural’ and ‘of natural origin’, but intuitively and consistently apply these terms in their assessments of processes. It is also important to take into account consumers’ limited knowledge of the processes used to produce foodstuffs. As a result, they sometimes judge a finished product as natural, while the underlying processes as such are regarded as less natural.



### Advice for regulation or guidelines

To meet consumer expectations and avoid deception, a regulation or guidelines around naturalness claims can take into account the following aspects:

- Provide clarity on **the origin of ingredients**: Ingredients must be of natural origin.
- Specify which **type of processing operations** are allowed: Using a clear list of permissible and non-permissible operations for the claims ‘natural’ and ‘of natural origin’. This study indicates, for a set of selected processing steps, the proportion of consumers who perceive a product as ‘natural’ after that step. It is up to regulatory authorities to decide where the minimum limit lies and what risk of deception is considered acceptable, while also taking into account technical aspects, practical logic and consistency of the rules.
- Provide clarity on **added ingredients**: It is clear that additions (be they ‘additives’ in the sense of legislation or other ingredients that are considered on the same page by consumers) are an important criterion in consumers' perception of naturalness. In natural products, consumers do not expect any additives; in products of natural origin, consumers do expect that additives may be present. However, the question remains whether those added ingredients (in particular additives) should be considered a separate criterion, or whether they should be assessed in the same way as other ingredients.

### Conclusion

This study provides insight into consumers' perceptions and expectations regarding the claim “natural” or “of natural origin” on food labels and in advertising. The results can serve as a basis for developing clear criteria and guidelines, with the aim of protecting consumers and providing producers an adequate framework in their communication.

## 2. OBJECTIF DE L'ÉTUDE

La législation actuelle est limitée dans la délimitation de l'usage correct du terme « naturel » dans l'étiquetage des produits alimentaires, mais elle permet néanmoins une certaine clarification supplémentaire.

Etant donné l'intérêt croissant des consommateurs pour la durabilité, la santé, ... et la forte association que les consommateurs font avec le terme « naturel », le SPF Santé publique considère qu'il est important d'examiner dans quelle mesure il serait opportun d'initier un affinement du cadre juridique pour l'utilisation du terme « naturel » (et potentiellement ses synonymes et dérivés) afin d'éviter tout risque de tromperie des consommateurs.

Le SPF Santé publique souhaite que cette recherche permette de :

- Mieux comprendre ce que les consommateurs attendent d'un produit alimentaire lorsqu'ils voient l'allégation « naturel » sur l'emballage.
- Identifier les procédés et autres aspects (tels que les pratiques agricoles ou la composition des produits) qui ont un impact sur la perception du caractère naturel des aliments après ces procédés.

### 3. MÉTHODOLOGIE

L'étude complète comprend deux éléments de recherche :

- Une **recherche documentaire** donnant un aperçu des **règles** en vigueur dans d'autres pays, fédérations ou organismes, au niveau européen ou international.
- Une **enquête** auprès d'un échantillon représentatif de la population belge. Les résultats permettent de mieux comprendre la **compréhension, la perception et les attentes** des consommateurs en ce qui concerne l'allégation « **naturel** » relative aux denrées alimentaires ou à leurs ingrédients, d'une part. D'autre part, l'enquête donne un **aperçu de** l'impact d'opérations spécifiques dans le processus de production alimentaire **et d'autres aspects** (tels que, par exemple, les pratiques agricoles ou la composition du produit), sur la **perception du caractère naturel** des aliments après ces opérations, ce qui **devrait permettre d'établir des critères** sur la base desquels l'utilisation de l'appellation « **naturel** » ou de ses dérivés peut être considérée comme **non trompeuse** pour les consommateurs.

Aperçu du déroulement de l'ensemble de l'étude :

<b>Recherche documentaire</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Aperçu et comparaison des règles applicables dans d'autres pays.</li> <li>•Sur la base d'informations librement accessibles au public.</li> </ul>
<b>Workshop</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Réunion entre le SPF Santé publique , MAS Research et le comité d'accompagnement.</li> <li>•Discussion des résultats de la recherche documentaire et de la conception du questionnaire.</li> </ul>
<b>Set-up</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Finalisation du questionnaire (NL/FR).</li> <li>•Programmation du questionnaire en ligne.</li> </ul>
<b>Travail de terrain</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Enquête en ligne auprès d'un échantillon belge représentatif (âge, sexe, région).</li> </ul>
<b>Analyse</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Analyse statistique des résultats globaux et par sous-groupes lorsque cela est pertinent/possible, y compris les différences significatives.</li> </ul>
<b>Workshop</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Réunion entre le SPF Santé publique , MAS Research et le comité d'accompagnement.</li> <li>•Discussion des résultats et des conclusions.</li> </ul>
<b>Rapportage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Rapport clair et précis avec des recommandations.</li> </ul>

## 4. RECHERCHE DOCUMENTAIRE

### 4.1 APPROCHE DE LA RECHERCHE DOCUMENTAIRE

#### Collecter, analyser et comparer les règles existantes

MAS Research a compilé un aperçu des informations disponibles sur l'utilisation du terme « naturel » en se basant sur des recherches documentaires. Le résultat de cette recherche préliminaire repose sur des informations publiques librement accessibles.

Cette analyse documentaire donne un aperçu **des règles applicables (le cas échéant), de la recherche scientifique sur l'influence de l'utilisation de ces allégations sur le comportement des consommateurs, et d'autres recherches (scientifiques)** liées à l'utilisation des allégations « naturelles ».

**D'autres informations pertinentes** susceptibles de contribuer à la question de recherche sont incluses.

### 4.2 RÉSULTATS DE LA RECHERCHE DOCUMENTAIRE

#### 4.2.1 LOIS ET RÉGLEMENTATIONS

##### Union européenne :

- Les dispositions générales visant à **ne pas induire le consommateur en erreur** s'appliquent aux informations accompagnant toutes les denrées alimentaires.  
[ANNEXE 1](#) (dans la section 7 « Annexes », ci-après dans ce document) : [article 7 du règlement \(UE\) N° 1169/2011](#)
  - Les informations ne doivent **pas être trompeuses** en ce qui concerne les caractéristiques de la denrée alimentaire, telles que l'origine, **la méthode de production, la composition, ...** ; elles ne doivent pas attribuer des caractéristiques que la denrée n'a pas ; elles ne doivent pas suggérer que la denrée alimentaire possède des caractéristiques uniques, alors que tous les produits similaires possèdent cette caractéristique ; elles ne doivent pas **suggérer** qu'un **ingrédient particulier est présent**, alors qu'il a en fait été remplacé par un autre ingrédient.
  - Les informations doivent être exactes, **claires et faciles à comprendre** pour les consommateurs.
  
- Les allégations concernant les effets bénéfiques généraux sur la santé doivent être conformes à la législation européenne relative aux allégations nutritionnelles et de santé.  
[ANNEXE 2](#) (dans la section 7 « Annexes », ci-après dans ce document) : [article 8 du règlement \(CE\) 1924/2006](#)
  - Conditions pour l'**allégation « nature/naturel »** : Lorsqu'une denrée alimentaire **remplit naturellement la ou les conditions** énumérées dans la présente annexe pour l'utilisation d'une allégation nutritionnelle, les mots « nature/naturel » peuvent être repris dans l'allégation. Le terme « **naturellement** » peut être utilisé devant des allégations telles que « pauvre en sel », « sans sucre » ou « riche en protéines », **pour autant que la denrée alimentaire réponde naturellement à ces conditions.**

- L'utilisation de la dénomination « naturel » est spécifiquement encadrée pour les **arômes** .  
[ANNEXE 3](#) (dans la section 7, « Annexes », ci-après dans ce document) : [article 16 du règlement \(CE\) N° 1334/2008](#)
  - Généralités : La dénomination « arôme naturel » ne peut être utilisée que si l'élément aromatique provient entièrement **de sources naturelles**.
  - Les « substances aromatisantes naturelles » sont des substances qui **sont obtenues par des procédés physiques, enzymatiques ou microbiologiques** à partir de **sources végétales, animales ou microbiologiques**. Elles peuvent **être utilisées directement** ou **transformées selon des méthodes traditionnelles** pour la consommation humaine. Ces substances correspondent à ce qui se trouve naturellement dans la nature et y a été identifié (article 3.2.c).
  - En combinaison avec un ingrédient :
    - La désignation « arôme naturel de *l'ingrédient* » (par exemple, arôme naturel de lavande) n'est autorisée que si au moins **95 % de l'arôme provient de cet ingrédient**.
    - La désignation « arôme naturel de *l'ingrédient* associé à d'autres arômes naturels » n'est autorisée que si l'arôme **provient en partie de l'ingrédient** et que l'arôme **est clairement identifiable**.
  - Saveurs multiples et non identifiables : La désignation « arôme naturel » ne peut être utilisée que si les substances aromatisantes proviennent de différentes sources naturelles et qu'il n'est pas possible d'indiquer clairement l'origine de l'arôme.
- Encadrement des traitements qui sont autorisés, sous certaines conditions, pour qu'une eau minérale puisse conserver la dénomination d'eau minérale « naturelle »..  
[ANNEXE 4](#) (dans la section 7, « Annexes », ci-après dans ce document) : [Article 4 de la directive N° 2009/54/CE](#)
  - Autorisé : **Filtration, décantation ou traitement à l'ozone** pour éliminer certains éléments ; autres traitements approuvés et contrôlés par l'Autorité européenne de sécurité des aliments ; élimination du dioxyde de carbone.
  - Hormis l'adjonction ou la **nouvelle adjonction de dioxyde de carbone** selon des conditions spécifiques, rien ne peut être ajouté à l'eau minérale naturelle.
  - Interdit : **Traitement de désinfection** ; traitement susceptible de modifier la **microflore** de l'eau.

#### Belgique :

- L'arrêté royal permet (par le biais d'un arrêté ministériel) de définir les **conditions** dans lesquelles le **terme « naturel »**, ainsi que ses dérivés, traductions ou compositions **peuvent être utilisés** dans la publicité ou l'étiquetage des denrées alimentaires, mais cela n'a pas encore été défini à ce jour.  
[ANNEXE 5](#) (dans la section 7, « Annexes », ci-après dans ce document) : [Article 3 de l'arrêté royal du 17 avril 1980](#)
  - Le ministre peut fixer des conditions spécifiques pour l'utilisation des termes « **naturel** », « pur » et « frais » dans les publicités pour les denrées alimentaires.

- Ces règles s'appliquent également aux **dérivés, traductions et composés** de ces mots.

#### Royaume-Uni : Food Standards Agency (FSA) :

- La FSA a élaboré un « Best practice advice » (pas de législation) concernant les critères d'utilisation des termes « frais », « pur », « naturel », etc., dans l'étiquetage des denrées alimentaires.

[ANNEXE 6](#) (dans la section 7, « Annexes », ci-après dans ce document) : [Draft Executive Summary of FAC review of the use of the terms Fresh, Pure, Natural... juillet 2008.](#)

- Ces lignes directrices ont été élaborées par la FSA après qu'une étude menée en 2001 a montré que des termes tels que « naturel », « frais », « pur », « original », « fait maison », etc., n'étaient pas clairs pour les consommateurs et étaient parfois utilisés à mauvais escient par les producteurs. Les années suivantes, les lignes directrices ont été révisées sur la base d'études de marché.
- Quelques éléments importants :
  - Définition générale du terme « naturel » : Le terme « naturel » signifie que le produit est composé d'ingrédients naturels produits par la nature, **sans intervention humaine**. Il est trompeur d'utiliser ce terme pour des aliments ou des ingrédients qui ont été **chimiquement modifiés** ou dérivés de **nouvelles technologies, telles que des additifs et des arômes provenant de l'industrie chimique**.
  - Produits laitiers : Le terme « naturel » peut être utilisé pour les produits laitiers tels que le yaourt, le *fromage frais* et le fromage blanc, à condition qu'ils soient fabriqués uniquement à partir de lait et de **cultures de fermentation nécessaires**, sans aucun autre ingrédient ou additif.
  - Utilisation courante du terme « naturel » : Le terme « naturel » sans autre qualification ne peut être utilisé que pour : (a) certaines denrées alimentaires de nature **traditionnelle**, auxquelles **rien n'a été ajouté** et qui ont seulement été soumises à des **méthodes de transformation nécessaires (telles que le fumage sans produits chimiques, la cuisson, la torréfaction, le blanchiment, les procédés de tamisage physique et le lavage à l'eau)**, (b) des ingrédients alimentaires provenant de sources alimentaires reconnues qui répondent aux mêmes critères, (c) des **additifs alimentaires autorisés** qui sont obtenus de manière **naturelle**, (d) des **arômes conformes aux réglementations en vigueur**, (e) le thon et la bonite mis en conserve conformément aux réglementations de l'UE.
  - Aliments composés : Les aliments combinés ne peuvent être décrits directement ou indirectement comme « naturels », mais peuvent être décrits comme **« fabriqués à partir d'ingrédients naturels » si tous les ingrédients répondent aux critères**.
  - **Pas d'utilisation du terme « naturel » pour le goût, l'odeur ou la couleur** : Les denrées alimentaires qui ne répondent pas aux critères ne peuvent pas être qualifiées de « naturelles ».
  - **« Naturel » en tant que synonyme de « simple » ou « non épicé »** : Ce terme ne peut pas être utilisé, à moins que l'aliment ne réponde aux critères ou ne soit conforme au Dairy UK Code of Practice pour le **yaourt**.
  - Éviter les allégations trompeuses : Les allégations telles que *« naturellement bon »*, *« naturellement meilleur »* ou *« à la manière de la nature »* prêtent à

confusion et ne doivent pas être utilisées, à moins qu'elles ne répondent au critère « naturel ». Les allégations négatives impliquant le « caractère naturel », telles que « sans x » lorsque tous les produits similaires sont exempts de « x », doivent être évitées.

#### France : Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)

- La DGCCRF a rédigé cette note en 2009 afin de clarifier la manière dont des termes tels que « naturel » et « 100 % naturel » peuvent être utilisés sur les étiquettes des produits alimentaires, et pour aider les organismes de contrôle dans leur évaluation de ces termes.  
[ANNEXE 7](#) (dans la section 7, « Annexes », ci-après dans ce document) : [Étiquetage : note DGCCRF N° 2009-136 sur l'emploi du terme « naturel »](#)
- Quelques éléments importants :
  - Partie 1 : précise ce que doivent être, en général, **les caractéristiques « intrinsèques »** d'une denrée alimentaire pour pouvoir être qualifiée de « naturelle ».
    - Le terme « naturel » est réservé à un produit « tel qu'**issu de la nature** » ou après **traitement purement mécanique** (découpe...).
    - Après **des traitements minimaux** (comme un procédé de stabilisation ou de cuisson, etc.) énumérés dans la note, un produit peut être dénommé « **d'origine naturelle** ».
    - Pour les aliments composés (c'est-à-dire les produits constitués de plusieurs ingrédients), tout ingrédient portant la mention « naturel » doit également répondre aux critères de naturalité.
    - Énumère explicitement les opérations de transformation qui **ne peuvent pas être étiquetées comme « naturelles »**.
  - Partie 2 : précise **si une denrée alimentaire**, même si elle répond à ces caractéristiques, peut en fait **porter l'allégation**.
    - Le terme « naturel », ou toute autre expression équivalente, ne doit pas induire le consommateur en erreur en suggérant que le produit possède des caractéristiques particulières, alors que toutes les denrées alimentaires du même type possèdent les mêmes caractéristiques.
  - Précise également qu'il convient d'éviter toute confusion entre « naturel » et « traditionnel », ce dernier terme faisant davantage référence à une recette qu'à la nature des ingrédients utilisés.

#### États-Unis d'Amérique : Food & Drug Administration (FDA):

- La FDA, malgré la demande de divers groupes d'intérêt (consommateurs et tribunaux fédéraux), n'a pas encore défini officiellement le terme « naturel » sur l'étiquetage des denrées alimentaires.  
[ANNEXE 8](#) (dans la section 7, « Annexes », ci-après dans ce document) : [Use of the Term Natural on Food Labeling \(COMMENT\)](#)
- La politique actuelle se résume à ceci : le terme « naturel » signifie que **rien d'artificiel ou de synthétique** (y compris tous les additifs colorants, quelle que soit leur source) n'est inclus ou ajouté à une denrée alimentaire qui ne devrait normalement pas s'y trouver.

- Toutefois, cette politique n'était pas destinée à traiter des **méthodes de production alimentaire** telles que l'utilisation de pesticides ni à traiter explicitement des **méthodes de traitement ou de production alimentaire** telles que les technologies thermiques, la pasteurisation ou l'irradiation.
- La FDA n'a pas non plus examiné la question de savoir si le terme « naturel » devait impliquer un avantage nutritionnel ou un autre **avantage pour la santé**.

**Remarque générale :** les termes « synthétique » ou « identique au naturel » ne sont pas définis dans la législation.

#### 4.2.2 GROUPES D'INTÉRÊT

---

**Safe Food Advocacy Europe (SAFE) :** Organisation non gouvernementale sise à Bruxelles

- Safe Food Advocacy Europe (SAFE) demande une définition européenne du terme « naturel » pour les allégations et l'étiquetage, car, selon SAFE, les aliments portant l'allégation « naturel » contiennent souvent des substances synthétiques.  
<https://www.safefoodadvocacy.eu/wp-content/uploads/2020/12/Call-for-EU-definition-of-%E2%80%98natural-for-use-in-claims-and-labelling.pdf>
  - Avec la campagne « [WeValueTrueNatural](#) », SAFE vise à établir des critères pour l'utilisation du terme « naturel » au sein de l'UE.
  - Préconise une plus grande clarté dans l'étiquetage des produits contenant des OGM ou des ingrédients synthétiques (non naturels) (par exemple, en les signalant par un \* sur l'étiquette).

*SAFE launches the **WeValueTrueNatural** campaign to raise awareness on the value of real natural food, to ensure that natural-labeled products are:*



- Établit un lien avec la transition écologique et la durabilité : par exemple, **Une meilleure définition du terme « naturel » est également nécessaire pour les labels écologiques** : les produits naturels doivent être « biodégradables ».



#### 4.2.3 RECHERCHE ACADÉMIQUE

---

- Rozin, P., Fischler, C. et Shields-Argelès, C. (2012). Perspectives européennes et américaines sur le sens du mot « naturel ». *Appetite*, 59(2), 448-455.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0195666312002024>
  - Éléments pertinents de l'étude sur les associations et les définitions que les gens donnent spontanément au terme « naturel », et sur la différence entre les États-Unis et les pays d'Europe :
    - Les associations faites avec le terme « naturel » et la définition que les gens lui donnent sont étonnamment **similaires** entre les pays européens et les États-Unis, et entre les groupes **démographiques**.
    - Le terme « naturel » est principalement **défini par l'absence de caractéristiques « négatives »** (comme les additifs, la pollution, l'intervention humaine), plutôt que par la présence de caractéristiques positives.  
Éléments les plus courants de la définition : **Pas de produits chimiques, pas de changements, pas d'additifs, pas d'intervention humaine.**
    - L'association libre montre que le sens intuitif du « naturel » chez les consommateurs est lié à : **biologique, affect positif, environnement, nutrition (en particulier les produits à base de plantes) et santé.**
- Rozin, P. (2006). Naturalness judgments by lay Americans: Process dominates content in judgments of food or water acceptability and naturalness. *Judgment and Decision making*, 1(2), 91-97.  
<https://www.cambridge.org/core/journals/judgment-and-decision-making/article/naturalness-judgments-by-lay-americans-process-dominates-content-in-judgments-of-food-or-water-acceptability-and-naturalness/0ECE51793F73F27A39FC4C253AF5B6A1>
  - Éléments pertinents de l'étude sur l'influence du processus de transformation des aliments sur la perception du « caractère naturel » :
    - **2 produits alimentaires « physiquement/chimiquement » identiques peuvent pourtant ne pas sembler « psychologiquement » identiques aux consommateurs.**
    - **Le traitement** d'un produit alimentaire, même sans changement dans le produit physique/chimique final (par exemple, en enlevant d'abord quelque chose et en l'ajoutant ensuite), **diminue la perception de « naturel ».**
- Rozin, P. (2005). The meaning of 'natural' process more important than content. *Psychological science*, 16(8), 652-658.  
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1467-9280.2005.01589.x>
  - Éléments pertinents de l'étude examinant la compréhension du terme « naturel » dans les aliments et l'influence de la transformation des aliments sur cette perception du « naturel » :
    - **Les transformations chimiques** diminuent davantage la perception de « naturel » que les transformations physiques.
    - **L'ajout de très petites quantités** d'un élément non naturel (cf. additifs) entraîne une baisse très importante de la perception de la « naturalité ». (cf. également « dominance de l'additivité » : l'ajout d'un élément a un effet plus important sur

*l'évaluation du caractère naturel que la suppression d'un élément ; Rozin, Fischler, et Schields-Argèles, 2009)*

- Le **processus** de transformation (biologique, sélectionné ou propagé par une méthode classique, manipulation génétique) (ou le « niveau d'intervention humaine ») a un effet plus important sur la perception du caractère « naturel » que la mesure dans laquelle l'aliment est effectivement modifié sur le plan moléculaire (cf. différence importante entre le point de vue technique et l'expérience des consommateurs)
    - La plus forte diminution de la perception de « naturel » est observée lors de l'insertion de gènes d'une autre espèce (OGM), alors que techniquement cela modifie moins le produit que, par exemple, un produit sélectionné ou multiplié par une méthode classique.
  - **Le mélange d'ingrédients naturels et similaires** n'a pas d'impact négatif majeur sur la perception de la « naturalité ».
- Roman, S., Sánchez-Siles, L. M. et Siegrist, M. (2017). The importance of food naturalness for consumers: Results of a systematic review. Trends in food science & technology, 67, 44-57. [ANNEXE 9](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S092422441730122X) (dans la section 7, « Annexes », ci-après dans ce document) : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S092422441730122X>
    - Éléments pertinents de la métaétude couvrant diverses études sur l'importance du caractère naturel des aliments :
      - Le caractère naturel des aliments **est d'une grande importance pour les consommateurs.**
      - Malgré les difficultés des chercheurs à définir le caractère naturel, les consommateurs ne semblent pas avoir de problèmes à évaluer intuitivement le caractère naturel des aliments.
      - Certains consommateurs attachent plus d'importance au « caractère naturel » que d'autres ; leur **comportement** est également **significativement** influencé par la mesure dans laquelle un aliment est perçu comme « naturel ».
      - Les études diffèrent quant à la manière dont le caractère naturel est défini et mesuré. Dans l'ensemble, elles peuvent être ramenées à **3 perspectives sur le « naturel »** dans le cadre de l'étude :
        - La façon dont l'aliment est cultivé (origine de l'aliment : biologique, local...)
        - Comment l'aliment a été produit (quelle technologie –méthodes traditionnelles... – et quels ingrédients, additifs... ont été utilisés)
        - Les propriétés du produit final (sain, frais...)
  - Rybak, G., Burton, S. et Berry, C. (2024). Reducing the negative impact of ultra-processed foods: Consumer response to natural claims, organic claims, and processing level disclosures. Journal of Business Research, Volume 177, 2024,114588. <https://walton.uark.edu/insights/posts/healthful-or-not-so-healthful-consumers-react-ultra-processed-foods.php> <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296324000924>
    - Éléments pertinents d'une étude examinant comment les informations sur l'emballage influencent les perceptions des aliments ultra-transformés :

- Lorsqu'il y avait des allégations de « **naturel** », les participants à l'étude considéraient les aliments comme **moins transformés, plus sains et présentant un risque de maladie plus réduit**.
- L'inscription du terme « ultra-transformé » sur l'emballage est plus efficace que des informations détaillées sur les ingrédients et les conservateurs pour inciter les consommateurs à évaluer le caractère sain d'un produit.

#### 4.2.4 LES EXPERTS

---

- **Organisation internationale de normalisation (ISO)** : La norme ISO/TS 19657:2017, « Définitions et critères techniques pour les ingrédients alimentaires à considérer comme naturels », définit les critères techniques auxquels les ingrédients alimentaires doivent répondre pour être considérés comme naturels et s'applique à la communication interentreprises, mais pas à la communication sur les produits destinés aux consommateurs. Par ailleurs, ces normes n'ont pas été élaborées en concertation avec les autorités compétentes en matière d'étiquetage et ne garantissent donc pas qu'elles soient conformes à la législation en vigueur.  
[ANNEXE 10](#) (dans la section 7, « Annexes », ci-après dans ce document) : <https://www.iso.org/standard/65717.html> (payant)
  - Critères techniques auxquels un ingrédient alimentaire doit répondre pour être considéré comme naturel :
    - Les ingrédients doivent provenir de **sources naturelles telles que les plantes, les algues, les animaux, les minéraux**, etc. Les combustibles fossiles sont exclus des sources.
    - Les ingrédients doivent être obtenus **par des procédés physiques, enzymatiques ou microbiologiques** sans produire intentionnellement des substances qui n'existent pas dans la nature.
    - **D'autres procédés sont autorisés** lorsqu'**aucune technique physique, enzymatique ou microbiologique n'est disponible** pour répondre aux exigences légales ou de sécurité alimentaire, **pour autant que la composition de l'ingrédient ne soit pas modifiée**.
    - Tous les **ingrédients composés** doivent répondre individuellement à ces critères pour être considérés comme naturels.
    - L'utilisation d'**eau** au cours de la production n'affecte pas l'état naturel de l'ingrédient.
    - La **suppression de certains ingrédients** au cours du processus de transformation n'empêche pas l'ingrédient d'être considéré comme naturel.
- **Centre d'information alimentaire NICE** : Aliments ultra-transformés : nécessité de définitions claires  
[ANNEXE 11](#) (dans la section 7, « Annexes », ci-après dans ce document) : <https://www.nice-info.be/sterk-bewerkt-voedsel-nood-aan-duidelijke-definities>
  - Les recommandations nutritionnelles générales préconisent de choisir principalement des aliments peu ou pas transformés et d'éviter les aliments ultra-transformés. Bien que la transformation soit souvent perçue de manière négative, elle n'est pas toujours

mauvaise. Des définitions claires des aliments transformés et ultra-transformés sont nécessaires pour éviter les malentendus.

- Le **système de classification NOVA** est le système de classification alimentaire le plus utilisé au niveau international pour **classer les aliments en fonction de leur degré de transformation**. Il est souvent utilisé pour examiner l'effet de la transformation sur la qualité nutritionnelle et la santé. Toutefois, en raison de son approche descriptive, il donne lieu à différentes interprétations et manque de cohérence et de robustesse.

Il tient compte :

- du degré de transformation,
- de l'objectif du processus de transformation,
- du nombre d'ingrédients,
- de la catégorie d'additifs
- de la nature et de la complexité du produit

Groupes :

- Groupe 1 - Aliments non transformés ou peu transformés
- Groupe 2 - Ingrédients culinaires transformés
- Groupe 3 - Aliments transformés
- Groupe 4 - Aliments hautement transformés ou ultra-transformés

#### 4.2.5 AUTRES

---

- Jayson L. Lusk. (2019). Consumer Perceptions of Healthy and Natural Food Labels. Prepared for the Corn Refiners Association.

[ANNEXE 12](#) (dans la section 7, « Annexes », ci-après dans ce document) :

[https://static1.squarespace.com/static/502c267524aca01df475f9ec/t/5c4df49440ec9a53af435ab4/1548612761167/report\\_revised.pdf](https://static1.squarespace.com/static/502c267524aca01df475f9ec/t/5c4df49440ec9a53af435ab4/1548612761167/report_revised.pdf)

- Éléments pertinents de cette enquête menée aux États-Unis auprès de personnes achetant des produits alimentaires, afin d'étudier leurs opinions et leurs préférences concernant les allégations et les étiquettes relatives aux produits naturels et sains sur les produits alimentaires :
  - Des points de vue nuancés et **contradictaires** : les consommateurs ont une vision complexe et parfois incohérente de la notion de « naturel », un produit pouvant être considéré comme naturel pour un aspect, mais pas pour un autre.
    - Par exemple, cette étude montre que deux facteurs influencent la perception du caractère naturel : le premier concerne l'**utilisation d'additifs non naturels**, et le deuxième met l'accent sur le caractère naturel des **méthodes de conservation** telles que le sucre et le sel.
  - **Contradiction entre produits finis et procédés** : Les consommateurs considèrent souvent les produits finis tels que le sucre, la farine et l'huile végétale comme plus naturels que les procédés nécessaires à leur fabrication, tels que le blanchiment et la cristallisation.
  - **Scepticisme à l'égard des pratiques agricoles modernes** : La plupart des consommateurs sont sceptiques quant au caractère naturel des méthodes modernes de production des cultures, les personnes interrogées étant plus nombreuses à considérer que les semences hybrides et les cultures produites à l'aide de la biotechnologie (modification génétique) ne sont pas naturelles.
  - **Confusion à propos des conservateurs** : les consommateurs croient fermement que « naturel » signifie sans conservateurs, mais en même temps, ils

considèrent souvent que les méthodes de conservation telles que la fermentation et l'utilisation de sucre, de sel et de vinaigre sont naturelles.

- **Demande de réglementation :** Près de deux tiers des consommateurs souhaitent que la FDA réglemente l'utilisation du terme « naturel » au moyen d'une définition uniforme, même si, dans le même temps, ils n'ont guère confiance dans la capacité de la FDA à le faire utilement.
  
- Article intitulé « Qu'est-ce qu'un aliment naturel ? », publié par FoodUnfolded®, une plateforme numérique mondiale qui se veut une source d'information précise, responsable et impartiale sur l'alimentation et le système alimentaire, avec le soutien financier de l'Institut européen d'innovation et de technologie (IET).  
<https://www.foodunfolded.com/article/what-is-natural-food>
  - Sources d'inspiration et références

#### 4.3 CONCLUSION DE LA RECHERCHE DOCUMENTAIRE

##### Cadre législatif

**En Belgique (tout comme dans l'Union Européenne), l'utilisation du terme « naturel » est strictement encadrée uniquement pour les arômes, les eaux minérales naturelles, et les allégations nutritionnelles ; pour les autres cas, seule l'interdiction générale de tromper le consommateur s'applique.**

En **Belgique les autres Etats membres de l'UE**, l'utilisation du terme « naturel » (ainsi que ses synonymes et dérivés) est réglementée de manière spécifique pour les **arômes** ([article 16 du Règlement \(CE\) n°1334/2008](#)). De plus, les traitements autorisés, sous certaines conditions, pour qu'une eau minérale puisse conserver la dénomination d'eau minérale « naturelle » sont établis ([article 4 de la Directive n°2009/54/CE](#)).

Lors de l'utilisation d'une **allégation nutritionnelle**, la législation européenne autorise l'utilisation du terme « naturel » uniquement pour les allégations telles que « faible en sel », « sans sucre » ou « riche en protéines » à condition que l'aliment remplisse naturellement ces critères ([article 8 du Règlement \(CE\) n°1924/2006](#)).

**Pour les autres produits alimentaires ou ingrédients**, aucun critère précis n'est défini dans la législation européenne ou nationale. Seules les dispositions générales relatives à la **non-tromperie du consommateur** sont applicables ([article 7 du Règlement \(UE\) n°1169/2011](#)). Ces dispositions stipulent que les informations ne doivent pas induire en erreur sur les caractéristiques du produit alimentaire, comme la méthode de production ou la composition, et que ces informations doivent être précises, claires et facilement compréhensibles par le consommateur.

[Article 3 de l'arrêté royal du 17 avril 1980](#) relatif à la publicité pour les denrées alimentaires prévoit la **possibilité** d'établir, par arrêté ministériel, les **conditions sous lesquelles le terme « naturel », ainsi que ses dérivés, traductions ou compositions, peut être utilisé** dans la publicité ou l'étiquetage des denrées alimentaires. Cependant, cela n'a pas encore été réalisé à ce jour.

Encadrement limité du terme "naturel" également en dehors de la Belgique :

En **France**, la **Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes** (DGCCRF) a publié en 2009 une note visant à clarifier l'utilisation des termes tels que « naturel » et « 100 % naturel » sur l'étiquetage des denrées alimentaires. Cette [note](#) définit les caractéristiques intrinsèques qu'un produit alimentaire doit posséder pour être qualifié de « naturel » et précise les cas où un aliment, même s'il satisfait à ces critères, ne peut pas porter cette mention.

Au **Royaume-Uni**, la **Food Standards Agency** (FSA) a élaboré des recommandations de [bonnes pratiques](#) (non contraignantes juridiquement) concernant les critères d'utilisation des termes tels que « frais », « pur », « naturel », etc., dans l'étiquetage des denrées alimentaires. Ces lignes directrices définissent de manière générale le terme « naturel » et précisent les traitements spécifiques qui peuvent être qualifiés de naturels. Elles ont été établies suite à une étude de 2001 révélant que des termes comme « naturel » étaient souvent peu clairs pour les consommateurs et parfois abusés par les producteurs. Ces recommandations ont été optimisées par des recherches supplémentaires pour mieux répondre aux attentes et éviter les malentendus.

Aux États-Unis, le terme « naturel » est défini de manière très large. Malgré les demandes émanant de divers groupes d'intérêt, la **Food and Drug Administration (FDA)** n'a pas encore **établi de définition formelle** pour ce terme ([suivez le lien](#)).

Par ailleurs, l'**ONG** bruxelloise **Safe Food Advocacy Europe (SAFE)** plaide pour l'établissement d'une définition européenne du terme « naturel » applicable aux allégations et à l'étiquetage. Selon l'organisation, de nombreux produits revendiquant le terme « naturel » contiennent en réalité des substances synthétiques. SAFE insiste sur l'absence **d'OGM** et **d'ingrédients synthétiques** dans les produits portant cette mention. L'ONG souligne également la nécessité d'une définition de la « naturalité » pour les **écolabels**, en mettant en avant le fait que les produits entièrement naturels doivent être biodégradables ([suivez le lien](#)).

Enfin, nous avons trouvé une source d'inspiration auprès de l'ISO (**Organisation internationale de normalisation**), qui a développé des **normes techniques** définissant les critères auxquels un ingrédient doit répondre pour être qualifié de « naturel ». Ces normes uniformes peuvent être utilisées par les entreprises dans leur communication business-to-business à l'échelle mondiale. Il convient de noter que l'adoption de ces normes est volontaire et qu'elles ne constituent pas une obligation légale. De plus, elles ne s'appliquent pas à la communication de produits destinée aux consommateurs. Ces normes n'ont pas été élaborées en collaboration avec les autorités compétentes en matière d'étiquetage. Elles ne garantissent pas leur conformité à la législation en vigueur ([suivez le lien – payant](#)).

#### Tendances dans la définition de "Naturel" : Ingrédients, procédés de transformation et variantes des allégations

Dans les efforts pour définir « naturel », les tendances suivantes se dégagent :

- **Origine** des ingrédients : les descriptions alternent entre des aspects positifs (**produits par la nature, etc.**) et négatifs (**absence de substances artificielles ou synthétiques**).
- **Procédés de transformation autorisés et interdits** : les procédés permis (par ex. mécaniques uniquement, ou nécessaires pour des raisons de conservation, sécurité ou consommation) et ceux interdits sont détaillés autant que possible.
- **Indications spécifiques pour les produits composés** : des précisions sont apportées sur les critères pour les produits incluant plusieurs ingrédients.
- **Variantes des allégations "naturel"** : des distinctions sont faites selon l'utilisation du terme. Par exemple, à quel moment « naturel » peut-il être utilisé pour l'ensemble du produit, et quelles variantes sont adaptées (par ex. « d'origine naturelle » ou « procédé X appliqué à un ingrédient naturel » comme dans le cas du jus d'orange naturel pasteurisé).



Tableau 1. Aperçu des définitions de "Naturel" – Recherche documentaire

	Origine	Transformation	Autre
UE - Arômes	Entièrement issus de sources naturelles (au moins 95 %)	Obtenus par des procédés physiques, enzymatiques ou microbiologiques à partir de sources végétales, animales ou microbiologiques. Ils peuvent être utilisés directement ou transformés selon des méthodes traditionnelles pour la consommation humaine. Ces substances correspondent à celles qui existent naturellement dans la nature et y sont identifiées.	
UE - Eau minérale naturelle		Encadrement des traitements qui sont autorisés, sous certaines conditions, pour qu'une eau minérale puisse conserver la dénomination d'eau minérale « naturelle ».	
France - Note	Non artificiel ou synthétique	Non transformé (comme à l'état naturel)	Ne doit pas suggérer un caractère unique si tous les produits similaires possèdent les mêmes caractéristiques.
		Transformation mécanique autorisée (avec liste)	
		Produit composé uniquement si tous les ingrédients sont 100 % naturels	Toute confusion entre « naturel » (nature des ingrédients utilisés) et « traditionnel » (recette) doit être évitée.
		Pour une liste limitée de transformations (comme un processus de stabilisation ou de cuisson), le produit ne peut pas être qualifié de « naturel » dans son ensemble, mais des formulations alternatives sont autorisées.	
Liste des transformations qui ne peuvent pas être qualifiées de « naturelles ».			
Royaume-Uni - Recommandations de bonnes pratiques	Ingrédients produits par la nature sans intervention humaine, c'est-à-dire sans production chimique ni modifications.	Seules les méthodes de transformation nécessaires (avec liste) pour les rendre aptes à la consommation humaine.	
		Liste des transformations qui ne peuvent pas être qualifiées de « naturelles ».	
		Dans les processus visant à rendre les aliments sûrs ou à prolonger leur durée de conservation, le produit ne peut pas être qualifié de « naturel » dans son ensemble, mais des formulations alternatives sont autorisées.	
		Un produit composé uniquement d'ingrédients naturels ne peut pas être qualifié de « naturel » dans son ensemble, mais des formulations alternatives sont autorisées.	
États-Unis d'Amérique - Général	Rien d'artificiel ou de synthétique ajouté qui ne serait pas normalement attendu dans cet aliment		
UE – SAFE (demande)	Sans OGM ni ingrédients synthétiques		Une meilleure définition de "naturel" est également nécessaire pour les écolabels (biodégradabilité).



	Origine	Transformation	Autre
Organisation internationale de normalisation (ISO) Normes B2B	Les ingrédients proviennent de sources naturelles telles que les plantes, les algues, les animaux, les minéraux, etc.	Les ingrédients doivent être obtenus par des procédés physiques, enzymatiques ou microbiologiques, sans produire intentionnellement des substances qui n'existent pas dans la nature. L'ajustement du pH est autorisé pendant ces procédés.	
	Les combustibles fossiles sont exclus comme source.	D'autres procédés sont autorisés lorsque des techniques physiques, enzymatiques ou microbiologiques ne sont pas disponibles pour répondre aux exigences légales ou de sécurité alimentaire, tant que la composition de l'ingrédient n'est pas modifiée.	
		Tous les ingrédients composés doivent individuellement répondre à ces critères pour être considérés comme naturels.	
		L'utilisation de l'eau lors de la production n'a pas d'impact sur le statut naturel.	
		L'élimination de certains composants lors du processus de transformation n'empêche pas l'ingrédient d'être considéré comme naturel.	

Notez que les termes « synthétique » ou « identique à la nature » ne sont pas définis dans la législation.

#### Conclusion sur la réglementation et les lignes directrices de la recherche documentaire

La réglementation et les directives actuelles concernant le terme « naturel » dans les denrées alimentaires offrent une contribution précieuse pour l'élaboration des questionnaires de cette étude et éventuellement pour de futures législations ou lignes directrices.

#### **Recherche académique et autres sources :**

##### Préférence inconsciente pour la naturalité

Les recherches académiques (Rozin, 2006) montrent que les consommateurs ont une forte **préférence** pour les aliments naturels. Bien que les consommateurs justifient principalement cette préférence par des raisons instrumentales, telles que les avantages fonctionnels concrets des produits naturels (par exemple, plus attrayants, plus sains, plus respectueux de l'environnement), une **motivation morale inconsciente** joue un rôle fondamental (« cela semble tout simplement mieux »).

Cette préférence pour les aliments naturels constitue donc un déclencheur pour l'achat. Plus un consommateur accorde de l'importance à la naturalité, plus son évaluation de la naturalité d'un aliment **influence** ses **décisions d'achat**. (Roman et al., 2017).

##### La naturalité est un concept complexe : les consommateurs jugent de manière intuitive

Le concept de « naturel » est difficile à définir de manière univoque et est abordé sous **différents angles** dans les sources scientifiques et académiques (Roman et al., 2017). De même, les consommateurs tiennent compte de divers aspects lorsqu'ils évaluent la naturalité, souvent de manière inconsciente plutôt que consciente.

Les jugements des consommateurs s'avèrent également **incohérents**. Par exemple, les produits finis sont parfois perçus comme plus naturels que les processus nécessaires à leur fabrication. Une méfiance inhérente existe à l'égard des techniques modernes et innovantes de production et de transformation, tandis que les méthodes traditionnelles sont perçues comme plus naturelles. L'ajout de conservateurs est généralement considéré comme non naturel, mais certaines méthodes spécifiques comme la fermentation ou l'utilisation de vinaigre sont jugées naturelles (Lusk, 2019).

Malgré la complexité du concept, les consommateurs n'ont généralement pas de difficulté à répondre **intuitivement** à la question de savoir si quelque chose est naturel ou non (Roman et al., 2017).

#### La naturalité selon les consommateurs : absence de caractéristiques non naturelles

Dans une étude existante (Rozin et al., 2012), les consommateurs définissent les « aliments naturels » comme étant : **sans produits chimiques, sans modifications, sans additifs, sans contact ni intervention humaine**. Il est frappant de constater que cette définition repose principalement sur **l'absence de caractéristiques négatives** (« ce qui n'est pas naturel et ne doit donc pas être inclus ») plutôt que sur la présence de caractéristiques positives.

Une autre étude (Rybak et al., 2024) révèle que la mention de « naturalité » sur l'emballage d'un aliment amène les consommateurs à percevoir ce produit comme **moins transformé, plus sain et présentant un risque moindre pour la santé**.

Lors de l'évaluation des procédés de transformation, il est noté que les consommateurs, consciemment ou non, sont notamment influencés par la présence éventuelle d'additifs non naturels ou, d'autre part, de conservateurs (Lusk, 2019).

#### Toute intervention humaine a un impact négatif sur la perception de la naturalité

Les consommateurs et la communauté scientifique ont clairement des perspectives différentes sur les procédés de transformation. Bien que toutes les transformations **ne soient pas négatives** — comme l'amélioration de la conservation des aliments ou l'augmentation de la sécurité alimentaire grâce à la production industrielle —, les consommateurs ont souvent une **vision différente et plus critique** (Roman et al., 2017).

Les transformations chimiques entraînent une baisse plus marquée de la perception de naturalité, mais les transformations physiques ont également un impact.

Les consommateurs perçoivent un produit final sans intervention humaine comme plus naturel qu'un produit ayant subi une intervention humaine, **même si leur composition moléculaire est identique** (Rozin, 2006). Ce point de vue est renforcé par le rejet important des processus de modification génétique, qui impliquent souvent des ajustements plus ciblés et mineurs dans la composition du produit que les méthodes traditionnelles, telles que la sélection ou la reproduction classique des plantes et des animaux (Rozin, 2005).

L'ajout d'un élément à un produit a un impact négatif plus important sur la perception de naturalité qu'un retrait d'élément. Ce phénomène, connu sous le nom de domination de l'ajout (additivity dominance), montre que même l'ajout d'une très petite quantité d'un élément non naturel à un produit alimentaire est sévèrement sanctionné dans l'évaluation de sa naturalité. En revanche, le mélange de deux ou plusieurs ingrédients similaires et naturels a peu d'impact sur la perception de la naturalité (Rozin, 2005).

Ces perspectives s'alignent sur la définition « négative » que les consommateurs attribuent à la naturalité.

Étant donné que le degré de transformation joue un rôle crucial dans la perception de la naturalité par les consommateurs, il est pertinent de s'appuyer sur des systèmes de classification existants. Le [système de classification NOVA](#), le plus utilisé à l'échelle internationale, classe les aliments en fonction de leur niveau de transformation. Il prend en compte le **degré de transformation, l'objectif du processus, le nombre d'ingrédients, la nature des additifs et la complexité du produit**.

#### Conclusion littérature scientifique

Les connaissances existantes sur la manière dont les consommateurs perçoivent la naturalité des aliments nous aident à concevoir et à interpréter les prochaines étapes de l'étude auprès des consommateurs.

## 5. ÉTUDE AUPRÈS DES CONSOMMATEURS

### 5.1 APPROCHE DE L'ÉTUDE AUPRÈS DES CONSOMMATEURS

#### Objectif

Une étude auprès des consommateurs menée auprès d'un échantillon représentatif de la population belge donne un aperçu de la compréhension, des perceptions et des attentes des consommateurs en ce qui concerne l'allégation « naturel » relative aux denrées alimentaires ou à leurs ingrédients, d'une part. D'autre part, l'étude donne un aperçu de l'impact de procédés spécifiques dans le processus de production alimentaire sur la perception du caractère naturel des aliments après ces procédés.

Ces deux aspects devraient permettre d'établir des critères sur la base desquels l'utilisation de la dénomination « naturel » ou de ses dérivés peut être considérée comme non trompeuse pour les consommateurs.

#### Questionnaire

Le questionnaire a été préparé par MAS Research, en concertation avec le SPF Santé publique, et a été testé sur un petit échantillon afin de vérifier la pertinence, la clarté et la compréhension des questions. Une grande attention a été accordée à la formulation simple d'une terminologie spécifique. Le temps de réponse moyen était de 10 minutes.

Le questionnaire comprend les éléments suivants :

- Questions de quotas et de sélection
- Produits associés à « naturel » ou « non naturel »
- Sens spontané des termes « naturel » et « d'origine naturelle »
- Évaluation de l'impact des traitements individuels sur la perception du caractère « naturel » d'un produit
- Attentes réglementaires concernant les produits « naturels »
- Évaluation de l'impact de traitements multiples sur la perception du caractère « naturel » d'un produit
- Questions sur le profil

#### Population

La population se compose des résidents âgés de 16 à 80 ans en Belgique. Selon les chiffres les plus récents (1er janvier 2024) du SPF Économie Statbel, la Belgique compte 9 128 705 habitants de cette tranche d'âge. Le tableau ci-dessous présente la répartition représentative de la population en fonction du sexe, de la région et de l'âge.

**Tableau 2. Répartition de la population en Belgique**

Répartition de la population	Région flamande		Bruxelles		Wallonie	
	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes
<b>16-34 ans</b>	8 %	8 %	2 %	2 %	5 %	5 %
<b>35-54 ans</b>	10 %	10 %	2 %	2 %	5 %	5 %
<b>55-80 ans</b>	11 %	11 %	1 %	1 %	6 %	6 %

## Échantillon

Pour cette étude en ligne, la répartition ci-dessus a été prédéterminée pour l'échantillon.

En outre, nous avons veillé à ce que les différents niveaux d'instruction soient bien représentés.

L'enquête a été réalisée entre le 22 octobre et le 3 novembre 2024.

L'échantillon, après corrections de qualité, comprenait 1 050 répondants. Le tableau ci-dessous montre que la répartition de l'échantillon réel correspond très bien à la répartition prédéterminée.

**Tableau 3. Répartition de l'échantillon**

Répartition de l'échantillon	Flandre		Bruxelles		Wallonie	
	Femme	Homme	Femme	Homme	Femme	Homme
<b>16-34 ans</b>	8 %	7 %	2 %	2 %	6 %	4 %
<b>35-54 ans</b>	10 %	9 %	2 %	2 %	6 %	5 %
<b>55-80 ans</b>	10 %	12 %	1 %	1 %	5 %	7 %

## Analyse

La qualité des réponses reçues a été vérifiée, les répondants avec des réponses de faible qualité (par exemple, pour les questions ouvertes et/ou le modèle de réponse fixe) n'ont pas été repris dans les analyses (= corrections de qualité dont il est question ci-dessus).

Une pondération très limitée a été appliquée :

**Tableau 4. Coefficients de pondération**

Répartition de l'échantillon	Flandre		Bruxelles		Wallonie	
	Femme	Homme	Femme	Femme	Homme	Femme
<b>16-34 ans</b>	1,00	1,15	0,88	1,01	0,80	1,19
<b>35-54 ans</b>	0,93	1,06	1,26	1,03	0,94	1,08
<b>55-80 ans</b>	1,08	0,94	1,18	0,98	1,14	0,76

Après codage des réponses ouvertes, les résultats ont été analysés à l'aide du logiciel SPSS.

Les résultats sont présentés dans la suite de ce rapport.

Lors de l'interprétation des données, il a été tenu compte non seulement de la population belge totale, mais aussi de l'existence de différences pertinentes entre les sous-groupes suivants :

- Langue
- Tranche d'âge
- Genre
- Niveau d'instruction
- Comportement lié aux choix alimentaires
- Responsable de l'achat
- Type de ménage
- Niveau de revenu subjectif
- Contexte de vie

Les différences significatives (niveau de confiance de 95 %) entre les sous-groupes sont discutées, le cas échéant.

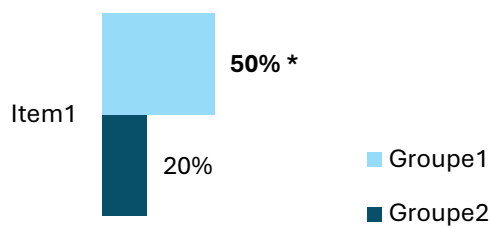
Comment interpréter les différences significatives ?

**Figure 1. Les différences significatives**

**Si 2 groupes sont comparés**

Les différences significatives sont indiquées par un astérisque (\*) au niveau du % le plus élevé.

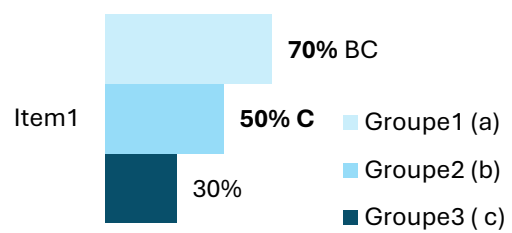
*par ex. 50 % sont significativement plus grands que 20 %.*



**Si plus de 2 groupes sont comparés**

Les différences significatives sont indiquées en ajoutant au % supérieur la lettre correspondant au groupe du % significatif inférieur.

*par ex. (groupe1) 70% sont significativement plus élevés que 50% (groupe2) et que 30%*



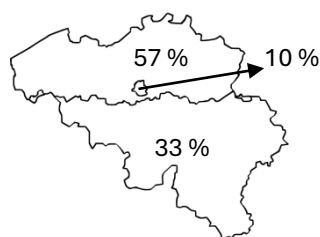
## 5.2 RÉSULTATS DE L'ÉTUDE AUPRÈS DES CONSOMMATEURS

### 5.2.1 PROFIL DES RÉPONDANTS

L'échantillon réalisé de n = 1 050 contient 49 % d'hommes et 51 % de femmes. 57 % vivent en Région flamande, 10 % en Région de Bruxelles-Capitale et 33 % en Région wallonne. L'âge moyen est de 47 ans.

**N = 1 050**

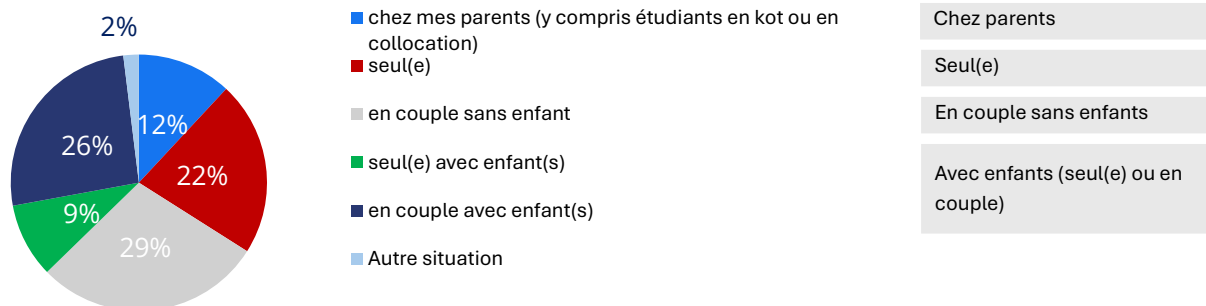
Figure 2. Lieu de résidence (région), genre, âge, enseignement



Genre	
Femme	51 %
Homme	49 %
Autre	0 %
Tranche d'âge	
16-34 ans	30 %
35-54 ans	33 %
55-80 ans	37 %
Âge moyen: 47 ans	
Diplôme le plus élevé	
Pas de diplôme ou Enseignement primaire	7 %
Enseignement secondaire inférieur	19 %
Enseignement secondaire supérieur	39 %
Enseignement supérieur: graduat, bachelier, licence, master, doctorat	35 %

35 % des personnes interrogées ont des enfants résidents. 29 % vivent avec leur partenaire et 22 % vivent seuls.

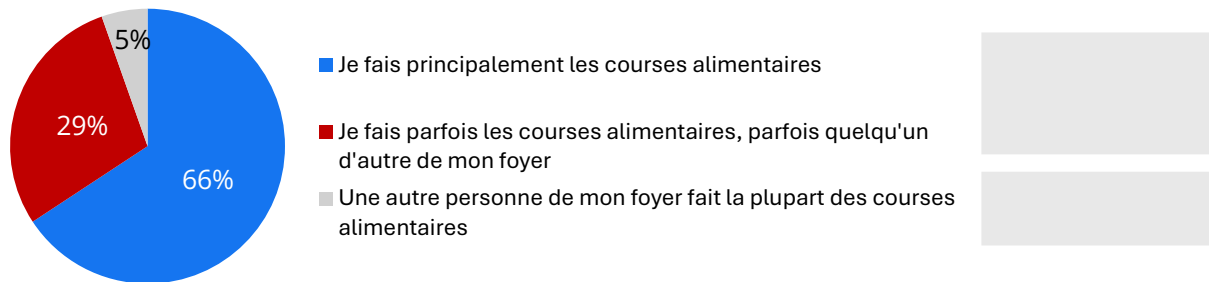
Figure 3. Composition de la famille



P3. Qu'est-ce qui décrit le mieux votre situation de vie ? J'habite ...? N = 1 050, données pondérées

L'échantillon comprend principalement (95 %) des personnes responsables principalement ou partiellement des achats alimentaires dans leur ménage.

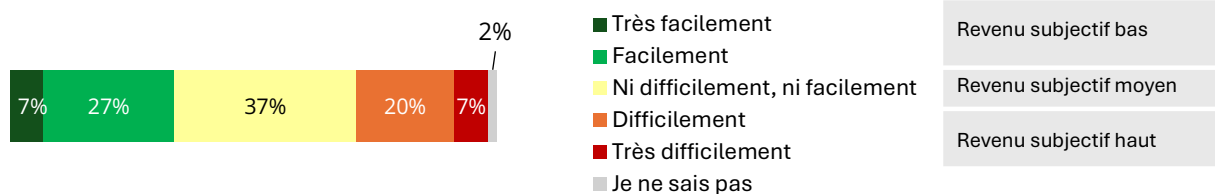
Figure 4. Responsable des achats alimentaires



P2. Chez vous, qui fait les courses alimentaires? N = 1 050, données pondérées

L'échantillon est réparti entre différents groupes de revenus subjectifs.

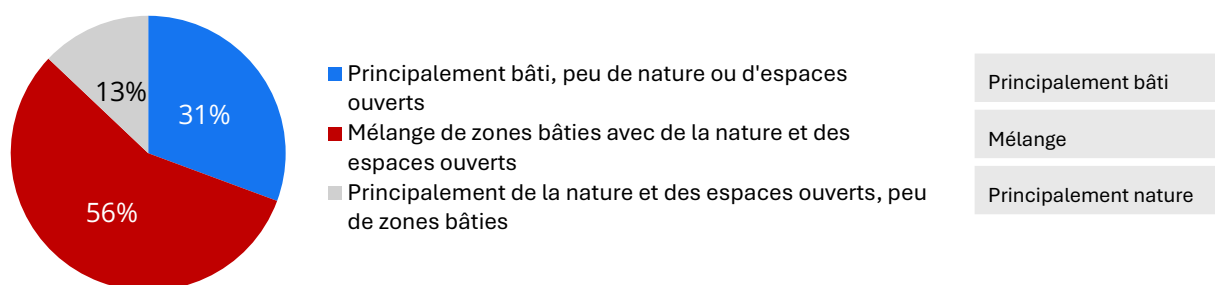
Figure 5. Revenu subjectif



P4. Avec le revenu net total de votre ménage, dans quelle mesure pouvez-vous joindre les deux bouts sur une base mensuelle? N = 1 050, données pondérées

Le groupe le plus important (56 %) des personnes interrogées considère que leur environnement est un mélange de zones bâties et de nature. Les personnes interrogées qui vivent dans un quartier principalement bâti sont plus nombreuses que celles qui vivent dans un environnement principalement naturel.

Figure 6. Contexte de vie

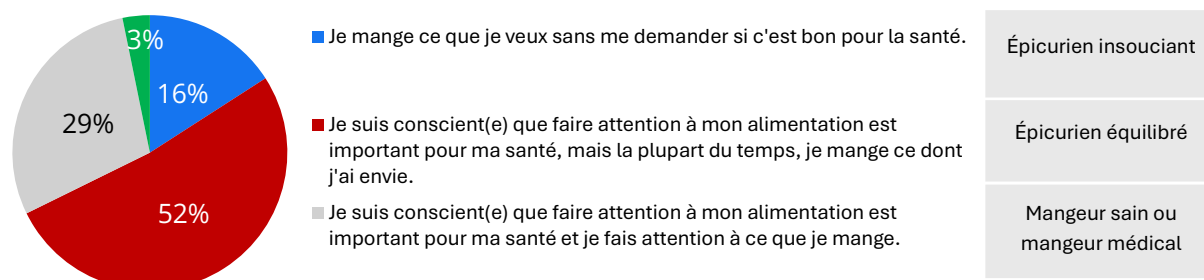


P5. Quelle description correspond le mieux à l'environnement dans lequel vous vivez? N = 1 050, données pondérées



La majorité (52 %) des personnes interrogées sont conscientes de l'importance des choix alimentaires, mais mangent principalement ce qu'elles ont envie de manger. Seules un tiers des personnes interrogées font réellement attention à ce qu'elles mangent.

**Figure 7. Comportement vis-à-vis des choix alimentaires**



*P1. Parmi les affirmations suivantes, laquelle décrit le mieux vos choix alimentaires? N = 1 050, données pondérées*

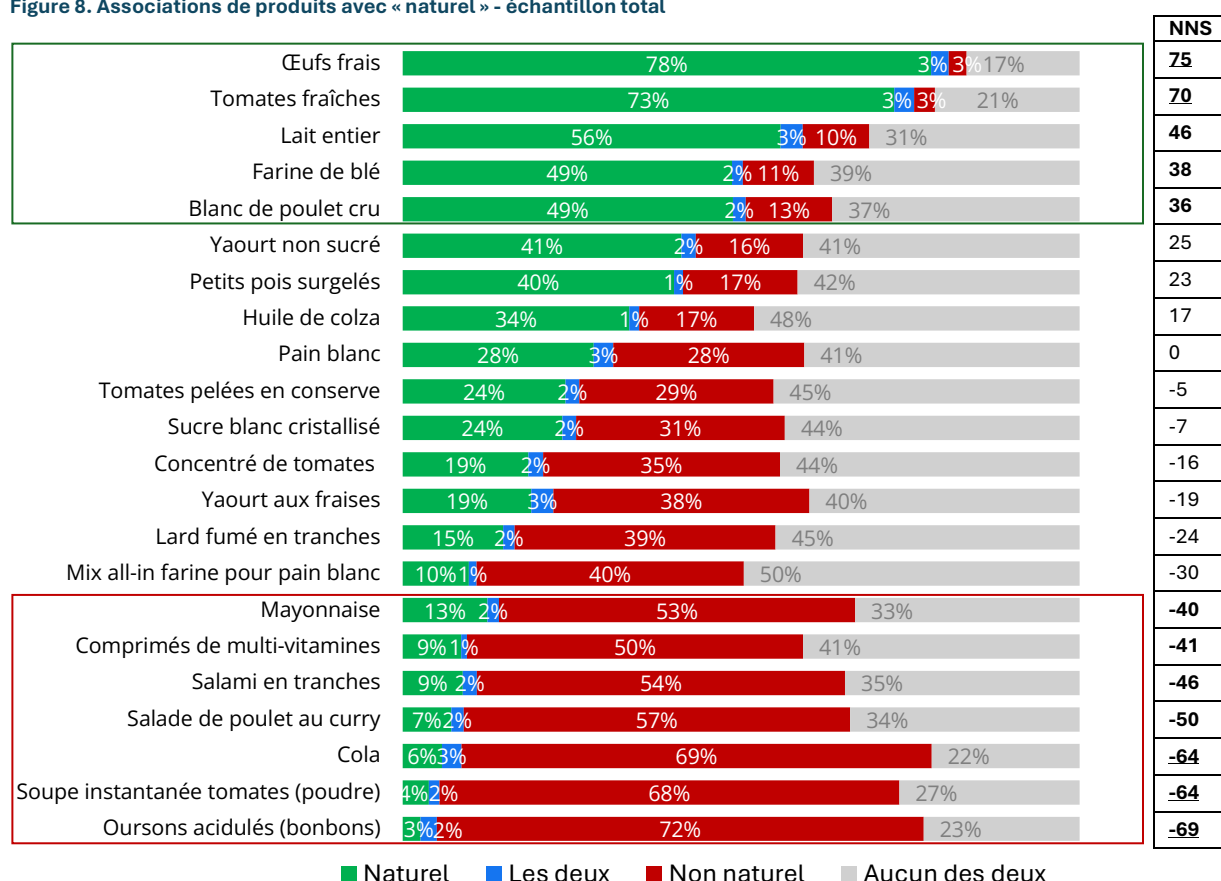
Pour information (non repris dans les graphiques) : L'approche des choix alimentaires est plus consciente ('mangeur sain ou médical' plus fréquent) chez les personnes plus âgées, plus instruites ou disposant d'un revenu subjectif plus élevé, ainsi que chez les femmes.

## 5.2.2 ASSOCIATIONS DE PRODUITS AVEC « NATUREL »

Dans cette section, nous examinons quels produits alimentaires d'une liste affichée sont associés à « naturel » ou à « non naturel ». Il s'agit d'une question d'introduction générale au sujet, qui met l'accent sur les relations et les points communs entre les produits. 22 produits ont été affichés à l'écran dans une liste aléatoire. Sur le premier écran, les personnes interrogées indiquent un certain nombre de produits sur lesquels elles pensent qu'un autocollant portant la mention « naturel » peut être apposé. Sur le deuxième écran, le répondant indique un certain nombre de produits sur lesquels se trouve un autocollant portant la mention « non naturel ». Les personnes interrogées peuvent donc n'indiquer aucun produit, ou en indiquer autant qu'elles le souhaitent. Il est également possible d'apposer les deux étiquettes sur un même produit.

Un **taux faible de transformation** (nulle ou mécanique) et l'existence d'un **seul ingrédient** (pas de mélange d'ingrédients) semblent être déterminants pour être associés au caractère naturel. Le fait qu'un produit soit d'origine végétale ou animale ne semble pas jouer un grand rôle.

Figure 8. Associations de produits avec « naturel » - échantillon total



P1. Sur lequel de ces produits alimentaires mettriez-vous un autocollant portant la mention « Naturel » ?

P2. Sur lequel un autocollant portant la mention « Non naturel » ?

Naturel = le produit reçoit uniquement l'autocollant « naturel » ; Les deux = le produit reçoit l'autocollant « naturel » et l'autocollant « non naturel » ; Non naturel = le produit reçoit uniquement l'autocollant « non naturel » ; Aucun = le produit ne reçoit aucun autocollant.

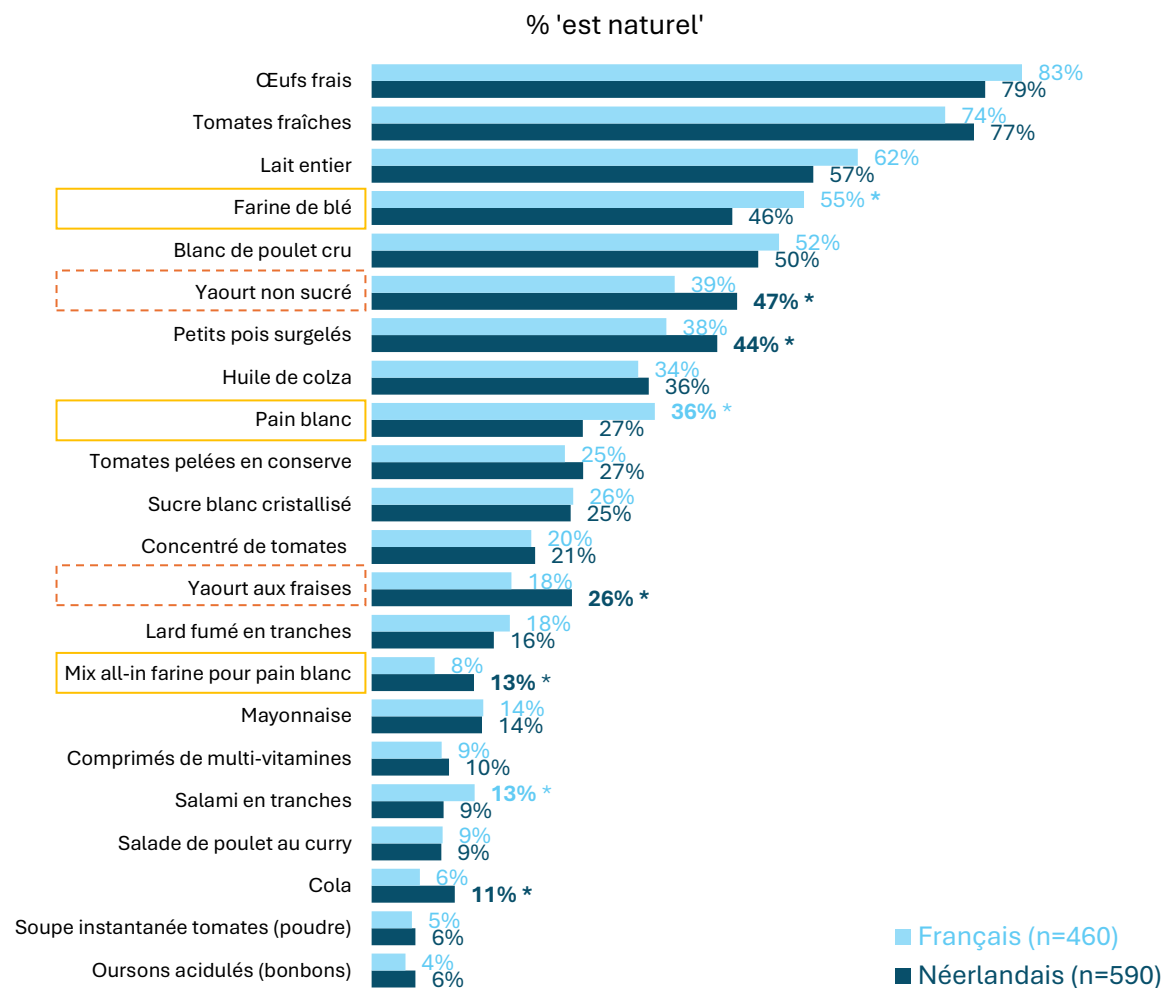
NNS = Score net de naturalité = % « Naturel » - % « Non naturel »

N = 1 050, données pondérées

Il convient de noter la grande différence entre les tomates fraîches (NNS 70), les pois surgelés (NNS 23) et les tomates en conserve (NNS -5). Cet exemple suggère que **toute transformation ou perception de la présence éventuelle d'« additifs », aussi insignifiants qu'ils puissent paraître** du point de vue de la production, entraîne une **forte baisse** de la perception de la « **naturalité** ».

Les **classements néerlandophone et francophone** des produits **sont très similaires**. Ceci est illustré à la figure 9 en utilisant le pourcentage « ... est naturel ». Les différences les plus notables concernent la perception plus naturelle de la farine de blé/pain blanc chez les francophones, d'une part (mais pas du mélange pain complet), et la perception plus naturelle du yaourt (avec et sans fraises ajoutées) chez les néerlandophones, d'autre part. Cela pourrait indiquer des différences culturelles.

Figure 9. Associations de produits avec « naturel », par langue



P1. Sur lequel de ces produits alimentaires mettriez-vous un autocollant portant la mention « Naturel » ? Données pondérées  
Différences significatives (L.C. à 95 %) entre les langues indiquées par \*

Les différences entre les répondants néerlandophones et francophones ne semblent pas être dues à des différences d'interprétation dues à la traduction.

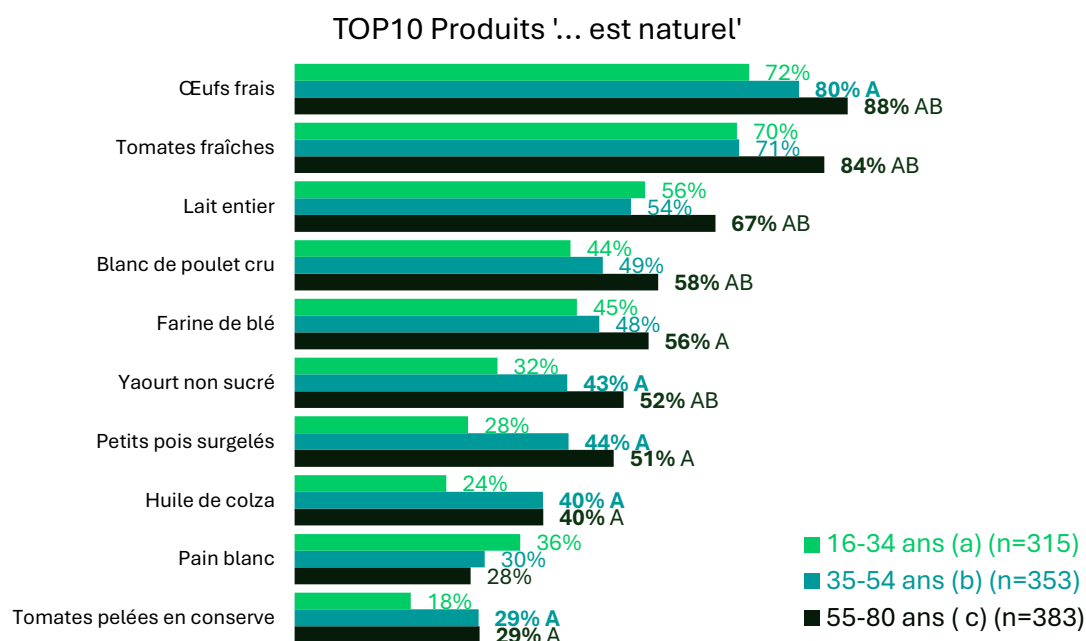
Tableau 5. Associations de produits avec « naturel », traductions

Néerlandais	Français
Verse tomaten	Tomates fraîches
Gepelde tomaten in blik	Tomates pelées en conserve
Diepvrieserwtjes	Petits pois surgelés
Tomatenconcentraat	Concentré de tomates
Instant tomatensoep (poeder)	Soupe instantanée de tomates (en poudre)
Witte kristalsuiker	Sucre blanc cristallisé
Tarwebloem	Farine de blé

Koolzaadolie	Huile de colza
All-in meelmix voor wit brood	Mix all-in de farine pour pain blanc
Wit brood	Pain blanc
Sneetje gerookt ontbijtspek	Lard fumé en tranches
Rauwe kipfilet	Blanc de poulet cru
Sneetje salamiworst	Salami en tranches
Kipcurry salade	Salade de poulet au curry
Verse eieren	Œufs frais
Volle melk	Lait entier
Ongesuikerde yoghurt	Yaourt non sucré
Yoghurt met aardbeien	Yaourt aux fraises
Mayonaise	Mayonnaise
Cola	Cola
Zure beertjes (snoep)	Oursons acidulés (bonbons)
Multivitamine tablet	Comprimés de multi-vitamines
Geen enkele van deze	Aucun de ces produits

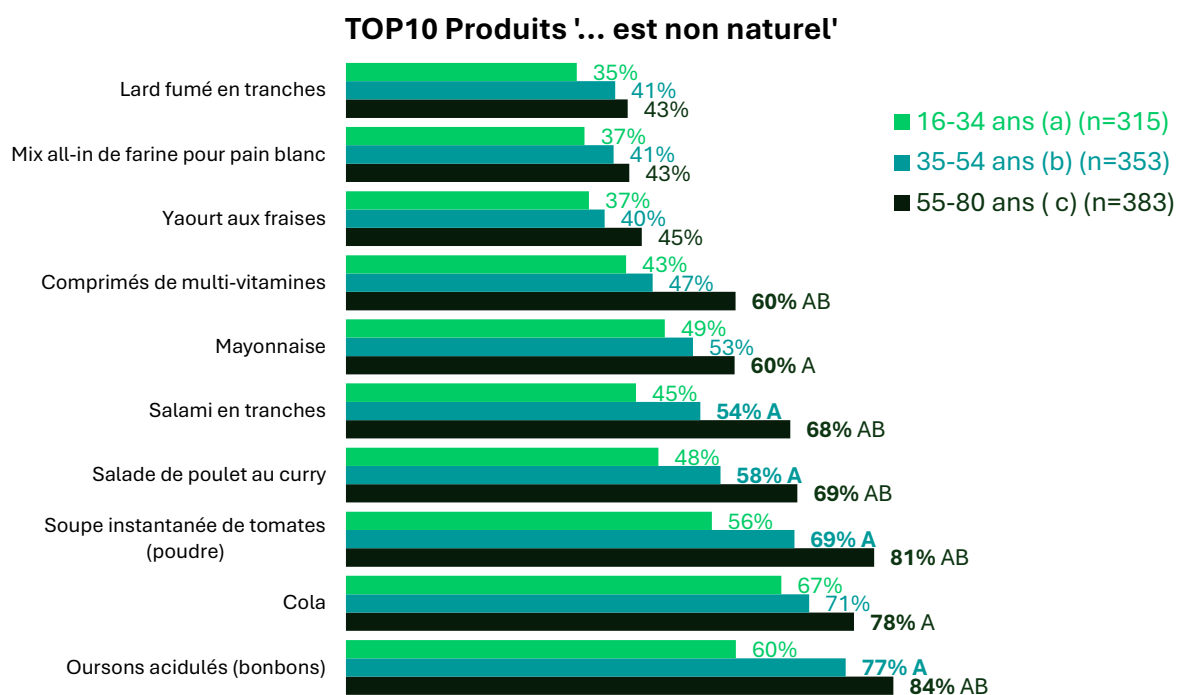
De même, parmi les **groupes d'âge**, le tri global des produits selon leur caractère naturel **diffère peu**. Il y a toutefois des différences selon la tranche d'âge. Celles-ci sont illustrées aux figures 10 et 11. En effet, la tranche d'âge la plus âgée s'exprime davantage sur ce qui est naturel et ce qui ne l'est pas. Elle perçoit plus souvent comme naturels des produits comme les œufs frais, les tomates fraîches, le lait entier, le blanc de poulet cru et le yaourt non sucré. Dans le même temps, cette tranche d'âge estime que les produits tels que les comprimés de multivitamines, le salami, le poulet au curry, la soupe instantanée et les sucreries sont plus souvent non naturels.

Figure 10. Associations de produits avec « naturel », par âge (top10 - naturel)



P1. Sur lequel de ces produits alimentaires mettriez-vous un autocollant portant la mention « Naturel » ?  
 Les différences significatives (L.C. à 95 %) entre les groupes d'âge sont indiquées par des lettres.  
 Données pondérées

Figure 11. Associations de produits avec « naturel », par âge (top10 - non naturel)



P2. Sur lequel de ces produits alimentaires mettriez-vous un autocollant portant la mention « Non naturel » ?  
Les différences significatives (L.C. à 95 %) entre les groupes d'âge sont indiquées par des lettres.  
Données pondérées

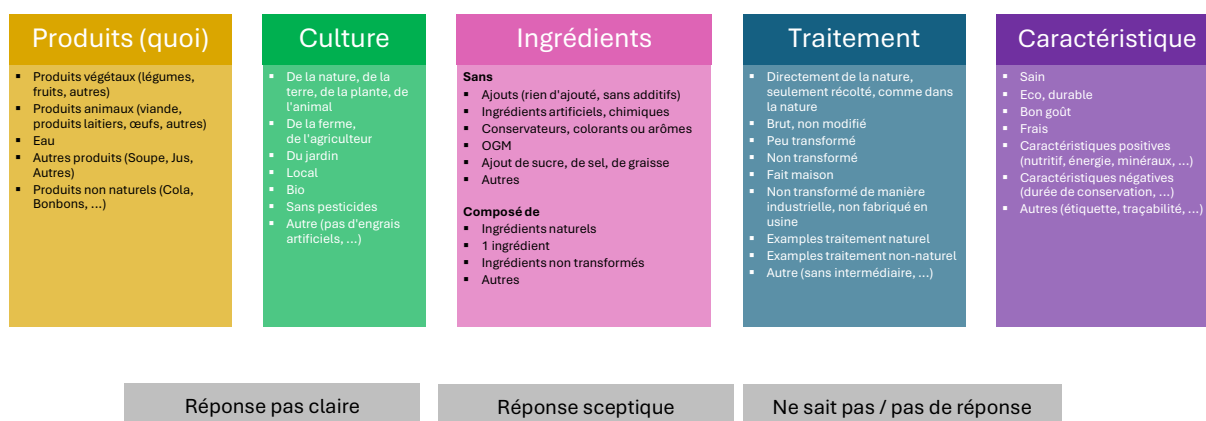
Pour information (ne figure pas sur les graphiques) : Dans une moindre mesure, on constate également que les personnes plus instruites, les personnes qui surveillent leur alimentation et les femmes ont des opinions plus tranchées.

### 5.2.3 DÉFINITION SPONTANÉE DU TERME « NATUREL »

Dans cette section, nous examinons la manière dont les personnes interrogées définissent elles-mêmes les termes « aliments naturels ». En leur demandant de les expliquer à un enfant de 12 ans, nous encourageons l'utilisation de concepts simples et concrets (A1). Nous avons ensuite demandé des précisions supplémentaires, afin de recueillir le plus grand nombre possible de caractéristiques et d'aspects (A2). Nous avons également cherché à savoir si les personnes interrogées percevaient une différence de sens entre les termes « naturel » et « d'origine naturelle ».

Afin de transformer les **réponses spontanées** en données utiles, celles-ci **ont été divisées en thèmes et sous-thèmes** (Figure 12). Cette classification a été en grande partie prédéterminée sur la base des résultats de la recherche documentaire, mais elle a été ajustée au cours du traitement lorsque cela s'est avéré nécessaire. La transformation comprend des variations dans la formulation qui signifient essentiellement la même chose (par exemple, « tel que récolté », « resté dans sa forme originale » et « non transformé » renvoient au même concept, mais sont exprimés différemment).

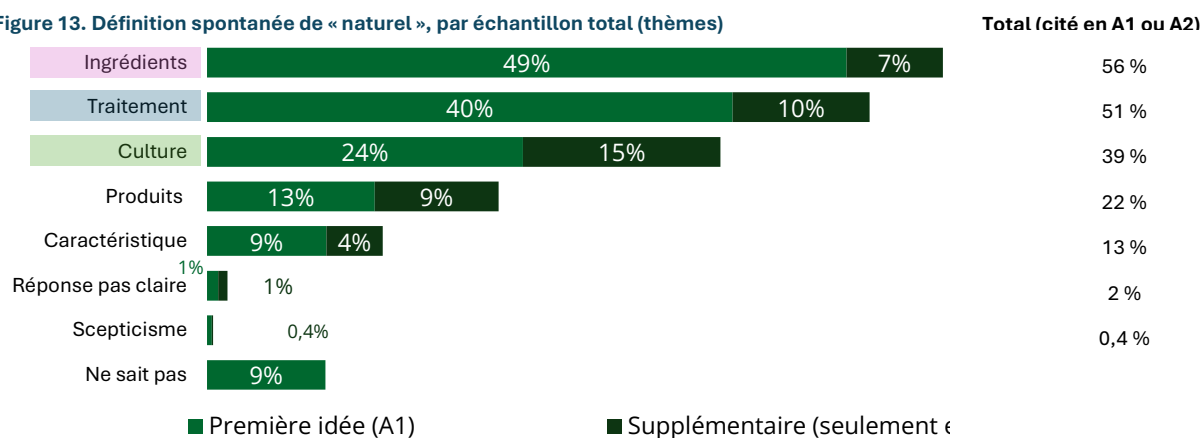
Figure 12. Définition spontanée du terme « naturel » - liste de codes



Liste de codes non exhaustive

Pour déterminer si un aliment est « naturel », les gens se réfèrent le plus souvent aux **ingrédients** du produit (« **Qu'y a-t-il dedans ?** ») et à la façon dont il **a été transformé** (« **Que s'est-il passé ?** »). Un groupe plus restreint examine la **méthode de culture** (« **Comment ou où a-t-il été cultivé ?** »).

Figure 13. Définition spontanée de « naturel », par échantillon total (thèmes)



A1. Supposons qu'un enfant de 12 ans vous demande : Qu'est-ce qu'un aliment (ou une boisson) « naturel »? Comment formuleriez-vous une réponse? A2. Supposons que l'enfant ne le comprenne pas encore bien. Comment pourriez-vous le formuler autrement? Première idée = le répondant mentionne au moins un sous-thème de ce thème en A1 ; Idée supplémentaire = le répondant mentionne au moins un sous-thème de ce thème seulement en A2 (donc le thème n'a pas encore été mentionné en A1).

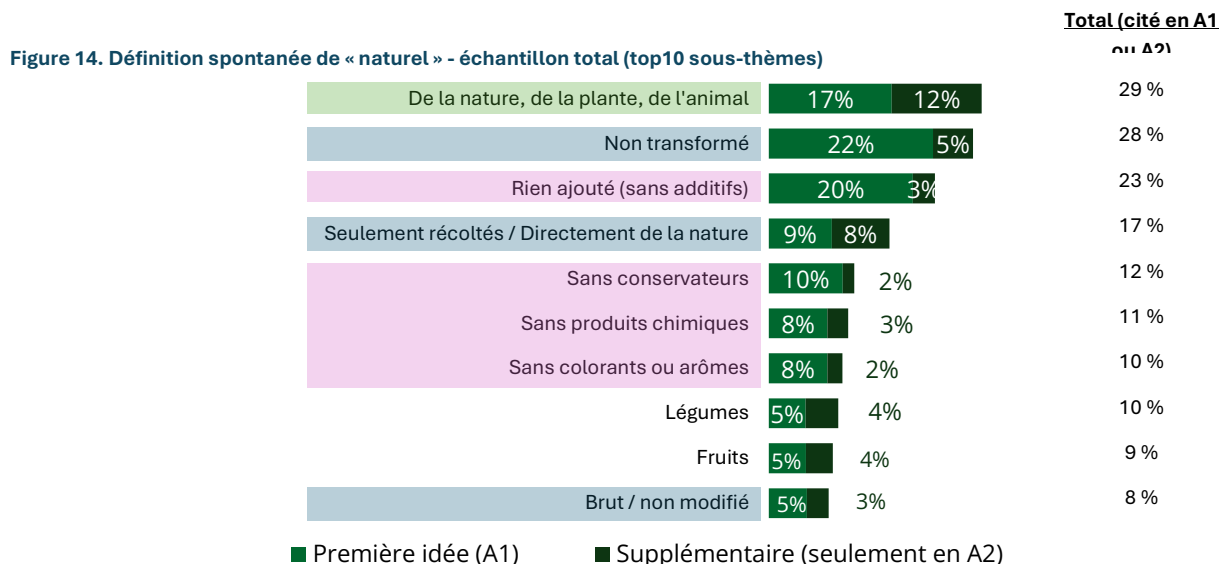
N = 1 050, données pondérées

En examinant les formulations concrètes (sous-thèmes), nous découvrons ce que les thèmes signifient (figure 14).

On dit le plus souvent que cela **doit provenir « de la nature/d'une plante ou d'un animal »**, que cela **« ne doit pas avoir été transformé »** et que cela **« ne doit avoir subi aucun ajout »**.

Le thème **« ingrédients »** renvoie principalement à **« rien ne peut être ajouté »** ou à **des ajouts spécifiques** qui ne doivent pas se trouver dans le produit. Le thème **« traitement »** renvoie principalement à **« non transformé »** et, dans une moindre mesure, à **« seulement récolté, directement de la nature »** et **« original, non modifié »**. Le thème **« culture »** renvoie principalement au fait qu'il doit provenir **« de la nature, de la plante, de l'animal »**. Bien que les personnes interrogées ne l'expriment pas souvent elles-mêmes de cette manière, nous pouvons déduire de cette dernière expression qu'elles veulent parler d'une origine non synthétique.

Pour le sous-thème **« rien n'est ajouté »** ou des ajouts spécifiques tels que les **« conservateurs »**, on peut noter que la majorité des répondants n'ont pas spontanément fait la distinction entre les ajouts non synthétiques et les ajouts d'origine synthétique. Il est également important de souligner que les répondants n'utilisent pas toujours le terme **« additifs »** selon la définition juridique précise. Il peut faire référence à une grande variété d'ajouts, tels que les arômes, les conservateurs, le sucre, etc. Lorsque ces conclusions font référence aux **« additifs »**, il s'agit de la définition large que les répondants donnent à ce terme.



A1. Supposons qu'un enfant de 12 ans vous demande : Qu'est-ce qu'un aliment (ou une boisson) « naturel »? Comment formuleriez-vous une réponse? A2. Supposons que l'enfant ne le comprenne pas encore bien. Comment pourriez-vous le formuler autrement? Première idée = ce sous-thème mentionné dans A1 ; idée supplémentaire = ce sous-thème mentionné dans A2 lorsqu'il n'était pas déjà nommé dans A1.

Remarque : Lorsqu'un répondant nomme plusieurs formulations renvoyant à la même chose (par exemple, non transformé, seulement récolté et brut/non modifié), le répondant est compté dans chaque sous-thème mentionné. En d'autres termes, vous ne pouvez pas simplement additionner le pourcentage de sous-thèmes.  
N = 1 050, données pondérées

Les 3 thèmes principaux sont également nommés ensemble dans les descriptions.

Figure 15. Définition spontanée de « naturel » - verbatims

VERBATIMS (A1 & A2)

Voedingsproducten die je **rechtstreeks uit de natuur** kan halen en kopen **zonder** dat ze **onnatuurlijk bewerkingen** ondergaan. Producten **rechtstreeks uit de natuur** die **niet bewerkt** worden als ze aangeboden worden om te kopen in de winkel.

Dat zijn producten die **gemaakt** worden **met enkel producten uit de natuur, zonder toevoegingen van bv suiker of kleurstoffen**. Dat zijn bv **groenten en fruit** en als deze tot drank of iets gemaakt worden om te eten of drinken mag daar **bijna niks** van andere producten **aan toegevoegd** worden.

Zo **weinig mogelijk bewerkt** voedsel, **zonder enige toevoegingen**. Kan je het **zo uit de natuur eten** zonder dat je iets moest doen.

**Onbewerkt** product. **Zonder additieven**.

Voeding die **onbewerkt** in de winkel komt of waaraan **niets is toegevoegd**. Voeding die je **in de natuur kan terug vinden** of die **zonder kunstmatige bewerkingen** in de rekken komt.

A1. Supposons qu'un enfant de 12 ans vous demande : Qu'est-ce qu'un aliment (ou une boisson) « naturel »? Comment formuleriez-vous une réponse? A2. Supposons que l'enfant ne le comprenne pas encore bien. Comment pourriez-vous le formuler autrement?

C'est un aliment ou une boisson **peu transformée**, dans son **état naturel d'origine**. Par exemple, c'est une **tomate** qui a **poussé dans le jardin** et qu'on a prise, **sans rien y ajouter**.

Un aliment que l'on ne peut **pas transformer**. Un aliment **provenant de la culture ou de l'élevage** auquel on **n'ajoute aucun ingrédient issu de l'industrie**.

Une boisson fraîche qui ne **contient pas des additifs artificiels**. Un aliment naturel ça veut dire qu'il **vient de la nature sans lui faire rien ou l'ajouter des choses** on le consomme comme il est.

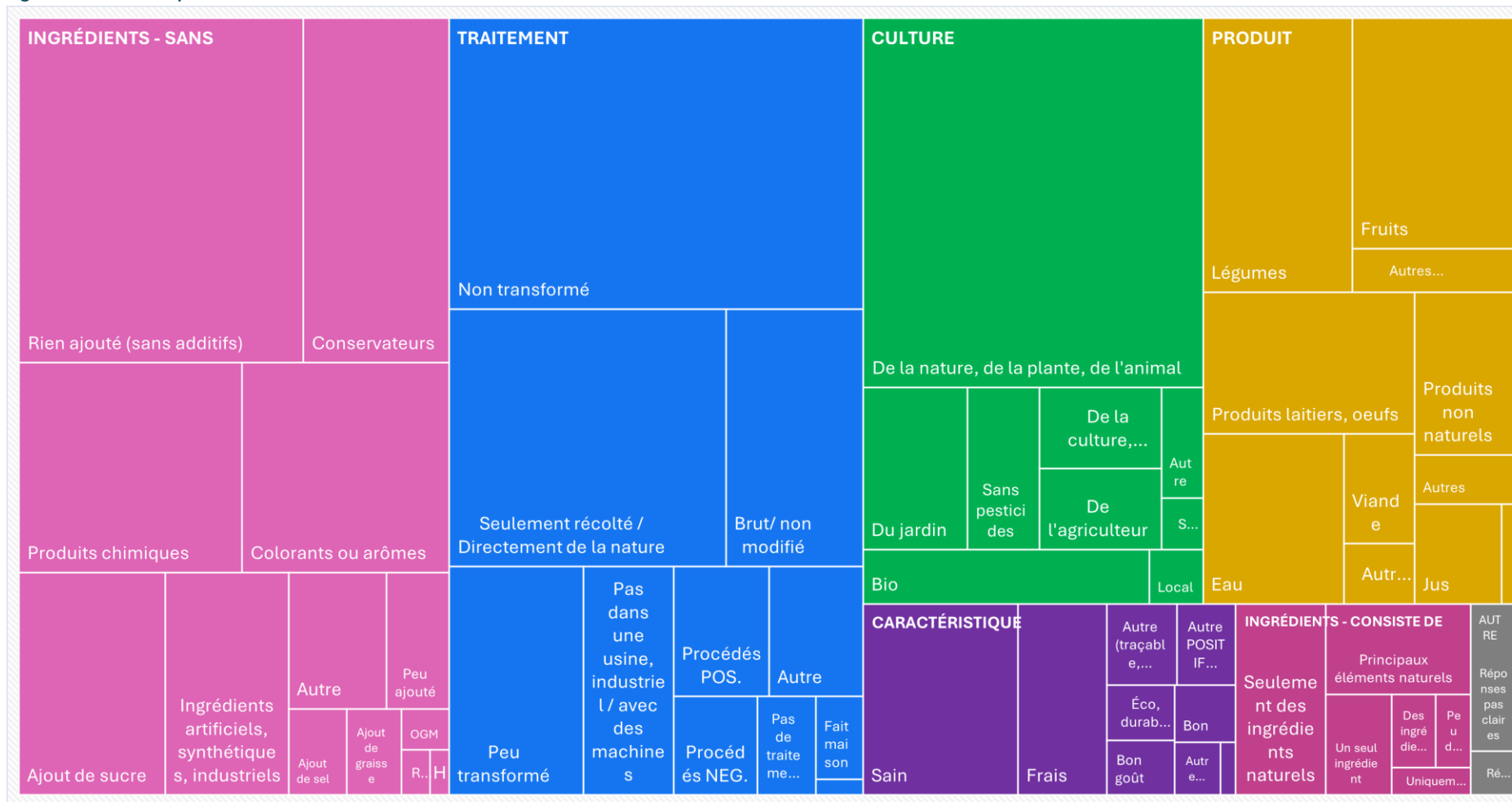
**Sans avoir été transformé** par la chaîne alimentaire. Aliment **sans additif**.

**Un pokemon niveau 1**.



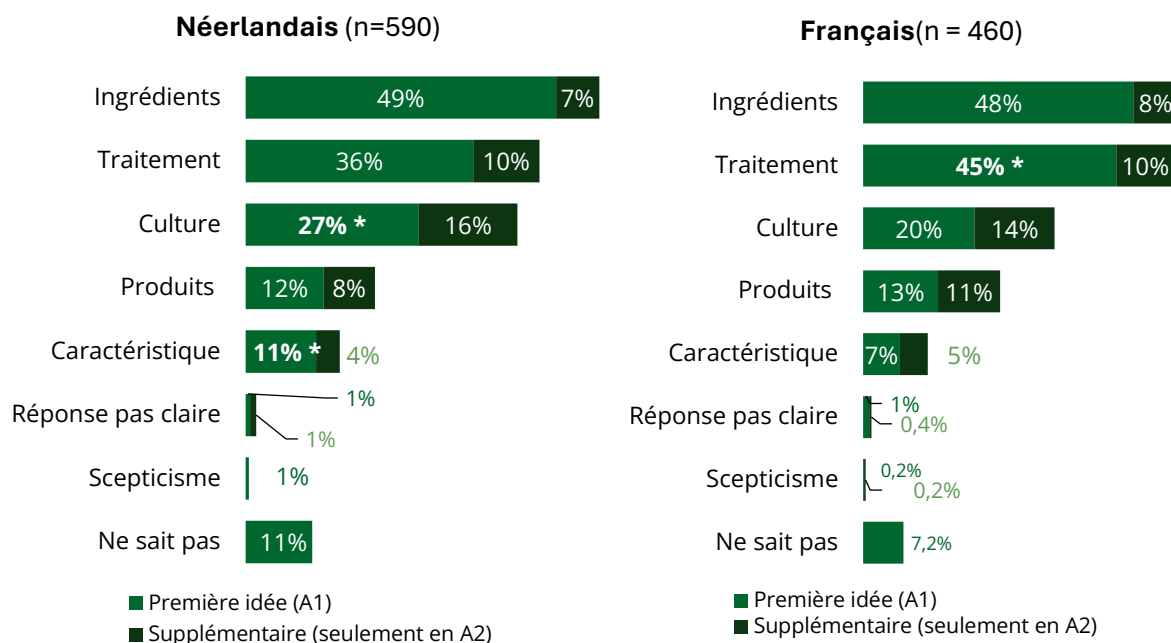
Aperçu élargi des sous-thèmes nommés (données A1+A2, données pondérées, sans « je ne sais pas ») : Plus la zone est grande, plus les thèmes ont fréquemment mentionnés.

Figure 16. Définition spontanée de « naturel » - détails des thèmes et sous-thèmes



Bien que les **principales lignes de la définition soient similaires** (thèmes et sous-thèmes), des différences de nuances peuvent également être notées entre les **descriptions néerlandophones et francophones**. Celles-ci sont illustrées à la figure 17. En néerlandais, les ingrédients sont clairement cités en premier, suivis de la transformation et de la culture. En français, la transformation et l'ensemble des ingrédients sont plus importants que la méthode de culture.

Figure 17. Définition spontanée de « naturel », par langue (thèmes)



A1. Supposons qu'un enfant de 12 ans vous demande : Qu'est-ce qu'un aliment (ou une boisson) « naturel »? Comment formuleriez-vous une réponse? A2. Supposons que l'enfant ne le comprenne pas encore bien. Comment pourriez-vous le formuler autrement? Première idée = le répondant mentionne au moins un sous-thème de ce thème en A1 ; Idée supplémentaire = le répondant mentionne au moins un sous-thème de ce thème seulement en A2 (donc le thème n'a pas encore été mentionné en A1). Différences significatives (L.C. à 95 %) entre les langues indiquées par \* Données pondérées

Pour information (non montré dans le graphique) :

- Ingrédients :
  - o Les néerlandophones sont légèrement plus enclins à mentionner « sans **sucre** ajouté » (10 % NL contre 5 % FR)
  - o Les francophones sont légèrement plus enclins à mentionner « **sans additifs, rien ajouté** » (26 % FR contre 20 % NL) et « sans **produits chimiques** » (16 % FR contre 7 % NL)
- Traitement :
  - o Les francophones mentionnent plus souvent « **non transformé** » (32 % FR contre 24 % NL)
  - o Les francophones sont légèrement plus susceptibles d'utiliser les mots « **brut, rien de changé, non modifié** » (11 % FR) que les néerlandophones les mots « origineel, onveranderd » (6 % NL)
- Culture : Les néerlandophones mentionnent plus souvent « **de la nature/ terre / plante / animal** » (33 % NL contre 24 % FR)

De même, le **tri au sein des groupes d'âge** est **très similaire pour les thèmes et les sous-thèmes**. Nous constatons que les répondants plus âgés citent un peu plus de caractéristiques différentes (même si tous les groupes d'âge utilisent à peu près le même nombre de caractères). Le groupe le plus âgé rejette plus souvent les ajouts, qu'il s'agisse d'ajouts en général ou de conservateurs, de colorants ou d'arômes spécifiques. Les jeunes répondants mentionnent un peu plus souvent les ajouts chimiques. En outre, les jeunes font plus souvent référence à « brut, non modifié », alors que le groupe plus âgé mentionne plus souvent « non transformé », ce qui peut indiquer une utilisation différente de la langue.

Figure 18. Définition spontanée de « naturel », par âge (thèmes)

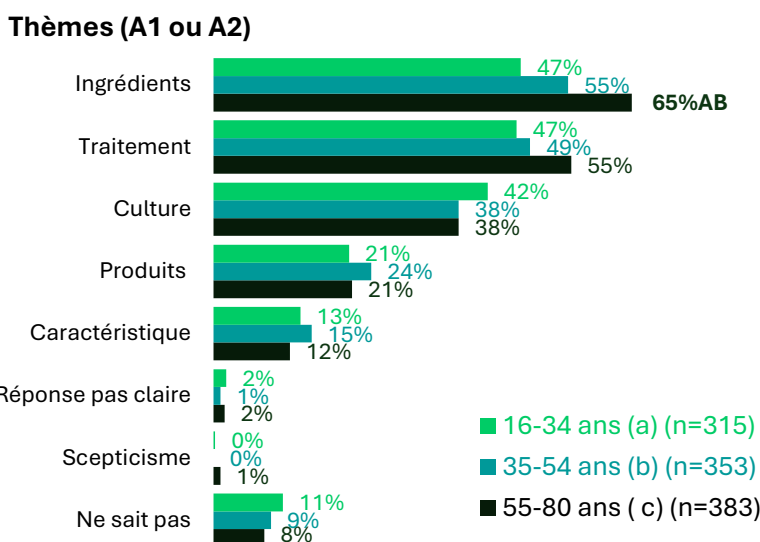
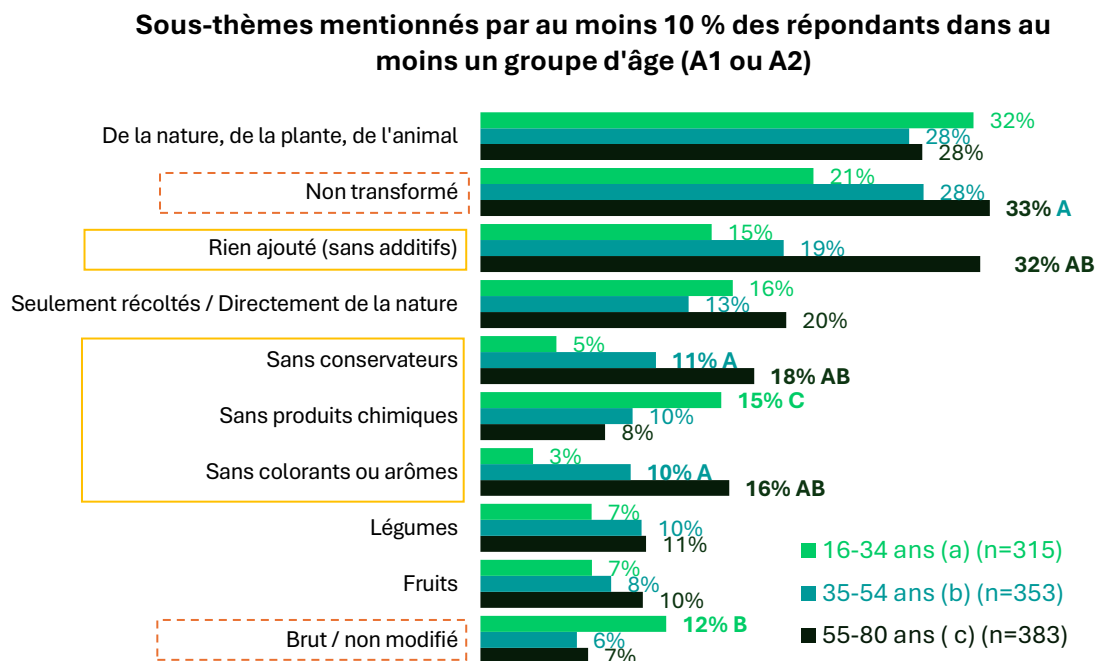


Figure 19. Définition spontanée de « naturel », par âge (sous-thèmes)



A1. Supposons qu'un enfant de 12 ans vous demande : Qu'est-ce qu'un aliment (ou une boisson) « naturel »? Comment formuleriez-vous une réponse? A2. Supposons que l'enfant ne le comprenne pas encore bien. Comment pourriez-vous le formuler autrement?

A1 of A2 = le répondant le nomme en A1 ou en A2.

Les différences significatives (L.C. à 95 %) entre les groupes d'âge sont indiquées par des lettres.

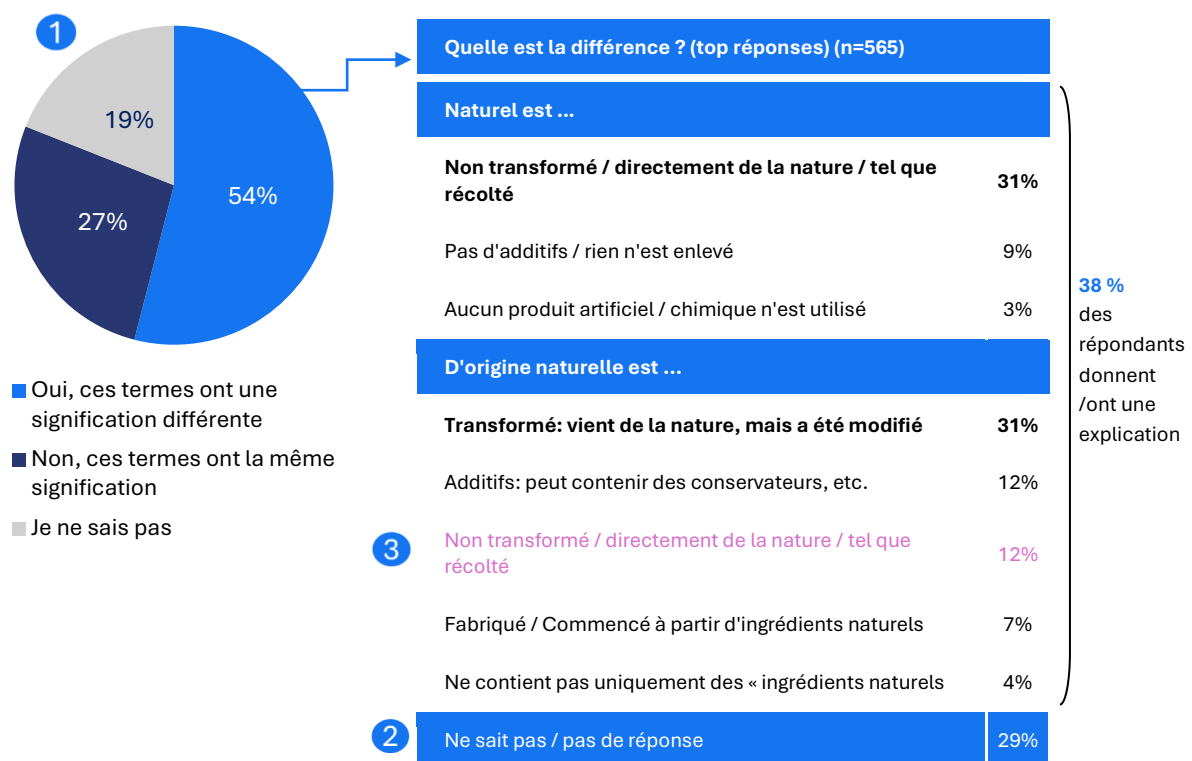
Données pondérées

Pour information (non repris dans les graphiques) : Comme pour les associations de produits, nous constatons que les personnes ayant un niveau d'instruction élevé, celles qui surveillent leur alimentation et les femmes citent un peu plus de caractéristiques (différentes).

En outre, nous examinons ce que les répondants entendent par le terme « **naturel** » par rapport à « **d'origine naturelle** ». D'abord en demandant si ces termes ont une signification différente selon eux, puis en décrivant la différence avec leurs propres mots.

La relation entre « naturel » et « d'origine naturelle » n'est **pas évidente pour de nombreuses personnes interrogées**. Près de 20 % n'ont pas d'opinion (1), et parmi ceux qui voient une différence, un tiers ne peut pas l'expliquer (2). Et il y a des déclarations contradictoires et des chevauchements (3). En général, on s'attend à ce que **le terme « naturel » ait des exigences plus strictes en matière de transformation et d'ajouts** que le terme « d'origine naturelle ».

Figure 20. Différence « naturel » par rapport à « d'origine naturelle »



A3. Voyez-vous une différence entre « naturel » et « d'origine naturelle »? N = 1 050, données pondérées  
 A4. Selon vous, quelle est la différence entre « naturel » et « d'origine naturelle »? N = 565, données pondérées

Pour information (non repris dans les graphiques) :

- Comme précédemment, nous constatons que les personnes plus instruites et celles qui surveillent leur alimentation sont plus susceptibles de penser que ces termes ont une signification différente et sont plus susceptibles d'être capables d'articuler leur idée (en disant moins souvent « ne sais pas »). Les hommes sont également légèrement plus nombreux à penser qu'ils ont une signification différente, alors que les femmes sont plus nombreuses à dire qu'elles ne savent pas.
- Pas de différences très frappantes en fonction de la langue ou de l'âge.

#### 5.2.4 ÉVALUATION DU « CARACTÈRE NATUREL » – PROCÉDÉS INDIVIDUELS

Dans cette section, nous examinons les processus de production des denrées alimentaires qui influencent plus ou moins la perception du caractère naturel d'un produit. Seize traitements ont été présentés séparément et dans un ordre aléatoire, uniquement avec une description simplifiée et un exemple (voir tableau 6). Les descriptions et les exemples choisis ont été spécifiquement adaptés à l'objectif de cette étude, et n'avaient pas pour but d'être exhaustifs ni représentatifs, mais d'apporter de la clarté aux personnes interrogées. Pour chaque procédé, les répondants ont donné leur évaluation du caractère naturel du produit final après le traitement respectif (naturel, d'origine naturelle, ni l'un ni l'autre, ou ne sait pas).

**Tableau 6. Formulations des traitements dans le questionnaire**

Procédé (non montré)	Description courte et simple (montré au répondant)	Exemple (montré au répondant)
Hacher finement	Un aliment est haché ou coupé en petits morceaux.	Par exemple: Persil finement haché
Moudre	Un aliment est réduit en poudre.	Par exemple: Amandes moulues
Sécher	L'eau est retirée d'un aliment (à l'air libre ou par traitement thermique).	Par exemple: Abricots séchés
Presser	Un aliment est pressé pour obtenir son jus ou son huile.	Par exemple: Jus d'orange fraîchement pressé
Congeler	Un aliment est stocké à une température inférieure à -18°.	Par exemple: Petits pois surgelés, cabillaud surgelé
Pasteuriser, stériliser	Un aliment est chauffé pour éliminer les bactéries et prolonger sa durée de vie.	Par exemple: Lait pasteurisé, tomates stérilisées en boîte ou en bocal
Fumer	Un aliment est placé dans la fumée de bois pour lui donner un goût de fumée typique et le conserver.	Par exemple: Saumon fumé traditionnellement
Cuisson, cuisson au four, friture	Un aliment est traité à la chaleur pour le rendre consommable.	Par exemple: Pommes de terre cuites à l'eau
Fermentation	Un aliment est fermenté à l'aide de micro-organismes (levures ou bactéries) afin d'en modifier le goût, la texture ou la composition.	Par exemple: Yaourt sans ajouts (sans fruits, sans sucre, sans arômes), choucroute
Traitement enzymatique	Des enzymes (protéines) sont ajoutées à un produit pour déclencher des réactions spécifiques et modifier, par exemple, le goût ou la composition.	Par exemple: Lait sans lactose, sirop de glucose
Extraction par solvant	Un solvant chimique est utilisé pour extraire certaines substances désirables ou indésirables d'un produit.	Par exemple: Café décaféiné, huile de colza obtenue avec l'aide d'hexane (solvant chimique)
Ozonisation, irradiation, traitement UV	Les bactéries présentes dans un aliment sont détruites par l'ozone, l'irradiation ou la lumière UV.	Par exemple: Eau potable traitée à l'ozone ou aux UV (comme certains filtres à eau de bureau), épices irradiées
Synthèse chimique	Une nouvelle substance est produite par une réaction chimique entre plusieurs substances.	Par exemple: L'édulcorant aspartame
Infuser	Un produit est plongé dans de l'eau chaude, de sorte que l'eau prend la saveur du produit.	Par exemple: Une tasse de thé
Conserver avec du nitrite/sulfite	Des nitrites ou des sulfites (conservateurs autorisés) sont ajoutés à un aliment pour en augmenter la conservation.	Par exemple: Viande séchée, raisins secs
Produits par des levures génétiquement modifiées	Des levures sont génétiquement modifiées pour produire des arômes spécifiques, identiques à ceux des plantes. Les levures sont éliminées après la production de l'arôme.	Par exemple: Certains arômes de vanille

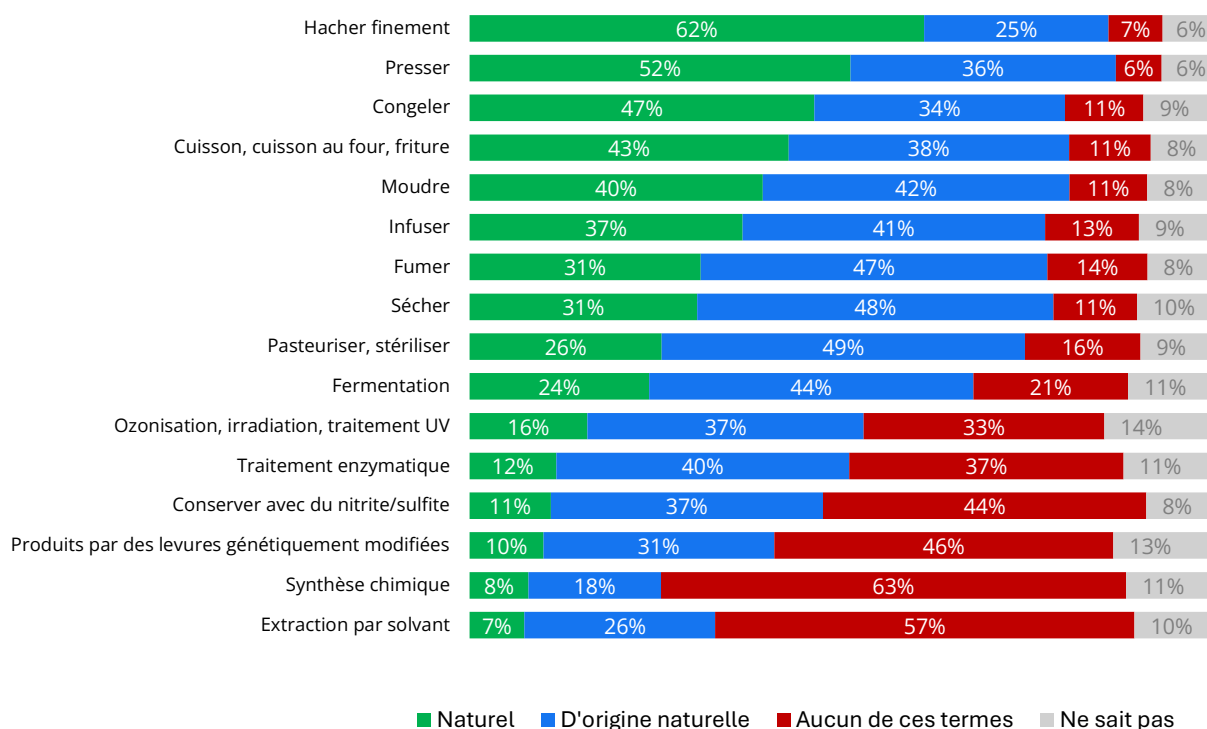
Les traitements par **hachage ou pressage** sont manifestement ceux qui porte le moins atteinte au caractère naturel d'un ingrédient. Ce sont les seuls traitements qui font qu'au moins 50 % des personnes interrogées continuent à qualifier le produit final de « naturel ». Il s'agit dans les deux cas d'une **transformation mécanique**. La « mouture », qui est également une opération mécanique, a un impact un peu plus négatif sur le caractère naturel d'un ingrédient, peut-être parce que le terme suggère qu'une machine est impliquée.

Vient ensuite **la transformation par changement de température** : congélation, cuisson (cuisson au four, friture), infusion, fumage, séchage, pasteurisation (stérilisation). Leurs produits finis ne sont encore qualifiés de « naturels » que par un quart à près de la moitié des personnes interrogées.

On trouve ensuite des **transformations plus poussées** qui peuvent ou non donner lieu à des **modifications de la composition** : fermentation, ozonisation, irradiation, traitement aux UV, traitement enzymatique, conservation au nitrite/sulfite. Après **fermentation** un produit final peut encore être qualifié de « naturel » pour un quart des répondants. Il s'agit donc d'une exception positive dans ce groupe de traitements plus poussés qui, autrement, conduisent à un produit final qui peut être qualifié de « naturel » pour seulement 11 à 16 % des répondants.

Les processus impliquant des **éléments chimiques** (synthèse chimique et extraction par solvant) ont l'impact le plus négatif sur le caractère naturel d'un produit, même **plus que lors de l'utilisation d'un OGM** (organisme génétiquement modifié). Seuls 7 à 10 % des personnes interrogées qualifieraient encore un produit de « naturel » après ces traitements.

Figure 21. Évaluation des processus individuels – Échantillon total



R1. Sur les écrans suivants, vous verrez à chaque fois la description d'un procédé utilisé dans la production alimentaire. Lisez la description et les exemples proposés et décidez si vous considérez ou non le produit final après ce procédé comme naturel ou d'origine naturelle. N = 1 050, données pondérées

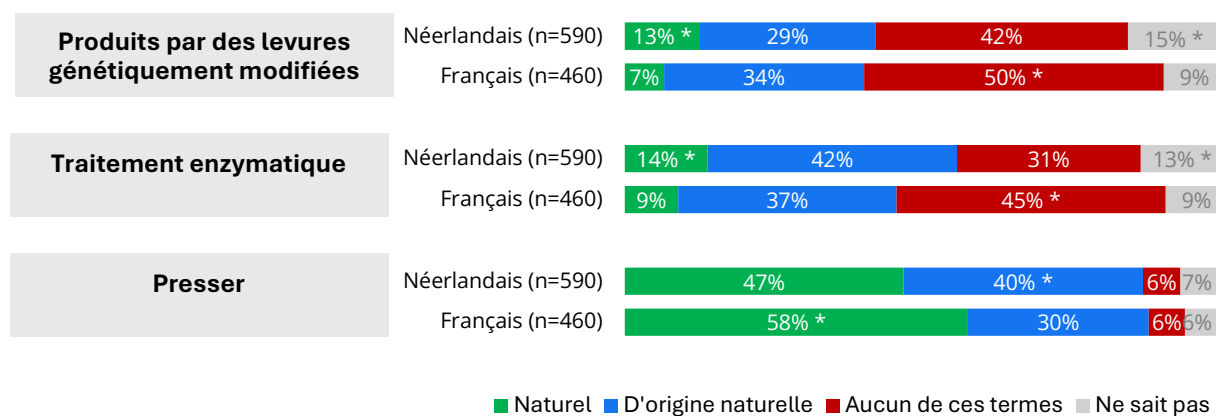
Il convient de noter la différence entre la fermentation (ajout de levures ou de bactéries) (« naturel » pour 24 %) et le traitement enzymatique (ajout d'enzymes) (« naturel » pour 12 %), tous deux destinés à

améliorer la saveur ou la composition. De ce fait, l'idée « **vous pouvez le faire vous-même à la maison** » semble également jouer un rôle.

Autre fait notable : bien que nous ayons constaté précédemment que les consommateurs avaient du mal à faire la différence entre « **d'origine naturelle** » et « **naturel** », nous constatons qu'ils attribuent quand même **de manière cohérente la mention « d'origine naturelle » aux différents traitements**. Cela confirme l'idée que les consommateurs ont pour la plupart une **signification intuitive** du concept de naturalité, sans pouvoir l'expliquer. C'est également ce qui ressortait déjà de la recherche documentaire.

Les **commentaires néerlandophones et francophones** sur les traitements **sont à nouveau très similaires**. Des différences significatives apparaissent à la figure 22 : l'utilisation de levures génétiquement modifiées et le traitement enzymatique sont plus susceptibles d'avoir un impact négatif sur la perception du naturel chez les francophones. Le « pressage » est perçu comme un peu plus naturel par les francophones.

Figure 22. Évaluation des procédés individuels, par langue

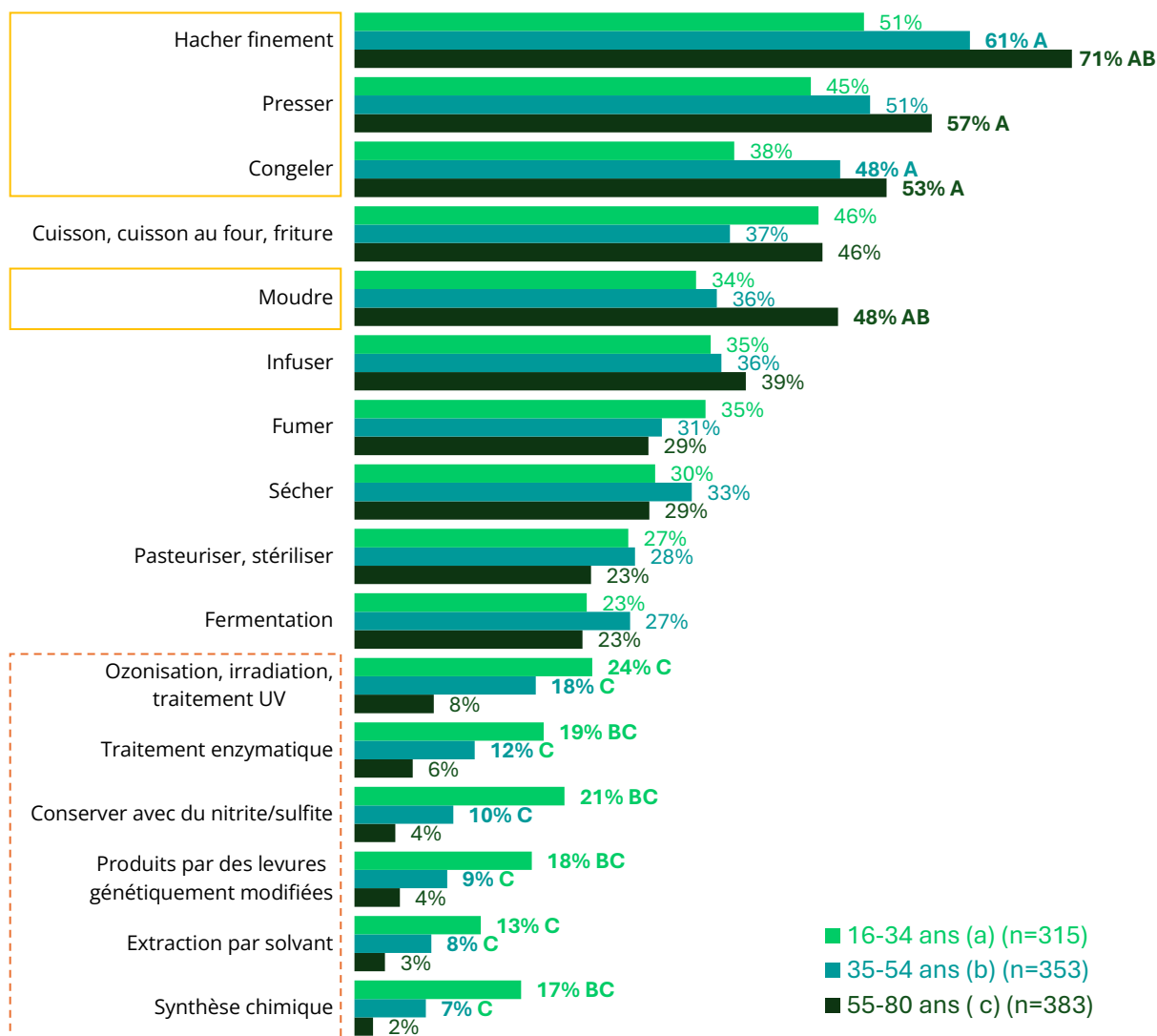


R1. Sur les écrans suivants, vous verrez à chaque fois la description d'un procédé utilisé dans la production alimentaire. Lisez la description et les exemples proposés et décidez si vous considérez ou non le produit final après ce procédé comme naturel ou d'origine naturelle.  
Différences significatives (L. C. à 95 %) entre les langues indiquées par \*  
Données pondérées

De même, entre les **groupes d'âge le tri général** des formes de traitement **n'a pas beaucoup varié**. Plus on est jeune, moins on perçoit de différences entre les formes de traitement. Les répondants plus âgés considèrent que les produits ayant subi une transformation plus poussée (à l'exception de la fermentation) sont nettement moins naturels, tandis que la transformation mécanique et la congélation sont tout juste considérées comme plus naturelles.

L'impact de l'idée « vous pouvez le faire vous-même à la maison » dépend également de l'âge : le groupe le plus jeune accorde la même importance à la fermentation et au traitement enzymatique, tandis que pour le groupe le plus âgé, la fermentation nuit nettement moins au caractère naturel du produit que le traitement enzymatique.

Figure 23. « Naturel » : Évaluation des processus individuels, par âge



R1. Sur les écrans suivants, vous verrez à chaque fois la description d'un procédé utilisé dans la production alimentaire. Lisez la description et les exemples proposés et décidez si vous considérez ou non le produit final après ce procédé comme naturel ou d'origine naturelle. Les différences significatives (L.C. à 95 %) entre les groupes d'âge sont indiquées par des lettres. Données pondérées

Une fois de plus, nous constatons que les personnes ayant un niveau d'instruction élevé et celles qui font attention à leur alimentation sont plus susceptibles d'avoir des opinions tranchées (moins de « je ne sais pas »).



## 5.2.5 ÉVALUATION DU CARACTÈRE « NATUREL » - APRÈS TRAITEMENTS MULTIPLES

Dans cette section, nous examinons comment les combinaisons d'opérations au cours de la production alimentaire affectent la perception du caractère naturel d'un produit. Trois produits oléagineux ont été sélectionnés à cette fin : l'huile d'olive, l'huile essentielle de thym et l'huile de colza. Pour chaque produit, un processus de production simplifié a été décrit, en variant délibérément le degré de transformation afin d'étudier son influence. Le procédé décrit est spécifiquement adapté à l'objectif de cette étude et n'est pas représentatif de la production de produits existants sur le marché.

Chaque personne interrogée a reçu l'explication des étapes de production de l'un des trois produits (tableau 7). Elle a ensuite évalué le caractère naturel du produit final après toutes les étapes décrites. En outre, les personnes ont été interrogées sur la raison de leur évaluation, en choisissant parmi une liste limitée d'options.

**Tableau 7. Formulation des étapes de traitement dans le questionnaire**

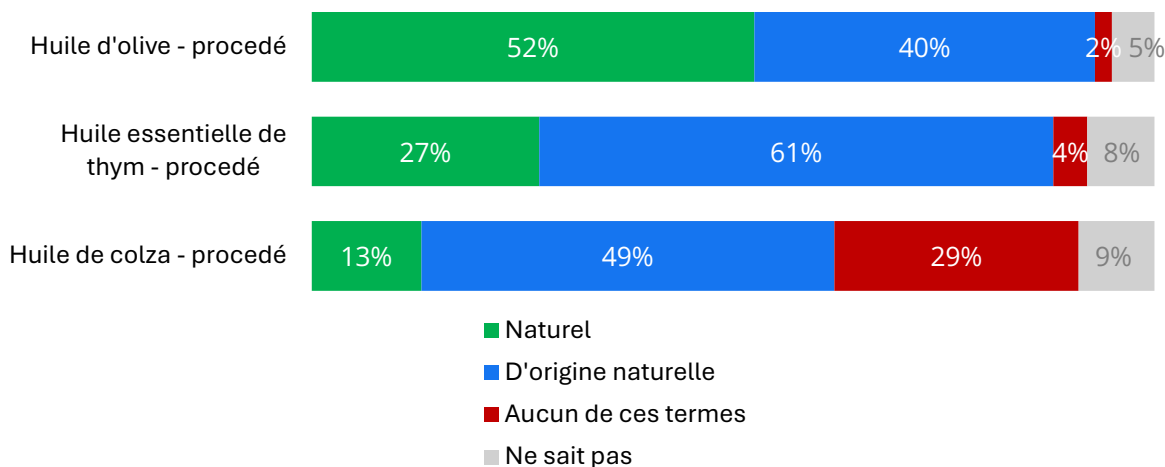
Les étapes de la fabrication de l'<huileX>		
Huile d'olive	Huile essentielle de thym	Huile de colza
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Les olives sont pressées mécaniquement pour obtenir une pulpe d'olive.</li> <li>2. La pâte d'olive est ensuite mélangée pour séparer les gouttelettes d'huile.</li> <li>3. L'huile est ensuite séparée de la pulpe de manière mécanique (à l'aide d'un filtre).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Le thym frais est placé dans une cuve traversée par de la vapeur.</li> <li>2. L'huile essentielle est entraînée par la vapeur (distillation).</li> <li>3. La vapeur est ensuite refroidie, ce qui permet de séparer l'huile essentielle de l'eau.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Les graines de la plante de colza sont broyées en fins morceaux.</li> <li>2. Ces morceaux sont mélangés à un solvant chimique autorisé. Cela permet de dissoudre l'huile présente dans les graines.</li> <li>3. À l'aide d'un filtre, tous les morceaux solides sont retirés et il ne reste qu'un mélange d'huile et de solvant chimique.</li> <li>4. Ce mélange d'huile est chauffé de manière à ce que le solvant chimique s'évapore complètement et qu'il ne reste plus que l'huile de colza.</li> <li>5. Grâce à divers procédés physiques et chimiques, les substances, les couleurs et les odeurs indésirables sont éliminées de l'huile.</li> </ol>

Sur la base des enseignements tirés des procédés individuels, nous nous attendons à ce que

- l'huile d'olive corresponde à « une opération mécanique »
- l'huile essentielle de thym corresponde à un « traitement avec température »
- l'huile de colza corresponde à « une opération de transformation utilisant un élément chimique »

Sur les trois, le processus pour l'**huile de colza** est clairement perçu comme le **plus fortement non naturel**, du fait des **produits chimiques** (extraction par solvant) utilisés comme principal facteur distinctif. Pour les deux autres procédés, la mention « naturel » ou « d'origine naturelle » est nettement mieux acceptée. En fait, la moitié des personnes interrogées (52 %) considèrent que le procédé de fabrication de l'huile d'olive est « naturel », tandis que l'expression « d'origine naturelle » correspond le mieux au procédé de fabrication de l'huile de thym.

Figure 24. Évaluation des traitements multiples - Généralités



Q1/2/3a. En général, les produits alimentaires subissent plus d'une opération. Voici les étapes de la fabrication de <huileX> . De <huileX> obtenue à l'issue de ces opérations peut être qualifiée de...  
 1 huile est montré aléatoirement par répondant : N huile d'olive = 342 ; N huile essentielle de thym = 355 ; N huile de colza = 352 ;  
 données pondérées

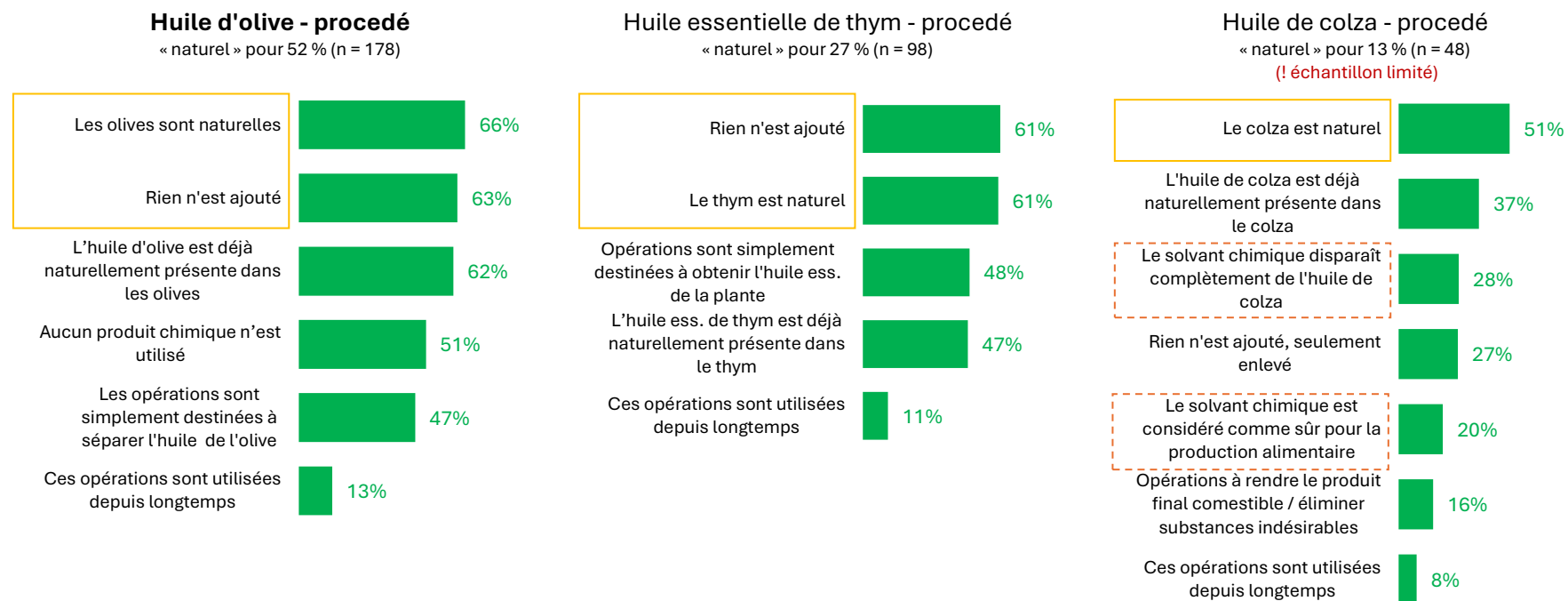
Pour information (non représenté dans le graphique) :

- Procédé d'extraction de l'huile d'olive :
  - o **Les francophones** tendent plus vers « naturel » (60 % naturel et 33 % d'origine naturelle), **les néerlandophones** tendant plus vers « d'origine naturelle » (45 % naturel et 47 % d'origine naturelle)
  - o Pas de différence en fonction de l'âge, du niveau d'instruction, du sexe et des choix alimentaires
- Procédé d'extraction de l'huile essentielle de thym :
  - o Principalement « d'origine naturelle » dans les deux langues, mais les **francophones** choisissent plus souvent « naturel » (36 % naturel et 55 % d'origine naturelle), les **néerlandophones** choisissant plus souvent « d'origine naturelle » (21 % naturel et 65 % d'origine naturelle)
  - o Pas de différence en fonction de l'âge, du niveau d'instruction, du sexe et des choix alimentaires
- Procédé d'extraction de l'huile de colza :
  - o Pas de différence entre les locuteurs néerlandais et français et entre les sexes
  - o **Le groupe le plus âgé** le trouve **moins susceptible d'être naturel** que le groupe le plus jeune, ce qui est conforme à l'évaluation des **procédés impliquant des éléments chimiques**.
  - o Les personnes plus instruites et celles qui surveillent leur alimentation sont également moins enclines à le considérer comme naturel.

Dans ce questionnaire, le terme « naturel » est également lié à son origine (la nature) et à l'absence d'additifs. Une minorité de répondants ne considère pas l'utilisation de produits chimiques comme un obstacle, parce qu'ils sont sûrs et/ou qu'ils sont retirés ensuite.

Figure 25. Évaluation des traitements multiples - Raisons du qualificatif « naturel »

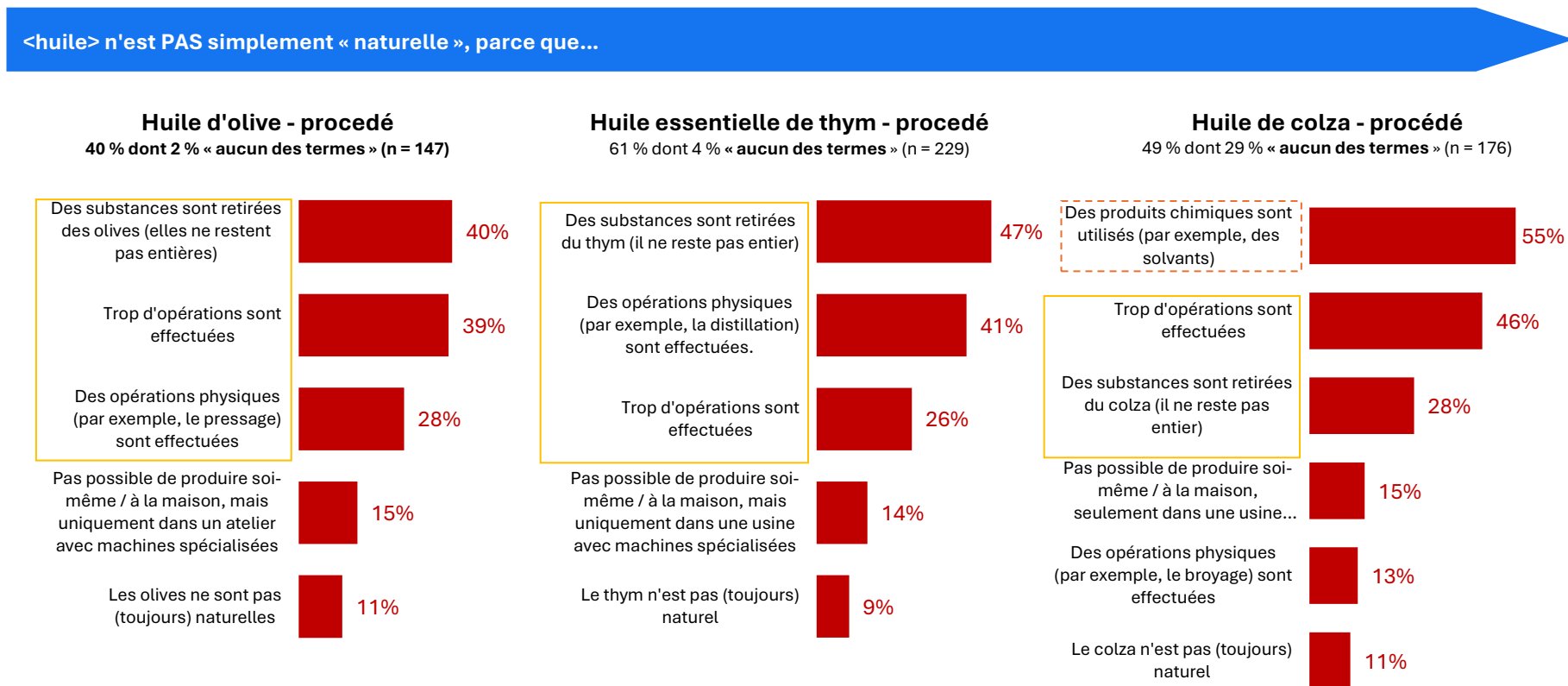
**<huile> est tout simplement « naturelle » pour moi, parce que...**



Q1/2/3c. Pourquoi pensez-vous que l'<huileX> ainsi obtenue est « naturelle » ? (plusieurs réponses possibles)  
Données pondérées

L'utilisation de produits chimiques est un obstacle majeur à la perception du naturel, même s'ils sont éliminés au maximum.  
 Une transformation limitée de l'ingrédient (quelque chose est extrait) ou un certain traitement n'empêche pas d'appeler un produit « d'origine naturelle », mais c'est le cas pour « naturel ».

Figure 26. Évaluation des traitements multiples - Raisons du non choix du qualificatif «naturel »



Q1/2/3c. Pourquoi pensez-vous que l'<huileX> ainsi obtenue n'est pas « naturelle » / est « d'origine naturelle », mais pas « naturelle »? (plusieurs réponses possibles)  
 Données pondérées

Aperçu d'ensemble tout au long du questionnaire : Pour un certain nombre de produits, on peut comparer la **perception spontanée, inconsciente** de la naturalité avec l'évaluation **des procédés qui sont (ou peuvent être) nécessaires** pour en arriver à ce produit.

Les exemples ci-dessous montrent que les **consommateurs ont une connaissance limitée des procédés de production** des produits alimentaires (vision « naïve », « populiste »), ce qui peut provoquer un **changement d'opinion** lorsqu'ils sont informés des procédés sous-jacents nécessaires à l'obtention du produit.

Tableau 8. Comparaison produit/procédé

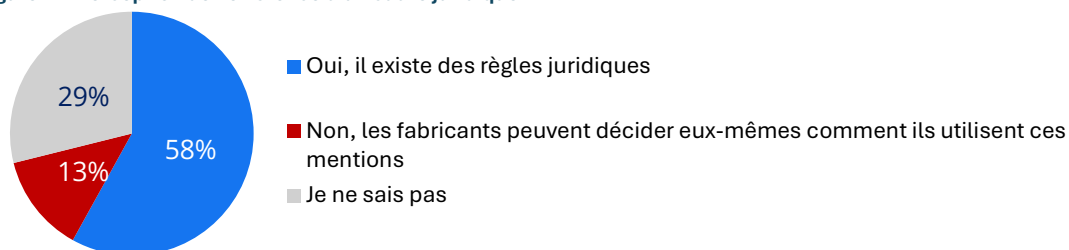
Opinion inconsciente		Opinion consciente et informée			
Évaluation du produit final sans informations (P1-2) (naturel - non naturel)		Évaluation du produit final après 1 procédé (R1) (naturel - d'origine naturelle - aucun des deux- ne sait pas)		Évaluation du produit final après >1 procédé (Q1-2-3a) (naturel - d'origine naturelle - aucun des deux- ne sait pas)	
Yaourt non sucré	Rang6/22 liste de produits (nettement plus naturels que non naturels)	Fermenter (Par exemple: Yaourt sans ajouts, choucroute)	Après ce traitement, un produit peut être appelé « d'origine naturelle »	↓	
Lait entier	Rang3/22 liste de produits (nettement beaucoup plus naturel que non naturel)	Pasteuriser, stériliser (Par exemple: Lait pasteurisé, tomates stérilisées en boîte ou en bocal)	Après ce traitement, un produit peut être appelé « d'origine naturelle ».	↓	
Tomates pelées en conserve	Rang10/22 liste de produits (aussi souvent naturel que non naturel)			=	
Petits pois surgelés	Rang7/22 liste de produits (nettement plus naturel que non naturel)	Congeler (Par exemple: Petits pois surgelés, cabillaud surgelé)	Après ce traitement, un produit peut être qualifié de « naturel »	=	
Huile de colza	Rang8/22 (nettement plus naturel que non naturel)	Extraction par solvant (Par exemple: Café décaféiné, huile de colza obtenue avec l'aide d'hexane)	Après ce traitement, le produit ne peut manifestement pas porter d'allégation de naturalité	↓↓	Huile de colza - procédé  La plupart des personnes interrogées considèrent que le produit est « d'origine naturelle » ↓

## 5.2.6 ATTENTES CONCERNANT LA RÉGLEMENTATION DU TERME « NATUREL »

Dans cette section, nous examinons dans quelle mesure les gens connaissent les règles juridiques relatives à l'utilisation de la mention « naturel » ou « d'origine naturelle » sur les denrées alimentaires, et dans quelle mesure ils en ont besoin.

La **majorité des répondants** (58 %) pense qu'un cadre juridique **existe déjà** pour cela. **83 % des répondants** pensent qu'il est **important** qu'il existe des règles juridiques pour la mention « naturel » ou « d'origine naturelle ».

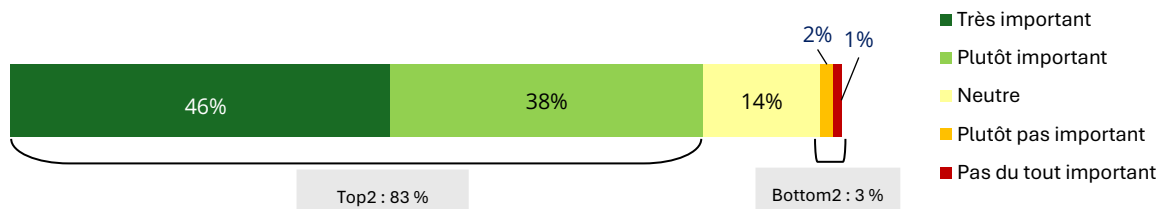
Figure 27. Perception de l'existence d'un cadre juridique



V1. Pensez-vous qu'il existe des règles juridiques régissant l'utilisation des mentions « Naturel » et « D'origine naturelle » sur les emballages des produits alimentaires et des boissons, ou les fabricants sont-ils autorisés à en décider eux-mêmes? N = 1 050, données pondérées

À titre d'information (non repris dans le tableau) : La conviction de la préexistence des règles juridiques est plus forte chez les néerlandophones (62 % contre 53 % chez les francophones) et les hommes (61 % contre 55 % chez les femmes) et diminue avec l'âge (66 % chez les 16-34 ans contre 49 % chez les 55-80 ans).

Figure 28. Importance des règles juridiques



V2. Pensez-vous qu'il est important qu'il existe des règles juridiques régissant l'utilisation des mentions « Naturel » et « D'origine naturelle » sur les emballages des produits alimentaires et des boissons? N = 1 050, données pondérées

Pour information (non repris dans le tableau) : L'importance de l'existence de règles est la même pour les néerlandophones (top2 : 82 %) que les francophones (top2 : 86 %) et est également indépendante du sexe. Plus ils sont âgés, instruits ou attentifs à leurs choix alimentaires, plus ils considèrent que l'existence de règles juridiques est importante.

### 5.3 CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE AUPRÈS DES CONSOMMATEURS

#### Qu'attendent les consommateurs d'un aliment lorsqu'ils voient l'allégation « naturel » sur l'emballage ?

Dans ce cas, les consommateurs attendent généralement d'un produit qu'il provienne de la nature, qu'il soit non transformé ou très peu transformé, et qu'il ne contienne pas d'ajouts (additifs au sens réglementaire ou autres ajouts comme le sucre). L'expression « peu transformé » renvoie principalement à une transformation mécanique minimale (hachage, pressage).

Bien que la nature non synthétique d'un produit naturel soit rarement mentionnée spontanément de manière explicite, elle peut être implicitement déduite en renvoyant à des termes tels que : « de la nature ». Comme dans la littérature académique, nous constatons que toute transformation, aussi minime soit-elle, ou perception d'ajouts potentiels entraînent une forte baisse de la perception de « naturalité ». Le fait qu'un produit soit d'origine végétale ou plutôt animale n'a pas en soi une grande incidence sur la perception du caractère naturel.

Produits associés aux termes « naturel » et « non naturel »	Définition propre d'« aliment naturel »	Explication propre de « naturel » par rapport à « d'origine naturelle »
<p><b>Le plus naturel :</b>            Par exemple, œufs frais, tomates fraîches, lait entier, farine de blé, blanc de poulet cru</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Faible degré de traitement :               <ul style="list-style-type: none"> <li>Non traité</li> <li>Traitement mécanique minimal (découpage, mouture)</li> </ul> </li> <li>Composé d'un seul ingrédient</li> </ul> <p><b>Le moins naturel :</b>            Par exemple, oursons acidulés, soupe instantanée, cola, salade de poulet au curry, salami en tranches, mayonnaise</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Haut degré de transformation</li> <li>Contient plusieurs ingrédients/additifs</li> </ul>	<p><b>INGRÉDIENTS :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sans ajouts/additifs (en général)</li> <li>Sans ajouts spécifiques (conservateurs, substances synthétiques, colorants ou arômes, sucre ajouté, ...)</li> </ul> <p>La majorité des personnes interrogées ne précise pas spontanément s'il s'agit d'une origine « naturelle » ou synthétique.</p> <p><b>TRAITEMENT :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Non traité</li> <li>Seulement récolté / directement de la nature</li> <li>Brut / non modifié</li> </ul> <p><b>CULTURE/ORIGINE :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De la nature ou de la terre, d'une plante ou d'un animal (ou : origine non synthétique)</li> </ul>	<p>La relation entre les mentions « naturel » et « d'origine naturelle » n'est généralement pas évidente, ou difficile à formuler. Néanmoins, d'une manière générale :</p> <p><b>NATUREL :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De la nature</li> <li>Sans ajouts</li> <li>Sans traitements</li> </ul> <p><b>D'ORIGINE NATURELLE :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De la nature</li> <li>Quelques ajouts/additifs possibles</li> <li>Quelques traitements possibles</li> </ul>

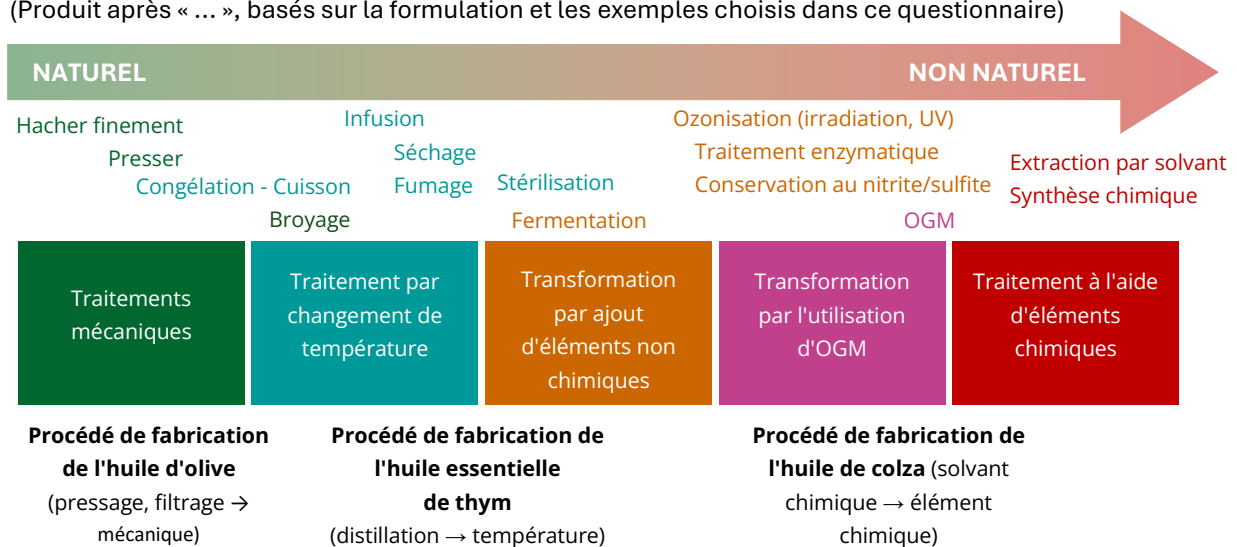
#### Quel est l'impact sur la perception du caractère naturel des traitements spécifiques ?

Bien que les consommateurs aient du mal à définir clairement ce que signifie pour eux « naturel » et surtout « d'origine naturelle », ils classent les produits finis de manière remarquablement cohérente en fonction du procédé de production qu'ils ont suivi. Cela correspond à la compréhension intuitive qu'ont les consommateurs du concept de « naturel », que l'on retrouve également dans la littérature académique.

- Les opérations mécaniques minimales telles que le hachage et le pressage affectent le moins la perception du naturel ; plus de 50 % des personnes interrogées qualifient toujours le produit final de « naturel ». La mouture obtient un score légèrement inférieur, peut-être parce qu'il est associé à de grosses machines ou à un environnement industriel.

- Les produits ayant subi des traitements thermiques tels que la congélation, la cuisson (classique, au four, friture), l'infusion, le fumage, le séchage et la pasteurisation/stérilisation sont considérés comme « naturels » par 25 à 50 % des personnes interrogées.
- La fermentation classique est une exception parmi les traitements non 'chimiques' (25 % des personnes interrogées la qualifient de « naturelle »). Les produits ayant subi des traitements tels que l'ozonisation (irradiation, traitement UV), le traitement enzymatique, la conservation au nitrite/sulfite ne sont considérés comme « naturels » que par 11 à 16 % des personnes interrogées.
- Les opérations chimiques (telles que la synthèse chimique) et les opérations nécessitant des produits chimiques (telles que l'extraction par solvant) ont l'impact le plus négatif. Seuls 7 à 10 % des personnes interrogées considèrent encore les produits comme « naturels » après ces traitements, ce qui est encore moins que les produits fabriqués à partir d'OGM (organismes génétiquement modifiés). Ces derniers obtiennent donc un score très bas en termes de « naturalité ».

(Produit après « ... », basés sur la formulation et les exemples choisis dans ce questionnaire)





## Conseils pour la réglementation ou les lignes directrices

Pour répondre aux attentes des consommateurs belges, une réglementation ou des lignes directrices sur les allégations de naturalité devrait clarifier les aspects suivants : l'origine des ingrédients (de la nature), les procédés de transformation et les ajouts autorisés ou non dans le cadre d'allégations spécifiques relatives à la naturalité.

En ce qui concerne la composition des produits, l'étude souligne l'importance pour les consommateurs de l'absence de certains ajouts, et des additifs en particulier. La question se pose toutefois de savoir si les additifs doivent être considérés comme un critère distinct ou s'ils doivent être évalués de la même manière que les autres ingrédients.

Cette étude présente les perceptions des consommateurs à l'égard de différents traitements. Sur cette base, l'autorité réglementaire devrait déterminer quels traitements peuvent ou ne peuvent pas être appliqués aux produits pour qu'ils puissent faire l'objet d'une allégation de naturalité. En effet, si 51 % des personnes interrogées considèrent qu'un procédé est « naturel », 49 % d'entre elles considèrent également qu'il n'est pas « naturel ». Où fixe-t-on la limite ? L'autorité de régulation devra décider quel risque de tromperie est acceptable ou non, en tenant compte, entre autres, des aspects techniques, de la logique pratique et de la cohérence des règles.

L'attribution suggérée de traitements aux allégations de naturalité dans l'aperçu ci-dessous (sur la base des perceptions du « groupe le plus important » et de la logique) a pour seul but d'illustrer ce à quoi une telle attribution pourrait ressembler.

Origine de l'ingrédient (Comment ou d'où a-t-il été obtenu ?)	Traitement des ingrédients (Comment cela se passe-t-il ?)	Ajouts (Qu'est-ce qu'il y a dedans ?)
<p>Les produits peuvent faire l'objet d'une allégation de naturalité s'ils proviennent de la nature, d'un animal ou d'une plante (ou ont une origine non synthétique)</p>	<p><b>Traitements autorisés :</b> Les produits peuvent être qualifiés de « naturels » s'ils sont</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• offerts sans traitement</li> <li>• offerts après une transformation mécanique minimale, à savoir, hachage, pressage, mouture</li> <li>• et - à considérer - s'ils sont offerts après congélation, cuisson</li> </ul> <p>Les produits peuvent être qualifiés de « d'origine naturelle » s'ils sont</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• offerts après la plupart des traitements thermiques, à savoir, séchage, fumage, infusion, pasteurisation</li> <li>• et aussi s'ils sont offerts après fermentation (+ éventuellement ozonisation, irradiation, traitement UV et traitement enzymatique)</li> </ul> <p><b>Traitements non autorisés :</b> Les produits ne peuvent pas porter d'allégation de naturel s'ils sont offerts après des traitements tels que la conservation avec du nitrite/sulfite, produits par des organismes génétiquement modifiés ou des traitements avec des éléments synthétiques (extraction par solvant, synthèse chimique)</p>	<p>Les produits peuvent être qualifiés de « naturels » si aucun « ajout » (conservateurs, substances synthétiques, colorants ou arômes et autres) n'est utilisé.</p> <p>Les produits peuvent être qualifiés de « d'origine naturelle » si certains ajouts sont utilisés</p>

Classification en *bleu* = à déterminer par les organismes de réglementation, à titre d'exemple uniquement.

## 6. SOURCES D'INFORMATION

### Législatif:

EU - article 7 du Règlement (UE) nr 1169/2011

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02011R1169-20180101>

EU - article 8 du Règlement (CE) nr 1924/2006

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32006R1924&qid=1722950775355>

EU - article 16 du Règlement (CE) nr 1334/2008)

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02008R1334-20240205>

EU - article 4 de la Directive nr 2009/54/CE

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32009L0054>

BE - article 3 de l'arrêté royal du 17 avril 1980

[https://www.health.belgium.be/sites/default/files/uploads/fields/fpshealth\\_theme\\_file/1980\\_04\\_17\\_ar\\_reclame\\_cons\\_2015\\_09\\_0.pdf](https://www.health.belgium.be/sites/default/files/uploads/fields/fpshealth_theme_file/1980_04_17_ar_reclame_cons_2015_09_0.pdf)

Royaume-Uni: Food Standards Agency (FSA): Draft Executive Summary of FAC review of the use of the terms Fresh, Pure, Natural, ... july 2008.

<https://www.food.gov.uk/sites/default/files/media/document/markcritguidance.pdf>

France: Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) : Etiquetage: note DGCCRF N°2009-136 sur emploi du terme 'naturel'.

[https://www.economie.gouv.fr/files/conseilnationalconsommation/docs/ni\\_terme\\_naturel.pdf](https://www.economie.gouv.fr/files/conseilnationalconsommation/docs/ni_terme_naturel.pdf)

États-Unis: Food & Drug Administration (FDA): Use of the Term Natural on Food Labeling (COMMENT)

<https://www.fda.gov/food/food-labeling-nutrition/use-term-natural-food-labeling>

### Recherche académique:

Jayson L. Lusk. (2019). Consumer Perceptions of Healthy and Natural Food Labels. Prepared for the Corn Refiners Association.

[https://static1.squarespace.com/static/502c267524aca01df475f9ec/t/5c4df49440ec9a53af435ab4/1548612761167/report\\_revised.pdf](https://static1.squarespace.com/static/502c267524aca01df475f9ec/t/5c4df49440ec9a53af435ab4/1548612761167/report_revised.pdf)

Roman, S., Sánchez-Siles, L. M., & Siegrist, M. (2017). The importance of food naturalness for consumers: Results of a systematic review. Trends in food science & technology, 67, 44-57.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S092422441730122X>

Rozin, P. (2005). The meaning of 'natural' process more important than content. Psychological science, 16(8), 652-658.

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1467-9280.2005.01589.x>

Rozin, P. (2006). Naturalness judgments by lay Americans: Process dominates content in judgments of food or water acceptability and naturalness. Judgment and Decision making, 1(2), 91-97.

<https://www.cambridge.org/core/journals/judgment-and-decision-making/article/naturalness-judgments-by-lay-americans-process-dominates-content-in-judgments-of-food-or-water-acceptability-and-naturalness/0ECE51793F73F27A39FC4C253AF5B6A1>

Rozin, P., Fischler, C., & Shields-Argelès, C. (2012). European and American perspectives on the meaning of natural. *Appetite*, 59(2), 448-455.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0195666312002024>

Rybak, G., Burton, S. & Berry, C. (2024). Reducing the negative impact of ultra-processed foods: Consumer response to natural claims, organic claims, and processing level disclosures. *Journal of Business Research*, Volume 177, 2024, 114588.

<https://walton.uark.edu/insights/posts/healthful-or-not-so-healthful-consumers-react-ultra-processed-foods.php>

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296324000924>

#### **Autres sources:**

International Standardization for Organization (ISO): ISO/TS 19657:2017 “Definitions and technical criteria for food ingredients to be considered as natural”

<https://www.iso.org/standard/65717.html> (betalend)

Voedinginformatiecentrum: Sterk bewerkt voedsel: nood aan duidelijke definities:

<https://www.nice-info.be/sterk-bewerkt-voedsel-nood-aan-duidelijke-definities>

Safe Food Advocacy Europe (SAFE): Call for EU definition of ‘natural’ for use in claims and labelling:

<https://www.safefoodadvocacy.eu/wp-content/uploads/2020/12/Call-for-EU-definition-of-%E2%80%98natural-for-use-in-claims-and-labelling.pdf>

<https://www.safefoodadvocacy.eu/natural-campaign/>

FoodUnfolded®: Artikel, What is “Natural Food

<https://www.foodunfolded.com/article/what-is-natural-food>

## 7. ANNEXES

### 7.1 ANNEXE 1: EU - ARTICLE 7 DU REGLEMENT (UE) NR 1169/2011

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02011R1169-20180101>

#### Artikel 7

##### Eerlijke informatiepraktijken

1. Voedselinformatie mag niet misleidend zijn, met name niet:

- a) ten aanzien van de kenmerken van het levensmiddel, en vooral niet ten aanzien van de aard, identiteit, eigenschappen, samenstelling, hoeveelheid, houdbaarheid, land van oorsprong of plaats van herkomst en wijze van vervaardiging of productie;
- b) door aan het levensmiddel effecten of eigenschappen toe te schrijven die het niet bezit;
- c) door te suggereren dat het levensmiddel bijzondere kenmerken vertoont terwijl alle soortgelijke levensmiddelen dezelfde kenmerken bezitten, met name door nadrukkelijk te wijzen op het ontbreken of aanwezig zijn van bepaalde ingrediënten en/of voedingsstoffen;
- d) door via de presentatie, beschrijving of afbeelding de aanwezigheid van een bepaald levensmiddel of ingrediënt te suggereren terwijl het in werkelijkheid een levensmiddel betreft waarin een van nature aanwezig bestanddeel of normaliter gebruikt ingrediënt is vervangen door een ander bestanddeel of een ander ingrediënt.

2. Voedselinformatie is nauwkeurig, duidelijk en voor de consument gemakkelijk te begrijpen.

3. Behoudens de afwijkingen waarin wordt voorzien in de wetgeving van de Unie betreffende natuurlijk mineraalwater en voor een bijzondere voeding bestemde levensmiddelen, mag de voedselinformatie aan levensmiddelen geen eigenschappen toeschrijven inzake het voorkomen, behandelen of genezen van een menselijke ziekte, noch toespelingen maken op dergelijke eigenschappen.

4. De leden 1, 2 en 3 gelden ook voor:

- a) reclame;
- b) de wijze van aanbieding van de levensmiddelen en met name de vorm of het uiterlijk van de levensmiddelen, en de verpakking, het gebruikte verpakkingsmateriaal, de wijze waarop de levensmiddelen worden gepresenteerd, alsmede de omgeving waarin zij worden uitgesteld.

## 7.2 ANNEXE 2: EU - ARTICLE 8 DU REGLEMENT (CE) NR 1924/2006

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32006R1924&qid=1722950775355>

## HOOFDSTUK III

## VOEDINGSCLAIMS

## Artikel 8

## Specifieke voorwaarden

1. Uitsluitend de voedingsclaims die in de bijlage staan vermeld en die voldoen aan de voorwaarden van onderhavige verordening, zijn toegestaan.

## Bijlage:

## Voedingsclaims en voorwaarden daarvoor

## LAGE ENERGETISCHE WAARDE

De claim dat een levensmiddel een lage energetische waarde heeft, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als de energetische waarde van het product maximaal 40 kcal (170 kJ)/100 g voor vaste stoffen en [of] maximaal 20 kcal (80 kJ)/100 ml voor vloeistoffen bedraagt. Op tafelzoutstoffen is een limiet van 4 kcal (17 kJ)/portie, met een zoetkracht die overeenstemt met die van 6 g sucrose (ongeveer 1 theelepel sucrose), van toepassing.

## VERMINDERDE ENERGETISCHE WAARDE

De claim dat een levensmiddel een verminderde energetische waarde heeft, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als de energetische waarde van het product met minimaal 30 % verminderd is, onder vermelding van de eigenschap(en) waardoor de totale energetische waarde van het levensmiddel verminderd is.

## BEVAT GEEN ENERGIE

De claim dat een levensmiddel geen energie bevat, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan gedaan als de energetische waarde van het product maximaal 4 kcal (17 kJ)/100 ml bedraagt. Op tafelzoutstoffen is een limiet van 0,4 kcal (1,7 kJ)/portie, met een zoetkracht die overeenstemt met die van 6 g sucrose (ongeveer 1 theelepel sucrose), van toepassing.

## VETARM

De claim dat een levensmiddel vetarm is, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als het vetgehalte van het product maximaal 3 g/100 g voor vaste stof of 1,5 g/100 ml voor vloeibare stoffen bedraagt (1,8 g/100 ml voor halfvolle melk).

## VETVRIJ

De claim dat een levensmiddel vetvrij is, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als het vetgehalte van het product maximaal 0,5 g/100 g of 0,5 g/100 ml bedraagt. Claims zoals „X % vetvrij” zijn echter verboden.

## ARM AAN VERZADIGDE VETTEN

De claim dat een levensmiddel arm aan verzadigde vetten is, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als de som van de verzadigde vetzuren en de transvetzuren in het product niet groter is dan 1,5 g/100 g voor vaste stoffen of 0,75 g/100 ml voor vloeistoffen, en op voorwaarde dat maximaal 10 % van de energetische waarde afkomstig is van de som van de verzadigde vetzuren en de transvetzuren.

## VRIJ VAN VERZADIGDE VETTEN

De claim dat een levensmiddel vrij van verzadigde vetten is, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als de som van de verzadigde vetzuren en de transvetzuren niet groter is dan 0,1 g/100 g of 0,1 g/100 ml.

## SUIKERARM

Een claim dat een levensmiddel suikerarm is, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als het suikergehalte van het product maximaal 5 g/100 g voor vaste stof of 2,5 g/100 ml voor vloeibare stoffen bedraagt.

#### ZONDER TOEGEVOEGDE SUIKERS

De claim dat aan een levensmiddel geen suikers zijn toegevoegd, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als aan het product geen mono- of disacchariden of andere vanwege hun zoetkracht gebruikte levensmiddelen zijn toegevoegd. Indien een levensmiddel van nature suikers bevat, dient ook het volgende op het etiket te staan: „DIT PRODUCT BEVAT VAN NATURE AANWEZIGE SUIKERS“.

#### NATRIUMARM/ZOUTARM

De claim dat een levensmiddel natriumarm/zoutarm is, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als het product maximaal 0,12 g natrium, of de overeenkomstige waarde voor zout, per 100 g of 100 ml bevat. Voor ander water dan natuurlijk mineraalwater dat onder het toepassingsgebied van Richtlijn 80/777/EEG valt, mag deze waarde niet meer dan 2 mg natrium per 100 ml bedragen.

#### ZEER LAAG NATRIUMGEHALTE/ZOUTGEHALTE

De claim dat een levensmiddel een zeer laag natriumgehalte/zoutgehalte heeft, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als het product maximaal 0,04 g natrium, of de overeenkomstige waarde voor zout, per 100 g of 100 ml bevat. Deze claim mag niet worden gebruikt voor natuurlijk mineraalwater en ander water.

#### NATRIUMVRIJ/ZOUTLOOS

De claim dat een levensmiddel natrium- of zoutvrij is, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als het product maximaal 0,005 g natrium, of de overeenkomstige waarde voor zout, per 100 g bevat.

#### BRON VAN VEZELS

De claim dat een levensmiddel een bron van vezels is, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als het vezelgehalte van het product minimaal 3 g/100 g of 1,5 g/100 kcal bedraagt.

#### VEZELRIJK

De claim dat een levensmiddel vezelrijk is, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als het vezelgehalte van het product minimaal 6 g/100 g of 3 g/100 kcal bedraagt.

#### BRON VAN EIWITTEN

De claim dat een levensmiddel een bron van eiwitten is, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als minimaal 12 % van de energetische waarde van het levensmiddel wordt geleverd door eiwitten.

#### EIWITRIJK

De claim dat een levensmiddel eiwitrijk is, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als minimaal 20 % van de energetische waarde van het levensmiddel wordt geleverd door eiwitten.

#### BRON VAN (NAAM VAN DE VITAMINE(N)) EN/OF (NAAM VAN HET MINERAAL/DE MINERALEN)

De claim dat een levensmiddel een bron van vitamines en/of mineralen is, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als het product minimaal een aanzienlijke hoeveelheid bevat zoals vastgesteld in de bijlage bij Richtlijn 90/496/EEG, of een hoeveelheid waarin is voorzien door afwijkingen die zijn toegestaan krachtens artikel 7 van Verordening (EG) nr. 1925/2006 van het Europees Parlement en de Raad van 20 december 2006 betreffende de toevoeging van vitamines en mineralen en bepaalde andere stoffen aan levensmiddelen <sup>(1)</sup>.

<sup>(1)</sup> Zie bladzijde 26 van dit Publicatieblad.



**RIJK AAN (NAAM VAN DE VITAMINE(N)) EN/OF (NAAM VAN HET MINERAAL/DE MINERALEN)**

De claim dat een levensmiddel rijk aan vitamines en/of mineralen is, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als het product ten minste tweemaal de onder „Bron van (NAAM VAN DE VITAMINE(N)) en/of (NAAM VAN HET MINERAAL/DE MINERALEN)” bedoelde hoeveelheid bevat.

**BEVAT (NAAM VAN DE NUTRIËNT OF ANDERE STOF)**

De claim dat een levensmiddel een nutriënt of andere stof bevat waarvoor in deze verordening geen specifieke voorwaarden zijn vastgelegd, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als het product aan alle desbetreffende bepalingen van deze verordening, en met name artikel 5, voldoet. Voor vitamines en mineralen gelden de voorwaarden van de claim „Bron van ...”.

**VERHOOGD GEHALTE AAN (NAAM VAN DE NUTRIËNT)**

De claim dat een levensmiddel een verhoogd gehalte aan één of meer nutriënten, met uitzondering van vitamines en mineralen, heeft, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als het product voldoet aan de voorwaarden voor de claim „Bron van ...” en het desbetreffende gehalte minimaal 30 % hoger is dan dat van een vergelijkbaar product.

**VERLAAGD GEHALTE AAN (NAAM VAN DE NUTRIËNT)**

De claim dat een levensmiddel een verlaagd gehalte aan één of meer nutriënten heeft, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als het desbetreffende gehalte van het product minimaal 30 % lager is dan dat van een vergelijkbaar product, behalve voor micronutriënten, waarvoor een verschil van 10 % ten opzichte van de referentiewaarden van Richtlijn 90/496/EEG van de Raad aanvaardbaar is, en voor natrium, of de equivalente waarde voor zout, waarvoor een verschil van 25 % aanvaardbaar is.

**„LIGHT” OF LITE**

Voor de claim dat een levensmiddel „light” of lite is, en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, gelden dezelfde voorwaarden als voor de claim „verlaagd”; voorts moet bij de claim worden vermeld welke eigenschap(pen) het levensmiddel „light” of lite maken.

**VAN NATURE/NATUURLIJK**

Indien een levensmiddel van nature voldoet aan de in deze bijlage opgenomen voorwaarde(n) voor het gebruik van een voedingsclaim, mogen de woorden „van nature/natuurlijk” in de claim worden opgenomen.

## 7.3 ANNEXE 3: EU - ARTICLE 16 DU REGLEMENT (CE) NR 1334/2008)

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02008R1334-20240205>

*Artikel 16***Specifieke voorschriften ten aanzien van het gebruik van de term „natuurlijk”**

1. Indien de term „natuurlijk” wordt gebruikt ter aanduiding van een aroma in de in artikel 15, lid 1, onder a), bedoelde verkoopbenaming, zijn de leden 2 tot en met 6 van dit artikel van toepassing.

2. De term „natuurlijk” mag alleen ter aanduiding van een aroma worden gebruikt indien de aromatiserende component uitsluitend aromatiserende preparaten en/of natuurlijke aromastoffen bevat.

3. De term „natuurlijke aromastof(fen)” mag alleen worden gebruikt voor aroma's waarin de aromatiserende component uitsluitend natuurlijke aromastoffen bevat.

4. De term „natuurlijk” mag alleen worden gebruikt in combinatie met een verwijzing naar een levensmiddel, levensmiddelen-categorie of een plantaardige of dierlijke aromagrondstof indien de aromatiserende component uitsluitend of ten minste voor 95 gewichtsprocent uit het desbetreffende uitgangsmateriaal is verkregen.

De benaming luidt „natuurlijk levensmiddel(en) of levensmiddelen-categorie of grondstof(fen) aroma”.

5. De term „natuurlijk levensmiddel(en) of levensmiddelen-categorie of grondstof(fen) aroma met andere natuurlijke aroma's” mag alleen worden gebruikt indien de aromatiserende component gedeeltelijk van het desbetreffende uitgangsmateriaal afkomstig, en de geur en/of smaak daarvan gemakkelijk herkenbaar is.

6. De term „natuurlijk aroma” mag alleen worden gebruikt indien de aromatiserende component afkomstig is van verschillende uitgangsmaterialen en wanneer een vermelding van de uitgangsmaterialen de geur of smaak ervan niet adequaat zou weergeven.



## 7.4 ANNEXE 4: EU - ARTICLE 4 DE LA DIRECTIVE NR. 2009/54/CE

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32009L0054>

## Artikel 4

1. Een natuurlijk mineraalwater zoals het bij het ontspringen voorkomt, mag aan geen enkele andere behandeling worden onderworpen dan:

a) de afscheiding van labiele elementen, zoals ijzer- en zwavelverbindingen, door filtreren of decanteren, eventueel na beluchten, voor zover deze behandeling niet tot gevolg heeft de samenstelling van dit water te veranderen wat de essentiële bestanddelen betreft die het zijn eigenschappen geven;

c) de afscheiding van andere dan de onder a) en b) bedoelde ongewenste bestanddelen, voor zover deze behandeling niet tot gevolg heeft de samenstelling van dit water te veranderen wat de essentiële bestanddelen betreft die het zijn eigenschappen geven, mits:

i) de behandeling voldoet aan de voorwaarden voor het gebruik daarvan, die door de Commissie na raadpleging van de Europese Autoriteit voor Voedselveiligheid worden vastgesteld;

ii) de behandeling gemeld is aan de bevoegde instanties en door deze specifiek wordt gecontroleerd;

d) de totale of gedeeltelijke verwijdering van vrij koolzuurgas via uitsluitend natuurkundige procedés.

b) de afscheiding van ijzer-, mangaan- en zwavelverbindingen en arseen van bepaalde soorten natuurlijk mineraalwater door behandeling met lucht die met ozon is verrijkt, voor zover deze behandeling niet tot gevolg heeft de samenstelling van dit water te veranderen wat de essentiële bestanddelen betreft die het zijn eigenschappen geven, mits:

De in punt b), onder i), en punt c), onder i), bedoelde maatregelen, die niet-essentiële onderdelen van deze richtlijn beogen te wijzigen door haar aan te vullen, worden vastgesteld volgens de in artikel 14, lid 2, bedoelde regelgevingsprocedure met toetsing.

i) de behandeling voldoet aan de voorwaarden voor het gebruik daarvan, die worden vastgesteld door de Commissie na raadpleging van de bij Verordening (EG) nr. 178/2002 van het Europees Parlement en de Raad van 28 januari 2002 tot vaststelling van de algemene beginselen en voorschriften van de levensmiddelenwetgeving, tot oprichting van een Europese Autoriteit voor voedselveiligheid en tot vaststelling van procedures voor voedselveiligheidsaangelegenheden (<sup>1</sup>), opgerichte Europese Autoriteit voor Voedselveiligheid;

De eerste alinea vormt geen beletsel voor het gebruik van natuurlijk mineraalwater en bronwater voor de vervaardiging van alcoholvrije frisdranken.

2. Een natuurlijk mineraalwater zoals het bij het ontspringen voorkomt, mag aan geen enkele andere toevoeging worden onderworpen dan het inbrengen of opnieuw inbrengen van koolzuurgas onder de bij bijlage I, deel III, bepaalde voorwaarden.

ii) de behandeling gemeld is aan de bevoegde instanties en door deze specifiek wordt gecontroleerd;

3. Elke behandeling ter ontsmetting, op welke wijze dan ook, en, behoudens lid 2, toevoeging van bacteriostatica of iedere andere behandeling die de microflora van het natuurlijke mineraalwater kan wijzigen zijn verboden.

## 7.5 ANNEXE 5: BE - ARTICLE 3 DE L'ARRETE ROYAL DU 17 AVRIL 1980

[https://www.health.belgium.be/sites/default/files/uploads/fields/fpshealth\\_theme\\_file/1980\\_04\\_17\\_ar\\_reclame\\_cons\\_2015\\_09\\_0.pdf](https://www.health.belgium.be/sites/default/files/uploads/fields/fpshealth_theme_file/1980_04_17_ar_reclame_cons_2015_09_0.pdf)

**Art. 3.** Le Ministre peut déterminer les conditions d'utilisation sous lesquelles les mentions « naturel », « pur », et « frais », ainsi que les dérivés, traductions ou composés de ces mots, peuvent être utilisés dans la publicité pour les denrées alimentaires.

**Art. 3.** De Minister kan de voorwaarden bepalen waaronder de vermeldingen “natuurlijk”, “zuiver” en “vers”, alsmede afleidingen of vertalingen van of samenstellingen met die woorden, gebruikt kunnen worden in de reclame voor voedingsmiddelen.

## 7.6 ANNEXE 6: FSA - DRAFT EXECUTIVE SUMMARY OF FAC REVIEW OF THE USE OF THE TERMS FRESH, PURE, NATURAL, ... JULY 2008.

<https://www.food.gov.uk/sites/default/files/media/document/markcritguidance.pdf>

### **RECOMMENDED CRITERIA FOR THE USE OF THE TERM “NATURAL”**

51. “Natural” means essentially that the product is comprised of natural ingredients, e.g. ingredients produced by nature, not the work of man or interfered with by man<sup>10</sup>. It is misleading to use the term to describe foods or ingredients that employ chemicals to change their composition or comprise the products of new technologies, including additives and flavourings that are the product of the chemical industry or extracted by chemical processes.

#### **Dairy products:**

52. The term “natural” has been used on certain dairy products for many years, to signify that the products are manufactured only from milk, using only the necessary, associated fermentation cultures and are free from other ingredients or additives, such as preservatives, flavourings, colours, i.e., they are “plain”, unflavoured products, (e.g. “natural” yogurt, “natural” fromage frais, and “natural” cottage cheese). This usage is well understood, and is therefore acceptable, providing it is clear that the term is indicating that the flavour of the product is that derived solely from the ingredients essential to the manufacture of the product, and that the flavour has not been adjusted by any other means. The ingredients must comply with the requirements in paragraphs 57 and 58 of this Guidance.

#### **Bottled water:**

53. The name “natural mineral water” may be used in accordance with the consolidated regulations for bottled water which came into force in England on October 31 2007. For England these are “The Natural Mineral Water, Spring Water and Bottled Drinking Water (England) Regulations 2007 - SI 2007 No. 2785”<sup>11</sup>. Separate, but equivalent regulations are in force in Scotland, Wales and N. Ireland<sup>12</sup>. Other product names for bottled water are “spring water” and “bottled drinking water”. The origin and composition of the water dictate what it may legally be called.

<sup>10</sup> Concluded in the Food Advisory Committee Review of the Use of the Terms Fresh, Pure, Natural etc. in Food Labelling 2001, page 25 after due consideration of dictionary definitions and industry practices.

<sup>11</sup> This single Statutory Instrument implements: 80/777/EEC - as amended by 96/70/EC; 98/83/EC (which replaced 80/778/EEC); and 2003/40/EC.

<sup>12</sup> Natural Mineral Water, Spring Water and Bottled Drinking Water (Scotland) Regulations 2007, SSI No. 435 CIF – 31 October 2007. Northern Ireland (SR 2007 No. 420).

### Health and Nutrition Claims:

54. References to general, non-specific benefits of a nutrient or food for overall good health or health-related well-being must comply with the European Health and Nutrition Claims legislation (Regulation EC 1924/2006). This Regulation also allows the use of “naturally” or “natural” to prefix claims such as “low salt”, “sugar free” or “high protein” when the food naturally meets the condition(s) laid down in the Annex for the use of a nutrition claim. Within the context of the health and nutrition claims legislation it is suggested that “naturally / natural” means that either nothing has been removed or nothing has been added to the food, and additionally that the food has not been subjected to any processes or treatment to render it such that it meets the condition.

### General:

55. The term “natural” without qualification should be used only in the following cases (see table for further explanation):

- a) To describe single foods, of a traditional nature, to which nothing has been added and which have been subjected only to such processing as to render them suitable for human consumption:
  - Smoking (without chemicals), traditional cooking processes such as baking, roasting or blanching and traditional methods of dehydration are examples of processes that are acceptable, as are physical sieving and washing with water.
  - Fermentation is itself a natural process but subsequent processes may disqualify the final product from the description “natural” unless appropriately qualified.
  - Processes such as freezing, concentration, pasteurisation, and sterilisation, whilst clearly playing a significant role in both making food safe and preserving it do not accord with current consumer expectations of “natural” foods. However, the process to which a “natural” product has been subjected can be described using these terms (e.g. “pasteurised natural lemon juice”, “frozen natural orange juice”).
  - Other processes such as non traditional enzymatic treatment, production by immobilised micro-organisms or non-traditional fermentation processes, solvent extraction, carbon filtration and ion exchange purification, or acid or alkali treatment (outside of traditional pickling) or non-traditional distillation are also not in line with current consumer expectations of “natural”, and so if used then products should not be referred to as natural foods or ingredients. Bleaching, oxidation (outside of treatment of Natural Mineral Water), smoking (with chemicals), tenderising (with chemicals),

hydrogenation and similar processes also fall outside the meaning of this term.

- The restriction to “foods of a traditional nature” excludes from the concept of “naturalness” foods derived from novel processes, GM or cloning.
  - For single ingredient foods such as cheese, yogurt, butter, acceptable processing is that which is strictly necessary to produce the final product (as described in paragraph 52 above, and 56 and 57 below).
- b) To describe food ingredients obtained from recognised food sources and which meet the criteria in a).
- c) To describe permitted food additives that are obtained from natural sources (e.g. food or plant) by appropriate physical processing (including distillation and solvent extraction) or traditional food preparation processes.
- d) To describe flavourings when in conformity with the UK Flavourings in Food Regulations 1992, as amended, and EC Directives 88/388/EEC, 91/71/EEC and 2000/13/EC (Annex III<sup>13</sup>).
- e) To describe preserved tuna and bonito when in conformity with EC Regulation 1536/92.

56. Compound foods (i.e. foods made from more than one ingredient) should not themselves be described directly or by implication as “natural”, but it is acceptable to describe such foods as “made from natural ingredients” if all the ingredients meet the criteria in paragraph 55b), c) and d), as appropriate. All additives and flavourings in ingredients that are used to make the final product must also satisfy the criteria.

57. A food that does not meet the criteria in paragraphs 55a) or 56 should not be claimed to have a “natural” taste, flavour or colour.

58. “Natural” meaning no more than plain or unflavoured should not be used unless the food meets the criteria in paragraphs 55a) or 56, or is in accordance with the Dairy UK Code of Practice for the Composition and Labelling of Yogurt.

59. “Natural”, or its derivatives, should not be included in brand or fancy names, nor in coined phrases, in such a way as to imply that a food that does

---

<sup>13</sup> It is suggested that foods containing flavourings other than natural flavourings as defined by law should not be described as “made from natural ingredients”.



not meet the criteria in paragraphs 55a) or 56 is natural or made from natural ingredients.

60. Claims such as “natural goodness”, “naturally better”, or “nature’s way” are confusing and ambiguous. They should not be used and are very likely to be misleading if applied to products not meeting the ‘natural criteria’.

61. The principles set out above in this section on “natural” also apply to the use of other words or expressions, such as “real”, “genuine”, “pure” etc with separate and distinctive meanings of their own, when used in place of “natural” in such a way as to imply similar benefits. Guidance on such terms and their synonyms is offered elsewhere in these advice notes.

62. Other claims (which might be termed ‘negative claims’) that do not use the term “natural” or its derivatives directly, but the effect of which is to imply “naturalness” to the consumer, are potentially misleading and confusing. The following should not be used:

- a claim that a food is “free from x”, if all foods in the same class or category are free from “x”;
- statements or implications which give undue emphasis to the fact that product is “free from certain non-natural additives or categories of additives”, when the product contains other non-natural additives;
- a claim that a food is “free from one category of additive”, when an ingredient or an additive of another category having broadly similar effect has been used.

These criteria do not affect ‘negative claims’ which do not imply “naturalness” to the consumer, (such as “free from x”, where “x” is a particular additive), and where the statement may provide consumers with accurate and beneficial information.

CRITERIA FOR USE OF THE TERM “NATURAL”

Distinction that applies to natural food or natural ingredient	Criteria	
	Natural	Vs Non - Natural
Single ingredient or compound food to which nothing non- natural is added.	Single foods to which nothing is added.  Compound foods* where all ingredients are natural may be described as “Made from natural ingredients”.	Compound foods (not as such but see opposite)*.  Compound foods that include non-natural ingredients.
Not interfered with by man by use of chemicals.	Foods or ingredients not altered by use of chemicals.	Foods or ingredients that have been chemically changed.  Foods or ingredients that have been extracted with solvents.
Not interfered with by man by use of technology or not normally consumed by man.	Foods or ingredients that are as in nature and normally consumed by man.	Foods or ingredients that are novel foods, or made with GM or cloned.
Not interfered with by man in that treated only with processes that are traditionally used in food preparation, including fermentation.	Foods or ingredients that have been treated with traditional food preparation processes such as baking or roasting.  Foods or ingredients that employ traditional fermentation processes.  If foods are treated with processes such as concentration# or pasteurisation they should not be described as such as “natural” but may be described for example as “pasteurised natural orange juice”.	Foods or ingredients that have been treated with novel processes or processes not in accord with consumers’ expectations of what is natural, such as bleaching, ion exchange chromatography etc.  Foods or ingredients that have been synthesised with the use of immobilised microorganisms or non traditional fermentations or non traditional enzyme treatments.  Foods that have been concentrated etc (not as such but see opposite)#.
<b>Distinction that applies to natural additive or natural flavourings</b>		
Additives that are made from natural sources using traditional food preparation or appropriate physical processes.	Additives that are obtained from natural sources by traditional food preparation or appropriate physical processes including distillation or solvent extraction.	Additives that are not from natural sources or that are made using chemical processes or treatments.
Flavourings that are made from natural flavouring source materials.	Set out in legislation. Natural flavourings, under legislation may be made by processes such as distillation or solvent extraction from natural flavouring source materials.	Chemically synthesised flavourings or those made with the use of immobilised microorganisms or non traditional fermentations or non traditional enzyme treatments.

## 7.7 ANNEXE 7: DGCCRF - ETIQUETAGE: NOTE DGCCRF N°2009-136 SUR EMPLOI DU TERME 'NATUREL'.

[https://www.economie.gouv.fr/files/conseilnationalconsommation/docs/ni\\_terme\\_naturel.pdf](https://www.economie.gouv.fr/files/conseilnationalconsommation/docs/ni_terme_naturel.pdf)

### 1 – Cas des denrées alimentaires composées d'un seul ingrédient

Le terme « naturel » ou tout autre mot ou expression ayant substantiellement la même signification devrait généralement être réservé à des denrées alimentaires :

- a) provenant de la nature et présentées à la vente :
  - o en l'état
  - o après une transformation mécanique n'entraînant pas de modification profonde (ingrédients parés, tranchés, hachés, épluchés, moulus, broyés, décortiqués, séchés, pressés...)<sup>2</sup>
- b) ayant éventuellement subi :
  - o une stabilisation
    - i. par le froid (réfrigération, congélation, surgélation)
    - ii. par conditionnement sous atmosphère protectrice
    - iii. par la chaleur (pasteurisation, stérilisation)
  - o une cuisson
  - o une fermentation à l'aide de cultures de microorganismes lorsque ce procédé est inhérent à la fabrication d'un produit de consommation courante (exemple : la crème fraîche ou le yaourt)
  - o un emprésurage
  - o une torréfaction ou une infusion.

Dans les cas cités au point b) ci-dessus, il est recommandé d'utiliser la qualification « d'origine naturelle » plutôt que de « naturelles »<sup>3</sup>.

A contrario, l'utilisation des procédés tels que ceux qui suivent, qui pour la plupart modifient les caractéristiques essentielles du produit, devrait faire perdre aux denrées alimentaires le bénéfice de la valorisation de leur caractère naturel :

synthèse chimique  
inter-estérification  
hydrogénation  
ionisation

lyophilisation  
génie génétique  
électrodialyse  
osmose inverse

ultrafiltration  
extraction par solvant  
ozonation

## 7.8 ANNEXE 8: FDA - USE OF THE TERM NATURAL ON FOOD LABELING (COMMENT)

<https://www.fda.gov/food/food-labeling-nutrition/use-term-natural-food-labeling>

### ***The FDA Requests Comments on Use of the Term "Natural" on Food Labeling***

Because of the changing landscape of food ingredients and production, and in direct response to consumers who have requested that the FDA explore the use of the term "natural," the agency asked the public to provide information and comments on the use of this term in the labeling of human food products.

The FDA took this action in part because it received three Citizen Petitions asking that the agency define the term "natural" for use in food labeling and one Citizen Petition asking that the agency prohibit the term "natural" on food labels. We also note that some Federal courts, as a result of litigation between private parties, have requested administrative determinations from the FDA regarding whether food products containing ingredients produced using genetic engineering or foods containing high fructose corn syrup may be labeled as "natural."

Although the FDA has not engaged in rulemaking to establish a formal definition for the term "natural," we do have a longstanding policy concerning the use of "natural" in human food labeling. The FDA has considered the term "natural" to mean that nothing artificial or synthetic (including all color additives regardless of source) has been included in, or has been added to, a food that would not normally be expected to be in that food. However, this policy was not intended to address food production methods, such as the use of pesticides, nor did it explicitly address food processing or manufacturing methods, such as thermal technologies, pasteurization, or irradiation. The FDA also did not consider whether the term "natural" should describe any nutritional or other health benefit.

## 7.9 ANNEXE 9: THE IMPORTANCE OF FOOD NATURALNESS FOR CONSUMERS: RESULTS OF A SYSTEMATIC REVIEW (RESEARCH PAPER)

Sergio Román, Luis Manuel Sánchez-Siles, Michael Siegrist, The importance of food naturalness for consumers: Results of a systematic review, Trends in Food Science & Technology, Volume 67, 2017, Pages 44-57, ISSN 0924-2244

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S092422441730122X>

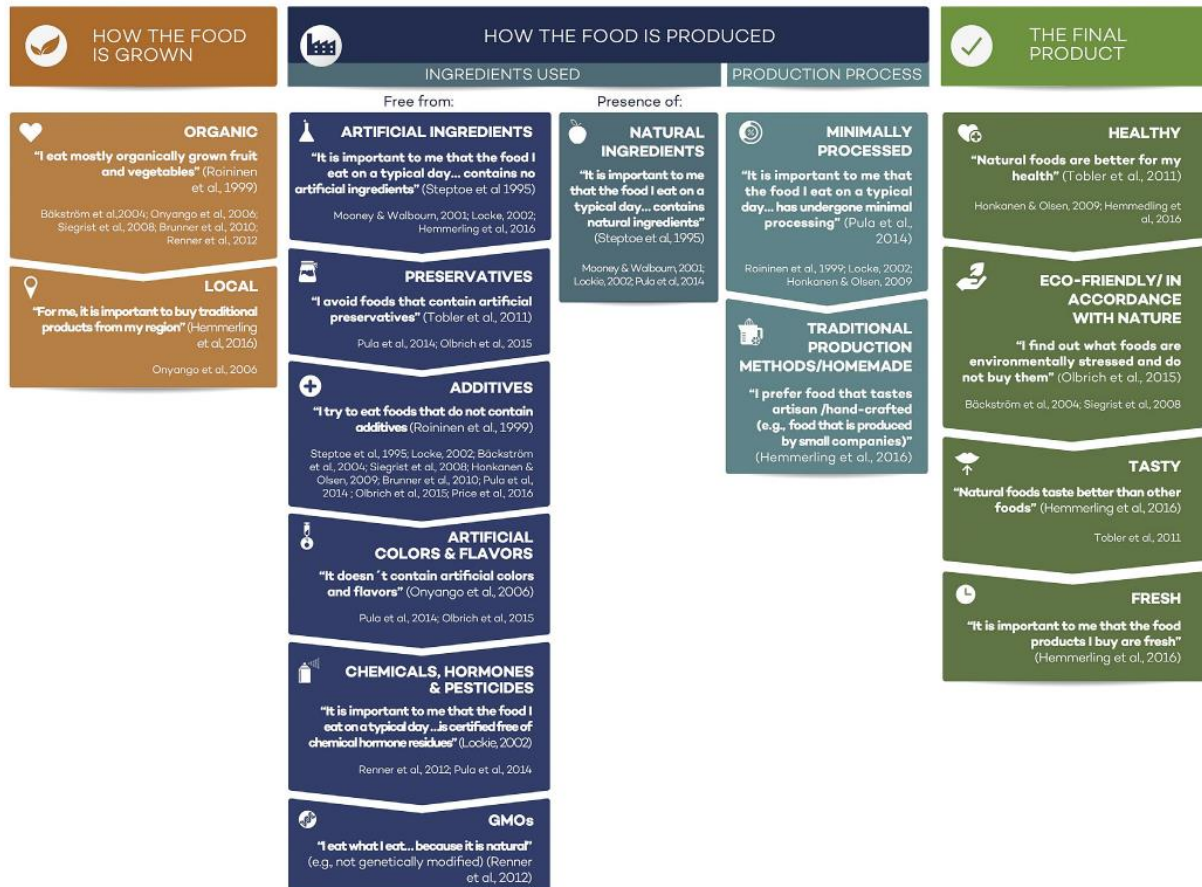


Fig. 2. Attributes included in scales measuring consumers' perceived importance of naturalness in foods (FNI).



## 7.10 ANNEXE 10: INTERNATIONAL STANDARDIZATION FOR ORGANIZATION (ISO): ISO/TS 19657:2017 “DEFINITIONS AND TECHNICAL CRITERIA FOR FOOD INGREDIENTS TO BE CONSIDERED AS NATURAL”

<https://www.iso.org/standard/65717.html> (betalend)

# Definitions and technical criteria for food ingredients to be considered as natural

## 1 Scope

The document specifies definitions and technical criteria (acceptable sources, materials and processes) to be fulfilled for food ingredients to be considered as natural.

This document is applicable to food ingredients.

The document is applicable in business-to-business communication (B2B) only. It does not apply to product communication to consumers (i.e. voluntary and mandatory labelling).

It does not apply to human safety, environmental safety, socio-economic considerations (e.g. fair trade) and the characteristics of packaging materials.

It does not apply to the following:

- flavourings<sup>[1]</sup>; however, it is possible to assess the non-flavouring components of flavourings according to the technical criteria defined in this document;
- natural mineral waters<sup>[2]</sup>;
- bottled drinking waters<sup>[3]</sup>.

There are no requirements for genetic engineering nor for agricultural practices such as organic production in this document. However, these can be subject to regulations and/or other requirements.

[...]

## 4 Technical criteria for food ingredients to be considered as natural

Food ingredients shall be considered as natural provided the following technical criteria are fulfilled.

- a) The source material shall consist of one or more of the following: plant, algae, fungi, animal, microorganism, mineral deposits or sea water.

Fossil fuels shall not be used as a source.

- b) Food ingredients shall be obtained from source materials by physical and/or enzymatic and/or microbiological processing. Enzymatic and/or microbiological processing shall not be used to deliberately produce substances that do not occur in nature. pH adjustment may be used in those processes.

- c) In order to meet food safety and/or regulatory requirements, when no physical and/or enzymatic and/or microbiological processing techniques are available, other processes may be used provided that the constituting component/s of the food ingredient/s is/are not altered.

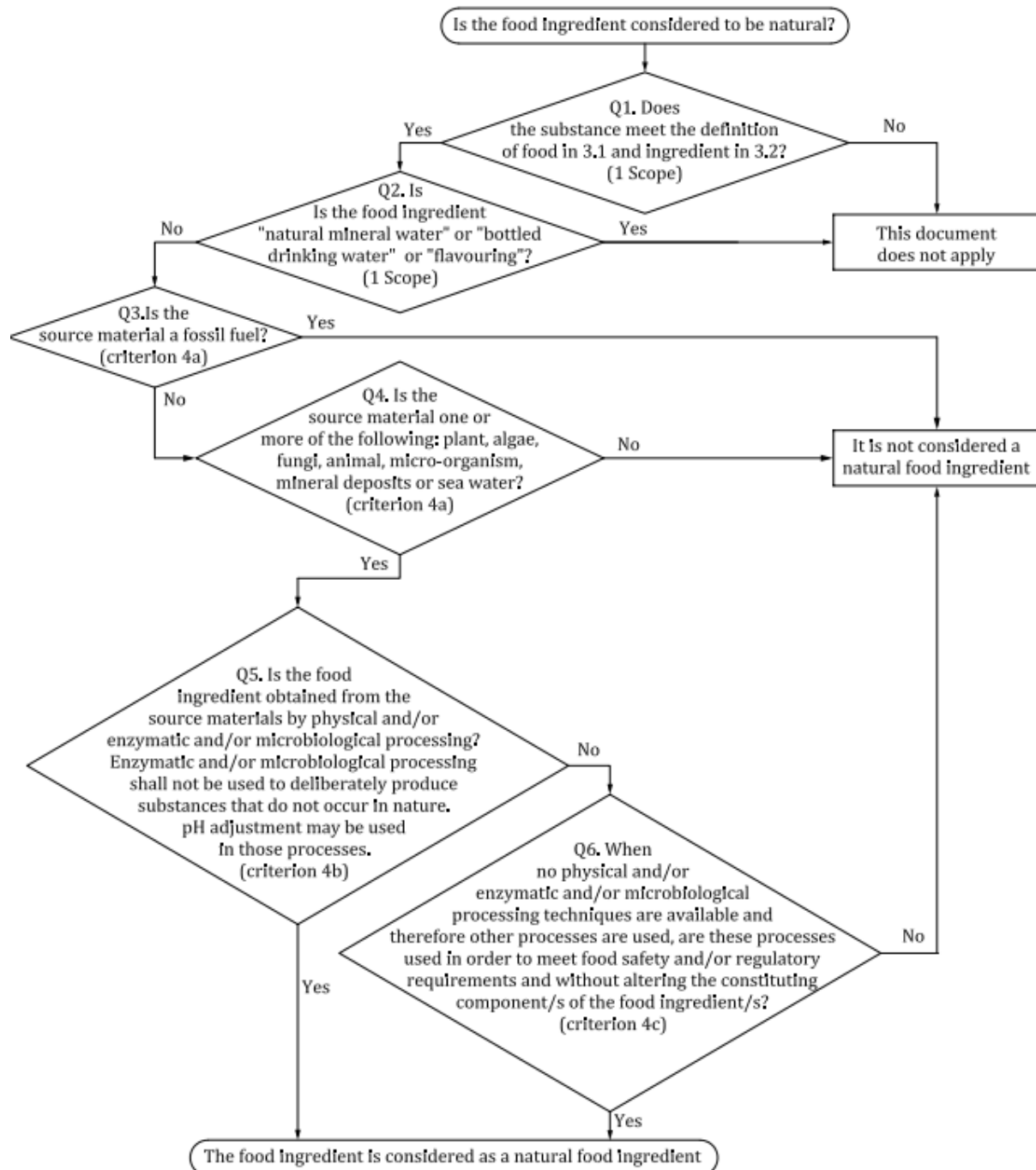
In the case of compound food ingredients, each food ingredient shall meet the technical criteria of this document to be considered as natural.

The use and incorporation of water during the production of a food ingredient does not preclude the food ingredient from being considered as natural.

The intentional removal of one or more constituents from a food ingredient during processing does not impact consideration of the food ingredient as natural.

A decision tree is presented in [Annex A](#) as an explanatory note to assist in the use of this document.

## Decision tree



## 7.11 ANNEXE 11: NOVA-CLASSIFICATIE

<https://www.nice-info.be/sterk-bewerkt-voedsel-nood-aan-duidelijke-definities>

### Groep 1 - Onbewerkte of minimaal bewerkte voedingsmiddelen ↑

- Onbewerkte voedingsmiddelen zijn de eetbare delen van planten of dieren en komen dus rechtstreeks uit de natuur.
- Minimaal bewerkte voedingsmiddelen zijn onbewerkte voedingsmiddelen die een minimale bewerkingen hebben ondergaan zoals wassen, schillen, snijden, koelen, vriezen, drogen, malen, filteren, roosteren, koken, fermenteren (niet-alcoholisch) of pasteuriseren.
- Ze bevatten geen toegevoegd zout, toegevoegde suiker of vetten. Soms bevatten ze additieven zoals antioxidanten of stabilisatoren om de eigenschappen van het originele product beter te kunnen behouden (bv. antioxidanten bij groenten verpakt onder gewijzigde atmosfeer).
- Doel van de bewerking: de houdbaarheid in zijn onbewerkte vorm verlengen (bv. koelen, drogen), het gebruik in de keuken vergemakkelijken (bv. wassen, versnijden) of meer variatie bieden (bv. melk fermenteren tot yoghurt).

*Voorbeelden van onbewerkte voedingsmiddelen: water, groenten, fruit, aardappelen, granen, noten, zaden, peulvruchten, melk, vis, vlees, gevogelte, eieren.*

*Voorbeelden van minimaal bewerkte voedingsmiddelen: voorverpakte groenten, gedroogd fruit, verpakt en gekoeld vlees of vis, gepasteuriseerde melk, melkpoeder, yoghurt zonder toegevoegde suikers of zoetstoffen, groenten- en fruitsap zonder toegevoegde suikers en additieven, afgeleiden van granen (bv. bloem, pasta, couscous), kruiden en specerijen (peper, munt, tijm, enz.), koffie en thee.*

### Groep 2 - Bewerkte culinaire ingrediënten ↑

- Voedingsbestanddelen die rechtstreeks uit onbewerkte voedingsmiddelen uit groep 1 worden verkregen via bewerkingsprocessen zoals persen, raffineren, malen en drogen. Deze voedingsmiddelen worden meestal ook in combinatie met voedingsmiddelen uit groep 1 geconsumeerd.
- Soms bevatten ze additieven zoals antioxidanten of stabilisatoren om de eigenschappen van het originele product beter te kunnen behouden (bv. antioxidanten in plantaardige oliën).
- Doel van de bewerking: ingrediënten creëren die kunnen worden gebruikt bij culinaire bereidingen van voedingsmiddelen uit groep 1.

*Voorbeelden: zout, suiker, honing, plantaardige olie, boter, zetmeel*

### Groep 3 – Bewerkte voedingsmiddelen



- Bewerkte voedingsmiddelen zijn meestal redelijk eenvoudige producten (2 à 3 ingrediënten) die ontstaan door voedingsmiddelen uit groep 1 en 2 te combineren en die een bewerkingsproces (bv. koken) ondergaan.
- Ze kunnen additieven bevatten om de eigenschappen van het product beter te kunnen behouden of om te beschermen tegen microbiële contaminatie.
- Doel van de bewerking: de houdbaarheid verlengen of de sensorische eigenschappen veranderen van voedingsmiddelen uit groep 1.

*Voorbeelden: ingeblikte groenten, fruit, vis of peulvruchten, gezouten en gesuikerde noten, gezouten en gerookt vlees, kaas, onverpakt vers brood, alcoholische dranken op basis van fermentatie van voedingsmiddelen uit groep 1 (bier, wijn, cider).*

**Groep 4 – Sterk bewerkte of ultrabewerkte voedingsmiddelen**

- Sterk bewerkte voedingsmiddelen zijn industrieel samengestelde producten van vaak 5 of meer ingrediënten. Het oorspronkelijke voedingsmiddel uit groep 1 is niet meer of nog slechts in beperkte mate aanwezig.
- Ze bevatten ingrediënten die gewoonlijk niet in culinaire bereidingen worden gebruikt, waaronder extracties uit producten zoals gehydrolyseerde eiwitten, caseïne, wei, lactose, maltodextrine, invertsuiker en gluten.
- Ze bevatten additieven die worden toegevoegd om smaken te imiteren of ongewenste sensorische eigenschappen te maskeren\*, bijvoorbeeld kleurstoffen, smaakstoffen, smaakversterkers, zoetstoffen, vulstoffen, (anti)schuimmiddelen, emulgatoren, glansmiddelen en drijfgassen.
- Ze ondergaan industriële bewerkingsprocessen die gewoonlijk niet thuis in de keuken worden gebruikt (bv. extrusie).
- Doel van bewerking: kant-en-klaar voedsel creëren dat gebruiksvriendelijk, smakelijk en aantrekkelijk is. Ze treden vaak in competitie met voedingsmiddelen die van nature klaar zijn voor consumptie (bv. fruit, noten, water, melk) en zijn vaak onderwerp van reclame- en marketingcampagnes.

*Voorbeelden: frisdrank, zoete of zoute snacks, koek, gebak, snoep, chocolade, gesuikerde ontbijtgranen, gesuikerde melkdrinks, sauzen, kant-en-klaar gerechten, bereid vlees en vis (bv. worst, burgers en andere samengestelde vleesproducten), margarine, instant soep, zuigelingenvoeding.*

*\* Het gebruik van additieven om iets te maskeren is niet wettelijk wegens niet toegelaten. Dit is in tegenspraak met de wetgeving voor voedselveiligheid.*



## 7.12 ANNEXE 12: CONSUMER PERCEPTIONS OF HEALTHY AND NATURAL FOOD LABELS. PREPARED FOR THE CORN REFINERS ASSOCIATION

Jayson L. Lusk. (2019). Consumer Perceptions of Healthy and Natural Food Labels. Prepared for the Corn Refiners Association.

[https://static1.squarespace.com/static/502c267524aca01df475f9ec/t/5c4df49440ec9a53af435ab4/1548612761167/report\\_revised.pdf](https://static1.squarespace.com/static/502c267524aca01df475f9ec/t/5c4df49440ec9a53af435ab4/1548612761167/report_revised.pdf)

### *Natural*

- Overall, results suggested nuanced, and sometimes logically inconsistent, views about the meaning of “natural.” Several lines of evidence reveal that consumers do not perceive “naturalness” as a single unifying construct, but rather a food or process can be seen to be high in one dimension of naturalness and low in another dimension.
  - When asked an open-ended question about what it meant to respondents for a food to be natural, words like artificial, additive, chemical, and organic were most commonly mentioned. Many respondents suggested the word was meaningless or marketing hype.
  - Consumers expressed a strong belief that natural implies “no preservatives,” but when specifically asked about particular types of preservatives, more respondents than not thought various preservation processes like fermentation, canning, and smoking or preservation ingredients like salt, sugar, or vinegar were natural. Artificial- or chemical-sounding preservatives like benzoates, nitrites, and sulphites were considered by more consumers to be unnatural than natural.
  - Finished food products such as sugar, flour, and vegetable oil were often considered more natural than the processes, such as bleaching/decoloring and crystallization, which are used make them. These findings suggest that it is possible for a final product to be considered natural even if a process used to make the product is not.
  - Consumers are skeptical of the “naturalness” of most modern crop production practices. More consumers considered “hybrid seeds” as unnatural than natural. Crops produced with biotechnology were much more likely to be considered unnatural than natural. Consumers perceived organic production as natural, but not the pesticides used in organic agriculture or crop breeding practices allowable under organic.
  - Almost two-thirds of consumers indicated a desire for the FDA to regulate the use of the term “natural” by requiring companies to follow a uniform, consistent definition. Despite

2

this policy preference, only about a quarter of respondents correctly knew the USDA definition of natural on meat products, and more than half incorrectly believed the USDA definition of natural implies “no hormones” or “no antibiotics.”

- Two-thirds or more of consumers thought “natural” food is better for the environment, safer, and healthier.

## 7.13 ANNEXE 13 : QUESTIONNAIRE D'ENQUÊTE DES CONSOMMATEURS

### À PROPOS DU QUESTIONNAIRE :

<PRM> contient des informations pour la programmation et l'analyse, n'est pas visible pour le répondant

<xxx> texte vert contient des instructions supplémentaires pour le répondant, affichées à l'écran

### QUESTIONS DE QUOTAS/SÉLECTION (t=1 min)

S0. Ga verder in ... / Continuer en ...

PRM: 1 réponse

Nederlands	1
Français	2

S1. A quoi vous identifiez-vous le plus ?

PRM: 1 réponse

Homme	1	Représentatif, voir aperçu des quotas
Femme	2	
Autre	3	

S2. Quel âge avez-vous ?

PRM: placer dans le bon groupe

Moins de 16 ans	1	STOP
16-34 ans	2	Représentatif, voir aperçu des quotas
35-54 ans	3	
55-80 ans	4	quotas
Plus de 80 ans	5	STOP

S3. Où habitez-vous ?

PRM: 1 réponse

Flandre	1	Représentatif, voir aperçu des quotas
Région de Bruxelles-Capitale	2	
Wallonie	3	
Je n'habite pas en Belgique	4	STOP

S4. Quel est votre diplôme le plus élevé ?

PRM: 1 réponse

Pas de diplôme	1	Pas de diplôme ou de certificat d'études primaires	Représentatif, voir aperçu des quotas
Enseignement primaire	2		
Enseignement secondaire inférieur	3	Enseignement secondaire inférieur	
Enseignement secondaire supérieur	4	Enseignement secondaire supérieur	
Enseignement supérieur: graduat, bachelier, licence, master ou doctorat	5	Enseignement supérieur : licence/master ou doctorat	

## QUESTIONNAIRE

### Associations de produits avec « naturel » (t=2min)

Dans ce questionnaire, nous voulons explorer le thème des aliments dits « Naturels ».

P1. Supposons que vous soyez au supermarché et que nous vous donnions une pile d'autocollants portant la **mention « Naturel »**.

Sur lequel de ces produits alimentaires mettriez-vous cet autocollant ?

Vous pouvez en choisir autant ou aussi peu que vous le souhaitez, du moment que **vous pensez qu'il peut être qualifié de « Naturel »**.

PRM : [afficher les choix de réponses de manière aléatoire.](#)

Items	
1	Tomates fraîches
2	Tomates pelées en conserve
3	Petits pois surgelés
4	Concentré de tomates
5	Soupe instantanée de tomates (en poudre)
6	Sucre blanc cristallisé
7	Farine de blé
8	Huile de colza
9	Mix all-in de farine pour pain blanc
10	Pain blanc
11	Lard fumé en tranches
12	Blanc de poulet cru
13	Salami en tranches
14	Salade de poulet au curry
15	Œufs frais
16	Lait entier
17	Yaourt non sucré
18	Yaourt aux fraises
19	Mayonnaise
20	Cola
21	Oursons acidulés (bonbons)
22	Comprimés de multi-vitamines
23	Aucun de ces produits

P2. Vous recevez maintenant des autocollants portant la **mention « Non naturel »**.

Sur lequel de ces produits alimentaires mettriez-vous cet autocollant ?

Vous pouvez en choisir autant ou aussi peu que vous le souhaitez, du moment que **vous pensez qu'ils devraient être qualifiés de « Non naturels »**.

PRM : [même liste que P1.](#)



### Définition spontanée de « naturel » et « d'origine naturelle » (t=2min)

---

A1. Supposons qu'un enfant de 12 ans vous demande : Qu'est-ce qu'un aliment (ou une boisson) « **naturel** » ?  
Qu'est-ce qui détermine si l'on peut qualifier un aliment ou une boisson de « naturel » ?

**Comment formuleriez-vous** une réponse à cet enfant de 12 ans ?

Vous pouvez proposer des phrases complètes ou des mots clés.

Votre texte contient x caractères. Vous pouvez écrire un maximum de 350 caractères.

A2. Supposons que l'enfant ne le comprenne pas encore bien.

Comment pourriez-vous **formuler autrement** le concept d'aliment ou de boisson « naturel » à cet enfant de 12 ans ?

Vous pouvez proposer des phrases complètes ou des mots clés.

Votre texte contient x caractères. Vous pouvez écrire un maximum de 350 caractères.

- Je ne vois pas vraiment d'autres formulations ou éléments à apporter.

A3. Voyez-vous une différence entre « **naturel** » et « **d'origine naturelle** » ?

Oui, ces termes ont une signification différente	1	<a href="#">Aller à A4</a>
Non, ces termes ont la même signification	2	
Je ne sais pas	3	

A4. Selon vous, quelle est la différence entre « **naturel** » et « **d'origine naturelle** » ?

Votre texte contient x caractères. Vous pouvez écrire un maximum de 350 caractères.

- Je ne peux pas vraiment l'expliquer

## Évaluation du caractère “naturel” - processus individuels (t=4min)

R1. Sur les écrans suivants, vous verrez à chaque fois la description d'un procédé utilisé dans la production alimentaire.

Lisez la description et les exemples proposés et décidez si vous considérez ou non **le produit final après ce procédé** comme **naturel ou d'origine naturelle**.

Au total, nous vous présentons 16 procédés.

Remarque : nous voulons savoir comment vous pensez que le produit devrait être qualifié, et non pas comment vous pensez qu'il est actuellement qualifié par les fabricants.

PMR : randomiser les éléments.

	Procédé (pas montré)	Description courte et simple	Exemple
1	Hacher finement	Un aliment est haché ou coupé en petits morceaux.	Par exemple: Persil finement haché
2	Moudre	Un aliment est réduit en poudre.	Par exemple: Amandes moulues
3	Sécher	L'eau est retirée d'un aliment (à l'air libre ou par traitement thermique).	Par exemple: Abricots séchés
4	Presser	Un aliment est pressé pour obtenir son jus ou son huile.	Par exemple: Jus d'orange fraîchement pressé
5	Congeler	Un aliment est stocké à une température inférieure à - 18°.	Par exemple: Petits pois surgelés, cabillaud surgelé
6	Pasteuriser, stériliser	Un aliment est chauffé pour éliminer les bactéries et prolonger sa durée de vie.	Par exemple: Lait pasteurisé, tomates stérilisées en boîte ou en bocal
7	Fumer	Un aliment est placé dans la fumée de bois pour lui donner un goût de fumée typique et le conserver.	Par exemple: Saumon fumé traditionnellement
8	Cuisson, cuisson au four, friture	Un aliment est traité à la chaleur pour le rendre consommable.	Par exemple: Pommes de terre cuites à l'eau
9	Fermentation	Un aliment est fermenté à l'aide de micro-organismes (levures ou bactéries) afin d'en modifier le goût, la texture ou la composition.	Par exemple: Yaourt sans ajouts (sans fruits, sans sucre, sans arômes), choucroute
10	Traitement enzymatique	Des enzymes (protéines) sont ajoutées à un produit pour déclencher des réactions spécifiques et modifier, par exemple, le goût ou la composition.	Par exemple: Lait sans lactose, sirop de glucose
11	Extraction par solvant	Un solvant chimique est utilisé pour extraire certaines substances désirables ou indésirables d'un produit.	Par exemple: Café décaféiné, huile de colza obtenue avec l'aide d'hexane (solvant chimique)
12	Ozonisation, irradiation, traitement UV	Les bactéries présentes dans un aliment sont détruites par l'ozone, l'irradiation ou la lumière UV.	Par exemple: Eau potable traitée à l'ozone ou aux UV (comme certains filtres à eau de bureau), épices irradiées
13	Synthèse chimique	Une nouvelle substance est produite par une réaction chimique entre plusieurs substances.	Par exemple: L'édulcorant aspartame
14	Infuser	Un produit est plongé dans de l'eau chaude, de sorte que l'eau prend la saveur du produit.	Par exemple: Une tasse de thé
15	Conservé avec du nitrite/sulfite	Des nitrites ou des sulfites (conservateurs autorisés) sont ajoutés à un aliment pour en augmenter la conservation.	Par exemple: Viande séchée, raisins secs
16	Produits par des levures génétiquement modifiées	Des levures sont génétiquement modifiées pour produire des arômes spécifiques, identiques à ceux des plantes. Les levures sont éliminées après la production de l'arôme.	Par exemple: Certains arômes de vanille

Après ce procédé, l'ingrédient peut être qualifié de ... (une réponse possible)

Options de réponse (une réponse possible)	
Naturel	1
D'origine naturelle	2
Aucun de ces termes	3
Je ne sais vraiment pas	4

Attentes concernant la réglementation du "naturel" (t=0.5min)

---

Super! Avant d'aller plus loin :

V1. Pensez-vous qu'il **existe des règles juridiques** régissant l'utilisation des mentions « Naturel » et « D'origine naturelle » sur les emballages des produits alimentaires et des boissons, ou les fabricants sont-ils autorisés à en décider eux-mêmes ?

[PRM: 1 réponse](#)

Oui, il existe des règles juridiques	1
Non, les fabricants peuvent décider eux-mêmes comment ils utilisent ces mentions	2
Je ne sais pas	3

V2. Pensez-vous qu'il est **important** qu'il existe des règles juridiques régissant l'utilisation des mentions « Naturel » et « D'origine naturelle » sur les emballages des produits alimentaires et des boissons ?

[PRM: 1 réponse](#)

Très important	5
Plutôt important	4
Neutre	3
Plutôt pas important	2
Pas du tout important	1

## Évaluation de la “naturalité” après plusieurs processus (produit) (t=2min)

FYI: Cas avec un degré croissant d'édition :

1. Huile essentielle de thym = vapeur
2. Huile d'olive = mécanique uniquement
3. Huile de colza = mécanique + chimique

Chaque répondant est assigné aléatoirement à l'évaluation d'un seul des trois produits..

### Q1a. Huile de colza

Nous revenons une fois de plus aux procédés de transformation.

En général, les produits alimentaires subissent plus d'une opération.

Voici les étapes de la fabrication de l'huile de colza.

1. Les graines de la plante de colza sont broyées en fins morceaux.
2. Ces morceaux sont mélangés à un solvant chimique autorisé. Cela permet de dissoudre l'huile présente dans les graines.
3. À l'aide d'un filtre, tous les morceaux solides sont retirés et il ne reste qu'un mélange d'huile et de solvant chimique.
4. Ce mélange d'huile est chauffé de manière à ce que le solvant chimique s'évapore complètement et qu'il ne reste plus que l'huile de colza.
5. Grâce à divers procédés physiques et chimiques, les substances, les couleurs et les odeurs indésirables sont éliminées de l'huile.

Selon vous, l'huile de colza obtenue à l'issue de ces opérations peut être qualifiée de...

Naturelle	1	<a href="#">Aller à Q1c</a>
D'origine naturelle	2	<a href="#">Aller à Q1b</a>
Aucun de ces termes	3	
Je ne sais vraiment pas	4	

### Raisons pas « naturelle »

Q1b. Pourquoi pensez-vous que l'huile de colza ainsi obtenue n'est pas « naturelle » (si Q1a code 3) / est « d'origine naturelle », mais pas « naturelle » (indien Q1a code 2) ? (plusieurs réponses possibles)

Le colza n'est pas (toujours) naturel	1
Des substances sont retirées du colza (il ne reste pas entier)	2
Trop d'opérations sont effectuées	3
Des opérations physiques (par exemple, le broyage) sont effectuées	4
Des produits chimiques sont utilisés (par exemple, des solvants)	5
Il n'est pas possible de produire soi-même de l'huile de colza à la maison, mais seulement dans une usine équipée de machines spécialisées	6
Autre raison, à savoir ...	7
Je ne sais pas vraiment	8

### Raisons que bien « naturelle »

Q1c. Pourquoi pensez-vous que l'huile de colza ainsi obtenue est « naturelle » ? (plusieurs réponses possibles)

Le colza est naturel	1
L'huile de colza est déjà naturellement présente dans le colza	2
Rien n'est ajouté, seulement enlevé	3
Le solvant chimique disparaît complètement de l'huile de colza	4
Le solvant chimique est considéré comme sûr pour la production alimentaire	5
Les opérations effectuées sont simplement destinées à rendre le produit final comestible ou éliminer les substances indésirables	6
Ces opérations sont utilisées depuis longtemps	7
Autre raison, à savoir ...	8
Je ne sais pas vraiment	9

### Q2a. L'huile d'olive

Nous revenons une fois de plus aux procédés de transformation.  
En général, les produits alimentaires subissent plus d'une opération.  
Vous trouverez ci-dessous les étapes de la fabrication de huile d'olive.

1. Les olives sont pressées mécaniquement pour obtenir une pulpe d'olive.
2. La pâte d'olive est ensuite mélangée pour séparer les gouttelettes d'huile.
3. L'huile est ensuite séparée de la pulpe de manière mécanique (à l'aide d'un filtre).

Selon vous, l'huile d'olive obtenue à l'issue de ces opérations peut être qualifiée de...

Naturelle	1	<a href="#">Aller à Q1c</a>
D'origine naturelle	2	<a href="#">Aller à Q1b</a>
Aucun de ces termes	3	
Je ne sais vraiment pas	4	

#### Raisons pas « naturelle »

Q2b. Pourquoi pensez-vous que l'huile d'olive ainsi obtenue n'est pas « naturelle » (si Q2a code 3) / est « d'origine naturelle », mais pas « naturelle » (indien Q2a code 2) ? (plusieurs réponses possibles)

Les olives ne sont pas (toujours) naturelles	1
Des substances sont retirées des olives (elles ne restent pas entières)	2
Trop d'opérations sont effectuées	3
Des opérations physiques (par exemple, le pressage) sont effectuées	4
Il n'est pas possible de produire soi-même de l'huile d'olive à la maison, mais uniquement dans un atelier équipé de machines spécialisées	5
Autre raison, à savoir ...	6
Je ne sais pas vraiment	7

#### Raisons que bien « naturelle »

Q2c. Pourquoi considérez-vous l'huile d'olive ainsi obtenue comme « naturelle » ? (plusieurs réponses possibles)

Les olives sont naturelles	1
L'huile d'olive est déjà naturellement présente dans les olives.	2
Rien n'est ajouté	3
Aucun produit chimique (par exemple, des solvants) n'est utilisé	4
Les opérations effectuées sont simplement destinées à séparer l'huile d'olive de l'olive	5
Ces opérations sont utilisées depuis longtemps	6
Autres, à savoir ...	7
Je ne sais pas vraiment	8

### Q3a. Huile essentielle de thym

Nous revenons une fois de plus aux procédés de transformation.  
En général, les produits alimentaires subissent plus d'une opération.  
Vous trouverez ci-dessous les étapes de la fabrication de l'huile essentielle de thym.

1. Le thym frais est placé dans une cuve traversée par de la vapeur.
2. L'huile essentielle est entraînée par la vapeur (distillation).
3. La vapeur est ensuite refroidie, ce qui permet de séparer l'huile essentielle de l'eau.

Selon vous, l'huile essentielle de thym obtenue à l'issue de ces opérations peut être qualifiée de...

Naturelle	1	<a href="#">Aller à Q1c</a>
D'origine naturelle	2	<a href="#">Aller à Q1b</a>
Aucun de ces termes	3	
Je ne sais vraiment pas	4	

#### Raisons pas « naturelle »

Q3b. Pourquoi pensez-vous que l'huile essentielle de thym ainsi obtenue n'est pas « naturelle » (si Q3a code 3) / est « d'origine naturelle », mais pas « naturelle » (indien Q3a code 2) ? (plusieurs réponses possibles)

Le thym n'est pas (toujours) naturel	1
Des substances sont retirées du thym (il ne reste pas entier)	2
Trop d'opérations sont effectuées	3
Des opérations physiques (par exemple, la distillation) sont effectuées.	4
Il n'est pas possible de produire soi-même de l'huile essentielle de thym à la maison, mais uniquement dans une usine équipée de machines spécialisées	6
Autre raison, à savoir ...	7
Je ne sais pas vraiment	8

#### Raisons que bien « naturelle »

Q3c. Pourquoi considérez-vous l'huile essentielle de thym ainsi obtenue comme « naturelle » ? (plusieurs réponses possibles)

Le thym est naturel	1
L'huile essentielle de thym est déjà naturellement présente dans le thym.	2
Rien n'est ajouté	3
Les opérations effectuées sont simplement destinées à obtenir l'huile essentielle de la plante de thym.	6
Ces opérations sont utilisées depuis longtemps	7
Autres, à savoir ...	8
Je ne sais pas vraiment	9

QUESTIONS DE PROFIL (t=1.5min)

Pour terminer, quelques questions sur vous.

P1. Parmi les affirmations suivantes, laquelle décrit le mieux vos choix alimentaires ?

PRM: 1 réponse

Je mange ce que je veux sans me demander si c'est bon pour la santé.	1
Je suis conscient(e) que faire attention à mon alimentation est important pour ma santé, mais la plupart du temps, je mange ce dont j'ai envie.	2
Je suis conscient(e) que faire attention à mon alimentation est important pour ma santé et je fais attention à ce que je mange.	3
En raison d'un problème de santé, je fais attention à ce que je mange.	4

P2. Chez vous, qui fait les courses alimentaires ?

PRM: 1 réponse

Je fais principalement les courses alimentaires	1
Je fais parfois les courses alimentaires, parfois quelqu'un d'autre de mon foyer	2
Une autre personne de mon foyer fait la plupart des courses alimentaires	3

P3. Qu'est-ce qui décrit le mieux votre situation de vie ? J'habite ...

PRM: 1 réponse

chez mes parents (y compris étudiants en kot ou en collocation)	1
seul(e)	2
seul(e) avec enfant(s)	3
en couple sans enfant	4
en couple avec enfant(s)	5
Autre situation	6

P4. Avec le revenu net total de votre ménage, dans quelle mesure pouvez-vous joindre les deux bouts sur une base mensuelle ?

PRM: 1 réponse

Très difficilement	1	(très) difficilement
Difficilement	2	(très) difficilement
Ni difficilement, ni facilement	3	
Facilement	4	Neutre
Très facilement	5	(très) facilement
Je ne sais pas	6	

P5. Quelle description correspond le mieux à l'environnement dans lequel vous vivez ?

PRM: 1 réponse

Principalement bâti, peu de nature ou d'espaces ouverts	1	Urbain
Mélange de zones bâties avec de la nature et des espaces ouverts	2	Suburbain
Principalement de la nature et des espaces ouverts, peu de zones bâties	3	Rural