

L'avenir de l'étiquetage alimentaire en Belgique

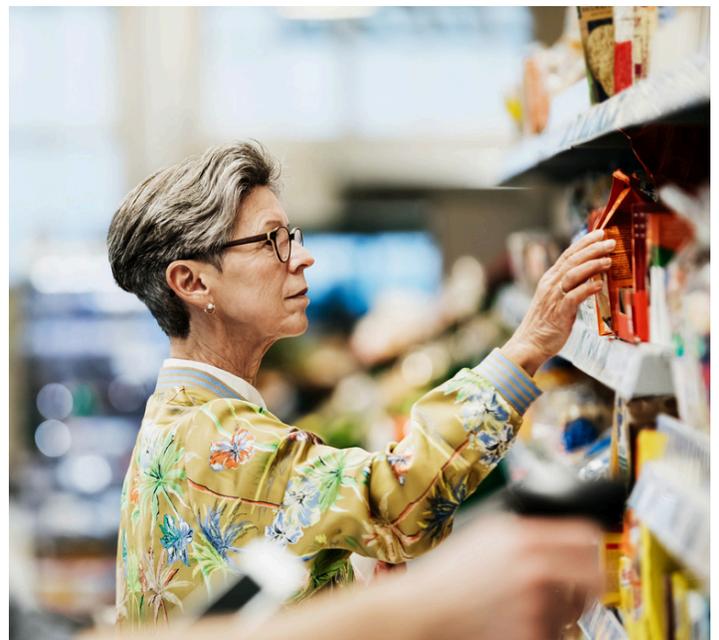
L'étiquetage alimentaire joue un rôle crucial dans l'orientation des choix des consommateurs et la promotion de la santé publique en Belgique. L'efficacité de l'étiquetage alimentaire a un impact profond sur la capacité des consommateurs à prendre des décisions éclairées concernant leur alimentation et leur bien-être général. Ce livre blanc, basé sur une étude approfondie commandée par NSF auprès de 1 000 adultes belges*, examine l'importance, l'efficacité, les défis et les attentes des consommateurs en matière d'étiquetage alimentaire en Belgique.

Pour les marques alimentaires opérant en Belgique, le respect des réglementations en matière d'étiquetage est d'une importance capitale, non seulement pour répondre aux exigences légales, mais aussi pour gagner la confiance des consommateurs et maintenir la transparence. Cette tâche devient de plus en plus complexe dans le marché alimentaire mondialisé d'aujourd'hui, en particulier compte tenu de la position de la Belgique au cœur de l'Union européenne. À mesure que les tendances alimentaires évoluent, que de nouveaux ingrédients apparaissent et que la compréhension scientifique de la nutrition progresse, les entreprises alimentaires doivent constamment mettre à jour leurs étiquettes pour refléter ces changements.

1. Le rôle des étiquettes alimentaires dans la prise de décision des consommateurs

L'étiquetage alimentaire a un impact significatif sur le comportement d'achat des consommateurs en Belgique. Selon notre étude, près de trois quarts (73 %) des adultes belges déclarent lire l'étiquetage alimentaire avant d'effectuer un achat, ce chiffre atteignant 83 % chez les 18-34 ans, soulignant l'importance que les jeunes consommateurs accordent à cet étiquetage. Plus de la moitié (52 %) des adultes belges prêtent plus d'attention aux étiquettes alimentaires qu'il y a cinq ans, ce chiffre atteignant 63 % pour la génération Z (18-27 ans).

L'influence des étiquettes alimentaires s'étend au-delà de la décision d'achat initiale, car elles façonnent également les choix alimentaires et permettent aux consommateurs de comparer les produits. Seule la moitié (50 %) des adultes belges estiment que les étiquettes alimentaires actuelles leur fournissent



suffisamment d'informations pour faire un choix éclairé. Cependant, nettement moins (37 %) conviennent que les étiquettes actuelles répondent adéquatement aux préoccupations en matière de durabilité, indiquant un écart entre les attentes des consommateurs et les informations fournies sur les étiquettes.

Influence sur le comportement d'achat

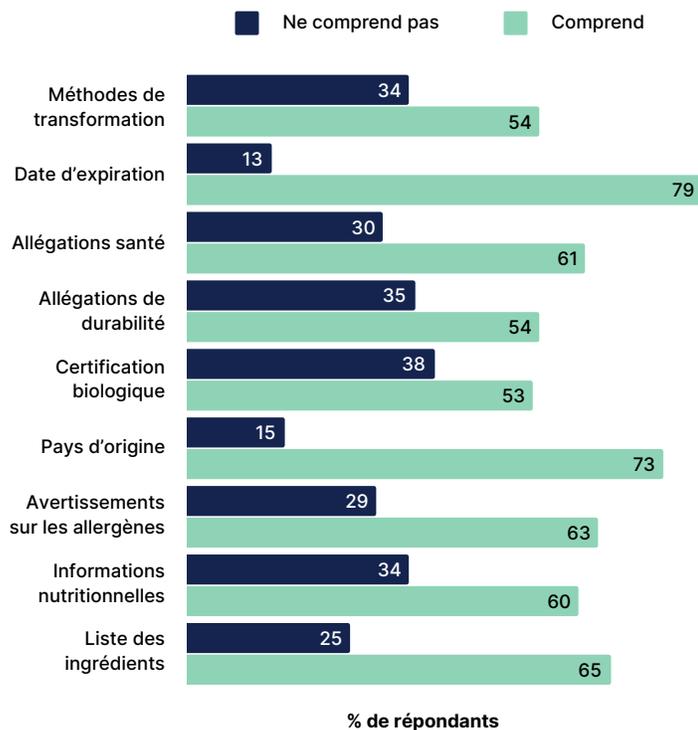
Les mentions les plus couramment lues en Belgique sur les étiquettes alimentaires sont les dates d'expiration (63 %), les listes d'ingrédients (45 %), les informations nutritionnelles (38 %), le pays d'origine (32 %), les avertissements sur les allergènes (23 %) et les allégations santé (22 %).

Les consommateurs âgés de plus de 55 ans sont beaucoup plus susceptibles de regarder les dates d'expiration (77 % contre 44 %) ainsi que les listes d'ingrédients (48 % contre 41 %). En revanche, les jeunes adultes âgés de 18 à 34 ans sont beaucoup plus préoccupés par la lecture des avertissements sur les allergènes (29 % contre 18 %), les allégations santé (28 % contre 20 %), la certification biologique (22 % contre 16 %) et les méthodes de transformation (20 % contre 13 %).

Ces différences de priorités en matière d'étiquetage entre les groupes d'âge soulignent la nécessité pour les fabricants et les détaillants de produits alimentaires d'adapter leurs stratégies d'étiquetage pour répondre aux divers besoins de leurs consommateurs cibles sur le marché belge. En fournissant des informations claires, complètes et pertinentes sur les étiquettes alimentaires, les marques peuvent gagner la confiance et fidéliser leur clientèle.

Compréhension de l'étiquetage alimentaire

La compréhension est généralement élevée pour l'ensemble de l'étiquetage alimentaire.



L'impact sur les choix alimentaires

Les étiquettes jouent un rôle crucial en aidant les consommateurs à faire des choix alimentaires éclairés. En ce qui concerne les aliments ultra-transformés (AUT), les adultes belges sont plus susceptibles de signaler qu'il est difficile de les identifier à travers les étiquettes alimentaires (44 %). Avec seulement un sur dix (10 %) trouvant très facile d'identifier les AUT, il y a une marge d'amélioration significative dans les pratiques d'étiquetage. Les jeunes adultes démontrent une compréhension beaucoup plus élevée des étiquettes alimentaires dans ce domaine, 55 % déclarant qu'ils trouvent facile d'identifier les AUT, contre 32 % de ceux de plus de 55 ans.

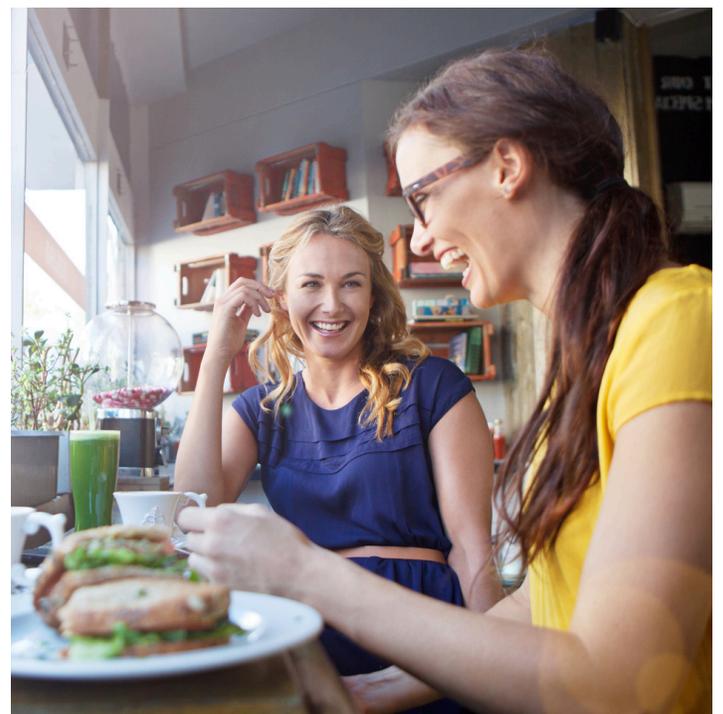
L'interprétation des allégations santé sur les étiquettes alimentaires présente également un défi, en particulier chez les consommateurs plus âgés. L'étude montre que les adultes belges sont divisés sur la fiabilité des allégations santé, 44 % les jugeant fiables contre 45 % qui les trouvent peu fiables. Cette disparité est encore plus prononcée entre les groupes d'âge, 53 % des 18-4 ans trouvant les allégations santé fiables, contre seulement 38 % des plus de 55 ans.

Ces résultats soulignent l'importance d'un étiquetage alimentaire clair, précis et adapté à l'âge pour soutenir des choix alimentaires sains dans différents segments de consommateurs. En fournissant des informations transparentes sur le contenu nutritionnel et les méthodes de transformation des produits alimentaires, les étiquettes peuvent permettre aux consommateurs de prendre des décisions plus éclairées concernant leur santé et leur bien-être.

Ajouts utiles et tarification premium

Lorsqu'on leur a demandé quelles informations seraient les plus utiles comme ajouts à l'étiquetage alimentaire, les adultes belges citent d'abord des informations complètes sur les allergènes (75 %), puis des informations détaillées sur la transformation (72 %). Viennent ensuite le score d'impact environnemental (65 %), les informations sur l'approvisionnement éthique (63 %) et les codes QR scannables offrant des informations supplémentaires (59 %). En examinant les groupes d'âge, les 18-34 ans seraient les plus intéressés par la présence de scores d'impact environnemental (77 %), tandis que les plus de 55 ans préfèrent voir des informations complètes sur les allergènes (75 %).

En fait, près de la moitié (47 %) des adultes belges sont prêts à payer plus cher pour des produits alimentaires avec un étiquetage plus complet et transparent. Cependant, près de la moitié (45 %) rejettent cette idée. Parmi ceux qui ont déclaré être prêts à payer plus cher, ils sont le plus disposés à le faire pour de meilleures informations sur les ingrédients (31 %) et les informations nutritionnelles (29 %). Les répondants sont les moins disposés à payer plus cher pour les allégations santé (23 %) et les allégations de durabilité (22 %). **En moyenne, les consommateurs sont prêts à payer entre 10 % et 12 % de plus pour des produits avec un meilleur étiquetage.**



En fournissant des informations détaillées, pertinentes et facilement comparables sur les étiquettes alimentaires, les fabricants et les détaillants peuvent mettre en valeur leurs produits, gagner la confiance des consommateurs et potentiellement demander un prix premium pour leur engagement envers la transparence. À mesure que les exigences des consommateurs pour un étiquetage complet continuent de croître, les entreprises qui investissent dans des étiquettes alimentaires claires et informatives sont susceptibles de gagner un avantage concurrentiel sur le marché.

2. Défis dans la compréhension de l'étiquetage alimentaire

Malgré la compréhension générale de l'étiquetage alimentaire parmi les consommateurs belges, il reste des défis importants dans la compréhension de certains aspects. Ces défis ont un impact sur la capacité des consommateurs à prendre des décisions éclairées concernant leurs choix alimentaires et leur santé globale.

Complexité des informations nutritionnelles

L'un des principaux défis auxquels les consommateurs sont confrontés est la complexité des informations nutritionnelles présentées sur les étiquettes alimentaires. Bien que 60 % des adultes belges déclarent les comprendre, plus d'un tiers (34 %) ont encore du mal à interpréter et à appliquer ces données à leurs besoins alimentaires. L'utilisation de termes techniques, de pourcentages et de tailles de portion peut être déroutante pour de nombreux consommateurs, en particulier ceux ayant un niveau d'alphabétisation plus faible. Cette complexité peut conduire à une mauvaise interprétation ou à un mépris des faits nutritionnels importants, entravant la capacité à faire des choix alimentaires plus sains.

Pour relever ce défi, il y a une pression croissante pour la standardisation de l'étiquetage nutritionnel sur le devant de l'emballage (FoPNL) dans toute l'UE. Actuellement, divers FoPNL approuvés par le gouvernement sont utilisés, tels que le Nutri-Score, le Keyhole et la batterie Nutriform. Cependant, ces systèmes volontaires ont été critiqués pour ne pas être conviviaux pour les consommateurs ou ne pas fournir d'informations adéquates sur la qualité nutritionnelle des produits alimentaires. Un système FoPNL standardisé et obligatoire pourrait aider à simplifier les informations nutritionnelles et permettre aux consommateurs de prendre des décisions plus éclairées en un coup d'œil.

Compréhension des allégations de durabilité

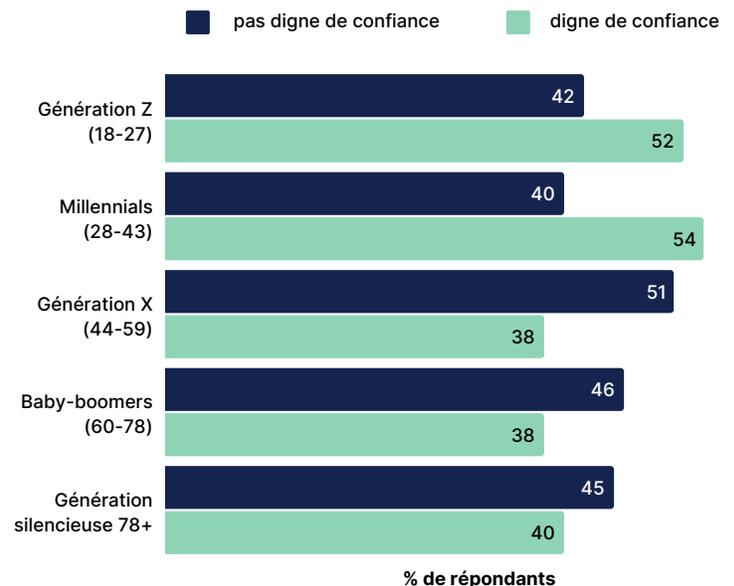
Un autre domaine de préoccupation est la compréhension des allégations de durabilité sur les étiquettes alimentaires. L'étude révèle que seulement 54 % des adultes belges comprennent les allégations de durabilité, et encore moins (37 %) croient que les étiquettes alimentaires actuelles répondent adéquatement aux préoccupations en matière de durabilité. Ce manque de compréhension peut être attribué à l'absence de définitions et de

critères standardisés pour les allégations de durabilité, ainsi qu'à la prolifération de déclarations vagues ou trompeuses. Les consommateurs exigent de plus en plus de transparence concernant l'impact environnemental de leurs choix alimentaires, mais le paysage actuel de l'étiquetage ne parvient pas à fournir des informations claires et fiables. Le développement d'éco-labels standardisés et de réglementations plus strictes concernant les allégations de durabilité, comme proposé dans la directive européenne sur les allégations vertes, pourrait aider à combler cette lacune et permettre aux consommateurs de prendre des décisions plus respectueuses de l'environnement.

La directive européenne sur les allégations vertes représente une étape cruciale vers l'amélioration de la transparence et de la fiabilité dans l'étiquetage de durabilité. À mesure que cette réglementation entre en vigueur, les fabricants de produits alimentaires devront s'assurer que leurs allégations environnementales sont étayées par des données scientifiques solides et conformes à des méthodologies standardisées. Cela renforcera non seulement la confiance des consommateurs, mais créera également des conditions équitables pour les entreprises engagées dans de véritables pratiques de durabilité.

Quelle est la fiabilité des allégations santé sur les emballages alimentaires ?

Dans l'ensemble, les jeunes font beaucoup plus confiance aux allégations santé, car les 18-34 ans sont significativement plus susceptibles de dire qu'ils pensent que les allégations santé sont fiables que les plus de 55 ans (53 % contre 38 %).



Interprétation des avantages pour la santé

L'interprétation des allégations santé sur les étiquettes alimentaires présente également un défi, en particulier chez les consommateurs plus âgés. L'étude indique que seulement 38 % des plus de 55 ans trouvent les allégations santé fiables, contre 53 % des 18-34 ans. Cette disparité souligne la nécessité d'allégations santé plus claires et mieux étayées qui peuvent être

facilement comprises par les consommateurs de tous les groupes d'âge.

L'effet "halo santé", où la présence de certaines allégations (par exemple: biologique naturel) conduit les consommateurs à percevoir un produit comme globalement plus sain, peut également contribuer à une mauvaise interprétation. Des réglementations plus strictes concernant les allégations santé, ainsi que des initiatives d'éducation des consommateurs, pourraient aider à atténuer cet effet et garantir que les avantages pour la santé sont communiqués de manière précise et transparente.

Relever ces défis dans la compréhension des étiquettes alimentaires nécessite une approche multifacette impliquant les organismes de réglementation, les fabricants de produits alimentaires et les groupes de défense des consommateurs. En donnant la priorité à la clarté, à la standardisation et à la transparence dans l'étiquetage alimentaire, nous pouvons permettre aux consommateurs de prendre des décisions plus éclairées concernant leurs choix alimentaires, contribuant ainsi à de meilleurs résultats en matière de santé publique et à un système alimentaire plus durable.

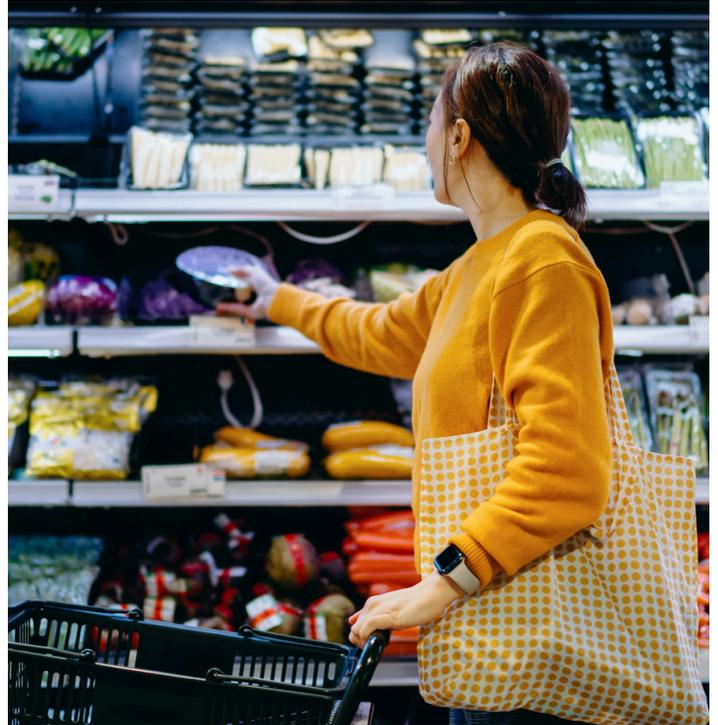
3. Demandes des consommateurs pour l'amélioration des étiquettes

À mesure que les consommateurs deviennent de plus en plus conscients de leur santé et de l'environnement, leurs attentes en matière d'étiquetage alimentaire ont considérablement évolué. L'étude révèle une demande croissante pour des pratiques d'étiquetage plus claires, plus complètes et standardisées qui répondent aux préoccupations concernant les allergènes, les méthodes de transformation et la durabilité.

Désir d'avertissements plus clairs sur les allergènes

L'une des demandes les plus pressantes des consommateurs concerne des avertissements plus clairs et plus visibles sur les allergènes sur les étiquettes alimentaires. Avec l'augmentation des allergies alimentaires, en particulier chez les jeunes générations, les consommateurs recherchent des informations sur les allergènes facilement identifiables et complètes pour assurer leur sécurité et leur bien-être. L'étude indique que 75 % des adultes belges considèrent que des informations complètes sur les allergènes sont l'un des ajouts les plus utiles à l'étiquetage alimentaire. Ce sentiment est particulièrement fort chez les consommateurs millénariaux et ceux de la génération X (âgés de 28 à 59 ans), 81 % des 28-43 ans demandant des informations plus complètes sur les allergènes sur les étiquettes.

Cependant, la prolifération de mentions d'avertissement préventif sur les allergènes et d'allégations de durabilité sur les emballages alimentaires peut submerger les consommateurs, occultant potentiellement les informations critiques sur les allergènes et compromettant la sécurité alimentaire pour les personnes allergiques. Cela souligne la nécessité d'une approche équilibrée de l'étiquetage alimentaire qui donne la priorité aux informations



de sécurité essentielles tout en répondant aux demandes des consommateurs en matière de transparence et de durabilité.

Appel à des informations plus détaillées sur la transformation

Un autre domaine d'intérêt clé pour les consommateurs concerne les informations détaillées sur la transformation des aliments. L'étude révèle que 72 % des adultes belges considèrent que des informations complètes sur la transformation sont l'un des ajouts les plus utiles à l'étiquetage alimentaire, tous groupes d'âge confondus.

Cet intérêt croissant pour les méthodes de transformation reflète une tendance plus large vers les aliments à étiquette "propre" et une sensibilisation accrue aux implications potentielles pour la santé des aliments ultra-transformés. Alors que les consommateurs cherchent à faire des choix plus éclairés sur les aliments qu'ils consomment, il existe un besoin clair pour les fabricants de produits alimentaires de fournir des informations transparentes et facilement compréhensibles sur leurs méthodes de transformation.

Besoin d'indicateurs de durabilité standardisés

La durabilité est devenue une considération de plus en plus importante pour les consommateurs lors de l'achat de produits alimentaires. L'étude indique que 58 % des adultes belges déclarent que la durabilité est une considération importante lorsqu'ils achètent des aliments, 17 % déclarant que c'est très important. Cependant, seulement 37 % croient que les étiquettes alimentaires actuelles répondent adéquatement aux préoccupations en matière de durabilité. Pour combler cet écart, il y a une demande croissante pour des éco-labels standardisés et des réglementations plus strictes



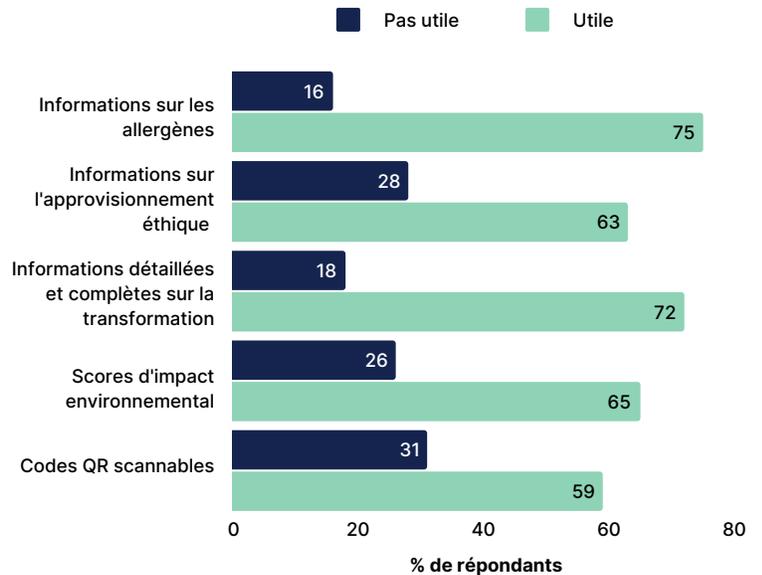
concernant les allégations de durabilité. L'étude montre que 65 % des adultes belges considèrent qu'un score d'impact environnemental serait un ajout utile à l'étiquetage alimentaire. De plus, 63 % demandent plus d'informations sur l'approvisionnement éthique, y compris des informations sur les ingrédients ou les matériaux sourcés de manière responsable, abordant des questions telles que le commerce équitable, les pratiques de travail et le bien-être animal, qui seraient un ajout bienvenu aux étiquettes alimentaires.

Le développement d'indicateurs de durabilité standardisés permettrait aux consommateurs de faire des choix plus éclairés, basés sur l'impact environnemental de leurs achats alimentaires. Cependant, la mise en œuvre d'un tel système présente des défis importants, car elle nécessiterait un effort coordonné entre les fabricants de produits alimentaires, les détaillants et les organismes de réglementation pour assurer la cohérence et la fiabilité.

À mesure que les demandes des consommateurs pour des avertissements plus clairs sur les allergènes, des informations détaillées sur la transformation et des indicateurs de durabilité standardisés continuent de croître, les fabricants de produits alimentaires et les organismes de réglementation doivent travailler ensemble pour développer des pratiques d'étiquetage qui répondent à ces attentes en évolution. En donnant la priorité à la transparence, à la sécurité et à la durabilité, l'industrie alimentaire peut favoriser une plus grande confiance parmi les consommateurs et contribuer à un système alimentaire plus sain et plus durable.

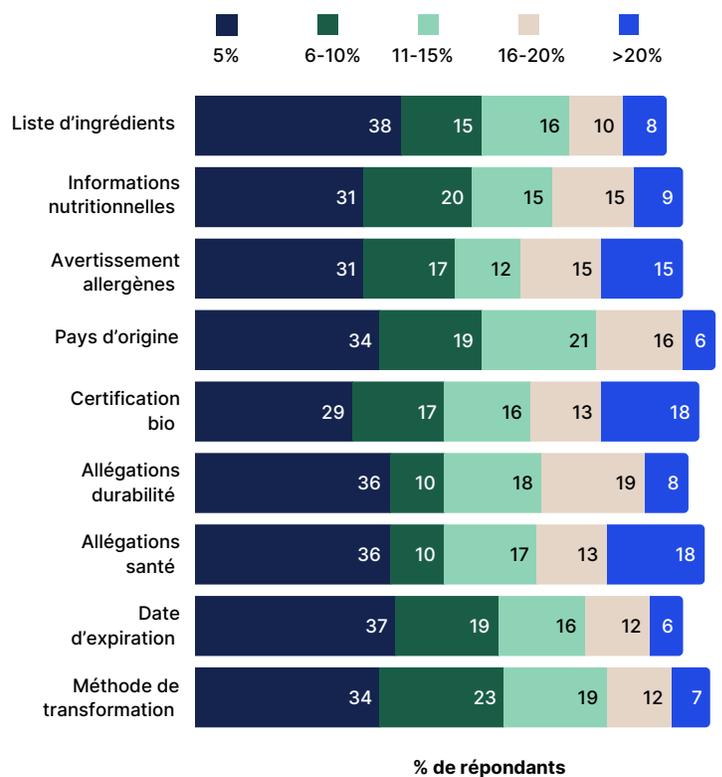
L'utilité des ajouts d'étiquetage

De meilleures informations sur les allergènes et la transformation des aliments sont considérées comme les ajouts les plus utiles à l'étiquetage alimentaire.



Tarification premium pour un étiquetage complet

Un peu moins de la moitié (47 %) des adultes belges sont prêts à payer plus cher pour des produits alimentaires ayant un étiquetage plus complet et transparent, ce chiffre atteignant 69 % chez les 18-34 ans. Cependant, 45 % rejettent cette idée, ce chiffre atteignant 57 % chez les plus de 55 ans. Parmi ceux qui ont déclaré être prêts à payer plus cher, de meilleures informations sur les ingrédients (38 %), le pays d'origine (34 %), les informations nutritionnelles (31 %) et les informations sur les allergènes (31 %) arrivent en tête de liste. Les répondants étaient les moins disposés à payer plus cher pour les allégations santé (23 %) et les allégations de durabilité (22 %).



L'avenir de l'étiquetage alimentaire en Belgique

L'avenir de l'étiquetage alimentaire en Belgique réside dans la recherche d'un équilibre entre la fourniture d'informations complètes et la garantie que ces informations sont facilement compréhensibles pour les consommateurs. En tant que pays hôte de l'Union européenne, la Belgique a l'opportunité de montrer la voie dans le développement de pratiques d'étiquetage alimentaire innovantes et efficaces qui pourraient établir des normes pour le reste de l'Europe.

Bien que cette étude ait révélé des lacunes importantes et présente des défis pour l'industrie alimentaire, elle offre également des opportunités significatives d'innovation, de pertinence et de croissance. Alors que le paysage alimentaire belge continue d'évoluer pour répondre aux besoins des consommateurs de plus en plus motivés par des préoccupations de santé personnelle et des considérations environnementales plus larges, les fabricants de produits alimentaires doivent répondre à cet appel à une plus grande transparence.

En donnant la priorité à la transparence, à la standardisation et à l'éducation des consommateurs, l'industrie alimentaire peut favoriser une plus grande confiance parmi les consommateurs et contribuer à de meilleurs résultats en matière de santé publique. À mesure que les demandes des consommateurs pour un étiquetage alimentaire clair, complet et fiable continuent de croître, les entreprises qui investissent pour répondre à ces attentes sont susceptibles de gagner un avantage concurrentiel sur le marché belge.



NSF

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