nieuws

Consument verkiest natuurlijke producten boven light

nieuws

We eten tegenwoordig minder lightproducten, maar des te meer natuurlijke producten. "De consument heeft zijn idee over gezond eten veranderd en kiest veeleer een natuurlijke voeding boven light en minder vette producten", luidt de conclusie van een analyse van 37 voedingscategorieën door het marktonderzoeksbureau Nielsen. In 2002 bereikte de light-trend zijn piek. Toen groeiden de lightproducten jaarlijks met 15 procent. In 2007 is die groei teruggevallen tot slechts 4 procent.

28 FEBRUARI 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:02

We eten tegenwoordig minder lightproducten, maar des te meer natuurlijke producten. "De consument heeft zijn idee over gezond eten veranderd en kiest veeleer een natuurlijke voeding boven light en minder vette producten", luidt de conclusie van een analyse van 37 voedingscategorieën door het marktonderzoeksbureau Nielsen.

In 2002 bereikte de light-trend zijn piek. Toen groeiden de lightproducten jaarlijks met 15 procent. In 2007 is die groei teruggevallen tot slechts 4 procent. Toch blijven een aantal lightproducten in België sterk verankerd, zoals de softdrinks. "Light softdrinks breiden zich verder uit in België: light coladranken zijn in 2007 met 10 procent toegenomen, de light versies van energydrinks en van softdrinks op basis van citroen zijn eveneens sterk gegroeid", zegt Martine Rooselaers, algemeen directeur Nielsen België.

Uit het onderzoek blijkt voorts dat light zuivelproducten de schappen van de supermarkten blijven domineren, ondanks een lichte daling. "De light verse kaas is met 8 procent gedaald, hoewel hij nog steeds 59 van de totale verse kaas-markt vertegenwoordigt", luidt het.

In de studie van Nielsen geeft 55 procent van de Belgen aan dat ze een natuurlijk product als gezonder beschouwen dan producten met een lager vetgehalte of met kunstmatige zoetstoffen. "De lightproducten werden vroeger meer met gezond eten geassocieerd en waren zeer populair bij mensen die een dieet volgden", luidt het. "De

consument van vandaag is beter geïnformeerd en weet dat light producten soms kunstmatige additieven en zoetstoffen kunnen bevatten.(GL)

Bron: Belga

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen
Crafted by Brigada