

Resultaten

- Bijna zes verbruikers op 10 verklaart ervan te houden om informatie op te zoeken over goede voedingsgewoontes.
- Door het beeld te vergelijken dat de consumenten van henzelf hebben en de BMI (de Body Mass Index), komen belangrijke verschillen naar voor. Het beeld van de consumenten stemt niet overeen met de werkelijkheid. Bijgevolg, kan volgens de BMI berekeningen, geen enkele van de respondenten als « mager » worden beschouwd; nauwelijks 12 % kunnen als « normaal » worden beschouwd, de overige respondenten (57 %) hebben te kampen met overgewicht of obesitas.
- De consumenten slagen er dus niet in om hun gewicht op een objectieve manier te evalueren. De analyse van het BMI toont een onderwaardering van hun gewicht aan.
- Bijna een consument op twee wenst voedingsinformatie te ontvangen.

Conclusies

Een bevolking op zoek naar informatie... Maar de informatie slechts in beperkte mate kent

Het is ook zo dat de consumenten de aanbevolen hoeveelheden (AH) slecht kennen?hebben te moeilijk om kwaliteit-sproducten te herkennen op basis van de beschikbare voedingsinformatie. Bovendien slagen de consumenten er niet in om hun gewicht objectief te evalueren. De analyse van de BMI (Body Mass Index) toont een onderwaardering aan van hun eigen gewicht.

Op dezelfde manier, miskennen de verbruikers de voedings- en gezondheidsmerken. Zo worden de AH betreffende de consumptie van fruit en groenten sterk onderschat (3 in plaats van 5 porties) en de AH bewegen wordt overschat (54 in plaats van 30 minuten).

Voedingswaardeboodschappen met reële impact

Negen op de tien consumenten herinneren zich spontaan dat ze berichten over voeding en bewegen, gezien, gelezen of gehoord hebben.

Een grote meerderheid van de consumenten herinnert zich slagzinnen over voedingswaarde en gezondheid met betrekking tot groenten en fruit, bewegen, evenwichtige voeding of water drinken.

Echte interesse voor voedingswaarde- en gezondheidsboodschappen

Quasi 1 op de 2 consumenten op 1 wenst voedingswaarde-informatie te ontvangen, de vraag is groot. 1 op de 5 consumenten zegt ook dat hij/zij koop- of eetgewoonten veranderd heeft na het horen, zien of lezen van deze berichten.

Aanbevelingen

De aanzet tot bewustwording over voedingsaangelegenheden is ten volle gerechtvaardigd. De acties die onder andere in het kader van het NVGP ondernomen worden, werpen vruchten af, al mogen die acties gerust uitgebreid worden. Ze moeten ook vergezeld gaan van meer vrijwillige maatregelen, die nog te vaak ontbreken bij de openbare instanties.

De overheid moet:

- Meer en betere maatregelen voor de bescherming van de consumenten voorzien
- Hun samenwerking met de verbruikersorganisaties verbeteren.
- Betere maatregelen doorvoeren voor het beperken van de consumptie van producten die te veel aan suiker, te veel vet en te veel zout bevatten door specifieke informatie te verstrekken die het risico duidelijk toelicht.

Bron-Oivo 2009