



# TrulyNatural - Onderzoek rond het begrip, de perceptie en de verwachtingen van de Belgische consumenten met betrekking tot het gebruik van termen zoals "natuurlijk" of "van natuurlijke oorsprong" in de etikettering van voedingsmiddelen

2024/DGAPF/CC/TrulyNatural

December 2024

## Achtergrond

Het gebruik van de term “natuurlijk” is alleen specifiek geregeld voor aroma's (Verordening (EG) nr. 1334/2008) en natuurlijk mineraalwater. Voor andere voedingsmiddelen of ingrediënten zijn er geen criteria gedefinieerd in de Europese of nationale wetgeving. Alleen de algemene bepalingen over het niet misleiden van de consument zijn van toepassing (met name artikel 7 van Verordening (EU) nr. 1169/2011). Exploitanten en controle instanties beschikken dus alleen over dit artikel en het algemene beginsel dat de consument niet mag worden misleid om te bepalen in welke gevallen het gebruik van de term “natuurlijk” en afgeleiden daarvan aanvaardbaar is.

## Doel van het onderzoek TrulyNatural

Het potentieel misleidende karakter van dergelijke term moet worden onderzocht in het licht van het begripbaarheid dat de consument ervan heeft en de verwachtingen die het gebruik van deze term wekt ten aanzien van de samenstelling en de kenmerken van het product. De FOD Volksgezondheid, Veiligheid van de voedselketen en Leefmilieu heeft daarom het onderzoek TrulyNatural gelanceerd om na te gaan wat de consumenten verwachten van een product dat de claim ‘natuurlijk’ draagt. Het doel is onderzoek te voeren naar in welke mate het opportuun zou zijn om een aanzet tot verfijning van het wettelijke kader te voorzien voor het gebruik van de term ‘natuurlijk’ (en zijn potentiële synoniemen en afgeleiden). Het is de eerste keer dat in deze optiek objectieve gegevens verzameld worden over het al dan niet misleidend karakter van de bewering ‘natuurlijk’ en ‘van natuurlijke oorsprong’.

De studie bestond uit volgende zaken:

- **Een documentatieonderzoek:** Analyse van huidige regelgeving en richtlijnen rond de term ‘natuurlijk’ op etiketten van voedingsproducten in België, de EU en internationaal, aangevuld met academische inzichten.
- **Een online consumentenonderzoek:** Een kwantitatieve, online studie bij een representatieve steekproef van de Belgische bevolking (1050 respondenten tussen 16 en 80 jaar) om de percepties, verwachtingen en beoordelingen van consumenten met betrekking tot de claim 'natuurlijk' en de impact van bepaalde bewerkingen in het voedselproductieproces te onderzoeken. Bij de interpretatie van de gegevens werd niet alleen rekening gehouden met de totale Belgische bevolking, maar ook met het bestaan van relevante verschillen tussen de volgende subgroepen: taal, leeftijdsgroep, geslacht,



opleidingsniveau, voedselkeuzegedrag, verantwoordelijke voor de boodschappen, type huishouden, subjectief inkomensniveau, leefcontext.

## Belangrijkste bevindingen

Uit de analyse van het documentatieonderzoek blijkt dat de term ‘natuurlijk’ enkel specifiek gereguleerd is in België en op Europees niveau voor aroma’s en, in bepaalde mate voor natuurlijk mineraalwater. Voor andere voedingsmiddelen zijn er geen concrete criteria, maar enkel algemene bepalingen rond misleiding van toepassing. Internationaal zijn er enkele richtlijnen en *best practices* die inspirerend kunnen werken, maar deze zijn vaak niet bindend.

Belangrijke criteria in het definiëren van ‘natuurlijk’ omvatten onder andere de nadruk op de oorsprong van ingrediënten, toegestane en niet-toegestane bewerkingen en speciale aandacht voor samengestelde producten en varianten op de term ‘natuurlijk’.

Het online onderzoek TrulyNatural toont aan dat consumenten “natuurlijk” associëren met geen of minimale bewerkingen, afwezigheid van voedingsadditieven of andere volgens hen vergelijkbare toevoegingen, en een natuurlijke oorsprong. Dit laatste aspect wijst impliciet elke synthetische oorsprong af. Wanneer consumenten denken dat een product bewerkt is of er iets aan werd toegevoegd (additieven of andere ingrediënten zoals suiker), hoe klein deze ingreep ook lijkt, daalt de perceptie van 'natuurlijkheid' sterk. Er moet worden opgemerkt dat in het onderzoek verschillende soorten verwerking werden onderzocht, maar de verschillende soorten additieven of hun verschillende toepassingen werden niet diepgaand onderzocht. Of iets van plantaardige of eerder dierlijke oorsprong is, beïnvloedt op zich daarentegen de perceptie van natuurlijkheid weinig.

Minimale mechanische processen, die basisproducten het minste veranderen, zoals hakken of, in een zekere mate, ook persen, hebben de minste impact op de perceptie van natuurlijkheid, terwijl bewerkingen met ‘chemische elementen’ (waarbij chemische stoffen gebruikt worden in de verwerking of waarbij veranderingen veroorzaakt worden in de samenstelling) of het gebruik van GMO’s (genetisch gemodificeerde organismen) deze perceptie sterk negatief beïnvloeden.

Interessant is dat consumenten het verschil tussen “natuurlijk” en “van natuurlijke oorsprong” moeilijk kunnen uitleggen, maar deze termen wel intuïtief en consistent toepassen in hun beoordelingen van bewerkingen. Het is ook belangrijk om rekening te houden met de beperkte kennis van consumenten over processen om voedingsmiddelen te produceren. Hierdoor beoordelen zij een eindproduct soms als natuurlijk, terwijl de gebruikte processen zelf als minder natuurlijk worden gezien.

## Aanbevelingen vanwege de contractant op basis van de resultaten van de studie

Om aan consumentenverwachtingen te voldoen en misleiding te voorkomen, kan een regelgeving of richtlijnen rondom natuurlijheidsclaims rekening houden met volgende aspecten:

- **Duidelijkheid bieden over de oorsprong van ingrediënten:** Ingrediënten moeten van natuurlijke oorsprong zijn. Een synthetische oorsprong is dus uitgesloten.
- **Specificeren welke bewerkingen toegestaan zijn:** Aan de hand van een duidelijke lijst van toegestane en niet-toegestane bewerkingen voor de vermeldingen “natuurlijk” en



“van natuurlijke oorsprong”. Deze studie geeft voor een reeks van geselecteerde bewerkingen aan hoe groot het deel consumenten is dat een product na de bewerking als “natuurlijk” percipieert. Het is aan de regelgevende overheid om te bepalen waar de minimumgrens ligt en welk risico op misleiding aanvaardbaar geacht wordt, terwijl er ook rekening dient gehouden te worden met technische aspecten, praktische logica en consistentie van de regels.

- **Duidelijkheid bieden over ‘toevoegingen’:** Het is duidelijk dat ‘toevoegingen’ (of het nu gaat om additieven in de zin van de wetgeving of andere ingrediënten die op dezelfde voet gezet worden door de consument) een belangrijk criterium zijn in de perceptie van natuurlijkheid door consumenten. In natuurlijke producten verwachten consumenten geen toevoegingen, in producten van natuurlijke oorsprong verwachten consumenten wel dat er mogelijk bepaalde toevoegingen aanwezig kunnen zijn. De vraag blijft evenwel of toevoegingen (in het bijzonder additieven) als een apart criterium moeten worden beschouwd, of dat ze op dezelfde manier beoordeeld moeten worden als andere ingrediënten.

## Conclusie

Het onderzoek TrulyNatural biedt inzicht in de percepties en verwachtingen van consumenten met betrekking tot de claim “natuurlijk” en “van natuurlijke oorsprong” op etiketten en in reclame van voedingsmiddelen. Dit overzicht is gebaseerd op objectieve en voldoende representatieve gegevens.

De resultaten kunnen als basis dienen voor het ontwikkelen van duidelijke criteria, in een wettelijk kader of een leidraad, met als doel consumenten te beschermen tegen misleidende beweringen en producenten een gepaste omkadering te bieden in hun communicatie rond de term “natuurlijk”.

Meer informatie: [Onderzoeksrapport](#)

