



# Food Labels: Tricks of the Trade

Our recipe for honest  
labels in the EU



# > Contents

<b>Summary</b> _____	<b>4</b>
What BEUC demands	4
<b>Introduction</b> _____	<b>5</b>
<b>1. ‘Traditional’, ‘artisanal’ and other quality lures</b> _____	<b>7</b>
The case of ‘natural’ claims	8
What does the law say?	8
BEUC demand	9
<b>2. Phony fruits</b> _____	<b>10</b>
What does the law say?	11
Fruitful ruling	13
BEUC demands	13
<b>3. Whole grain, only in the name</b> _____	<b>14</b>
What does the law say?	16
BEUC demands	16
<b>Conclusion</b> _____	<b>18</b>
<b>Annex: BEUC members’ articles</b> _____	<b>21</b>

## > Summary

Consumers both want and deserve accurate information about the food they buy. It is a core principle of European food law. EU legislation<sup>1</sup> has brought in important rules on food labelling including improved legibility, indication of the substitute ingredient for 'imitation' foods, clear indication of 'formed meat' or 'formed fish', etc.

Our member organisations' work, however, has highlighted the high prevalence across Europe of food labelling tricks. Taking advantage of grey zones in EU food labelling law, these practices give consumers a perception that they are buying a higher quality or healthier product than the reality.

Based on our members' findings, we have discovered three types of misleading labelling widespread across Europe:

-  **1 Quality:** Attractive descriptions or images ('traditional', 'artisanal', etc.) which convey an impression of quality that bear little or no relation to the production process of the food/drink.
-  **2 Fruits:** Pictures of fruit being used to market foods with little or no fruit content and selective promotion of expensive fruits on the front of pack with low actual content.
-  **3 Whole grain:** Products with hardly any actual whole grain content.

Labels are a key tool for food companies to communicate with consumers, who should be able to expect that information conveyed on the pack is both truthful and accurate.

### What BEUC demands

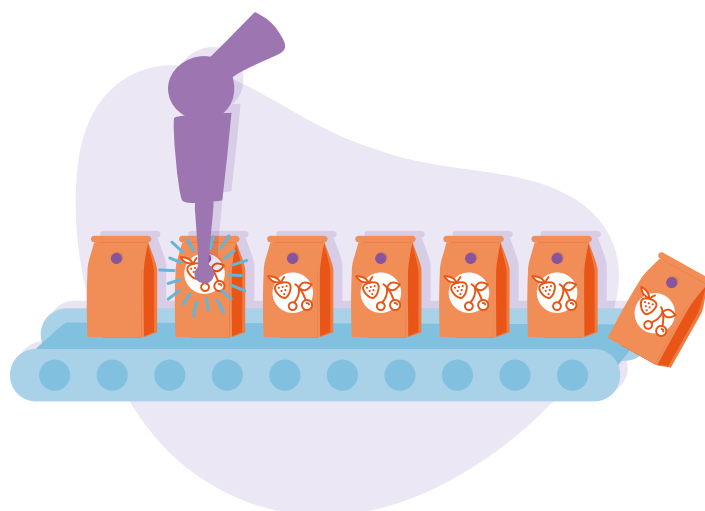
BEUC is calling for clearer rules for the labelling of food and drink products, as well as for their effective enforcement, to avoid deceiving consumers as to the true nature of the food and drink they purchase.

- The EU should **define the key terms commonly used on labels to market quality** aspects of foods and beverages to consumers, such as 'traditional', 'artisanal' or 'natural';
- An EU legal definition should set **minimum levels of whole grain content for 'whole grain' claims;**
- **Minimum content** rules should be set for products which highlight certain ingredients such as **fruits on the front of the pack;**
- The **percentage of advertised ingredients** should be clearly displayed on the label, e.g. the percentage of fruit in any product which highlights them on the front of pack.



<sup>1</sup> Regulation (EU) 1169/2011 on the provision of food information to consumers.

## > Introduction



Consumers today are increasingly demanding better-quality and healthier food and drink products. Many consumers have growing concerns around sustainability and ethical food production whilst healthy eating is becoming ever more important as obesity is soaring<sup>2</sup>.

On top of wanting higher quality foods, busy shoppers make purchasing decisions in a matter of seconds. Being fully aware of these facts, the food and drinks industry is taking advantage of it and resorts to various tactics which may give the impression of a product being healthier or higher-quality. This explains why consumers are bombarded with enticing food labels, plastered with encouraging descriptions such as ‘natural’, ‘traditional’ or ‘artisanal’.

### **Any voluntary information given on a food label should be honest and authentic to allow consumers to make better, more informed choices.**

Extra information should not mislead or be seen solely as a marketing trick to merely increase the profits of food and drinks companies.

Unfortunately, however, across Europe food and drinks companies are influencing consumers’ perceptions and ultimately the purchases of their products with deceptive labels. From fruit drinks

which contain only a couple of drops of the fruit pictured on the package to ‘traditional’ foods which are heavily processed, the true nature of some products is sugar-coated on the label.

Many of our members collect complaints from consumers who believe that a product they have purchased has misleading packaging. By publicising the complaints and the deceptive examples, there have been many successes where the producers have either improved their packaging or even removed the product from the shelves. For example, following complaints submitted to our German member vzbv’s consumer portal on misleading food labels<sup>3</sup>, one third of the manufacturers in question decided to either improve the food information on the package or on the brand’s website.

Consumers care about and want action to be taken against deceptive food labels. Surveys by our Dutch and German members (Consumentenbond and vzbv) have shown that 85%<sup>4</sup> and 84%<sup>5</sup> of consumers respectively do not trust food labels. When it launched its campaign on misleading labelling, Consumentenbond received 24,000 signatories in one month alone. Our Spanish member, OCU, also launched a petition against misleading labels which already has over 11,000 signatories<sup>6</sup>.

<sup>2</sup> We are what we eat: Healthy eating around the World, Nielsen, January 2015

<sup>3</sup> <https://www.lebensmittelklarheit.de/ueber>

<sup>4</sup> Consumentenbond, 85% of Dutch consumers think some action should be taken to tackle misleading labelling, 21 March 2017

<sup>5</sup> vzbv, University of Göttingen and Zühlsdorf + Partner, Ingredient Information on Food Packaging Study, September 2017

<sup>6</sup> Last checked on 8 June 2018. <https://www.ocu.org/movilzate/etiquetas-trampa>

However, consumer organisations do not have the necessary resources to continuously check every single product manufactured by the food industry, nor indeed is it their role to do so. This is why clear rules are needed which are properly enforced by public authorities.



*From fruit drinks which contain only a couple of drops of the fruit pictured on the package to ‘traditional’ foods which are heavily processed, the true nature of some products is sugar-coated on the label*



European food law establishes that labelling of products should **not** be misleading.

- **The EU’s General Food Law** which was passed in 2002 states that, *“the labelling, advertising and presentation of food or feed, including their shape, appearance or packaging, the packaging materials used, the manner in which they are arranged and the setting in which they are displayed, and the information which is made available about them through whatever medium, shall not mislead consumers”*.
- **The Food Information to Consumers regulation** which was agreed in 2011 states that a food label should not mislead consumers as to the characteristics of the food *“in particular, as to its nature, identity, properties, composition, quantity, durability, country of origin or place of provenance, method of manufacture or production”*.

Still, the vast number of examples of deceptive labelling gathered by our members demonstrates the need for clearer rules for industry to stop deceiving consumers. Authorities at both a national and EU level need to take decisive action to close these legal loopholes.

# 1. 'Traditional', 'artisanal' and other quality lures



**'Traditional', 'natural' and 'artisanal' labels are all over the place. However, many are industrially-produced foods with ingredients consumers might be surprised to find.**

More than ever, consumers want to understand how their foods have been produced and the quality of the ingredients used in production, as well as how livestock is raised to the use of new technologies. Food companies are tapping into this increased interest with labels which vaunt the product's 'traditional' or 'handmade' qualities. The reality however can often bear little relation to the images such descriptions conjure in the mind of the consumer.

Descriptions which suggest a production distinct from automated industrial processes have proliferated on supermarket shelves over recent years. Words such as 'craft', 'artisanal' or 'grandmother-style' for example, attempt to emotively suggest romantic ideas of small-scale, domestic production crafting homemade goods by skilled artisanal businesses.

Behind these attractive marketing terms is often a product which bears no relation to the images and descriptions prominently displayed on the front. Recipes which contain industrial dyes or additives which could not be reasonably considered as traditional are nonetheless labelled as such.



There are many examples of imagery and words used by food manufacturers to suggest a bespoke character to their products which give the impression that the products consumers purchase are not mass-produced in large automated factories.

Our Czech member dTest for example found many breads being marketed as 'grandmother-style' but the ingredients listing showed the use of additives and emulsifiers an average consumer could reasonably expect their grandmothers' not to have used<sup>7</sup>. Similarly, our Spanish member OCU found that many

products in Spain such as tomato sauces or custards marketed as ‘home-style’ contained industrial ingredients such as modified corn starch, additives and thickeners<sup>8</sup>. And in Switzerland, FRC found a range of products whose ingredients lists bore little resemblance to the ‘traditional’ claims on the front<sup>9</sup>. From dried beef with ‘family tradition since 1885’ which contained various food additives to ‘traditional’ grilled cheese sandwiches with ‘fake’ cheese<sup>10</sup>.

### The case of ‘natural’ claims

Likewise, even though the term ‘natural’ has not been legally defined by the EU<sup>11</sup> it can frequently be found on packaging for food products which would bear little relation to the images such term conveys.

Although consumers in general connect the term ‘natural’ to positive associations related to origin, minimal processing and/or absence of additives<sup>12</sup>, the lack of a clear definition means that the term can often be found on products which do not correlate with consumers’ expectations.

Our Norwegian member Forbrukerrådet for instance found examples of a poultry product being marketed as ‘Natural Turkey Filet’ which contained just 53% turkey with the rest being comprised of chicken and additives<sup>13</sup>. In Italy, our member Altroconsumo, found a cream of artichoke soup produced by a multinational manufacturer boasting of its ‘natural

ingredients’. However, if you turn the package around the list of ingredients reveals the use of aromas and yeast extracts (not to mention only 2.7% artichoke)<sup>14</sup>.

### What does the law say?

European food law<sup>15</sup> stipulates that food information should not mislead consumers as to the characteristics of the food including the composition or method of production. Furthermore, EU regulation also stipulates that the use of food additives and flavourings should not



7 Co najdete ve strouhankách kromě pečiva, dTest, November 2012

8 Menos Cuentos, Caperucita, OCU, March 2017

9 See <https://www.frc.ch/dossiers/mieux-decrypter-les-emballages/>

10 <https://www.frc.ch/zoom-sur-la-crouste-au-fromage/>

11 It is to be noted however that the EU does have a definition for natural food flavourings, set out in Regulation (EC) No 1334/2008 of the European Parliament and of the Council of 16 December 2008 on flavourings and certain food ingredients with flavouring properties for use in and on foods

12 The Importance of Food Naturalness for Consumers: Results of a Systematic Review, s. Roman, L. m. Sanchez-Siles, M Siegirot, Trends in Food Science and Technology, September 2017.

13 Vet vi hva vi spiser ?, Forbrukerrådet, 2015.

14 E dubitare viene naturale, Altroconsumo, August 2015.

15 Regulation (EU) No 1169/2011 of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on the provision of food information to consumers

16 Regulation (EC) No 1333/2008 of the European Parliament and of the Council of 16 December 2008 on food additives

17 Regulation (EC) No 1334/2008 of the European Parliament and of the Council of 16 December 2008 on flavourings and certain food ingredients with flavouring properties for use in and on foods





*Without specific rules for marketing terms such as ‘artisanal’ or ‘farmhouse’ for example, some food producers are exploiting this legal grey area and the trust of their consumers.*



mislead the consumer<sup>16&17</sup>. Nevertheless, without specific rules for marketing terms such as ‘artisanal’ or ‘farmhouse’ for example, some food producers are exploiting this legal grey area and the trust of their consumers.

In 2015, an Italian court<sup>18</sup> imposed fines of over one million euros on several crisp manufacturers for using misleading images and texts to portray industrially produced potato crisps as ‘hand cooked’ or ‘artisanal’. Whilst this strong stance is welcome, it demonstrates the clear need for better and more concise rules defining criteria which such quality terms and descriptions should meet. Indeed, Italy has not yet formulated a definition of ‘artisanal’ itself.

Some countries have taken some important steps to curb the use of these alluring terms. Indeed, the UK already produced detailed guidance a decade ago on this issue<sup>19</sup>. The advertising regulator was able to use

these guidelines to uphold a recent complaint made against a fast-food chain for describing its produce as ‘natural’ despite the addition of several E-numbers.

In Ireland too, the country’s food authority published guidelines<sup>20</sup> in 2015 to support food manufacturers who want to use the terms ‘artisanal’, ‘farmhouse’, ‘traditional’ or ‘natural’ with their products. In France, if a food company wishes to label its food as ‘artisanal’ it must be made by a registered artisan while a ‘traditional’ product should be made in conformity with traditional methods and no additives. The Czech Republic on the other hand has chosen to forbid certain terms such as ‘home-made’, ‘natural’ or ‘fresh’. In Belgium, following a denouncement by Test Achats/Test Aankoop<sup>21</sup> that quality terms were being used with food products in a deceptive manner, authorities have taken a first step with guidelines<sup>22</sup> for companies who wish to use ‘artisanal’ descriptions.

However, for most countries, these descriptions unfortunately remain undefined.

### BEUC demand

- The EU should come forward with legal definitions or at a minimum, harmonised guidance, for common quality descriptions such as: ‘traditional’, ‘natural’, ‘handmade’, ‘artisanal’, ‘farmhouse’ and ‘grandmother-style’ to ensure that manufacturers do not mislead consumers.

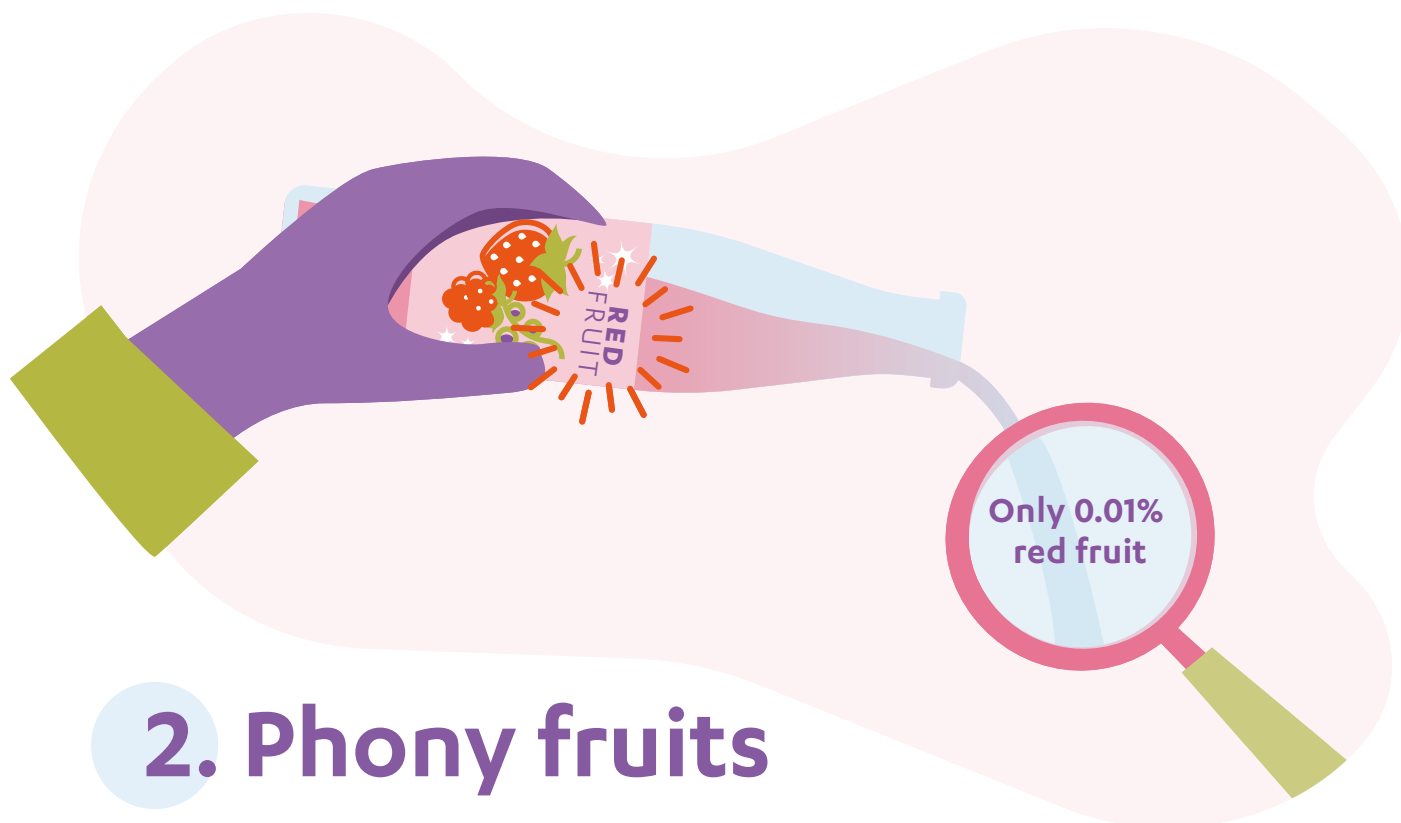
18 <http://www.agcm.it/en/newsroom/press-releases/2200-over-eur-1-million-in-fines-to-four-producers-of-french-fries-due-to-misleading-advertising.html>

19 *Criteria for the Use of Terms: Fresh, Pure, Natural etc*, in *Food Labelling*, UK Food Standards Agency, July 2008.

20 *Guidance Note No 29, The Use of Food Marketing Terms*, Food Safety Authority of Ireland, 2015

21 *L’alibi artisan*, Test Achats, March 2017

22 *Guidelines sur l’utilisation de la terminologie « artisanal » et ses dérivés dans l’appellation des produits*, SPF Economie, October 2017.



## 2. Phony fruits



**Foods and drinks with healthy fruit images on the package often turn out to have only a tiny amount of the displayed fruit, if any fruit at all.**

Given the current levels of diet-related diseases across Europe, consumers are increasingly conscious of the health impact of the food they eat. As the awareness of the benefits of consuming fruit and vegetables has soared, colourful and attractive images or descriptions of fruit are now frequently used to adorn food packaging. Such images imply the food has a high fruit content, giving a nutritious and healthy overall impression of the product. Unfortunately, however, these images and labelling descriptions often do not accurately reflect the contents within the product.

In reality, the prominently displayed fruits in question are often only found in minimal proportions, if at all, or mixed with other rather less healthy ingredients. At a time when fruit and vegetable consumption remains below recommendations<sup>23</sup> some consumers

may believe that they are increasing their intake with these misleadingly labelled products. The healthier choice should be the easier choice for consumers, but deceptive fruit imagery can undermine genuine efforts by consumers to improve their diet.

Our members have found many examples of fruit images or descriptions being used misleadingly on labels to market products. Their findings show that such labels can often vastly exaggerate the level of total fruit content or can draw emphasis to exotic or more expensive fruits which are in fact only present in incredibly small amounts.

Our Belgian<sup>24</sup> and Dutch<sup>25</sup> members found that, for example, a popular dairy brand marketed its product as a 'red fruit yoghurt drink' and prominently displayed attractive images of various red fruits on

<sup>23</sup> Consumption of Fruit and Vegetables, European Health Interview Survey, Eurostat, 14<sup>th</sup> October 2016.

<sup>24</sup> Faux fruits : étiquettes mensongères, Test Achats, February 2016

<sup>25</sup> Verleidelijk Fruit, Consumentenbond, July/August 2016



***The healthier choice should be the easier choice. But deceptive fruit imagery can undermine consumers' efforts to improve their diet.***



the front of the pack. When you examine the back of the pack however you can see that not only is there only 2% fruit juice in the whole product, but the most common fruit is not even red fruit. Most of the 2% fruit juice is actually apple (a cheaper ingredient) with the red fruits shown on the front of the pack (strawberry, cherry and raspberry) each only accounting for 0.01% of the total product. The attractive pink tint came not from red fruits but rather from the presence of the food colouring E120.

In Slovenia, our member ZPS, found a popular children's yoghurt sold across Europe marketed with attractive pictures of strawberries on the front of the package. In reality however, the product contains zero fruit with the strawberry flavour coming only from an added aroma<sup>26</sup>. Our Swiss member, FRC, found issues with another product aimed at young people – children's drinks. They found that in spite of the eye-catching presence of fruit pictures and vitamin claims on the front of the pack, many of these drinks contained only 12% actual fruit juice<sup>27</sup>.

And in France, consumer group UFC Que-Choisir found that a 'Pineapple and Coconut' drink on the market contained only 29% and 2% of these fruits respectively. Most of the product was in fact comprised of more everyday (and less costly) fruits

such as oranges and bananas, images of which did not make the cut for the front of the label<sup>28</sup>.

When challenged, some manufacturers claim that such pictures are used to denote the taste rather than the ingredients. This attitude from the industry is however at odds with consumer expectations. They strongly believe that ingredients promoted on the front give an impression that they are found in significant amounts within. For example, our Dutch member Consumentenbond, surveyed 11,000 consumers online and found that 91% of consumers agreed that ingredients which are prominently displayed on the front of the package give the impression that there are considerable amounts in the product itself<sup>29</sup>.

### **What does the law say?**

The rules across Europe vary considerably on how much fruit there should be within certain product categories which show pictures of fruit on the label.

#### **Most common fruit tricks**

**Exaggerate the fruit content with images or text**

**Overstate the exotic or expensive fruit (and only put tiny amounts)**

**Replace more expensive fruits with cheaper apple or orange**

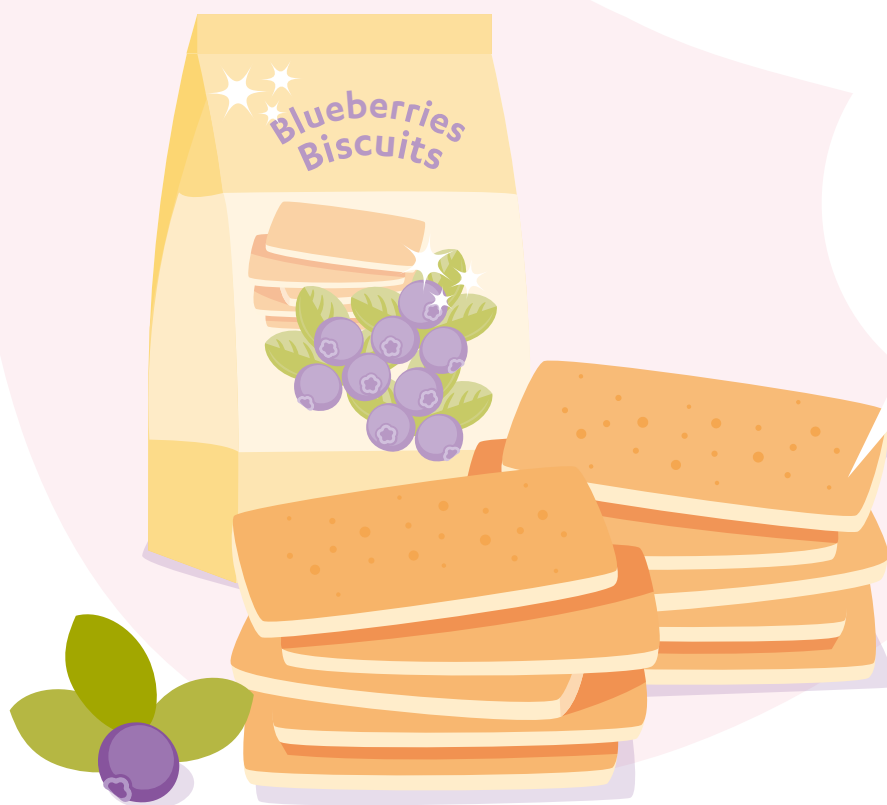
**Colour it up with additives...**

<sup>26</sup> *Kje so Jagode?*, ZPS, December 2017

<sup>27</sup> *Une composition qui coupe la soif*, FRC, July-August 2016

<sup>28</sup> *Quand les fruits racontent des salades*, UFC Que-Choisir, April 2017

<sup>29</sup> *Onzin Op Het Etiket*, Consumentenbond, October 2017



**Just one blueberry per 10 biscuits:** that is the proportion found in a pack of biscuits with blueberries on the front.

Consumentenbond, NL

EU legislation already sets minimum fruit content rules for some categories of products such as jams or sorbets. Rules have also been set for some fruit beverages<sup>30</sup>. Juices for example, can only be so-labelled when they are comprised of 100% fruit juice with no added sugar. 'Nectars' however are beverages which have between 25% and 51% (depending on the fruit) fruit juice or fruit purée content and which may contain colourings or added sugars.

However, it is often very difficult for the average consumer to be able to distinguish between the various fruit drinks on the shelf. To add to this confusion, the category 'fruit lemonades' which includes not only fizzy fruit drinks but also flavoured waters and tea drinks is not regulated at an EU-level but is subject to varying rules across Europe.

Furthermore, even when a product is 100% fruit and can therefore legitimately be labelled as a 'juice', the packaging can still be very misleading. Manufacturers will often highlight the presence of expensive or exotic fruits on the front of the pack, but when you turn to the back of the pack you

can see that these fruits make up only a minuscule proportion of the total product.

Exaggeration of fruit content is not limited to beverages. Breakfast cereals, yoghurts and even biscuits are some of the categories which are frequently adorned with pictures of fruit. Consumentenbond found for example that one brand of fruit biscuits clearly emphasised the presence of blueberries on the front of the pack. However, if you read the ingredients listing on the back only 1% of the product was made up of the fruit. This equates to just one blueberry per 10 biscuits<sup>31</sup>.

It is a requirement of European legislation that as soon as an ingredient is named on the food or is emphasised on the label with pictures, words or graphics, the percentage amount of that ingredient in the overall product must be shown in the list of ingredients. This is known as the Quantitative Ingredient Declaration (QUID)<sup>32</sup> and can be a useful tool to check up on attractive packaging suggestions. However, this information is crucially found on the back of the pack in small font.

<sup>30</sup> Council Directive 2001/112/EC of 20 September 2001 relating to fruit juices and certain similar products intended for human consumption

<sup>31</sup> Verleidelijk fruit, Consumentenbond, July/August 2016

<sup>32</sup> Commission notice on the application of the principle of quantitative ingredients declarations (QUID), (2017/C 393/05).

<sup>33</sup> « Les emballages alimentaires trompeurs dérangent 65% des consommateurs », Test Achats, December 2017

A survey conducted by our Belgian member, Test Achats/Test Aankoop has shown that more than 65% of 1,000 consumers asked felt that food labels were misleading and that they were in favour of making it mandatory to have the percentage of fruit content on the front-of-pack<sup>34</sup>.

### Fruitful ruling

Our German member, vzbv, marked a significant victory for more honest labelling when it took action against a German company's tea product. It was marketed as 'Felix's Vanilla and Raspberry Adventure' and had prominent pictures of the two named ingredients on the packaging. But in 2015 the European Court of Justice recognised that the "tea does not contain natural ingredients from vanilla or raspberry or flavouring obtained from them"<sup>34</sup>.

As such, the EU's top court ruled that the labelling of a foodstuff must not mislead the consumer that a particular ingredient is present when it is not.

**Crucially, the Court determined that even if the list of ingredients on the back of the pack was accurate and truthful, this is not sufficient to make up for the possible effects of deceptive labelling.**

A vzbv-commissioned study by the University of Göttingen and Zühlsdorf + Partner on food label expectations and perceptions highlighted a serious lack of consumer confidence in the truthfulness of food packaging. **84% of German consumers believe that food packaging does not properly represent the actual product within.** The study also showed that consumers felt less deceived when the percentages were shown of the ingredients which were highlighted and promoted on the front of the pack.



*Consumers should be able to get an accurate impression from just glancing at the label rather than searching for percentages in minute font hidden on the back of the pack.*



### BEUC demands

- **Manufacturers should not be able to use any pictures of fruit on the front of package if there is no actual fruit content.** In France, for example, even if there is no fruit in the product you are still able to use pictures of fruit on the front with the only restriction that such images cannot be photos or lifelike. The average consumer is quite obviously not equipped to know this distinction and could be very easily misled by any representation of fruit, whether it is 'lifelike' or not.
- **Minimum fruit contents should be set at an EU-level** for products which use graphics, words or pictures to suggest fruit content on their label.
- **The percentage of promoted fruits should be shown clearly on the front of pack** (in the same font and letter height) if an ingredient is displayed on the front of pack, whether with images or word descriptions.
- **For fruit beverages, the name of the product e.g. 'juice' or 'nectar' should be prominently displayed on the front of the pack** and not on the back or side which is usually the case.

<sup>34</sup> Court of Justice of the European Union, PRESS RELEASE No 64/15, Judgment in Case C-195/14, 4 June 2015 <https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2015-06/cp150064en.pdf>

### 3. Whole grain, only in the name



**'Whole grain', 'whole wheat' claims can wrongly imply your bread, cereals, pasta or biscuits are full of fibre.**

'Whole grain' labelled-products have boomed on supermarket shelves. Unfortunately, such breads, cereals, pasta or biscuits often prove to be somewhat less wholesome when one examines the small print on the back of their pack.

Consumers can associate fibre content with whole grain terms: the more whole grain, the more fibre, the better. Some 'whole grain' labels can thus spur consumers to purchase products which they should reasonably expect to have greater health benefits when compared to refined wheat products.

Currently, if 'whole grain' is mentioned on the front of the pack, the proportion of whole grain ingredients must be at least detailed in the ingredients listing. However, as this listing is hidden on the back of the pack in tiny font, the visibility and therefore the informative effect is reduced. A 'whole grain' claim on the front-of-pack label of a pasta product which contains 55% whole grain for example could look no different to the front of pack label of a 100% whole grain pasta product making it difficult for consumers to distinguish between the two at first glance.



Our members have found many examples of products labelled as 'whole grain' which are, in fact, significantly constituted of regular refined flour rather than whole grain flour<sup>35</sup>. Indeed, for many 'whole grain' products the levels of fibre are so low that you would have to consume exorbitant amounts of the product to receive even a fraction of your daily recommended intake of dietary fibre.

Our Spanish member, OCU, for example found that for one biscuit product labelled as 'integral' (whole grain) you would have to eat 25.5 biscuits

35 "Integrale" di nome, ma non negli ingredienti, Altroconsumo, October 2013



**Consumer organisations have found many products labelled as ‘whole grain’ which are, in fact, significantly constituted of refined flour.**



to attain the same amount of fibre in one apple (approximately 5g). Another breakfast bar surveyed would require you to consume 68g of sugar and 24g of fat to reach the same amount of fibre as an apple<sup>36</sup>.

**Levels of whole grain can also vary considerably within product categories.** For example, a German study found in 2010 that<sup>37</sup> ‘whole grain’ breakfast cereals varied widely in whole grain content from 7% to 100%<sup>38</sup>. Similarly, French consumer organisation CLCV, recently surveyed 105 children’s breakfast cereals in France and found that those labelled as whole grain varied from between 2 and 84% whole grain content<sup>39</sup>.

You would have to eat **25.5 ‘whole grain’ biscuits** to attain the same amount of fibre in **one apple**, i.e. about 5g.

OCU, Spain



36 En busca de la fibra perdida, OCU, 2016

37 <http://www.lebensmittelklarheit.de/forum/vollkornprodukte&usg=ALkJrhjR54GtMiupLqxIGRo5KqmLDpsrBg>

38 Maschkowski, G., Hartmann, M., Hoffmann, J. (2014): Health-related on-pack communication and nutritional value of ready-to-eat breakfast cereals evaluated against five nutrient profiling schemes, BMC Public Health 2014, 14: 1178

39 Enquête céréales enfants - qualité nutritionnelle, CLCV, 2017

**Biscuits and breakfast cereals which are very high in sugar also frequently boast about their whole grain content.** For example, our Belgian member Test Achats/Test Aankoop found that strawberry-flavour biscuits, with ‘Céréales complètes’ eye-catchingly displayed on the front of pack, only contained 15% whole wheat flour. On the other hand, the fact that over a third of the product was made up of sugar was unsurprisingly not mentioned on the front of the pack<sup>40</sup>. In Switzerland too, our member FRC, tested biscuits which displayed images of cereals on the label and found that in some cases the whole grain content could be almost half the amount of sugar<sup>41</sup>.

### What does the law say?

**Whole grain is not legally defined at an EU level.**

Whilst the claims ‘high in fibre’ and ‘source of fibre’ are legally defined in the EU<sup>42</sup>, terms such as ‘whole grain’, ‘whole wheat’ or ‘rich in cereals’ on the other hand are not protected by EU-wide legal definitions. This has led to various interpretations across Europe.

In some countries, such as Italy, Switzerland, Spain and the Netherlands for example, a whole grain bread must only use 100% whole grain flour. This strict definition is unfortunately not in place across Europe.

Furthermore, even countries which have created rules for whole grain bread specifically, have failed to do so for other products such as breakfast cereals, biscuits or pastas which are regularly embellished with whole grain claims on the label. This grey area has led to a confusing situation for consumers who are trying to choose healthier options when they shop.



*‘High in fibre’ and ‘source of fibre’ are legally defined in the EU. However, terms such as ‘whole grain’, ‘whole wheat’ or ‘rich in cereals’ are not.*



### BEUC demands

- **The EU Commission should establish a definition for whole grain products** to ensure that all European consumers are protected from such misleading labelling.
- **If a product is to be labelled as ‘whole grain’ or ‘whole wheat’, then it should be 100% whole wheat.** Otherwise, minimum whole grain content should be established, and the percentage should be labelled on the front of the pack in a clear and legible manner to inform consumers.
- **Labelling a product as ‘whole grain’ should then be considered a claim** given its health associations and should not be used with products which are high in fat, salt or sugar.

<sup>40</sup> Les fibres, d’abord pour faire vendre, Test-Achats, December 2016

<sup>41</sup> <https://www.frc.ch/bien-trop-gras-et-trop-sucre/>

<sup>42</sup> Annex of Regulation (EC) No 1924/2006, lastly amended by Regulation (EU) No 1047/2012: [https://ec.europa.eu/food/safety/labelling\\_nutrition/claims/nutrition\\_claims\\_en](https://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/claims/nutrition_claims_en)



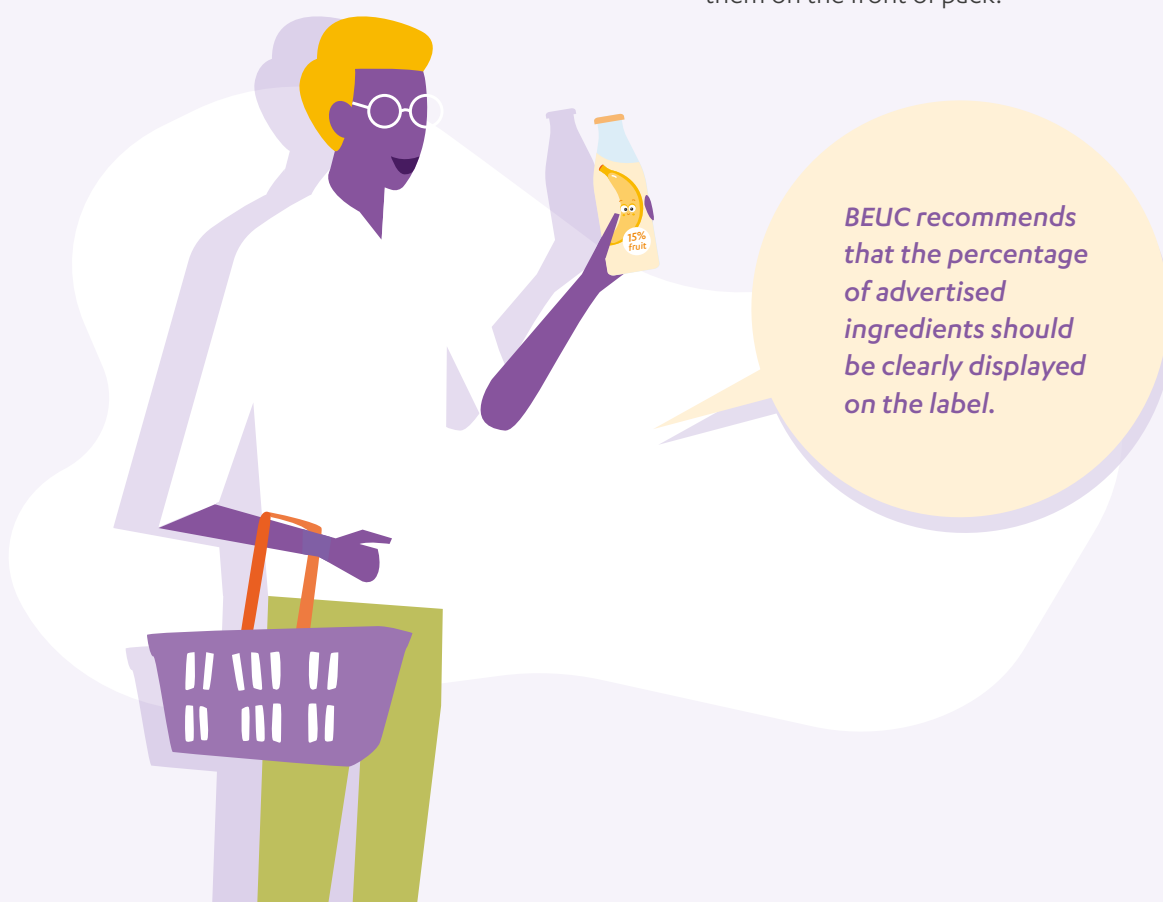
## > Conclusion

Although this report only exposes a few types of tricks used to cast an appealing light on foods and drinks, the variety of examples prove it is high time consumers were given truthful information.

Consumer organisations across Europe will keep analysing products in their national markets to make sure they are what labels say they are. But these organisations do not have the resources to analyse every single product on the market. It is essential that the EU institutions improve labelling rules.

Our recipe for honest labels is the following:

- The EU should **define the key terms commonly used on labels to market quality** aspects of foods and beverages to consumers, such as ‘traditional’, ‘artisanal’ or ‘natural’;
- An EU legal definition should set **minimum levels of whole grain content for ‘whole grain’ claims**;
- **Minimum content** rules should be set for products which highlight certain ingredients such as **fruits on the front of the pack**;
- The **percentage of advertised ingredients** should be clearly displayed on the label, e.g. the percentage of fruit in any product which highlights them on the front of pack.





Published in 2018 by BEUC, Brussels, Belgium



The European Consumer Organisation  
Bureau Européen des Unions de Consommateurs  
Europäischer Verbraucherverband


The content of this publication represents the views of the author only and it is his/her sole responsibility; it cannot be considered to reflect the views of the European Commission and/or the Consumers, Health, Agriculture and Food Executive Agency or any other body of the European Union. The European Commission and the Agency do not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.



This publication is part of an activity which has received funding under an operating grant from the European Union's Consumer Programme (2014-2020).



## Annex: BEUC members' articles



**‘Traditional’, ‘artisanal’  
and other quality lures**

# Informační servis

## Kapr v sezamu a s éčky

**Recept na kapra ve strouhankovém těstíčku je notoricky známý a my na české tradici rozhodně nechceme nic měnit. To už za nás udělali výrobci strouhanky. Stačí si přečíst složení na obalu...**

Díky strouhance koupené v supermarketu může obalený kapr – aniž bychom to předem tušili – vnést na tradiční štědrovečerní tabuli i porci nechtěné exotiky. Prostudovali jsme složení strouhanek na českých pultech a našli řadu překvapivých ingrediencí. Éčky počínaje, sójou a sezamovými semínky konče. To by babička, panečka, koukala!

Babiččino jméno v tomto případě nebereme nadarmo. Obrázek šedovlasé paní s drdůlkem a brejličkami nad ručním mlýnkem ve společnosti usměvavé holčičky zakomponoval na obal i jeden z výrobců námi zakoupené strouhanky, konkrétně DK OPEN, spol. s r.o. Jindřichův Hradec. Ve složení uvádí, že strouhanka obsahuje například rostlinný olej, sůl, cukr, enzymy, emulgátor E481 a látku zlepšující mouku E300. V dalším textu je pak uvedeno, že: „výrobek může obsahovat stopy mléka, sóji, sezamu, arašídů, ořechů, vajec a lupiny“. Babička na obrázku vyhlíží starosvětsky, jenže ingredience v balíčku zrovna starosvětské nejsou.

Strouhanek od různých pekáren jsme v různých obchodech nakoupili celkem deset. A na devíti z nich jsme našli alibistickou for-

mulku „může obsahovat“ s obdobným výčtem možných příměsí. Zmiňovaná sója, sezam, lupina nebo třeba arašidy dodávají pokrmům ořechovou příchuť, ne každý však o ni u štědrovečerního kapra stojí. Navíc jde ve všech těchto čtyřech případech o závažné alergeny, kterým by se citliví lidé měli raději vyhnout.

### **Semínka v sítu neutajíš**

Že spotřebitelé alergici nemohou nad mlhavým upozorněním výrobců jen tak mávnout rukou, jsme se přesvědčili i my – stačilo nám k tomu obyčejné kuchyňské síto. V jednom z proséváních výrobků (Strouhanka, Michelské pekárny a.s., Praha) nad oky síta mezi většími kousky pečivové drti zřetelně uvízla také hnědá semínka sezamu. Bylo jich tolik, že by s jejich vytríděním ze strouhanky měla dost práce i Popelka. O něco méně, ale také viditelná pouhým okem, pak byla přítomná semínka kmínu.

Strouhanka, jak stojí na většině obalů, se dělá z běžného pečiva. To se před pečením sype hrubou solí nebo mákem, kmínem či sezamem. Do samotného těsta se ale toto tzv. sypání nedává, jak jsme si přečetli ve studijních textech pro pekařské učně. Semínka ani hrubá sůl se ve strouhance nesmějí objevit. Řeč studijních textů pro učně je jasná: „Zpracovat vadné pečivo na strouhanku lze v tom případě, že jsou výrobky hygienicky nezávadné, tedy nikoli spálené, s nepoživatelnými nečisto-

tami a příměsemi. Pečivo nutno zbavit sypání. Pečivo se rozdrobí nebo pokrájí na kostky, nechá se řádně vyschnout, rozeemele se, popřípadě ještě proseje. Zabalenou strouhanku nutno skladovat v suchu, chladnu a v prostředí bez výrazných pachů.“

Nevíme, jak velká oka na sítěch mají výrobci, ale chcete-li mít strouhanku opravdu jemnou, musíte si ji doma prosít. Všechny výrobky obsahovaly určitý podíl větších kusů. Ty při smažení odpadávají a v tuku se přepalují.

Spoléhat při výrobě strouhanky jen na špatně vytvářené rohlíky a housky by se pekařům nevyplatilo, tolik zmetků stroje asi nevyprodukuje. Hlavní surovinou, jak výrobci uvedli, je hotové pečivo, které se neprodalo a ani neopustilo brány pekárny. Že by se do strouhanky zpracovávalo také neprodané pečivo, stažené z obchodů, žádný z výrobců nepotvrdil. Naopak, velké podniky si pro výrobu strouhanky pečou speciální krutony z jednoduché základní směsi pro bílé pečivo.

### **Jaký rohlík, taková strouhanka**

Semínka ve strouhance by pečlivým výrobcům uniknout neměla, potvrdili nám lidé z pekařské branže. Ale vytknout sezamová nebo maková zrnka nikomu nemůžeme. Žádný závazný předpis na složení strouhanky neexistuje, jak výrobci shodně opakovali, a jak jsme si i my sami ově-





řili prostudováním potravinářských vyhlášek. Ve vyhlášce č. 113/2005 Sb.

o způsobu označování potravin pouze stojí, že společným názvem strouhanka lze označit všechny typy strouhanky z pečených cereálních výrobků, dále směsi na obalování a také panýrovací směsi. V podstatě je to jedno a to samé. Panýrování pochází z francouzského slova paner, což znamená obalovat.

Protože strouhanka pochází z běžného pečiva, poskytuje nám její složení na etiketě příležitost zjistit, z čeho se ono pečivo vlastně vyrábí. Běžné pečivo, tedy housky a rohlíky se prodávají nebalené, takže jejich složení při nákupu nezjistíme. Výčet ingrediencí je dlouhý. Kromě předpokládané pšeničné mouky, droždí, soli a vody jsme v přehledu strouhankových složek našli například rostlinný olej, cukr, sušenou mléčnou syrovátku, glukózu, laktózu, sójový lecitin, sójovou mouku, kukuřičnou mouku anebo gumu guar či L-cystein. A k tomu také E341, E471, E472E, E920 a kyselinu askorbovou. Konkrétní složení jednotlivých výrobků uvádíme v popiscích zkoumaných výrobků.

Pro úplnost dodejme, že jedna z nakoupených strouhanek, co se deklarovaného složení týče, reprezentovala ukázkou potravinářského purismu. Ze složení jsme vyčetli, že obsahuje pouze pšeničnou mouku, jedlou sůl a droždí (strouhanka Cas-

> str. 45



# Strouhanky



**Billa clever / Strouhanka**  
strouhanka z pečiva, běžné pečivo  
dodavatel / výrobce:

**PENAM, a.s., Brno**  
400 g / 8 Kč

deklarované složení: pšeničná mouka, voda, droždí, rostlinný olej, jedlá sůl s jódem, zlepšující přípravek (žitná mouka, ječná sladová mouka, cukr, emulgátory: E 472e, E 471; nosič: E 341, zahušňovač: guma guar, látky zlepšující mouku: kyselina askorbová, E 920; dextróza)



**Delta Strouhanka**  
strouhanka z běžného pečiva  
pšeničného  
dodavatel / výrobce:

**UNITED BAKERIES a.s., Praha**  
500 g / 22 Kč

deklarované složení: pšeničná mouka, voda, rostlinný olej, droždí, jedlá sůl s jódem, zlepšovací přípravek (pšeničná mouka, ječná a pšeničná sladová mouka, pšeničný lepek, cukr, glukóza, bobtnavá kukuřičná a žitná mouka, sušená mléčná syrovátka, emulgátory: E472a, E471, sójový lecitin, sójová mouka, enzymy, regulátory kyselosti: octan vápenatý, fosforečnan vápenatý, látky zlepšující mouku: kyselina askorbová, cystein)



**DK Open Strouhanka**  
dodavatel / výrobce: DK OPEN,  
spol. s r.o., Jindřichův Hradec  
500 g / 16 Kč

deklarované složení: pšeničná mouka, voda, rostlinný olej, droždí, sůl jedlá s jódem, pšeničná mouka sladová Diasta, cukr, enzymy, emulgátor E481, látka zlepšující mouku E300



**Kaufland Vita Star / strouhanka**  
strouhanka, běžné pečivo  
dodavatel / výrobce: Kaufland  
Česká republika, v.o.s., Praha  
500 g / 10 Kč

deklarované složení: pšeničná mouka, pitná voda, droždí, rostlinný olej, jedlá sůl s jódem, zlepšující přípravek (ječná sladová mouka, žitná mouka, emulgátor: E 472e, látka zlepšující mouku: kyselina askorbová)



**Michelské pekárny Strouhanka**  
pekařský výrobek z běžného  
pečiva  
dodavatel / výrobce: MICHELSKÉ  
PEKÁRNÍ a.s., Praha

400 g / 17 Kč

deklarované složení: pšeničná mouka, voda, rostlinný olej, droždí, sůl, cukr, zlepšovací přípravek (sladová mouka, sladový výtažek, emulgátory: E472e, E471; reg. kyselosti: uhličitán vápenatý, vápenaté soli kyselin octové a fosforečné; látky zlepšující mouku: kyselina askorbová, cystein; enzymy)



**Penam strouhanka**  
strouhanka, pšeničné pečivo  
dodavatel / výrobce:

**PENAM, a.s., Brno**  
500 g / 19 Kč

deklarované složení: pšeničná mouka, pitná voda, droždí, rostlinný olej, jedlá sůl jodidovaná, ječná sladová mouka, žitná mouka, cukr, glukóza, emulgátory (E472e, E471), dextróza, regulátory kyselosti (fosforečnan vápenatý, difosforečnan), látky zlepšující mouku (kyselina L-askorbová, L-cystein)



**Spar S Budget / strouhanka**  
strouhanka, běžné pečivo  
pšeničné  
dodavatel / výrobce: PENAM,  
a.s., Brno

500 g / 12 Kč

deklarované složení: pšeničná mouka, pitná voda, pekařské droždí, rostlinný olej, jedlá sůl s jódem, zlepšující přípravek (žitná mouka, ječná sladová mouka, cukr, emulgátory (E472e, E471), nosič E341, zahušňovač guma guar, látky zlepšující mouku (kyselina askorbová, E920), dextróza), cukr



**Spar strouhanka**  
strouhanka z běžného pečiva  
dodavatel / výrobce: PENAM,  
a.s., Brno

500 g / 16 Kč

deklarované složení: pšeničná mouka, voda, droždí, rostlinný olej, sůl (jód), zlepšující přípravek, ječná sladová mouka, žitná mouka, emulgátor E 472e, látka zlepšující mouku E 300



**Lidl Castello / Strouhanka**  
**strouhanka**  
**dodavatel / výrobce: Lidl Česká**  
**republika v.o.s., Praha**  
**750 g / 15 Kč**  
 deklarované složení: pšeničná  
 mouka, jedlá sůl, droždí



**Tesco value / Strouhanka**  
**strouhanka z běžného pečiva**  
**pšeničného**  
**dodavatel / výrobce: UNITED**  
**BAKERIES a.s., Praha**  
**500 g / 10 Kč**  
 deklarované složení: pšeničná  
 mouka, voda, rostlinný olej,  
 droždí, jedlá sůl s jódem,  
 zlepšující přípravek (pšeničná  
 mouka, žitná mouka, ječná  
 a pšeničná sladová mouka,  
 pšeničný lepek, cukr, sušená  
 mléčná syrovátka, mléčné  
 proteiny, laktóza, emulgátory:  
 E472e, E471, sójový lecitin,  
 tepelně opracovaná kukuřičná  
 a žitná mouka, sójová mouka,  
 enzym, látka zlepšující mouku:  
 kyselina askorbová)

tello, Lidl Česká republika v.o.s.). Kdo je výrobcem, se z etikety nedá zjistit.

### Pozor na trvanlivost

Měli bychom vědět, že životnost strouhanky není věčná. Přítomnost oleje z ní dělá potravinu náchylnou ke žluknutí, takže ji nelze dlouho skladovat. Tuk je navíc obsažen i v samotné mouce, která časem také žlukne nebo zatuchne. Kupovat strouhanku do zásoby nemá cenu. Co se naopak vyplatí, je věnovat pozornost datu minimální trvanlivosti. Občas to může být docela tvrdý oříšek. Ve dvou případech se nám vůbec nepodařilo z etikety vyčíst, v kterém roce má datum minimální trvanlivosti vypršet.

Na strouhance Delta (UNITED BAKERIES a.s., Praha) bylo uvedeno pouze to, že minimální trvanlivost končí 20. listopadu. Na strouhance Tesco value od téhož výrobce jsme našli datum 10. ledna. „Trvanlivost naší strouhanky je kratší než tři měsíce. Proto podle vyhlášky o označování potravin nemusíme na obalu uvádět rok spotřeby, stačí jen konkrétní den a měsíc,“ řekli nám v UNITED BAKERIES. V již zmíněné vyhlášce č. 113/2005 Sb. jsme si ověřili, že tomu tak skutečně je. V § 6, odst. 2, písm. a opravdu stojí, že u potravin s minimální dobou trvanlivosti tři měsíce nebo kratší nemusí být v datu trvanlivosti uveden rok. To je ale slabá útěcha pro spotřebitele, který do sáčku v prodějně nevidí a těžko zjistí,

od kterého roku strouhanka v regálu vlastně leží.

Žádná potravinářská vyhláška neukládá, jak dlouho by měla strouhanka vydržet, natož uvádění data výroby. „Její trvanlivost si každý výrobce určuje sám a také za ni ručí,“ řekla nám mluvčí Podnikatelského svazu pekařů a cukrářů ČR Hana Novotná.

Z námi nakoupených strouhanek byl z tohoto pohledu největším vytrvalcem výrobek značky Castello z Lidlu. Minimální trvanlivost má až do 17. listopadu 2013. Když jsme strouhanku kupovali, zbývalo jí do konce trvanlivosti více než rok.

Kontaktovali jsme Lidl, abychom zjistili, v čem spočívá tajemství dlouhověkosti výrobku, že v jednoduchém papírovém obalu nezvětrá. Odpověď byla velmi stručná.

„Strouhanka značky Castello je vyráběna u dodavatele, který se na její výrobu specializuje. Dodavatel ji vyrábí v ‘uzavřeném’ systému produkce, proto má tento výrobek delší záruční dobu.“ Tolik mluvčí Lidlu Anna Těžká. ✘



### Řízek je kalorická bomba

Maso kapra je dietní jídlo. Stogramová porce kapra obsahuje pouhých pět gramů tuku a má 115 kcal/484 kJ. Kalorickou bombu z něj dělá až obalení ve strouhance. Sto gramů strouhanky představuje 360 kcal/1528 kJ, což je pro srovnání větší energetická hodnota, než má smetana ke šlehání s 33 % tuku (317 kcal/1306 kJ). Podstatnou součástí strouhanky je škrob a také cukr, ale najdeme v ní i bílkoviny a vlákninu a také vitamíny skupiny B a některé stopové prvky.

### Složení strouhanky (ve 100 g)

energie	360 kcal/1528 kJ
bílkoviny celkové	9,7 g
tuky celkové	1,0 g
sacharidy celkové	78,9 g
škrob	69,0 g
vláknina	3,2 g
voda	8,8 g
vitamín B <sub>1</sub> (thiamin)	0,11 mg
vitamín B <sub>2</sub> (riboflavin)	0,05 mg
vitamín E	0,4 mg
sodík	437,0 mg
hořčík	35,0 mg
fosfor	143,0 mg
draslík	135,0 mg

Zdroj: Centrum pro databázi složení potravin ČR

# Menos cuentos, Caperucita



Natural, casero, artesano, tradicional... La industria alimentaria echa mano de estas menciones con mucha alegría. A más de un fabricante, si fuera como Pinocho, le crecería la nariz de tanto usar esas palabras en vano.

**A**nhelamos un mundo menos contaminado, los entornos naturales, el ritmo lento, las cosas hechas con mimo y cariño... Y todo eso lo saben los que trabajan en publicidad. Por eso en los anuncios de alimentos nos muestran agricultores que llevan los productos del campo a casa, cocineros que preparan la comida a fuego lento, en hornos de leña, etc. El problema empieza cuando la publicidad sale de los anuncios y se coloca en el envase del propio producto, un lugar que por ley se debería reservar para informar de forma veraz al consumidor. Sabemos que los fabricantes lo hacen porque quieren atraer a los consumidores para que compren sus productos, pero no es de recibo que las autoridades miren hacia otro lado y consientan estas prácticas. Y, vamos a admitirlo, el problema también avanza cuando nosotros, como consumidores, confiamos y damos por ciertos esos mensajes sin investigar qué hay detrás.

OCU quiere invitarle a que se informe y compare, a que lea no solo lo que aparece en letras grandes en los envases sino también la letra pequeña, como los ingredientes. Porque sabemos que lo que usted quiere es elegir bien, sin que nadie le engañe, por eso es lector de OCU-Compra Maestra.

## **Con aroma de zanahoria o almidón modificado usted no lo haría en casa**

La moda de poner natural, casero o artesano va calando en muchos productos. Lo



## NATURAL: YOGURES, AGUAS Y POCO MÁS

Natural es... ¿lo que procede de la naturaleza? Entonces podríamos considerar que todo es natural. ¿Lo que no tiene aditivos? ¿Lo que no tiene elaboración o mezcla? La ley solo precisa qué es natural para unos pocos alimentos o ingredientes.



Son "naturales", con todas las de la ley:

**Aguas minerales naturales**

Las que brotan o son captadas directamente de un manantial.

**Yogures naturales.** Solo con fermentos e ingredientes lácteos, para diferenciarlos de los que añaden aromas, frutas, etc. Si pueden incorporar azúcar (los yogures naturales con azúcar) o edulcorantes (los yogures naturales edulcorados).

**Conservas al natural** de vegetales: pueden llevar agua y pocas cantidades de sal y azúcar; las de mejillón, almeja o berberecho, se embeben en agua con sal.

**Aromas naturales** Si son de origen animal o vegetal.

hemos comprobado al darnos una vuelta por varios supermercados. Hemos revisado más de 25 productos y seleccionamos solo unos cuantos, a modo de muestra, para que se dé cuenta de lo mucho que puede ganar mirando con lupa lo que compra:

- Primer ejemplo: los caldos envasados en tetrabrik. Estudiemos con más detalle uno de ellos, de Gallina Blanca, el Caldo Casero de Pollo, 100 % Natural. Tan casero como es y declara como ingrediente "aroma natural de zanahoria". ¿En su despensa usted suele tener unos tarritos de aromas para usarlos cuando cocina? Pues nosotros tampoco. Muy casero que digamos no es. En cuanto a que es natural... ¿qué quieren decir con eso? La Real Academia Española (RAE) indica que se puede aplicar a una cosa cuando "está tal como se halla en la naturaleza, o que no tiene mezcla o elaboración". Este no es el caso. Natural puede ser la leche, una lechuga, pero no un caldo con mezcla de distintos ingredientes, aunque procedan de una huerta, y que declara que ha necesitado 3 horas de cocción. Las leyes alimentarias de momento solo han definido qué significa

### Olvídense de los grandes reclamos y vaya a la lista de ingredientes. Allí es donde descubrirá la verdadera naturaleza de lo que va a comprar

natural en los casos que comentamos en el recuadro de esta misma página, *Aguas minerales y yogures naturales*.

- Segundo ejemplo: los tomates fritos, las salsas sofrito de tomate o los pistos. ¿Se ha fijado que van ganando presencia en el súper los que son de "estilo casero"? Estamos en las mismas, aunque ya el término "estilo" hace sospechar que no son 100 % caseros. Revisamos dos: el Sofrito Estilo casero de la marca Solís y el Pisto Estilo casero de Helios. En ambos, en su lista de ingredientes encontramos "almidón modificado de maíz". Se trata de un espesante a base de almidón que se extrae del maíz. Y está modificado porque su composición química ha sido transformada posteriormente para mejorar sus propiedades (solubilidad, capacidad espesante, etc.). No es maíz transgénico. Si

así fuera el fabricante estaría obligado a avisarlo y diría "almidón de maíz genéticamente modificado". Si alguien tiene en casa almidón de maíz para espesar sus salsas de tomate, que lo diga. Además, Solís Sofrito Estilo casero lleva tomate y "concentrado de tomate", que es más barato que el tomate natural (los concentrados también son típicos de los zumos de frutas).

- Tercer ejemplo: los preparados en polvo para hacer cuajada o natillas "caseros". Como muestra tenemos Molino Real de San Lorenzo Cuajada casera y Royal Natillas caseras. El principal ingrediente en los dos es el almidón de maíz. Además, llevan espesantes, aromas... La receta tradicional de natillas o de cuajada no se hace así. Lo único casero de estos dos preparados es que hace falta terminar de prepararlos en casa con leche. ▶

## QUE NO NOS VENGAN CON CUENTOS

En ninguno de estos alimentos el uso de los términos “natural”, “artesano” o “tradicional” está definido por la ley. ¿Resultado? Cada fabricante lo emplea a su modo.

### Natural frente a otras variedades

Comparar los ingredientes es un buen ejercicio porque ayuda a descubrir que a veces las diferencias entre variedades son escasas. ¿Seguro que una es más natural que otra?

**Paté de atún en aceite** La Piara con dos versiones: normal y “Sólo Natural”. ¿Es natural una lista más larga de ingredientes? ¿O usar crema de patata y tapioca en lugar de puré de patata? ¿O añadir “aroma natural” en lugar de “aroma”?

**Puré original** Maggi con dos variedades: “Natural” y “con leche”. Ambos purés son copos a base de patatas deshidratadas. ¿Lo natural es que el puré no lleve leche o grasa láctea? Salvo por esos ingredientes, son casi idénticos: con emulgente, antioxidante, aromas...

### ► Mientras no se ponga orden en Europa, usted no pique

En vista del mal uso que está haciendo la industria alimentaria de los términos natural, casero, tradicional o artesano, está claro que queda mucho por armonizar, definir y regular en España y Europa. No hay que inventar nada nuevo porque tenemos normativas autonómicas para proteger la producción artesana o tradicional de ciertos productos. Además, Europa ha definido lo que son los alimentos tradicionales para regular la en-

trada de alimentos nuevos que vienen de países no europeos. Y contamos con lo que se ha trabajado en países de nuestro entorno sobre estos términos: por ejemplo, la Autoridad Irlandesa de Seguridad Alimentaria (FSAI) ha elaborado una guía de uso bastante completa, que podría servir de base.

Para impedir el uso en vano de estas menciones, no hay más que echar mano de un reglamento europeo de 2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor (el 1169/2011). Esta ley es muy clara: esa in-

**La ley dice que la información del envase no debe inducir a error al consumidor aunque la realidad es otra**



## SIN TRAMPA

En algunos casos hay una ley detrás y unos sellos que identifican los alimentos artesanos o tradicionales.



Según una receta o un método de producción tradicional, no necesariamente artesano, hay 4

productos en España: Jamón Serrano, Leche de Granja, Panellets y Tortas de Aceite de Castilla de la Cuesta. Todos llevan este sello de Especialidad Tradicional Garantizada (ETG).



Según una receta tradicional, unos ingredientes seleccionados, etc., se hacen los turrone

de Alicante o Jjona, los polvorones de La Estepa... Genuinos si llevan este sello de indicación geográfica protegida (IGP).



Alimentos artesanales auténticos. Cada comunidad autónoma tiene sus listas de

alimentos artesanales, sus requisitos y los sellos que los identifican. Arriba puede ver el de Castilla y León.

## Artesano o tradicional

Mostramos dos pastas, las dos con el sello "Tierra de sabor" que certifica el origen de Castilla y León, pero no una elaboración tradicional o artesana.

**Gullón Pastas Receta tradicional.** ¿Es tradicional emplear, por ejemplo, aditivos o grasa de palma para hacer unas pastas? Son ingredientes que se emplean a menudo en la bollería industrial. Esta práctica se está convirtiendo en una triste tradición.

**ES Galletas. Ingredientes:** Harina de trigo 56%, azúcar, grasa vegetal (palma), coco rallado, jarabe de glucosa y fructosa, dextrosa, gasificantes (carbonato ácido de sodio y de amonio), sal, aromas. **Puede contener trazas de frutos secos, leche y soja.** Almacenar en lugar fresco y seco. Proteger de los rayos solares.

**Tierra de la Reina, Pastas Artesanas**  
Estas sí son pastas con una receta tradicional, solo a base de harina de trigo, mantequilla, huevos y azúcar. Lo que no tiene esta marca es el sello oficial de alimentos artesanos de Castilla y León. Así que "artesanas" no sabemos si son.

formación no debe inducir a error sobre las características del alimento y, en particular, sobre su naturaleza, cualidades, composición o modo de fabricación u obtención. Y eso es aplicable también a la publicidad y a la presentación de los alimentos, incluido el envase. La ley aclara que la información que el fabricante ofrece de forma totalmente voluntaria también debe cumplir estos requisitos. De hecho, basándose en esta ley, un juez italiano multó con más de un millón de euros a varios fabricantes que decían en los

envases que sus patatas fritas eran "artesanales" o "hechas a mano". El juez encontró pruebas de que había intención de confundir al consumidor porque se comprobó que su elaboración, aunque tenía algunos procesos manuales, no era artesanal. En España todavía no se ha procesado ni se ha multado a nadie por jugar a confundir al consumidor. De momento.

A los fabricantes que nos estén leyendo, OCU les agradecería que fueran honestos: si sus productos son de elaboración industrial,

si incorporan ingredientes que no aparecen en ninguna receta tradicional, por favor, no digan que son naturales, caseros, artesanos o tradicionales.

En cuanto a la Administración, OCU le ha trasladado la confusión a la que está sometido el consumidor por la falta de control de las alegaciones artesanal, casero, tradicional, etc. Falta una mejor regulación para que la información que aparece en el etiquetado sea veraz y no un reclamo publicitario. ■



# Vet vi hva vi spiser nå?

En gjennomgang av matmerking i butikk

Juni 2016, sist endret 24. juni 2016



## 9. Vedlegg III Produkter med selgende ord og uttrykk

### NATURLIG SUNT SPELT FULLKORN



«Naturlig sunt»,  
«naturlig rik på jern»,  
«naturlig proteinkilde».

Ingredienser: Vann, speltmel (28,4 %), sammalt spelt (10,7 %), sammalt rug (8,6 %), solsikkejerner, hvetegluten, rugklime (4,4 %), havregryn (4,0 %), surdeig av rug, gjær, rapsolje, salt, melbehandlingsmiddel (E300), enzymer.  
- 68 % grovhet

### PANNEKAKER



«Bakt med naturens egne råvarer»  
«HVETE fra bølgende åkre»

Ingredienser: H-Melk, Hvetemel, Egg, Sukker, Glykosepulver, Stivelse, Rapsolje, salt,  
Emulgator: Soyalectin  
Konserveringsmiddel: Kaliumsorbat,  
Antioksidant: Sitronsyre

### HJEMMELAGET EPLEGELE



«Nærmere natur'n kjæm du itte»  
- 49 gram frukt per 100 g gelé

Ingredienser: Sukker, eplesaft 49 % (fremstilt av konsentrat), fortykningsmiddel(pektin), surhetsregulerende middel (eplesyre) og konserveringsmiddel (kaliumsorbat).



## FARRIS & JUICE MANGO



«Nyt det naturlige- god smak med god samvittighet»  
Inneholder en udefinert aroma, samt konserveringsmiddel  
Heter «mango», men det er bare under 3 prosent av flasken som består av mangojuice, mens 45 prosent er druejuice

Ingredienser: Naturlig mineralvann, druejuice (44,5 %), mangojuice (2,8 %), sitronjuice (2,7 %), kullsyre, naturlig aroma, konserveringsmiddel (juice fra konsentrat).

## FISKEPUDDING



«Med ekte fløte»  
- 2 % ekte fløte

Ingredienser: Kvitlaks (Argentina silus) (56 %), skummetmelk (33 %), tapiokastivelse (5 %), rapsolje (2 %), kremfløte (2 %), melkepulver, fløtepulver, muskatblomme, salt, løk, sukker, gjærekstrakt, krydder, krydderekstrakt.

## EKTE HONNING



«Ekte honning»  
Honningcentralen

## KOKT SKINKE



«Av renskåret ekte skinke»  
- Flere skinkeprodukter som er merket med «ekte skinke»  
- Se symbolet på pakken også

Ingredienser: Renskåret svinekjøtt av skinke (85 %), vann, salt, glukose, stabilisator E450, E451, E407, antioksidant E316, konserveringsmiddel E250, E261, E326.

## APRIKOS & FERSKEN SYLTETØY



«Ekte vare smaker best»

## BLÅBÆRSYLTETØY



«Ekte syltetøy»

Både Lerum og Nora merker produktene med «ekte syltetøy» – se syltetøy over.

## 100 % EKTE OVNSBAKT BACON



«100 % ekte»

33 % lever

## EKTE OVNSBAKT LEVERPOSTEI PEPPER



«Ekte»

Ingredienser: 33 % lever, 26 % hodekjøtt av svin, 5 % svinekjøtt, skummetmelk, pepper, salt, dekstrose, hvetestivelse, krydder, sukker, tomatpure, eddik, modifisert stivelse, vann, hvitløk, konserveringsmiddel

## BACONOST



«Av ekte hvitost»

## MAJONES



«Ekte majones»

- Både Mills og Eldorado bruker «ekte» på sine majones. Mills har også en «ekte remulade».

## EKSEMPEL PÅ PRODUKT MERKET SOM ORIGINAL



Forsidefoto: Kjell Håkon Larsen



# E dubitare viene naturale



Tradizionale, fatto a mano, fresco, artigianale. Al supermercato è facile imbattersi in prodotti adorni di slogan che stimolano il nostro desiderio di mangiare cose sane e fatte come una volta. Ma spesso non c'è da fidarsi. Ecco perché.

**S**e fosse un film si intitolerebbe *Ladri di parolette*. Se fosse un romanzo sarebbe *Lessico irregolare*. Ecco quale potrebbe essere in sintesi la trama: «Industriali senza scrupoli, con la complicità di leggi fatte su misura da politici compiacenti, sono passati alla fase due del proprio piano. Dopo avere dato un colpo di spugna a metodi secolari di produzione degli alimenti, stanno invadendo il mercato con cibi industriali di nuova generazione. Vengono fabbricati in laboratorio da esperti cui è stato dato l'ordine di minimizzare l'uso di ingredienti pregiati, sostituendoli con additivi e sostanze di scarsissimo valore. Farli passare come alimenti della tradizione e del benessere, garantendo successo di vendite e introiti massicci, è compito di una squadra specializzata in manipolazioni linguistiche. Ma c'è chi è già sulle loro tracce, intenzionato a sventarne i piani». L'intreccio sembra quello di un romanzo fanta-industriale ispirato alle malefatte di aziende

alimentari. È evidentemente un racconto che contiene tutte le esagerazioni della fiction. Però ci fornisce l'occasione per ricordare – se qualcuno ne fosse rimasto offeso – che «le parole sono pietre», a maggior ragione quando descrivono un prodotto, e usarle correttamente dovrebbe essere un dovere.

## Il succo del problema

Nella realtà non esiste un'organizzazione incaricata di inquinare le parole e la verità sugli scaffali. Sta di fatto però che il lessico alimentare è oggetto di manipolazioni e distorsioni che non hanno precedenti nella storia, a cominciare dallo scollamento tra il significato delle parole riportate sulle confezioni e il significato attribuito agli stessi termini dal vocabolario. Insomma, stanno svuotando di senso la lingua e ci prendono in giro. Basta un po' di esercizio e di esempi se ne trovano a bizzeffe. Prendiamo la parola "nettare": nel vocabolario italiano è la bevanda degli dèi, il massimo che si possa desiderare, tanto

che nell'antichità classica era considerata capace di donare l'immortalità, al pari dell'ambrosia. Al supermercato il "nettare", ridotto a categoria merceologica, diventa un succo annacquato e zuccherato, il cui ingrediente più nobile, la frutta, è contenuto in una quantità che va dal 25% al 50%. Niente a che vedere con la bevanda gustata sull'Olimpo. Perché così poca frutta? Le leggi sono compiacenti e le lobby dei produttori fanno il diavolo a quattro quando qualcuno avanza la proposta di innalzare i limiti minimi di frutta contenuti in succhi e bevande. Per loro questo significa costi in più. Addirittura nelle bibite definite "bevande" il contenuto minimo di frutta scende al 12%. E in questo senso non c'è alcuna differenza in chi si presenta con una veste più attraente. Un esempio è la bottiglia di aranciata Lurisia, che abbiamo acquistato da Eataly. Con la sua percentuale di frutta del 12% non differisce in quantità di succo dalla più commerciale Fanta, però si presenta così: «La nostra aranciata quella >



### LA VERITÀ È NEI DETTAGLI

I Bibanesi riportano a caratteri cubitali "con olio extra vergine di oliva", ma la seconda materia grassa usata nella ricetta è lo strutto. Attenti: "con" non significa "solo".

### TRADIZIONE NEL SURGELATORE

Bel coraggio chiamare "tradizionale" una pizza (surgelata) che usa invece della mozzarella il formaggio Edam. Di quale tradizione si parla? Forse quella dei Paesi Bassi.

### INUTILI ARTIFICI

Scrivo Orzoro sulla sua polvere: "Con cereali tostati naturali". Perché, esistono cereali artificiali?

### POCO INTEGRI SULL'INTEGRALE

Il Mondo di Laura strizza l'occhio al pubblico femminile amico dell'ambiente, tant'è che i suoi biscotti li chiama Green Lady. Nella ricetta non mancano gli aromi e l'olio di palma (che green proprio non è). La farina integrale c'è, ma meno di quella di grano tenero tipo 0.

### LA FAMOSA PALMA PUGLIESE

Nella ricetta pugliese dei tarallini "tradizionali" di Antonio Fiore sboccia un ingrediente che di tradizionale non ha nulla, l'olio di palma, vera tipicità industriale. Presente pure in quantità maggiore rispetto allo sbandierato olio extravergine d'oliva.

### STATE FRESCI

"Sugo fresco": si legge sul pesto genovese prodotto da Buona Compagnia Gourmet. Che ci fa allora il "conservante acido sorbico"? Fresco anche questo.

### NATURA NO

Dadi "100% naturali". Poi tra gli ingredienti spunta di tutto, anche il "colorante caramello semplice". "Solo ingredienti naturali". Certo, come no.



Quando si trova per esempio lo slogan "al gusto di fragola" significa che il frutto non c'è.

>

vera con "arancia del Gargano IGP"». Ma basta andare a leggere gli ingredienti per scoprire che l'uso delle arance del Gargano IGP è riferito solo all'infuso di arance, che fa parte degli ingredienti, e non al 12% di succo. Se poi le blasonate arance pugliesi siano finite anche nel succo, non è dato saperlo. Qualche dubbio noi ce l'abbiamo. Nei fatti i produttori possono utilizzare abbastanza liberamente (e senza incorrere in sanzioni) il potere attrattivo di molte parole. Perché allora non sfruttare la parola "elisir", liquido cui la leggenda attribuisce la magica virtù di prolungare la vita? Che ingenui, ci hanno già pensato: c'è l'Elisir di Rocchetta, che ha come principale ingrediente l'acqua. Si tratta di acqua Rocchetta benedetta, pardon, "acqua della salute". Un elisir che acqua potrebbe altrimenti contenere? Se però il termine elisir è consentito, in quanto assimilato ai nomi di fantasia, quello di "acqua della salute" - accompagnato da altri messaggi sui possibili vantaggi per la salute e soprattutto supportato dal logo della Federazione italiana medici di Medicina generale (FIMMG) - è stato ritenuto ingannevole dall'Antitrust. Nonostante la condanna a 100mila euro di multa (nel 2013), Oliveto e Rocchetta continuano imperterrite a definirsi acque dalle salute, dimostrando di sapere che non basta la pubblicità con immagini di famosi testimonial in perfetta forma fisica per trasmettere il messaggio salutistico. Sono necessarie anche le parole, perché dirigono il nostro sentire.

## Natura e tradizione, quando invocarle

**Naturale** È un termine regolamentato dalla legge solo in riferimento agli aromi (Regolamento europeo 1334/2008) e alle indicazioni nutrizionali e salutistiche (Regolamento 1924/2006). Per esempio, se su un alimento troviamo la dicitura "aroma naturale di caffè" significa che almeno il 95% della sostanza aromatizzante è stata ottenuta dal caffè. Anche gli slogan nutrizionali devono essere oggettivi: si trovano per esempio sul formaggio ("naturalmente ricco in calcio") o su alcuni alimenti integrali ("naturalmente ricco in fibra").

**La definizione più giusta** Sarebbe importante che la legge accogliesse la posizione elaborata dalla FSA (Food Standard Agency), agenzia alimentare britannica: «Naturale è il prodotto che contiene ingredienti naturali, fatti dalla natura e non per opera dell'uomo. È scorretto l'uso del termine "naturale" per descrivere alimenti o ingredienti che impiegano sostanze chimiche per cambiare la loro composizione o che comprendano prodotti delle nuove tecnologie, come additivi e aromi che sono il prodotto dell'industria chimica o estratti da processi chimici».

**Tradizionale** Esistono riferimenti normativi anche per il termine "tradizionale". Per esempio quando riguarda la denominazione "Specialità tradizionale garantita" (STG), parente stretta dei più diffusi e noti riconoscimenti "Dop" e "Igp". Esempio ne è la Mozzarella STG.

**L'uso corretto** Per la FSA «il termine tradizionale dovrebbe essere usato per descrivere una ricetta o un metodo di lavorazione che esiste da un tempo significativo. Gli ingredienti e il processo, di conseguenza, non dovrebbero essere cambiati nel corso di questo periodo».

## Una questione di carattere

La verità delle parole riportate sulle confezioni sembra essere indirettamente proporzionale alla dimensione del carattere con cui sono scritte: quelle stampate in grande sono, statisticamente, più menzognere di quelle scritte in piccolo. Un po' come accade nelle polizze assicurative dove, per leggere le vere condizioni, ci vuole la lente di ingrandimento. "Integrale" è uno dei termini più abusati. Dal punto di vista linguistico, si intende, visto che per la legge (dalle maglie larghissime) basta solo la presenza di farina integrale (anche in una percentuale bassissima) perché un prodotto possa essere definito tale. Anzi, a volte di farina integrale non c'è neppure l'ombra, dal momento che è consentito pure l'uso di farina raffinata, con aggiunta di crusca (che aumenta il tenore di fibra). Nella crusca però non è presente il germe di grano, che si trova invece negli sfarinati integrali: va da sé che la qualità cambia, eccome. E viene da sorridere se si pensa che integrale è sinonimo di totale, intero, completo. Perché l'industria non conia nuove parole e requisisce quelle già esistenti? Non certo per mancanza di fantasia, ma perché creare un immaginario su un nuovo termine o un nuovo marchio è difficile e dispendioso, meglio sfruttare la forza evocativa delle parole già in uso, scegliendo tra quelle che richiamano alla mente sensazioni positive, capaci quindi di predisporci in modo favorevole all'acquisto. Così a volte è la stessa marca o il nome del prodotto a essere di per sé uno slogan fatto e finito: Vitasnella, Fitness, Depuravita, The Natural... Fateci caso: sono lontani i tempi in cui, per un nuovo brand, si sceglieva un semplice cognome (Campari, Barilla, Agnesi, Illy, Colussi, Rana...).

## Industriale o artigianale

Insomma il packaging degli alimenti trabocca di parole che stimolano il nostro desiderio di cose buone e sane, realizzate con metodi tradizionali, come faceva la nonna o comunque in maniera artigianale.



Naturale, tradizionale, artigianale, fatto a mano: sono tra gli slogan più usati, ma si tratta di una contraddizione in termini quando a usarli è proprio l'industria. Artigianale è il contrario di industriale. Eppure questa stridente inconciliabilità spesso non provoca più alcuna riflessione da parte dei consumatori. Cameo ha il coraggio di scrivere "Tradizionale" a caratteri cubitali sulla scatola della sua pizza, che non solo è surgelata, ma ha una lista degli ingredienti lunga come un papiro, in cui si trovano addensanti, emulsionanti, correttore di acidità, destrosio, olio di cocco e tanto altro ancora. Certo, come no, tutti ingredienti della tradizione. Clamorosamente nemmeno un posticino per il più tradizionale degli ingredienti della pizza - la mozzarella - sostituita nientemeno che dal formaggio Edam, tipicità industriale dei Paesi Bassi. Ma forse siamo noi a non sapere che il napoletano Raffaele Esposito, inventore della pizza, usò la mozzarella solo >



**Si sprecano i richiami alla natura in queste caramelle gommosi alla frutta, a partire dalla marca (The Natural) e dagli slogan: "senza aromi artificiali" e "senza coloranti artificiali". Per esclusione, dovrebbero essere piene di frutta. Macché. Qui c'è solo il "Gusto della frutta" (con i suoi colori), dato da aromi e coloranti estratti da frutti vari. Siamo proprio alla frutta!**

## Artigianale per finta

# La patatina cambia il look ma non il vizio



Fritte, unte e salate. Quando si parla di *junk food* (cibo spazzatura) il primo prodotto che viene in mente sono le patatine in busta. Per i produttori è diventato ormai un imperativo scrollarsi di dosso questa brutta fama. Quando non si può cambiare la sostanza, è inevitabile puntare tutto sull'immagine (e sul trucco). Ecco il motivo di questo packaging così attraente. La bella confezione però non basta, il marketing ha pensato bene di accompagnarla con slogan accattivanti. Chiamare in causa in qualche modo la salubrità sarebbe suonato troppo spudorato, meglio giocare sull'artigianalità, sul fatto a mano o cotto a mano (spesso usando termini inglesi): magari qualcuno ci casca. Una mossa che non è piaciuta all'Antitrust, che ha sanzionato i marchi Eldorada, Alfredo's, Le Contadine e Pata. Dal canto loro le aziende hanno cercato di difendersi: utilizzerebbero un tipo di lavorazione che fa maggior uso di manodopera per esempio nella fase di rimescolamento nelle friggitorie e in quella di verifica della cottura. Ma il concetto di maggiore manodopera come sinonimo di fatto a mano e in maniera artigianale non ha convinto l'Antitrust. Non si possono distorcere, piegare e snaturare le parole, aggiungiamo noi. Un esempio di modifica a seguito della sentenza del Garante? Pata ha cambiato il claim da "La patatina artigianale" a "Prodotta con metodo artigianale". Capirai che sforzo.



> perché quel giorno gli mancava l'Edam. Punta sulla «dolce eccellenza, rinnovata tradizione» il marchio G.Cova, che, più che rinnovare, in realtà tradisce la tradizione. Dietro le apparenze chic, i suoi frollini alla panna nascondono margarina da olio di palma e di girasole, correttore di acidità e tanto altro.

Più attraenti di altri tarallini in commercio, ma di fatto non dissimili, "I tradizionali" di Antonio Fiore, strillano sulla confezione «con olio extravergine di oliva». Attenti alla preposizione "con" perché nove volte su dieci nasconde una trappola. Significa che l'ingrediente-civetta è presente e basta: in quale misura è tutto da verificare. E infatti l'olio extravergine in questi tarallini c'è, ma è surclassato dall'olio di palma, presente in maggiore quantità. Solfa simile per i



**Rimandata in italiano** Chiunque sa che l'aggettivo "solo" indica esclusività. Significa singolo, unico. Eppure Alce Nero non lo sa (o fa finta di non saperlo). Leggendo "Solosoia" ci si aspetterebbe che nel contenitore ci sia semplicemente soia. Perché non fidarsi? Invece oltre all'acqua, c'è anche l'alga Lithothamnium calcareum e il sale. La bevanda sarà anche buonissima, ma perché questa scelta arbitraria delle parole, che ha il sapore della presa in giro?

## Guida pratica

Leggere le etichette è l'unica arma che abbiamo per non farci ingannare da immagini e slogan poco affidabili. Con questo volume riusciremo sarà più facile. La guida è in regalo per i soci, con un contributo spese di 1,95 euro. Vai su: [altroconsumo.it/guidepratiche](http://altroconsumo.it/guidepratiche)



mini-grissini I Bibanesi, che sbandierano il fatto di essere fatti «con olio extra vergine d'oliva», ma poi come seconda fonte di grassi troviamo lo strutto, che è pieno di grassi saturi (non proprio un toccasana). Poi si dice che sono «lavorati con paste madri e stirati a mano». Peccato che tra gli ingredienti troviamo solo la generica indicazione di «lievito». Non dovrebbe essere "lievito madre" o "lievito naturale"?

### Sulla natura delle cose

Chi di questi tempi saprebbe resistere al richiamo della natura? La scelta dello slogan "naturale" è popolarissima sui prodotti alimentari. Sulla sua crema con carciofi, Knorr si vanta scrivendo «il gusto è nella nostra natura. Con ingredienti naturali». Poi tra gli ingredienti si incontrano il grasso di palma, lo sciroppo di glucosio e zucchero (perché?), proteine del latte, estratto di brodo, estratto di lievito, aromi. Eh sì, proprio come madre Natura ce li regala, nessun processo industriale. Occhi aperti: la crema è "con" carciofi non "di" carciofi. La preposizione fa la differenza: infatti c'è solo il 2,7% dell'ortaggio. Non è da meno Star, concorrente di Knorr, che sfoggia sui suoi dadi la scritta «100% Naturali»: a voi il brivido di scoprire la lunga lista di improbabili ingredienti naturali. Uno in particolare ha attratto la nostra attenzione: «colorante: caramello semplice». Proprio quello che ci si aspetterebbe di trovare in un dado per brodo! "Fresco" è un altro aggettivo che piace molto, perché dovrebbe essere rivelatore dell'assenza di conservanti, tipica dei prodotti appena fatti e da consumare nel giro di poco tempo. Le delusioni non mancano. Sulla Robiola di Nonno Nanni è scritto formaggio «fresco» (per dire che non è stagionato), ma spunta tra gli ingredienti il «conservante potassio sorbato». Confusione o mistificazione? Ai lettori la risposta. L'appello alle aziende ad avere rispetto per i consumatori e per la lingua italiana lo affidiamo invece alle parole di Rosa Luxemburg: «Il primo atto rivoluzionario è chiamare le cose con il loro nome». 🍀

# L'alibi artisan



Le mot "artisanal" évoque chez vous les odeurs et les saveurs de la cuisine de grand-maman ? Hélas, les produits soi-disant artisanaux et authentiques ne sont guère différents de la production ordinaire.

Katrien Renders et Daisy VanLissum

Les mots "artisanal", "fait maison", ou "à la manière de grand mère" évoquent peut-être pour vous des recettes classiques que vous pourriez vous-même (ou votre grand-mère) préparer. Et c'est justement, bien sûr, le but recherché par les fabricants quand ils les mettent sur leurs emballages. Ils jouent sur nos sentiments, en suggérant que le produit en question contient des ingrédients authentiques, et est préparé à la main par de bons artisans. Hélas, il y a de fortes chances qu'il s'agisse d'une production industrielle ordinaire, comme pour les autres produits du supermarché. C'est trompeur, pour ne pas dire un mensonge éhonté.

# al

## Pas de protection légale

Contrairement à d'autres pays européens, la Belgique n'a pas encore adopté de définition légale d'une appellation comme "artisanal". Les fabricants peuvent donc l'utiliser librement et en abuser pour rendre leur produit plus attrayant. La réalité dans les supermarchés démontre effectivement que ce terme est employé avec beaucoup trop de liberté : il s'agit le plus souvent d'un argument commercial vide de sens, et les produits qui s'en revendiquent ne répondent que rarement à l'attente.

Une définition légale précise, de préférence au niveau européen pour éviter une concurrence déloyale entre les Etats, clari-

## Dans notre pays, les artisans sont bien protégés, mais pas les produits artisanaux

fierait la situation pour le consommateur. Hélas, une telle directive se fait attendre depuis trop longtemps. Test-Achats n'est pourtant pas seul à réclamer une telle mesure. L'association néerlandaise des consommateurs Consumentenbond réclame elle aussi des directives claires, comme il en existe déjà dans d'autres pays.

### Le cœur de la fabrication artisanale

Assez ironiquement, l'appellation "artisan" est pourtant protégée en Belgique. Cette reconnaissance, assortie d'un logo, n'est accordée qu'à des entreprises de moins de 20 travailleurs, aux méthodes de production manuelles et authentiques, avec l'accent ►

## PRÉSENCE D'INGRÉDIENTS INDUSTRIELS

Cette salade "artisanale" de jambon Breydel "cuit au four" est bourrée d'additifs et d'arômes artificiels.



Cette conserve d'oignons "à l'ancienne" de Delhaize contient le colorant E150c ou caramel ammoniacal, le même que celui qui colore des boissons au cola, et qui n'a rien à faire dans une préparation traditionnelle.



Lidl n'a aucune justification à qualifier de "traditionnel" ce pain de viande : la liste des ingrédients est bourrée d'antioxydants, acides, arômes, chapelure de riz et dextrose.

Beurre concentré, poudre de lactosérum de lait, farine de soja, protéine de soja, lactose, stabilisants, arômes et le colorant carotène. Etranges ingrédients pour des "gaufres grand-mère" selon une "recette belge authentique", non ?



► mis sur la qualité, la tradition ou l'innovation. Mais la reconnaissance ne s'étend pas à leur production et n'apporte donc aucune plus-value au consommateur, qui peut facilement se laisser leurrer par de vaines promesses. Et l'on ne peut que s'interroger sur l'utilité de ce genre de demi-mesures.

La France, l'Irlande et la Tchèque ont pourtant une définition claire et très stricte de ce qui peut être vendu sous les appellations "artisanal", "naturel", "homemade" et "traditionnel". L'accent est mis sur des facteurs comme l'usage de méthodes traditionnelles, des ingrédients et des recettes authentiques, et une production à petite échelle par des artisans qui connaissent bien leur produit.

Les produits issus d'une ligne anonyme de production en grande série, ou contenant un tas d'ingrédients industriels, ne répondent manifestement pas à ces critères, et n'ont donc pas droit aux appellations. Les infractions sont immédiatement réprimées.

C'est ainsi que l'Italie a sévèrement sanctionné, en février 2015, des chips de pomme de terre soi-disant "cuites à la main", comme on en trouve également chez nous. Quatre marques se sont vu infliger de lourdes amendes pour avoir abusé de textes et photos suggestifs sur l'emballage d'un produit indubitablement industriel. Sans doute la

## La présence d'ingrédients industriels est un signe clair qu'il ne s'agit pas d'un produit artisanal

production de ces chips n'est-elle pas entièrement automatisée, comme c'est le cas pour d'autres, mais elles ne sont pas "faites à la main" pour autant. Ce n'est pas parce qu'une seule étape de la production est manuelle que le fabricant est en droit d'insinuer que toute la production est faite à la main.

### La Belgique n'est pas prête

Les exemples sont légion, dans les rayons de nos magasins, de ces arguments de vente

mensongers, y compris pour les chips en question, puisque le terme "artisanal" n'est protégé ni au niveau belge, ni au niveau européen. Et les fabricants ne se privent pas d'en profiter. Mais nous ne sommes pas totalement impuissants devant ces pratiques. Certes, les produits épinglés dans cet article ne tombent pas sous le coup d'une loi spécifique protégeant ces appellations, mais il n'en existe pas moins un règlement général européen interdit aux fabricants de tromper le consommateur sur le mode de production de leur produit. Et cette interdiction ne vaut pas seulement pour les promesses sur l'emballage, mais aussi pour la présentation du produit ou son appellation. Il ne faut pas être Sherlock Holmes pour repérer au supermarché des produits en infraction flagrante. Avec plus ou moins de subtilité, mais toujours dans le même but : nous séduire pour nous faire choisir leur produit. L'émotion et l'association sont des facteurs déterminants du comportement d'achat, et la suggestion bascule facilement dans la tromperie.

Nous avons interpellé les fabricants des produits de cet article, en mettant le doigt sur leurs arguments de vente trompeurs, et nous avons de surcroît dénoncé ces infractions au SPF Economie. En l'absence d'une réglementation européenne linéaire contre

## Rectificatif

Une erreur regrettable a conduit nos enquêteurs à présenter ces deux produits comme trompeurs dans l'édition «papier» du magazine Test-Achats 617 (mars 2017).

Entre-temps, Corné nous a fait savoir que sa pâte de noisette est bien préparée dans un atelier où travaillent six artisans. De même, la tarte de pizza de Bloch est produite à petite échelle dans un département séparé, indépendant des usines Culinor. Nous souhaitons rectifier et souligner que ces deux produits sont réalisés sur la base d'une recette authentique avec de vrais ingrédients. Ce malentendu démontre bien la nécessité d'un cadre légal clair donnant plus d'indications sur l'échelle de production.



## DE VRAIS ARTISANS ?



"Huls se revendique de son savoir-faire et d'une qualité artisanale supérieure. Une entreprise portée par des artisans pur-sang." Le site internet de Huls présente trois "maîtres ès-saucisses": Henk, Arjan et René. En réalité, les saucisses sèches sont fabriquées dans une usine néerlandaise qui occupe plus de 100 personnes, et il y a fort peu de chances qu'ils soient tous artisans.



## ARTISANAL À LA CHAÎNE

Du pain à cuire industriel n'a rien de "traditionnel", et Delhaize pousse le bouchon jusqu'à utiliser le terme "artisanal" sur son site web pour un pain qui n'a sûrement pas été fait à la main. Adressez-vous plutôt à un vrai boulanger certifié pour des baguettes véritablement traditionnelles.



Ces "traditional chips" de Kettle sont soi-disant "cuites à la main" mais, vu l'échelle de leur production, c'est carrément impossible. Les ouvriers remuent les chips dans l'huile bouillante avec de grandes spatules, mais cela ne rend les chips ni artisanales, ni traditionnelles puisque le reste du processus est complètement automatisé dans de grandes unités de production.

Pas d'assertions tonitruantes sur l'emballage, mais le produit n'en est pas moins trompeur: les processus de fabrication de la marque "L'Artisane" sont tout, sauf artisanaux.



La photo suggestive sur l'emballage donne à penser que ces croquettes de crevettes sont faites à la main. Bien que cette entreprise ait débuté à très petite échelle, la production s'est depuis largement automatisée, comme le prouve un vidéo sur son site. Chaque jour, ce sont pas moins de 70 000 croquettes qui prennent le chemin des supermarchés. Mais l'entreprise n'en continue pas moins à qualifier d'artisanales ses méthodes de production. A tort.

En dépit de son passé artisanal (depuis 1945), la production des croquettes de bœuf de Van Dobben, commercialisées par Albert Heijn, atteint aujourd'hui des dimensions industrielles. Un rappel historique et une liste d'ingrédients authentiques au verso visent à vous faire croire le contraire. De plus, cette fausse liste des ingrédients est carrément trompeuse : les croquettes contiennent à peine 2 % de beurre, additionné d'ingrédients industriels moins coûteux comme de l'huile de palme, de tournesol et de colza, sur lesquels il n'est soufflé mot.



ces pratiques, nous resterons sur nos gardes face à ces produits qui n'ont d'artisanal que le nom.

### La liste des ingrédients ne ment pas

En attendant ces règles claires, il est assez facile de déterminer si l'on essaye de vous mener en bateau. Quand un produit se prétend "artisanal", voyez sa liste des ingrédients. Elle sera plus sérieuse que le recto de l'emballage et constitue un bon moyen de contrôler s'il s'agit d'une recette authentique. Votre (grand-)maman cuisinait-elle avec des conservateurs et des colorants ? La présence de ce type d'ingrédients "artificiels", qui n'ont pas leur place dans une recette traditionnelle, est généralement révélatrice d'une préparation industrielle. Et, pour être certain d'acheter vraiment artisanal, le mieux est encore de s'adresser à l'artisan lui-même. Vu l'échelle de production de leurs produits, les supermarchés ne proposent que fort peu de produits réellement artisanaux. En raccourcissant la chaîne de distribution, on se rapproche de la source, et on augmente ses chances de succès artisanal. ■



**Phony fruits**



# Faux fruits étiquettes mensongères



De nombreux emballages promettent une explosion gustative de fruits frais, alors que, dans la liste d'ingrédients, on a bien du mal à trouver des traces de vrais fruits parmi les arômes. Nous avons démasqué des dizaines d'imposteurs.

Katrien Renders et Daisy Van Lissum

On connaît le scénario : des fruits frais semblent sauter de l'emballage, dans une débauche de couleurs vives, alors que, dans la liste des ingrédients, on retrouve curieusement très peu de ces fruits. C'est que cet ingrédient est cher et se remplace facilement par des arômes beaucoup moins onéreux. On a le goût et la saveur des vrais fruits, mais pas leurs avantages. Notre enquête montre que l'industrie alimentaire abuse de cette ficelle pour donner une image plus saine à ses produits. La boisson lactée aux "fruits rouges" illustrée ci-dessus est loin d'être la seule coupable d'une telle pratique.

## La fraise prétexte

Les emballages trompeurs qui promettent des fruits frais mais compensent une teneur en fruits négligeable par des arômes, sont inadmissibles. Malheureusement, l'industrie alimentaire flirte en permanence avec les limites de la législation relative à l'étiquetage. D'après la loi, les fruits peuvent être mentionnés verbalement ou visuellement sur l'emballage uniquement si leur pourcentage est également indiqué dans la liste des ingrédients. Les fabricants interprètent cependant cette règle à leur avantage en ajoutant à la recette des quantités minimales de jus ou de purée de fruits pour allécher ▶

## ENQUÊTE

Quelle teneur en fruits ?

► le consommateur avec les fruits sur l'emballage. Une pauvre fraise suffit pour représenter le fruit sur l'emballage, même si le goût, l'odeur et la couleur sont principalement dus à toutes sortes d'additifs et arômes.

Il est inacceptable que le consommateur soit constamment induit en erreur par ces fraises ou d'autres ingrédients prétextes. Ceci alors que la législation précise clairement qu'une étiquette ne peut pas être trompeuse. "Non seulement les règles actuelles doivent être appliquées plus rigoureusement, mais il est grand temps que les autorités restreignent de telles pratiques par de nouvelles règles", précise notre juriste

Aline Van Den Broeck. Nous exigeons des règles spécifiques fixant des pourcentages minimaux pour certaines catégories alimentaires, comme les yaourts aux fruits. "Pour certains produits alimentaires tels que les sorbets, les confitures et les jus ou nectars de fruits, ces minimums légaux existent déjà", souligne notre experte. "Par ailleurs, la présence d'arômes dans un produit doit être indiquée plus clairement. Ce n'est quand même pas trop demander. Un emballage ne peut avoir pour effet d'induire le consommateur en erreur."

Ainsi, la Cour européenne de justice a jugé qu'une étiquette peut être trompeuse même si la liste des ingrédients est claire et correcte. "Nos collègues allemands de l'organisation de défense des consommateurs Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV) avaient intenté un procès à la marque Teekanne pour l'étiquetage trompeur de son thé aromatisé aux fruits", explique Aline Van

Den Broeck. "La liste des ingrédients était complète, mais cela ne suffisait pas, d'après le juge allemand, pour rectifier le caractère trompeur de l'emballage. Celui-ci présentait en effet des framboises et des fleurs de vanille, donnant ainsi au consommateur la fausse idée que le thé contenait des ingrédients ou arômes de fruits naturels de framboises ou vanille, alors que la liste des ingrédients montrait qu'il n'en était rien". Dans ce type de cas, même le consommateur averti peut être floué.

### Des dizaines d'étiquettes sous la loupe

Le problème ne se limite apparemment pas à ce cas unique, même si c'est là un exemple typique de marketing trompeur. Notre enquête a en effet révélé, et c'est malheureux, que le consommateur moyen ne peut se fier aux promesses de l'emballage pour déterminer si un produit contient ou non des quantités respectables de vrais fruits. Dans



# 12%

de jus à base de concentré, surtout d'orange (6,4%) et de pomme (5,5%), et ridiculement peu de fruits de la passion (0,1%) et de jus de mangue (0,07%) sans conservateurs, mais avec colorants, arômes et sucres ajoutés



# 0%

de morceaux de fruits, le goût est donné par des arômes naturels



les supermarchés, nous avons recherché expressément les emballages de produits alimentaires représentant des fruits. Nous nous sommes donc intéressés uniquement aux produits qui utilisent les fruits comme un argument de vente. Nos courses terminées, nous avons voulu connaître la quantité précise de fruits que ces produits contenaient. Nous avons donc passé au crible la liste des ingrédients et évalué sa transparence. Dans de nombreux cas, des ingrédients composés ou des jus concentrés sont utilisés; il n'est donc pas toujours facile de déterminer la teneur en fruits réelle. Au total, après avoir fait subir cet examen critique à des dizaines de produits alimentaires, nous avons dû en recalculer un grand nombre. Voici quelques exemples (malheureusement bien trop caractéristiques).

#### Goût de fruits mais 0 % de fruits

En général, on se rend bien compte que cer-

tains produits, comme les bonbons, ne renferment que peu de vrais fruits, voire pas du tout. Personne ne s'étonnera d'apprendre que les confiseries de Mentos et de Fruitella contiennent respectivement à peine 2 et 3% de jus de fruits. Mais pour d'autres, tels les produits laitiers et les boissons aux jus de fruits, la distinction est plus difficile à faire. Les fabricants jouent sur ce tableau en maintenant l'illusion que des ingrédients sains et de qualité ont été utilisés.

Ainsi, les petits fromages frais de Danonino (anciennement Petit Gervais) font grand cas, sur la face avant de l'emballage, de l'absence de colorants, d'arômes artificiels et de conservateurs. Pourtant, il s'agit bel et bien d'un produit aromatisé. Il faut lire les mentions en petits caractères pour prendre connaissance des arômes (certes naturels) et des denrées alimentaires colorantes qui donnent aux petits fromages frais leur goût de fraise, de pêche ou de banane et leurs

## Danino, le goût des fruits sans vrais fruits, mais avec des arômes et des sucres ajoutés

couleurs pastel séduisantes. L'ajout du terme "saveurs" pour les trois sortes de fruit est en outre assez récent (les anciens emballages ne le mentionnaient pas) et la représentation de fruits parachève l'illusion. D'emblée, il est suggéré que ces "saveurs" proviennent de vrais ingrédients et non d'arômes.

Sur le site web, le produit est encore toujours présenté comme le "Danonino aux fruits", alors qu'il s'agit purement ▶



0,9%

de morceaux de fruits, le goût est donné par des arômes naturels



13%

de jus de fruit à base de concentré, complété d'arômes d'orange (entre autres), de conservateurs, de colorants, et pas mal de sucres ajoutés





## ENQUÊTE

Quelle teneur en fruits ?

► d'un produit aromatisé. Soyons clairs : les petits fromages frais ne contiennent absolument pas de fruits. L'infraction est d'autant plus grave que le produit s'adresse aux enfants.

### Eau, sucre, arôme = boisson aux fruits ?

Les boissons et limonades "aux fruits" n'offrent pas davantage de garantie quant à la teneur en fruits. En réalité, elles semblent contenir bien peu de fruits. Ainsi, la limonade de Solevita Orange ne se compose qu'à 12 % de cet ingrédient. Elle doit essentiellement son goût à l'arôme d'orange naturel, au sucre et au sirop de glucose-fructose. Le jus de fruits Nono Tropical présente une composition similaire : 6,4 % de jus d'orange, 5,5 % de jus de pomme et des teneurs ridiculement faibles en jus de fruit de la passion (0,1 %) et de mangue (0,07%), le tout complété d'arômes, de colorants et d'extrait de paprika, responsable de sa belle teinte orange. Idem avec la boisson d'Oasis aux fruits tropicaux, tandis que le Fruit Shoot de Teisseire détourne l'attention par un emballage vantant ses propriétés positives, comme l'absence de colorants artificiels. Or, la boisson ne se compose qu'à 13 % de jus de fruits à base de concentré et elle contient une flopée de colorants naturels, d'arômes et de conservateurs. Les sucres ajoutés haussent la teneur totale en sucre à 9 grammes par 100 ml, ce qui n'est pas rien. Sur l'emballage de Fristi, la boisson lactée bien connue, on aperçoit une créature en

train de jongler avec toutes sortes de délicieux fruits rouges, information confirmée en bas de la boîte. Le site web entretient également l'illusion en affirmant que le lait est "mêlé avec toutes sortes de jus de fruits : raisin, pomme, groseille, fraise, framboise, mûre et cerise" et que c'est cela

## La saveur des fruits exotiques est boostée avec des fruits et arômes bon marché

qui lui donne sa couleur rose. Un mensonge flagrant ! Fristi contient à peine 2 % de jus de fruits à base de concentré, essentiellement du jus de pomme plutôt que les fruits rouges de l'emballage. Les fruits rouges sont largement minoritaires : 0,9 % de baie de sureau, 0,01 % de fraise, 0,01 % de framboise et 0,01 % de cerise. La pomme, qui est le principal fruit (et le moins cher), n'est même pas mentionnée sur la face avant de l'emballage. Fristi doit surtout sa belle couleur rose au colorant E120, la cochenille, et non à ce mince filet de jus.

### Ça ressemble à du fruit, mais...

Les mauvais exemples ne s'arrêtent toutefois pas là. À maintes reprises, nous sommes aus-

si restés perplexes au rayon "biscuits". Ainsi, le "fourrage à la fraise" de Kellogg's Special K Biscuit Moments ne se compose qu'à 1,5 % de purée de fraises concentrée, avec l'aide d'arômes et de colorants. Le principal ingrédient du fourrage est le fructose : on ne le conseillera pas aux personnes qui font attention à leur ligne et pensent que ces biscuits constituent une alternative plus saine.

Même quand on croit trouver des morceaux de fruits séchés dans un biscuit, on est en réalité induit en erreur, en témoignant la barre aux fruits rouges Crowni de la marque Crownfield et les biscuits mous aux fruits des bois de Grany. Dans les deux cas, ce qui a l'apparence de morceaux de fruits secs est en fait constitué de purée de fruits, de sucre, d'arômes et de colorants : de faux fruits, donc, complétés chez Grany d'un peu de pâte de fruit et de raisins secs.

Même chose pour le thé aux fruits des bois de Pickwick, dont l'emballage promet qu'il contient de "vrais fruits". Un rapide coup d'œil sur l'étiquette révèle cependant que le mélange de thé se compose d'à peine 0,9 % de morceaux de fruits. Son goût est plutôt le fait d'arômes que de "vrais" fruits. Cette promesse de vrais fruits est donc ambiguë.

### Tromperies délibérées

Une dizaine d'exemples suffit pour révéler toute l'ampleur du problème posé par l'étiquetage de la teneur en fruits des denrées alimentaires. Un certain nombre de produits présentent de graves manquements parce

# 3%

de jus de fruits  
les "parfums de la nature"  
proviennent surtout des  
arômes naturels ajoutés



qu'ils reproduisent de vrais fruits sur leur emballage, alors qu'ils n'en contiennent pas, parce qu'ils remplacent les fruits exotiques par d'autres, moins chers, tels que la pomme, ou parce que les quantités minimales de fruits ajoutées leur servent d'alibi pour les nombreux arômes et colorants.

De plus, les morceaux de fruit ou les compotes permettent souvent aux fabricants d'incorporer facilement et en douce des sucres ajoutés à leur produit. Ainsi, beaucoup de biscuits et de produits laitiers contiennent des préparations ou des purées de fruits rarement intéressantes sur le plan nutritionnel. Dans le meilleur des cas, elles sont comparables à une confiture et composées pour à peine la moitié de fruits et complétées de sucres, et éventuellement d'arômes et de colorants qui ne sont pas permis dans une vraie confiture.

"L'étiquette doit être la carte d'identité sur laquelle le consommateur peut consulter en un coup d'œil les ingrédients que le produit contient", estime Aline Van Den Broeck. "La liste des ingrédients, mais aussi l'emballage dans son ensemble doivent être corrects et ne pas induire en erreur". Comme nos exemples le montrent, on est encore loin du compte pour le moment. Les fabricants s'évertuent à dissimuler à l'arrière de l'emballage les informations moins flatteuses. Nous n'hésitons donc pas à passer à l'action pour rappeler à l'ordre certains d'entre eux. Pour les exemples cités dans cet article, nos juristes introduiront une plainte auprès du

SPF Économie. Ils insisteront pour que la réglementation actuelle soit appliquée de manière plus stricte et que des règles plus concrètes soient adoptées.

#### Plutôt deux morceaux de vrais fruits

En attendant que la législation soit renforcée et que l'industrie alimentaire soit plus coopérative, il n'est pas inutile de prêter soi-même attention aux teneurs en fruits figurant sur l'étiquette.

Par exemple, ne vous fiez jamais à la face avant d'un emballage, généralement recouverte de boniments. Souvent, la liste des ingrédients en dit plus long sur la véritable nature du produit. Efforcez-vous aussi de convertir les pourcentages de la liste des ingrédients en morceaux de fruits : les teneurs en fruits vous apparaîtront beaucoup plus concrètes.

Voici un exemple simple. Une fraise de taille moyenne pèse 15 grammes. Une seule fraise pour 100 grammes ou 100 ml équivaut donc à environ 15 % de fraises dans la préparation. Si un produit ne contient que 5 % de fraises, cela revient donc à seulement un tiers d'un fruit de taille moyenne ! Autre exemple : 5 % de jus de fruits représentent deux cuillères à café de jus par verre de 200 ml ou une cuillère à thé pour un pot de yaourt ou de fromage frais de 100 grammes.

Certaines mentions sur la liste des ingrédients sont cependant plus difficiles à déchiffrer, surtout lorsqu'il s'agit d'un fourrage aux fruits ou d'une autre préparation. Sachez

qu'un produit contenant 20% de fourrage aux fruits ne contient pas nécessairement 20% de fruits. Cette préparation est en effet un ingrédient composé, chaque ingrédient étant énuméré entre guillemets. Si ce fourrage ne contient que 10% de fruits, la teneur en fruits du produit entier ne s'élève qu'à 2%. Nos illustrations montrent une conversion similaire pour les produits cités.

Mais lorsque la liste mentionne de la purée ou du jus de fruits concentré, il est absolument impossible de calculer l'équivalent... Quoiqu'il en soit, ne comptez pas trop sur les produits alimentaires préparés pour vous apporter votre ration quotidienne de fruits. Mieux vaut acheter un yaourt nature, sans "fruits" ajoutés, et y incorporer soi-même une portion de fraises fraîches ou d'autres fruits. ■

Vous êtes tombé sur un emballage trompeur ? Faites-le-nous savoir sur notre page Facebook et nous suivrons l'affaire. Nous n'aurons de cesse que toutes les étiquettes soient 100 % honnêtes.

[www.facebook.com/testachats](http://www.facebook.com/testachats)



# 2,6%

de purée de fruits des bois, avec des raisins secs et 0,5% de pulpe de fruits dans les produits aux "fruits déshydratés"



1 BOSBES PER 10 BISCUITS

# Verleidelijk fruit

Koekjes met verse bosbessen en een waternal van rood fruit op zuiveldrank... De werkelijkheid is met 0,01% aardbeisap in één pak yoghurt drink **minder fruitig dan de verpakking suggereert.**







## PAKKEN BOMVOL FRUIT?



AH Yoghurtdrink

1%  
fruitsap



Cristal Clear

0,01%  
appelsap



Sultana Yofruit

1,6%  
fruitvulling

Liegen op een etiket mag niet, de waarheid oprekken wel. En daar maken fabrikanten gretig gebruik van, zo blijkt uit onze rondgang door de supermarkt. Zeker als het gaat om vruchten wordt er schromelijk overdreven, want zo lijkt een koekje of zuiveldrank al snel gezond. Maar waar houdt verleiding op en word je als consument echt misleid?

### Overdreven weinig

Het regent rode vruchten op het pak van Albert Heijns roodfruit yoghurtdrink. Maar die belanden niet in het pak: slechts 1% van AH's yoghurtdrink is fruitsap. Waarom dat fruit dan toch zo prominent op de voorkant staat? Omdat 'juist deze vruchten redelijk smaakbepalend zijn,' aldus Albert Heijn, 'ook al zijn ze maar in kleine percentages aanwezig.' Ook Fristi overdrijft de hoeveelheid vruchten in zijn roodfruit yoghurtdrink flink. Na een glas Fristi zouden de aardbeien, frambozen, kersen en vlierbessen uit je oren komen. De schamele 2% vruchtensap betreft vooral appel. Aardbei, kers en framboos zijn elk goed voor 0,01%. Producent Friesland-Campina verzekert dat hij aan de wettelijke eisen voldoet: het fruit zit er immers echt in. Maar eerlijke voorlichting is dit natuurlijk niet.

### Alleen in de naam

Wie verwacht dat Verkade in de Sultana Volgraan bosbeskoekjes de rozijnen vervangen heeft door bosbessen, komt bedrogen uit. Er zitten weliswaar bosbessenpuree en -concentraat in, maar bij elkaar opgeteld komen wij uit op 1% bosbes. Dat is één bosbes per verpakking van tien koekjes. Volgens Verkade staat op de voorkant van de verpakking niet wat er in het koekje zit maar 'wat voor een smaak consumenten kunnen verwachten'. Wel jammer dat het woordje 'smaak' niet voorkomt op de verpakking.

### Echt nep

Sommige fabrikanten maken het nog bonter. Zó bont dat het Europese Hof er vorig jaar aan te pas kwam. De Duitse fabrikant Teekanne verkocht zijn 'Felix framboos-vanille avontuur'-thee

“ Slechts 0,01% aardbeisap per pak Fristi yoghurtdrink”

in doosjes met frambozen en vanillebloesem erop. In de kleine lettertjes op de achterkant van de verpakking stond dat de smaak helemaal niet van framboos en vanille komt. En dat mag niet, aldus het Europese Hof: wanneer de afbeelding suggereert dat er vruchten in zitten, moet dit écht zo zijn. Ook al staat het wel goed op de achterkant. Dit is een stap in de goede richting, want verpakkingen mogen de consument niet op het verkeerde been zetten. Maar met wat er allemaal wél mag, blijft het nog steeds opletten voor de consument. Zo ontleent Sparkling Apple van Crystal Clear zijn smaak voornamelijk aan natuurlijk appelaroma en gaat er ook >>

### SCHOORVOETEND

In 2013 voerde de Consumentenbond campagne tegen misleidende etiketten. Sinds die tijd heeft Healthy People de verpakking van zijn blauwe bosbes- en framboosdrink aangepast. In plaats van meer bosbessen en frambozen in zijn drank te stoppen, is de verpakking verrijkt met de tekst 'Superfruitmix' en '5 vruchten'. Dit geeft, zo redeneert Healthy People, 'aanleiding om de ingrediëntenlijst te lezen'. Wie die moeite echt neemt, komt erachter dat er vooral appel- en druivensap in zitten. Verkade paste de verpakking van de Sultana Yofruit-biscuits aan. Er staat nu op dat het om fruitsmáák gaat. De vruchtenpuree en het concentraat tellen bij de Yofruit-bosvruchten op tot 1,6% fruitvulling. Dit is meer dan bij de Volgraan bosbesbiscuits. Maar Verkade is niet van plan ook op die verpakking het woordje 'smaak' toe te voegen.



nog 0,01% appelsap in. Dat is 0,15 milliliter per fles. Producent Vrumona heeft als verweer dat Sparkling Apple geen vruchtensap is, maar bronwater met een vruchtensmaakje. Kan zijn, maar het bronwater staat heel klein op de verpakking en de appels heel groot. Waarom niet andersom? 'Vruchten die bepalend zijn voor de smaak worden afgebeeld op de verpakking. Dat helpt de consument bij het kiezen van de juiste variant', aldus de fabrikant.

## Wat je niet ziet

Soms laat de verpakking juist niet zien wat erin zit. Dit gebeurt veel bij fruitdranken. Uit onderzoek van de Consumentenbond bleek in 2012 al dat eenderde van de fruitdranken appelsap of wittedruivensap als basis heeft, terwijl je dat aan de naam niet kunt aflezen. Dat gaat nog steeds zo.

Bij DubbelFriss is er helemaal geen touw aan vast te knopen. In de Appel & Perzik light-variant zit voornamelijk witte druif, maar in de Witte druiven & Citroen-variant zit voornamelijk appel. 'De smaak van appel- en druivensap ligt dicht bij elkaar', aldus FrieslandCampina. 'Een deel van de smaak wordt dan ook bepaald door het gebruikte aroma.' De naam zegt dus niet zo veel over wat erin zit. Roosvicee doet iets vergelijkbaars met de MultiVit fruitmix. Tussen de stukken tropisch fruit op de verpakking ontbreken de appels en druiven – samen goed voor net iets meer dan driekwart van de

## STEVIG AANPAKKEN

Al jaren stelt de Consumentenbond deze praktijken aan de kaak. Naar aanleiding van vragen uit de Tweede Kamer zegt ook minister Schippers te vinden dat de vrucht die het meest voorkomt in een product, op de voorkant van de verpakking hoort te staan. Eind 2013 beloofde zij te kijken naar de regels voor etiketten. Eind 2015 volgde de belofte dat ze met een plan van aanpak over etikettering gaat komen. Het heeft even geduurd, maar hopelijk komt er nu echt schot in.



Meer suggereren dan er echt in zit

## INEKE SMIT, REDACTEUR-ONDERZOEKER 'WAAROM MOET ER ZO OVERDREVEN WORDEN?'

'Deze voorbeelden illustreren dat er erg veel kan – te veel, vinden wij. Eerlijke informatie is wel op de achterkant te vinden, maar voordat je die kleine lettertjes leest, heeft de voorkant je allang ingepakt. Natuurlijk kunnen er geen liters frambozensap in een drinkyoghurt zitten, maar

waarom moet er zo overdreven worden? Producten lijken veel gezonder en specialer dan ze in werkelijkheid zijn. En dat zet consumenten op het verkeerde been. Als je van fruit houdt, kun je het beter zelf toevoegen. Dan weet je hoeveel erin gaat. En het kan soms veel toegevoegde suiker schelen.'

“Arla Naturals laat wél zien welke ingrediënten erin zitten en hoeveel”

gebruikte vruchten. Als we dit aan de fabrikant voorleggen, is de reactie: 'Appel en druiven zijn niet de meest bepalende vruchten voor de smaak'. En dus komen die niet op de verpakking voor. Sommige fabrikanten dekken zich alvast in. Zo wordt het aantrekkelijke plaatje met kiwi, aardbei en banaan, dat prominent op de voorkant van Vifit Goedemorgen! zuivelontbijt staat, op de achterkant in veel kleinere letters gerelativeerd. Daar lees je dat het alleen maar om een 'vleugje fruitsap' gaat. Dat vleugje blijkt 1% vruchtensap te zijn.

## Goed voorbeeld

Arla doet het beter met Naturals. Op de voorkant is duidelijk te lezen welke ingrediënten erin zitten en hoeveel. Daarnaast overdrijft de fabrikant ook niet met de hoeveelheid aardbeien en aalbessen die zijn afgebeeld. Enig minpuntje is dat het ingedikte druivensap misschien gezonder lijkt, maar niet of nauwelijks beter is dan suiker. Toch is het een goed initiatief van Arla. Wie volgt? <<



@ OP ONZE SITE

Lees meer over onze campagne op [consumentenbond.nl/kletsplaatjes](http://consumentenbond.nl/kletsplaatjes)

# KJE SO JAGODE?!

Jasmina Bevc Bahar

*Pogled na slike na embalaži in ime izdelka nas lahko pogosto privedeta do napačnih sklepov o sestavi živila.*

V zimskih mesecih, ko je manj svežega sadja in zelenjave, potrošniki v želji po zdravi, uravnoteženi in tudi vitaminov polni hrani še pogosteje posegamo po živilih, ki nas vabijo k nakupu z vabljuvimi slikami sadja na embalaži. Embalaža je prvi stik potrošnika z izdelkom, ki sporoča, kaj vsebuje. Če torej na njej vidimo veliko sadja, upravičeno pričakujemo, da ga bo izdelek tudi zares vseboval. Pa je to res?

Pod drobnogled smo postavili nekaj mlečnih izdelkov, žit za zajtrk in sadno-žitnih rezin ter sadnih čajev, ki jim je skupno eno: vsi imajo na embalaži privlačne slike sadja, predvsem jagod, mi pa smo ugotavljali, koliko sadja zares vsebujejo.

**Zakonodaja pravi, da če je na embalaži izdelka slika sadja oziroma sadeža, mora izdelek nekaj tega sadeža tudi vsebovati.**

## PREBERITE SEZNAM SESTAVIN!

Slike sadja na embalaži prehranskih izdelkov in pijač so za potrošnika pogosto zavajajoče, saj upravičeno pričakujejo več sadja, kot ga izdelek v resnici vsebuje. Zavedati se moramo, da je embalaža za proizvajalce oglaševalni prostor, ki je namenjen pospeševanju prodaje. Resnica o izdelku pa se skriva na hrbtini strani embalaže.

## MLEČNI IZDELKI

*Če ne pogledamo seznama sestavin, lahko kupimo mačka v žaklju.*

Nekateri jogurti z okusom jagode vsebujejo jagode, drugi ne. Pogled na prodajno ime izdelka na deklaraciji nam lahko tudi razkrije, da to sploh ni jogurt, ampak »aromatizirana sladkana mlečna specialiteta z visoko vsebnostjo kalcija in vitamina D z okusom jagode«. Takšen je na primer mlečni izdelek za otroke Danonino, ki ima na embalaži narisano jagodo, a jagod glede na seznam sestavin v slovenskem jeziku sploh ne vsebuje (na seznamu sestavin v francoskem jeziku preberemo, da vsebuje aromo). V njem sicer najdemo koncentrat korenja in buče. Bi to potrošnik pričakoval glede na embalažo? Prepričani smo, da ne.

Z veliko vsebnostjo jagod se ne morejo pohvaliti niti Zott desert z okusom jagode in dodatkom stepene smetane, Milfina Milkshake in Minute Mlečni napitek z dodanim jagodnim sokom. Prvi vsebuje poleg arom 1,3 odstotka soka iz zgoščenega soka jagod, drugi 3 odstotke, tretji pa 3,2 odstotka soka iz zgoščenega soka jagod.

Nekaj več jagod je v EGO probiotičnem jogurtu jagoda, in sicer 7 odstotkov, 9 odstotkov jagod in jagodnega soka najdemo v sadnem jogurtu z jagodami Jogobella, v sadnem jogurtu jagoda MU extra pa 16,5 odstotka. Potrošnik bi tudi v primeru sadnih jogurtov upravičeno pričakoval več jagod, saj so vsi izdelki »preoblečeni« v embalažo, polno jagod.



## KAJ JE NUJNO VEDETI O SEZNAMU SESTAVIN

Seznam sestavin se vedno začne s tisto sestavino, ki je je v živilu največ, nato v padajočem vrstnem redu sledijo še druge, vse do tiste, ki je je najmanj.



## REZINE S SADJEM IN ŽITI

*Nekatere imajo več sadja, druge več žit.*

Tudi pri rezinah ne bo odveč, če si pred nakupom ogledate seznam sestavin, saj so razlike glede vsebnosti sadja in žit med njimi velike. Le tako boste izbrali izdelek, ki ustreza vašim pričakovanjem.

Žitna ploščica Fitness jagoda, na primer, vsebuje 55,6 odstotka žit in le 3 odstotke liofiliziranih jagod, torej so žita krepko na prvem mestu med sestavinami, kar nam sicer pove tudi ime izdelka (žitna ploščica).

Če želite več sadja, izbirajte med sadnimi oziroma sadno-žitnimi rezinami. V brusnično-višnjevi sadni rezini Knusperone prevladuje sadje z 69 odstotki, v sadno-žitni rezini z malino in jogurtom Lumpi je 37,4 odstotkov sadja, v sadno-žitni rezini Frutabela jagoda pa 38 odstotkov sadne sestavine (od tega 20 odstotkov jagodne kaše), žita pa najdemo proti koncu seznama sestavin.



69 %



38 %



37,4 %



3,0 %

## SADNI ČAJI

*Namesto jagod predvsem hibiskus, šipek in jabolko.*

V jesensko-zimskih mesecih pogosteje posežemo po sadnih čajih. Z embalaž nas vabijo jagode, maline, gozdni sadeži, češnje in drugo sadje, kar daje vtis, da je izdelek poln teh sadežev, a žal pogled na sestavine teh pričakovanj ne izpolni.

Čaj Teekanne jagoda vabi k nakupu z množico jagod na embalaži, a med sestavinami je na prvem mestu (torej ga je v čaju največ) hibiskus, sledijo jabolko, šipek, pomarančna lupina in šele nato podatek o vsebnosti jagode (1 odstotek). V sadnem čaju jagoda Mr. Perkins med sestavinami prevladujejo oslez, šipkove lupine in jabolko. Čaj vsebuje 5 odstotkov vlaknin rdečih jagod ter aromo rdeče jagode in koncentrat soka rdeče jagode. Čaj 1001 Cvet jagodna harmonija vsebuje aromo jagode ter 0,5 odstotka plodov jagod. V jagodni harmoniji ste pričakovali več jagod, kajne? A pozor, vsi omenjeni čaji imajo na embalaži napis, resda z majhnimi črkami, »aromatiziran« (Teekane samo v angleščini *flavoured*),

s čimer proizvajalec odgovornost prenaša na potrošnika, ki naj bi zato kljub slikam obilja jagod na embalaži vedel, da izdelek vsebuje le aromo tega sadja.

Embalaže čajev v vrečkah so res barvite in privlačne, a bodite pozorni na sestavine. Preverite, ali čaj res vsebuje sestavine, prikazane na embalaži, saj vas lahko slikovna predstavitev hitro napelje v nakup čaja, ki ne bo izpolnil vaših pričakovanj. Zelo verjetno je, da boste kupili čaj, ki vsebuje šipek, hibiskus in jabolko, sadja, ki je na embalaži, pa bo le za vzorec ali bo v čaju le njegova aroma.

5,0 %  
vlaknin jagod1,0 %  
jagod0,5 %  
plodov jagod

## ŽITA ZA ZAJTRK

*Velike slike jagod in malin na embalaži žit za zajtrk, med sestavinami jih je le za vzorec.*

Tudi pri žitih za zajtrk, ki smo jih postavili pod drobnogled, smo izbira med izdelki, ki imajo na embalaži slike svežega sadja.

Pri žitih za zajtrk Granola fruit so nas prepričale k nakupu predvsem slike jagod in malin, a pogled na seznam sestavin nas je razočaral. Čeprav je v imenu izdelka beseda »fruit« (sadje) in čeprav sadje v primerjavi z žiti prevladuje na embalaži, je sadja v izdelku komaj za vzorec – le 1,7 odstotka liofilizirane sadja (jagoda, aronija, malina, brusnica).

Podobna zgodba se ponovi pri Mercatorjevih Crunchy Muesli z jagodami in koščki bele čokolade ter pri žitih za zajtrk Knusperone, hrustljavi muesli z jagodami in belo čokolado. Prvi izdelek vsebuje le 1,5 odstotka liofiliziranih jagod, drugi še manj, 1,2 odstotka. Prav toliko liofiliziranih malin vsebuje tudi Dobra zobena – ovsena kaša Mogador, hrustljavi kosmiči z jagodami Jordans pa vsebujejo 2,5 odstotka kosov liofiliziranih jagod. Je pa res, da je na sprednji strani embalaže pod fotografijo kosmičev z jagodami z drobnim tiskom zapisano "predlog za serviranje".

**Liofilizirano sadje je posušeno sadje, ki mu je z zamrzovanjem popolnoma odstranjena vsa voda.**



2,5 %



1,7 %



1,5 %



1,2 %



1,2 %

Ste tudi sami že kupili izdelek, ki vam je »ponujak« sadje, a tega v izdelku sploh ni bilo oziroma ga je bilo le za vzorec? Fotografirajte prvo stran embalaže in seznam sestavin ter nam pošljite fotografije na [web@zps.si](mailto:web@zps.si).

Boisson aux fruits

Une composition qui coupe la soif

Lionel Cretegy

Personnages hilares, emballages flashy qui affichent des fruits en nombre et des vitamines... Seuls trois produits sont bons.

Au rayon boissons, de petits flacons ou berlingots colorés tapent dans l'œil. Ornés d'un animal, d'un pirate ou d'un célèbre chat, tous plus avenants les uns que les autres, ces produits sont destinés à la clientèle la plus jeune. Ils vantent les fruits et vitamines qu'ils contiennent, de quoi rassurer les parents sur leurs bienfaits. Sauf que la teneur réelle en fruits de ces boissons de table est réduite à la portion congrue. Le minimum autorisé par la loi est fixé à 10%. Lors de nos emplettes, nous avons constaté qu'aucune ne descend en dessous de cette valeur, mais aussi surtout, loi du moindre effort, que la majorité la dépasse à peine. A pareille dilution, impossible de qualifier ces produits de jus de fruits.

Pour mériter cette appellation, une boisson doit contenir 100% de jus pressé ou reconstitué à partir de concentré.

Seuls deux articles de notre sélection, les Jamadu de Coop, sortent du lot. Leur teneur en sucres (22g/100ml) et leur acidité proviennent des fruits. Par analogie, on devrait donc s'attendre à ce que les breuvages fortement dilués à 12% détiennent l'équivalent de 2,6g de sucre (toujours aux 100ml) et aient un pH plus neutre. Or c'est loin d'être le cas.

La conclusion qui s'impose: on y a ajouté du sucre et de l'acide citrique. Un couple mal assorti que nous avons déjà épinglé à maintes reprises pour leurs ravages sur les dents, en favorisant les bactéries responsables des caries et en ramollissant l'émail. L'idée qui veut qu'on associe un «jus» de fruits à une boisson naturelle et saine tombe donc à l'eau. A cela s'ajoute la comparaison de prix qui finit de plomber l'affaire: alors que les Jamadu pur jus reviennent à 2fr.60 le litre, les Oasis fortement dilués affichent un prix de 5 francs.



JAMADU ANANAS-ORANGE

Ce berlingot a de bons arguments: il est 100% fruits, sans édulcorants ni additifs, et son pH est naturel. Son «frère de gamme» à la pomme douce est un peu plus acide.



le choix de la rédaction

Vitamix, Frutic et Solevita se vantent tous trois de n'avoir aucun sucre ajouté. Leurs taux sont bas, effectivement: 3,5 grammes aux 100ml. Du coup, pour compenser, les fabricants ont eu l'idée «lumineuse» d'ajouter des édulcorants artificiels dans leurs recettes. Or ces ingrédients ne devraient pas ou très peu figurer au menu des enfants. Même s'ils n'apportent que peu de calories, ils entretiennent l'attrance pour les mets sucrés et stimulent l'appétit, incitant à manger davantage.

La parade, selon Barbara Pfenniger, notre spécialiste alimentation: «Achetez un jus de fruits 100% au litre, et diluez-le à votre guise. Mais pour étancher la soif, rien ne vaut l'eau. Celle du robinet est de très bonne qualité.»

tests frc Boissons pour enfant ou pour sportif, energy drinks En un clic sur [test.frc.ch](http://test.frc.ch)

Treize articles se prennent un bouillon



MARQUE	JAMADU Ananas, orange	JAMADU Pomme douce	CARS Pomme, raisin, poire	HELLO KITTY Fraise, framboise	CAPRI-SONNE Multi-vitamines	CAPRI-SONNE Safari Fruits	SOLEVITA Pomme, cerise	HAPPY FRUITS FLIPPER Multi-vitamines	M-CLASSIC FRUITS FUN Multi-vitamines	HAPPY FRUITS FLIPPER Orange	OASIS POCKET Orange	PRIX GARANTIE Multi-vitamines	OASIS POCKET Tropical	VITAMIX Classic fruits	FRUTIC Tropic fruits	SOLEVITA Biky Ben Die Coolen 3
DISTRIBUTEUR	Coop	Coop	Coop	Manor	Manor	Manor	Lidl	Aldi	Migros	Aldi	Migros	Coop	Migros	Migros	Migros	Lidl
PRIX   PRIX AU LITRE	0,65   2,60	0,65   2,60	1,50   4,29	1,50   4,29	0,60   3,-	0,60   3,-	0,26   1,30	0,26   1,30	0,40   2,-	0,26   1,30	1,25   5,-	0,30   1,50	1,25   5,-	0,65   3,25	0,65   3,25	0,39   1,30
CONTENANCE (ML)	250	250	350	350	200	200	200	200	200	200	250	200	250	200	200	300
TENEUR EN FRUITS	100%	100%	30%	20%	12%	12%	15%	12%	12%	12%	12%	12%	12%	50%	50%	50%
SANS ÉDULCORANTS (40%)	●● (100)	●● (100)	●● (100)	●● (100)	●● (100)	●● (100)	●● (100)	●● (100)	●● (100)	●● (100)	●● (100)	●● (100)	●● (100)	▲▲ (0)	▲▲ (0)	▲▲ (0)
SUCRES (G/100ML) (20%)	▲ (22)	▲ (22)	▲ (28)	▲ (27)	▲ (28)	▲ (27)	▲ (25)	▲ (28)	▲ (25)	▲ (26)	▲ (27)	▲ (29)	▲ (29)	● (70)	● (70)	■ (53)
TENEUR EN FRUITS (20%)	●● (100)	●● (100)	■ (44)	▲ (30)	▲▲ (0)	▲▲ (0)	▲ (20)	▲▲ (0)	▲▲ (0)	▲▲ (0)	▲▲ (0)	▲▲ (0)	▲▲ (0)	● (60)	● (60)	● (60)
ACIDITÉ (PH) (10%)	● (62)	■ (43)	▲ (26)	▲ (28)	▲ (30)	▲ (32)	▲ (29)	▲ (29)	▲▲ (19)	▲ (30)	▲ (24)	▲▲ (19)	▲ (26)	■ (57)	▲ (38)	▲ (39)
SANS ADDITIFS (10%)	●● (100)	●● (100)	▲ (38)	▲ (26)	●● (82)	●● (82)	▲ (39)	■ (58)	■ (72)	■ (58)	■ (50)	■ (46)	▲ (26)	● (76)	● (76)	●● (100)
APPRECIATION GLOBALE	●● 81%	● 79%	● 61%	■ 57%	■ 57%	■ 57%	■ 56%	■ 54%	■ 54%	■ 54%	■ 53%	■ 52%	■ 51%	▲ 39%	▲ 37%	▲ 37%





75% FRUIT? 100% NATUURLIJK?

# ONZIN OP HET ETIKET





VAN DE COVER



Fabrikanten van voedingsmiddelen proberen met hun verpakkingen consumenten op allerlei manieren te verleiden. Maar die voelen zich vooral op het verkeerde been gezet, blijkt uit onze enquête.

## INGRIJPEN GRAAG!

90% van ons internetpanel vindt dat er iets gedaan moet worden aan misleidende verpakkingen. Maar wie moet dat doen? De Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA), vindt 83%. De overheid wordt door 61% genoemd en 60% vindt dat fabrikanten zelf maatregelen moeten nemen. Bijna eenderde noemt ook supermarkten als verantwoordelijken.

Van het panel vindt 93% dat de voorkant van een verpakking een goed beeld moet geven van wat er in zit. Volgens 91% wekken ingrediënten die prominent op de voorkant van de verpakking zijn afgebeeld, de indruk dat daarvan veel in het product zit.

Er moet iets gebeuren, vindt 90% van het panel

60% vindt dat fabrikanten zelf aan de bak moeten

De voorkant moet eerlijk weergeven wat er in zit

Denk je de dag goed te beginnen met een kom cholesterolverlagende Jordans Super Berry Granola en een kop 100% natuurlijke Zonnatura kruiden-oplosthee, dan kom je bedrogen uit. Want na bestudering van de kleine lettertjes blijkt dat niet één maar drie kommen granola per dag nodig zijn voor een cholesterolverlagend effect. En dat die 100% natuurlijke thee voor 92% uit suiker bestaat, en slechts voor 1,5% uit kruiden. Dat een fabrikant ervoor zorgt dat zijn product er aantrekkelijk uitziet, is logisch. Het moet immers wel verkocht worden. Maar wanneer gaat dat te ver en is er sprake van misleiding?

### Mooimakerij

Begin dit jaar legden we vijf producten voor aan een panel dat representatief is voor de Nederlandse bevolking en aan het internetpanel van de Consumentenbond. Beide groepen voelden zich op het verkeerde been gezet door de vijf voorbeelden. Een bepaalde mate van 'mooimakerij' op verpakkingen vinden ze acceptabel, maar als de indruk wordt gewekt dat een product gezond, eerlijk en/of verantwoord is, stelt het extra teleur als dat niet zo blijkt te zijn. Reden genoeg om het onderzoek nu verder uit te breiden. Dit keer leggen we 10 voedingsmiddelen voor aan 10.931 personen van ons internetpanel.

### Hoeveel cranberrysap?

We stellen de panelleden aan de hand van een foto van de voorkant van de verpakking enkele vragen over elk voedingsmiddel. Bij de Zonnatura kruiden-oplosthee en de AH Biologische kruidentheë informeren we bijvoorbeeld naar het percentage kruiden(thee) dat ze denken dat erin zit. Bij Zonnatura vragen we ook naar het verwachte percentage suiker. Bij de Healthy People cranberrydrank laten we de panelleden een schatting maken van de hoeveelheid cranberrysap in het product, en bij Jordans Super Berry Granola van de hoeveelheid gevriesdroogde bessen. De reacties van het panel op deze producten staan op de volgende pagina's.

### Suikerdranken

Na het beantwoorden van vragen op basis van de voorkant van de verpakking, krijgen de panelleden ook de ingrediënten te zien. Bij de Karvan Cévitam Bosvruchten >>



“ We leggen 10 voedingsmiddelen voor aan bijna 11.000 panelleden ”



## “Bosvruchten zitten er nauwelijks in; wel appels, maar die zijn niet afgebeeld”

valt tweederde van het panel vooral over de opmerking ‘met 75% fruit’ op de voorkant. Dit omdat de siroop vooral uit sapconcentraat bestaat, wat puur suiker is. ‘Ik vind dat buitengewoon slecht en misleidend’, zegt een panellid. ‘De intentie is duidelijk mensen te laten geloven dat het product gezond is. Maar uiteindelijk is het, net als frisdrank, gewoon suikerwater en heeft het weinig met fruit te maken.’ Een ander vindt vooral de afbeelding van de bosvruchten misleidend. ‘Die zitten er nauwelijks in; wel appels, maar die zijn niet afgebeeld.’

### Vreemde naam

Bij Hero Fruitontbijt Sinaasappel-Aardbei zijn de panelleden verontwaardigd over de 6 suikerklontjes die er in één glas sap (250 ml) zitten. En de benaming ‘Sinaasappel-Aardbei’ vinden ze vreemd, omdat het voornaamste ingrediënt banaan is. ‘30% banaan, 11% sinaasappel en 8% aardbei, waarom heet het dan geen fruitontbijt banaan?’, reageert een panellid.

Bij Sultana Yofruit valt de suggestie dat er yoghurt in zit verkeerd. ‘Door het aantal calorieën weet je dat dit geen gezonde biscuits zijn. Maar het is bijzonder dat wordt gesuggereerd dat het een cracker met een laagje yoghurt is, terwijl hij geen yoghurt bevat’, reageert iemand verbaasd. Bijna 70% van de deelnemers heeft op basis

van de voorkant van de verpakking een andere verwachting. ‘Vooral het “Yo” van yoghurt vind ik misleidend’, zegt een panellid. ‘Dat er suiker in zit had ik wel gedacht, alhoewel dit toch wel erg veel is!’

### Verkeerde verwachtingen

Bij een aantal graanproducten zijn we benieuwd hoe goed de panelleden op de hoogte zijn van de betekenissen van ‘meergranen’ en ‘volkoren’. Over de Jumbo Triangles Meergranen-afbakbroodjes, de AH Meergranen pannenkoeken en het Bolletje Granen Variatie speltbeschuit vragen we wat ze verwachten van de hoeveelheid vezels in het product. Ook bij deze producten scheppen de verpakkingen nogal eens verkeerde

verwachtingen, zo blijkt. Over de donkergekleurde Jumbo meergranetriangles zegt een panellid: ‘De fabrikanten maken dankbaar gebruik van de suggestie dat donkergekleurd brood gezond is.’ Gelukkig zijn er ook genoeg panelleden die weten dat alleen de term ‘volkoren’ daadwerkelijk iets zegt over de hoeveelheid vezels, en ‘meergranen’ niet. Zo laat een deelnemer zich ook niet foppen door de AH ‘meergranen’ pannenkoeken: ‘Ik weet dat “meergranen” geen beschermde term is en dus niets zegt, in tegenstelling tot volkoren’.

### Verboden claims

De verpakking van voedingsmiddelen moet voldoen aan EU-regelgeving. Die stelt dat voedselinformatie niet misleidend mag zijn,



Dit gaat over de grens van het maatschappelijk toelaatbare

## BERND VAN DER MEULEN, HOGLERAAR LEVENSMIDDELENRECHT WAGENINGEN UNIVERSITEIT: ‘MET GEZONDHEID MOET JE INTEGER OMGAAN’

‘De voorbeelden uit dit artikel laten zien dat er reden is tot grote zorg over de eerlijkheid van verpakkingen. Je moet niet schermen met gezondheid van een enkel ingrediënt als de samenstelling van het product in zijn geheel niet gezond is. Het merendeel van deze producten voldoet dan ook niet aan de richtlijnen van de Gezondheidsraad.

Een merk als Zonnatura profileert zich als “natuurlijk” en “maatschappelijk verantwoord”, terwijl het die hoge ethische claim niet waarmaakt. Jammer dat juist dit bedrijf een pak suiker met een smaakje verkoopt onder het mom van “thee”. Als je mensen aanspreekt op hun gezondheidsbewustzijn, moet je die intentie ook waarmaken.

Ook in de AH biologische kruidenthee herken ik geen thee in de normale betekenis van het woord. Je denkt een gezond product te kopen speciaal voor een klein kind, terwijl ook dit product niet voldoet aan de richtlijnen van de Gezondheidsraad. Met gezondheid moet je integer omgaan. Dit gaat over de grens van het maatschappelijk toelaatbare.’





en vooral niet als het gaat om de kenmerken van het levensmiddel. Daarnaast mag een fabrikant niet beweren dat zijn voedingsmiddel het cholesterol verlaagt als dit niet het geval is.

Verder moeten claims op voedselverpakkingen kloppen en iets toevoegen. Een claim als 'vetvrij' op een product als ketchup is niet toegestaan, omdat dit suggereert dat dit bijzonder is, terwijl geen enkele ketchup vet bevat. Ook mag de verpakking niet de suggestie wekken dat er een ingrediënt in zit als dit in werkelijkheid is vervangen door een ander bestanddeel.

## EU-regels

Wat wel en niet is toegestaan op verpakkingen, lijkt volgens de EU-regels helder en afgebakend.

Maar het lijntje tussen verleiding en misleiding van consumenten is flinterdun. Voldoet een product niet aan de regels, meld dit dan bij de Reclame Code Commissie. Fabrikanten zijn er ook gevoelig voor als we hun producten aan de schandpaal nagelen, zoals we eerder met onze campagne Kletsplaatjes aantoonden.

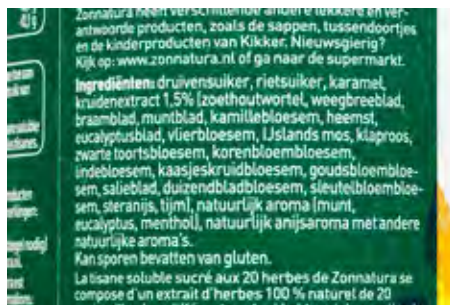
## Dit deugt niet

De Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) moet toezien op de naleving van de regels voor verpakkingen van voedingsmiddelen, maar wij zien dat dit in de praktijk een lage prioriteit heeft. Heel jammer, want de resultaten van ons panelonderzoek laten overduidelijk zien dat consumenten zich vaak misleid voelen.

Fabrikanten en supermarkten moeten stoppen met verpakkingen van voedingsmiddelen die consumenten op het verkeerde been zetten, vinden wij. De afbeeldingen en teksten op de voorkant moeten eerlijk zijn en producten niet gezonder laten lijken dan dat ze zijn. Komende periode gaan we fabrikanten en supermarkten hier op aanspreken met de campagne 'Dit deugt niet'. >>

@ OP ONZE SITE

Kijk voor meer informatie over onze actie op [consumentenbond.nl/ditdeugt niet](http://consumentenbond.nl/ditdeugt niet)



“ Bij Zonnatura denk je aan gezonde spullen en niet aan een product dat zo veel suikers bevat”

## ZONNATURA 20 KRUIDEN OPLOSTHEE

De verwachtingen van het panel wijken sterk af van de werkelijkheid. De kruidentheekorrels bestaan bijna volledig uit druivensuiker, rietsuiker en karamel, en slechts voor 1,5% uit kruiden. Ruim driekwart van de invullers van de vragenlijst laat zich ermee op het verkeerde been zetten, juist door het gezonde en natuurlijke imago van Zonnatura. 'Dit klopt niet. Bij Zonnatura denk ik aan gezonde spullen en niet aan een product dat zo veel suikers bevat', reageert een van hen. Ruim een kwart van de panelleden denkt dat het suikergehalte niet hoger is dan 20%, en eenzelfde aantal schat dat er niet meer dan 40% suiker in zit. De verontwaardiging is dan ook groot als blijkt dat 92 van de 100 gram oploskorrels uit suiker bestaat. 'Schandalig' en 'ik dacht dat dit merk voor gezond ging', zijn de reacties.





## HEALTHY PEOPLE CRANBERRY

Driekwart van de panelleden verwacht, bij het zien van de voorkant van het Healthy People cranberry-pak, niet dat het voor 80% uit appelsap bestaat en slechts voor 20% uit cranberrysap. 'Als er vier keer meer appelsap dan cranberrysap in zit, moet je ook appels afbeelden', vindt een van de panelleden. Een ander zegt: 'Schandalig dat de EU deze slimme, maar misleidende marketing toestaat. Als diëtist ervaar ik in de praktijk hoe dit uit kan werken. Bijvoorbeeld diabetici kopen het, omdat ze denken dat het goed voor hun blaas is. Vervolgens zijn ze verbaasd dat hun bloedsuiker omhoog schiet'. De panelleden willen gewoon transparantie: 'Het was eerlijker geweest als er ook een appel was afgebeeld. Ik had het product dan best nog kunnen kopen, want appels zijn ook gezond'.



“Als er vier keer meer appelsap dan cranberrysap in zit, moet je ook appels afbeelden”



Vruchtensap / Fruit juice / Jus de fruits  
Vruchtgehalte / Fruit content / Contenu de fruit: 100%  
Ingrediënten: appelsap (80%)\*, cranberrysap (20%)\*, vitamine C en E. / Ingrédients: apple juice (80%)\*, cranberry juice (20%)\*, vitamin C and E. / Ingrédients: jus de pomme (80%)\*, jus de canneberge (20%)\*, vitamine C et E.  
\* uit concentraat / from concentrate / à base de concentré

Gemiddelde voedingswaarde per / Typical nutritional value per / Valeurs nutritionnelles par 100 ml:

Energie / Energy / Énergie ..... 219kJ, 52 kcal  
Vetten / Fat / Graisses ..... 0,1 g



Geroosterde volkoren honing- en haverclusters met gevriesdroogde bessen, zaadjes en geschaafde & gehakte amandelen.

INGREDIËNTEN: Volkoren HAVER vlokken (76%), suiker, plantaardige olie (koolzaadolie, palmolie), gevriesdroogde bessen (2,5%) (hele zwarte bessen, hele bosbessen, gesneden cranberry's), pompoenzaadjes (2%), geschaafde AMANDELEN (2%), zonnebloemzaadjes (1%), honing (1%), natuurlijke smaakstof.

ALLERGIE-INFORMATIE: Zie de VETgedrukte ingrediënten voor de allergenen, waaronder granen die gluten bevatten. Kan ook de volgende ingrediënten bevatten: tarwe (gluten), gerst (gluten), rogge (gluten), andere noten.

“Jordans wekt met de verpakking de suggestie dat zijn granola boordevol bessen zit”

## JORDANS SUPER BERRY GRANOLA

Door de vele bessen op de verpakking, wekt Jordans de suggestie dat zijn granola er boordevol mee zit, vindt het panel. Maar volgens de ingrediëntenlijst is dat niet meer dan 2,5%. 'Een afbeelding op de verpakking moet een afspiegeling zijn van de inhoud. Dat is hier helemaal niet het geval. Misleidend!', zegt een panellid. Het negatieve beeld wordt nog sterker als blijkt dat de claim op de voorkant over het cholesterolverlagende effect weinig waard is. Uit de tekst op de achterkant blijkt namelijk dat je hiervoor maar liefst drie porties van 45 gram granola per dag moet eten. 'Die gezondheidsclaim is onterecht bij normale consumptie', reageert een deelnemer verontwaardigd.



## AH BIOLOGISCHE KRUIDENTHEE

Waar het 'kruid' en de 'thee' in de naam van dit product op zijn gebaseerd, is ons niet duidelijk. Er zit 0% kruiden in. Het product bestaat voor ongeveer de helft uit water, de andere helft is sap uit concentraat en 0,5% rozenbottelextract. Waarom noem je het dan thee? Tweederde van de panelleden verwacht bij dit product iets anders dan aangelengd vruchtensap, met 1 suikerklontje per 100 milliliter. 'Er zitten geen kruiden in en dus word ik op het verkeerde been gezet', zegt een van hen. Een ander: 'Ik denk dat AH er fout aan doet dit product thee te noemen.' Helaas is de term 'thee' sinds november 2004 niet meer wettelijk beschermd. Dus ook water met sapconcentraat en 0,5% rozenbottelextract mag blijikbaar thee heten. Wat dit product geschikt maakt voor kinderen vanaf vier maanden, zoals op de verpakking staat, is ook niet duidelijk.

“Er zitten geen kruiden in en dus word ik op het verkeerde been gezet”



“Het woord ‘water’ moet vervangen worden door limonade”

## SOURCY VITAMINWATER FRAMBOOS GRANAATAPPEL

Naast water en vitamines bevat een glas Vitaminwater van 250 milliliter ook 3 klontjes aan toegevoegde fructose, druivensapconcentraat en suiker. Driekwart van de panelleden die we dit product voorlegden, had het een stuk gezonder ingeschat. 'Het woord "water" moet vervangen worden door limonade', stelt een panellid. En dat de woorden 'framboos' en 'granaatappel' alleen maar verwijzen naar een 'natuurlijk aroma' valt ook niet lekker. Op de achterkant staat dat het slechts gaat om framboos- en granaatappelsmaak. Een panellid: 'Je denkt een gezonde keus te maken, maar dat is absoluut niet het geval. Waar zijn die producenten toch mee bezig?' <<



**Whole grain,  
only in the name**

# En busca de la fibra perdida

Llenar el carro de la compra con galletas o tortitas “integrales” o cualquier tipo de alimento con fibra añadida es seguirle el juego a los fabricantes. OCU analiza 52 de esos productos y le muestra lo que en realidad tienen de fibra, que en algún caso es una birria. Donde esté una manzana...

## EN ESTE ARTÍCULO

- La cantidad de fibra de 52 productos, la mayoría, derivados de cereales. Las mediciones se han realizado en un laboratorio independiente, siguiendo las indicaciones de nuestros expertos.
- Sus precios de compra, que solo son orientativos.
- Consejos nutricionales sobre cómo aumentar el consumo de fibra.
- Entrevista a Lucía Martínez ([www.dimequecomes.com](http://www.dimequecomes.com))

La publicidad ha conseguido extender la idea de que la fibra es escasa en nuestra dieta y beneficiosa para la salud. Sobre eso no tenemos mucho que objetar. Otra cuestión son los productos que los fabricantes nos quieren vender como fuente de fibra en la dieta entre los que hay algunos muy poco interesantes, o bien porque la cantidad de fibra es escasa, o bien porque aportan otros nutrientes que sobran en nuestra dieta como la sal, el azúcar o las grasas saturadas.

Es cierto que nuestro consumo de fibra es bajo porque la mayoría de la población adulta española no llega al mínimo recomendado: 25 gramos al día. Y las mujeres son las

## ¿Una manzana o un atracón de tortitas?

Todos estos alimentos tienen 5 g de fibra. Pero puestos a elegir, siempre mejor dar preferencia a los alimentos de origen vegetal, que son una fuente natural de fibra.

# 5g

de fibra  
Es un 20% de lo que necesitamos al día.



# 1

manzana grande con piel  
Tomamos menos fruta de la que debiéramos.  
Al día, 3 raciones.



# 45g

de almendras  
crudas

Se debieran tomar de 3 a 7 veces por semana, pero que no estén fritas ni con sal.

# 33g

de legumbres  
(peso crudo)  
La reina en fibra es la alubia blanca. Se debieran tomar 3 veces por semana.



que están más lejos de alcanzar ese objetivo. Pero para llegar a esa cantidad hay que elegir bien lo que comemos. OCU quiere ponérselo más fácil, por eso hemos analizado un buen número de productos que se venden como “integrales” o que presumen de su contenido en fibra o de los cereales enteros que llevan. Con datos del laboratorio le decimos cuál es su aporte real de fibra. Seguro que se lleva más de una sorpresa.

### Sin una fibra de duda

La fibra es una parte de los alimentos de origen vegetal. De forma natural se encuentra en las frutas, verduras, hortalizas, legumbres, frutos secos y cereales integrales.

Todos estos alimentos son además ricos en vitaminas y minerales.

Pero el consumidor puede encontrar fibra en muchos otros productos porque la industria la extrae de unos alimentos y luego la añade a otros, para venderlos como “más saludables”. De hecho se puede encontrar en alimentos insospechados, como el cacao en polvo o los lácteos, a los que se ha incorporado fibra extraída de los cereales en forma de salvado, inulina, oligofruktosa... Aclaremos qué son para que no le den gato por liebre.

El salvado es la capa externa de los granos de los cereales, la que se separa del resto del grano en los molinos. Su composición varía según el grado de extracción, pero es casi todo fibra insoluble. Gracias a eso contribuye a reducir el tiempo de tránsito intestinal y a aumentar la masa fecal. Aunque esas propiedades empiezan cuando se consume salvado con regularidad (10 gramos al día) y se acompaña esa ingesta con agua y ejercicio suave. Si no el efecto puede ser el contrario.

La inulina, la oligofruktosa y otros compuestos como los betaglucanos o los arabinosilanos, que se están poniendo de moda, son distintos tipos de fibra soluble. Se está descubriendo que la fibra soluble puede jugar un papel preventivo frente a ciertas enfermedades, como la diabetes o el cáncer de colon. El pequeño inconveniente de este

tipo de fibra es que cuando es fermentada por las bacterias del intestino, se generan gases. Y esos gases, a veces, producen flatulencia e hinchazón en la tripa. Pero suelen ser molestias pasajeras.

Si la adicción de fibra que hacen los fabricantes se ajustase a las necesidades de nuestro organismo, tendría que haber 3 partes de fibra insoluble por cada parte de fibra soluble. Ahora que, más que añadir, sería preferible que dejaran la fibra en donde está, en el grano entero de los cereales.

### A la caza del integral o rico en fibra

Hasta el laboratorio hemos enviado nada menos que 52 productos, entre los que hay 23 panes en distintos formatos (de molde, tostado, picos, etc.), 3 arroces, 2 pastas, 9 galletas, 4 tortitas de arroz, 6 productos ▶

8

#### galletas integrales

Es bueno tomar cereales a diario pero las galletas tienen azúcar y grasas de más. No más de 5 en un día y solo de vez en cuando.



7

#### rebanadas de pan tostado integral

Una ración son 4 rebanadas. También contribuyen a que tomemos más sal.



16

#### tortitas integrales

Comer esa cantidad es una burrada. Es además una enorme cantidad de sal.





## Panes integrales y multicereales

	PRECIO		CUÁNTA FIBRA APORTAN		LES SOBRA	
	por envase	por kilo	g por 100 g de producto	Para tener 5 g de fibra, como una manzana, tendrá que tomar...	Sal	Grasas
<b>PAN DE MOLDE</b>			1 ración = 2 rebanadas			
PANRICO SVELTIA Integral con corteza	1,53	2,94	6,8	3 rebanadas (74 g)	✓	
BIMBO Integral	1,20	2,50	6,6	3 rebanadas (76 g)	✓	
BIMBO OROWEAT Integral con 12 cereales y semillas	2,20	3,24	6,2	2 rebanadas (81 g)	✓	
SILUETA Con harina integral, con 8 cereales	1,89	2,91	6,1	3 rebanadas (82 g)	✓	
PANRICO SVELTIA Integral blanco sin corteza	1,77	3,28	6,1	4 rebanadas (82 g)	✓	
SILUETA Con harina integral	1,49	3,31	6,0	3 rebanadas (83 g)	✓	
BIMBO OROWEAT Integral con semillas de sésamo y lino	2,20	3,24	5,9	2 rebanadas (85 g)	✓	
BIMBO OROWEAT Integral con avena	2,20	3,24	5,8	2 rebanadas (86 g)	✓	
ORTIZ Integral	1,00	2,08	5,7	4 rebanadas (88 g)	✓	
<b>PAN TOSTADO</b>			1 ración = 2 biscotes			
RECONDO Pan tostado integral Transit	1,48	5,48	11,2	5 biscotes (45 g)		
ORTIZ Pan tostado integral	1,46	4,51	8,1	7 biscotes (62 g)	✓	
ORTIZ Pan tostado integral Multicereales	1,55	5,38	8,1	8 biscotes (62 g)	✓	
BIMBO Pan tostado integral	0,96	3,56	8,0	7 biscotes (63 g)	✓	
SILUETA Pan tostado integral 8 cereales	1,77	5,90	7,9	8 biscotes (63 g)	✓	
SILUETA Pan tostado integral	1,73	5,34	7,0	8 biscotes (71 g)	✓	
RECONDO Pan tostado Hogaza integral	1,48	6,17	6,9	7 biscotes (72 g)	✓	
RECONDO Pan tostado Hogaza 9 cereales	1,73	7,21	4,7	11 biscotes (106 g)	✓	✓
<b>PANES ESPECIALES</b>						
SILUETA Thins Sandwich 8 cereales	1,43	4,61	14,9	1 panecillo (39 g)		
OLD EL PASO Tortilla de trigo integral	2,45	7,00	5,8	1,5 tortilla (86 g)	✓	
BIMBO Hogaza rústica	1,55	3,44	5,7	1,5 rebanadas (88 g)	✓	
BIMBO Hogaza multicereales	1,69	3,76	5,3	1,5 rebanadas (94 g)	✓	
QUELY Picos integrales con sésamo	1,07	4,76	5,3	9,5 picos (94 g)	✓	✓
QUELY Picos integrales	1,07	4,76	4,6	11 picos (109 g)	✓	✓



► de desayuno variados, entre los que hay un cacao en polvo. Para tener una muestra de otros productos que añaden fibra, hemos incluido 5 lácteos. Todos esos productos venden la presencia de fibra con términos como “integral”, “fuente de fibra”, “alto contenido en fibra”, “con fibra” o “multicereales”. De ahí que su porcentaje de fibra es el que haya determinado el orden en el que aparecen en los cuadros de resultados.

Como aperitivo, ofrecemos un precio orientativo de cada producto y el precio por kilo o litro, por si quiere hacerse una idea de lo que cuestan y comparar.

Con la información del envase, hemos comprobado que el adjetivo “integral” aparece en productos elaborados totalmente con harina integral. Es una buena noticia porque así el consumidor no se lleva a engaño. Pero no siempre es así. Si usted lee la lista de ingredientes de algunos productos

**El apellido “integral” tiene su miga: se permite ponerlo a productos que llevan (agárrese) ¡harina refinada!**

se dará cuenta de que también se pone el apellido “integral” a productos que emplean harina refinada y fibra añadida o que llevan mezcla de los dos tipos de harinas (refinada e integral), con presencia escasa de la integral. En el primer caso están las plumas

rayadas “integrales”, de la marca Gallo (con salvado y germen de trigo); el pan de molde Sveltia, integral blanco sin corteza, de Panrico (con salvado e inulina); o las galletas Flora fibra (con salvado). En el segundo caso están dos de las galletas de Fontaneda, la Buena María integral soja (solo un 7% de harina integral), Digestive (14% de harina integral) y las Tortillas de trigo integral, de la marca Old El Paso (18% de harina integral).

En nuestra opinión, y en la de la nutricionista Lucía Martínez, a la que hemos entrevistado (en la página 20), solo debieran ser integrales aquellos alimentos en los que haya un mínimo de granos enteros, con su germen y su salvado. Esa cifra si la ha fijado la ley para las harinas (entre el 2 y el 3%) y panes (100% con harina integral). Pero no para el resto de productos. Como propuesta, nos parece acertada la que hizo hace tiempo la *American Association of Cereal Chemists*



## Otros productos integrales o enriquecidos con fibra

	PRECIO		CUÁNTA FIBRA APORTAN		LES SOBRA		
	por envase	por kilo o litro	g por 100 g de producto	Para tener 5 g de fibra, como una manzana, tendrá que tomar...	Sal	Azúcar	Grasas saturadas
<b>ARROZ INTEGRAL</b>					1 ración = 75 g (crudo)		
NOMEN Arroz salvaje	1,82	7,28	5,8	86 g (peso crudo)			
SOS Arroz integral	1,58	1,58	3,7	135 g (peso crudo)			
SIGNO Arroz integral	1,59	1,59	3,6	139 g (peso crudo)			
NOMEN Arroz integral	1,64	1,64	3,0	167 g (peso crudo)			
<b>PASTA ALIMENTICIA INTEGRAL</b>					1 ración = 70 g (crudo)		
GALLO Plumas rayadas integrales	1,28	2,56	6,7	75 g (peso crudo)			
AGNESI Penne rigate integrali	1,55	3,10	6,4	78 g (peso crudo)			
<b>GALLETAS INTEGRALES O CON FIBRA</b>					1 ración = 5 galletas		
GULLÓN Active integral	2,10	2,50	12,1	5 galletas (41 g)		✓	
CUÉTARA Galletas fibra integral con soja	2,25	3,21	8,5	5,5 galletas (59 g)		✓	✓
McVITIE'S Digestive integral	1,89	4,73	6,6	5 galletas (76 g)		✓	✓
FONTANEDA BelVita desayuno	1,69	4,23	5,9	7 galletas (85 g)		✓	
FLORA Fibra	1,08	5,84	4,7	14 galletas (106 g)		✓	✓
FONTANEDA MarieLu integral	1,64	3,15	4,6	10,5 galletas (109 g)		✓	✓
GULLÓN María integral	1,92	3,20	4,4	19 galletas (114 g)		✓	
FONTANEDA Digestive	2,75	3,93	4,0	8,5 galletas (125 g)		✓	✓
FONTANEDA La Buena María integral soja	2,10	3,00	3,2	25,5 galletas (156 g)		✓	✓
<b>TORTITAS DE ARROZ INTEGRAL</b>					1 ración = 2 tortitas		
GERBLÉ Tortitas multicerales	1,65	12,69	8,9	11 tortitas (56 g)	✓		
DIET RADISSON Tortitas de arroz integral con quinoa	1,59	12,23	4,0	16 tortitas (125 g)	✓		
DIET RADISSON Tortitas multicerales	1,72	11,47	3,6	17,5 tortitas (139 g)	✓		
BICENTURY Tortitas de arroz integral	1,50	11,54	2,0	33,5 tortitas (250 g)	✓		✓
<b>PRODUCTOS DE DESAYUNO CON FIBRA O GRANO ENTERO</b>							
COLA CAO 0% con fibra	3,54	10,11	47,0	2 cucharadas (11 g)			
KELLOGG'S All-Bran plus	2,89	3,85	28,0	½ ración (18 g)			
KELLOGG'S All-Bran flakes	2,40	4,80	14,9	1 ración (34 g)		✓	
KELLOGG'S All-Bran bizcochito	2,25	9,38	9,2	1,5 bizcochitos (54 g)		✓	
LA BELLA EASO Magdalenas 14 cereales y semillas	1,69	7,28	4,1	4 magdalenas (122 g)		✓	✓
KELLOGG'S Nutri-Grain	2,80	10,37	2,7	4 unidades (185 g)		✓	✓
<b>LÁCTEOS CON FIBRA</b>					1 ración = 1 ud. o vaso		
CENTRAL LECH. ASTURIANA Bebida láctea con fibra	1,19	1,19	3,8	½ vaso (132 ml)		✓	
RENY PICOT Queso blanco con fibra	1,99	7,96	2,2	3,5 unidades (227 g)		✓	✓
DANONE Activia con cereales	1,99	3,98	1,9	2 yogures (263 g)		✓	✓
CENTRAL LECH. ASTUR. Bebida láctea con fibra infantil	1,29	1,29	1,8	1 vaso (278 ml)		✓	✓
DANONE Activia con muesli	1,99	3,98	1,7	2,5 yogures (294 g)		✓	✓

(AACC): para ser integral, al menos 8 g de grano entero por cada 30 g de producto (27% o más). Así el consumidor tendrá más claro qué está comprando.

Respecto a cuánta fibra llevan estos productos, vamos a sacarle de dudas. Las cantidades encontradas en el laboratorio son muy parecidas a las que declaran los fabricantes en la información nutricional. No nos enga-

ñan. Como la norma exige recoger esa información por 100 g de producto, nosotros se la ofrecemos así en nuestros cuadros de resultados.

¿Pero cuánto tenemos que tomar para llegar a 5 g de fibra, que es lo que tiene una manzana grande con piel? En las tablas puede verlo y eso es un buen indicador de que entre los productos analizados hay algunos que ►

MÁS DATOS

**25 g**

es la cantidad mínima de fibra que un adulto debiera consumir cada día

**Agua y ejercicio**

son compañeros inseparables de la fibra, sobre todo en caso de estreñimiento

**20%**

En 1 de cada 5 productos analizados hay más harina refinada que integral

**747 kcal,**

68 g de azúcar y 24 g de grasas aportan 4 unidades de Kellogg's Nutri Grain. Y todo para llegar a 5 g de fibra



## ENTREVISTA

## LUCÍA MARTÍNEZ

DIETISTA-NUTRICIONISTA

la autora de

[www.dimequecomes.com](http://www.dimequecomes.com)

## “Un consejo: que los cereales y derivados sean integrales; los refinados, para ocasiones”

### ¿Por qué en las tiendas son mayoría los cereales refinados?

Por dos motivos fundamentales: el primero porque por tradición desde hace años el producto normalizado es el refinado, mientras que el integral es el producto especial, el que aporta un plus. Y el segundo, porque para la industria el refinado ofrece ventajas como un mayor tiempo de conservación, unas texturas más suaves y palatables y un aprovechamiento posterior de la cascarilla del cereal en productos secundarios o bien para venderlo como salvado, permitiéndoles así aumentar el beneficio.

### ¿Recomendarías sustituir los refinados por los integrales?

Sí. Si tuviera que dar un consejo de salud pública a población general, sería que los cereales y derivados que se consuman sean integrales dejando los refinados para ocasiones puntuales. De hecho así lo indican guías de alimentación como el conocido “Plato saludable” de Harvard T.H. Chan School of Public Health o en España, la “Guía de la Alimentación Saludable” de la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria (SENC). Contienen más fibra y más micronutrientes (vitaminas y minerales) que los refinados, por lo tanto son mucho más interesantes desde un punto de vista nutricional.

Además, a nivel metabólico su efecto no es el mismo, tienen un menor impacto en la glucemia (glucosa en sangre), favorecen el tránsito intestinal y podrían mejorar el perfil lipídico, aunque sobre esto no hay evidencia concluyente.

### ¿Es un cambio que pueda hacerse de un día para otro?

En principio, en una persona sana, sí. Si se produjera alguna pequeña molestia digestiva, no habría problema en hacerlo de manera paulatina. Empezando por aquello que se consume con más frecuencia que suele ser el pan.

### ¿En qué circunstancias es preferible optar por los cereales refinados?

Cuando exista una patología digestiva que así lo indique o cuando así nos lo recomiende un profesional de la salud acreditado. Por ejemplo, en procesos pasajeros de diarrea, gastritis o en cualquier periodo de recuperación que precise seguir una dieta blanda.

### ¿Solo hay que cambiar los cereales?

No. Quisiera remarcar que la mayor fuente de fibra no deberían ser los cereales en modo alguno. En ese lugar debemos colocar las verduras, hortalizas, frutas, que son la base de una dieta saludable y aquello que debemos consumir en mayor cantidad.

**Que no le ciegue la fibra. Necesitamos más fibra, pero no más sal, azúcar o grasa. Lea bien el etiquetado para saber lo que compra**

► apenas aportan fibra. Son esos productos que hay que consumir en cantidades desorbitadas para ser equiparables a una manzana: las tortitas de arroz integrales (de 11 a 33,5 tortitas), el pan tostado Recondo hogaza 9 cereales (11 biscotes), los picos integrales Quely (11 picos), las Fontaneda La Buena Maria Integral soja (25,5 galletas) o Reny Picot queso blanco con fibra (3,5 tarrinas). Si los fabricantes también indicaran la cantidad de fibra por ración y no solo por 100 g, esto sería más fácil de averiguar.

Los productos que resultan interesantes por su elevado contenido en fibra son Recondo integral transit, entre los panes tostados, y Silueta Thins sandwich 8 cereales, con más fibra que los 9 panes de molde seleccionados. Cuidado, con los All-bran de Kellogg's. Pueden venir bien para momentos puntuales de estreñimiento. Pero tienen tanto salvado que para el día a día, si se come de todo, pueden ser contraproducentes.

Otra cuestión muy importante: en la información nutricional, mire también las cantidades de sal, azúcar o grasas (las totales y las saturadas). Algunos de los productos analizados pecan por tener un aporte elevado de algunos de esos nutrientes que sobran en nuestra dieta. Por ejemplo, entre los lácteos con fibra añadida, el que más fibra tiene, la bebida láctea de Central Lechera Asturiana, aporta también 1 azucarillo.

En conclusión, para tomar más fibra no se complique. Que no falten en su casa las frutas y verduras, las legumbres y los frutos secos. Anímese también a pasarse a los cereales integrales. Empiece por el arroz, la pasta, el pan... Y no tema por el precio porque no siempre le va a suponer gran desembolso. Aunque solo hemos recogido precios de compra, tenemos ejemplos en los que se mantiene el mismo precio, como en pan tostado, y también otros, como en la pasta, en la que implica solo unos céntimos más por ración. ■



# Les fibres, d'abord pour faire vendre

C'est bien connu : les fibres, c'est bon pour la santé. Mais savez-vous quels produits en contiennent en quantité ? Pas nécessairement ceux qui s'affirment "au blé complet" ou "riches en céréales". Petit tour des rayons d'alimentation.

Birgit Janssen – Katrien Renders

Les fibres alimentaires sont des hydrates de carbone qu'on trouve dans les légumes, les fruits et les produits avec beaucoup de céréales complètes, par exemple le pain et les pâtes au blé complet. Contrairement à d'autres hydrates de carbone, comme les sucres et les féculents, les fibres ne sont pas digérées dans l'intestin grêle, et se retrouvent intactes dans le côlon, ce qui a un effet positif sur le transit intestinal. Mais ce n'est pas tout. Elle réduisent aussi le taux de cholestérol dans le sang, stabilisent le taux de glycémie et protègent contre plusieurs affections intestinales. Pour profiter de ces bienfaits, il faut avaler quelque 30 g de fibres par jour, et boire

suffisamment d'eau. En effet, faute d'une hydratation suffisante, les fibres n'ont aucun effet, voire un effet carrément contraire.

La question est donc : où trouver votre dose quotidienne ? La réponse tombe sous le sens : dans les fruits, les légumes et les produits avec beaucoup de céréales complètes. Mais beaucoup de fabricants de produits alimentaires vous soufflent une autre réponse.

Toutes sortes de biscuits, de petits déjeuners et de pâtes se prétendent "complets", "riches en céréales", "riches en fibres" ou "source de fibres". Ajoutez à cela une belle image de céréales ou d'épis, et vous êtes tenté d'accorder foi à ces affirmations. >



>

Auquel cas vous feriez bien de jeter d'abord un coup d'œil sur la liste des ingrédients et le tableau des valeurs nutritionnelles, avant de faire de ces produits un rituel quotidien. Car certains d'entre eux contiennent non seulement beaucoup de fibres, mais aussi toutes sortes d'éléments riches en calories, comme des sucres et des graisses. Un petit tour des rayons d'alimentation nous a amené trois "sources de fibres" qui ne contiennent que 1 g de fibres/100 kcal. Alors que, pour la même quantité de calories, vous avez 9 fois plus de fibres avec une simple carotte ou une tomate. Pour pouvoir apposer la mention "source de fibres" sur l'emballage, la loi impose pourtant un minimum de 1,5 g de fibres/100 kcal ou 3 g de fibres/100 g, et le double pour "riche en fibres".

Certes, tous les produits de notre petit échantillon portant de telles affirmations contenaient assez de fibres par 100 g, mais rares étaient ceux répondant à la norme par 100 kcal.

L'image d'un épi ou la mention "complet" ou "riche en céréales" vous donne encore moins de garanties. La Belgique n'a pas de législation spécifique à ce sujet, contrairement à la Grande-Bretagne et aux pays scandinaves. Il n'empêche qu'on peut attendre d'un produit affichant de telles prétentions ou images qu'il contienne un pourcentage élevé de fibres. Mais c'est loin d'être toujours le cas. L'étiquette de Nestlé Fitness Delice annonce "au blé complet", alors que la teneur en fibres de 1,6 g/100 kcal est fort mince par rapport aux sucres. La mention "complet" figure également en grand sur l'emballage des biscuits BN goût fraise, alors qu'ils ne contiennent que 15 % de farine complète. Et le produit est désespérément muet sur la quantité de fibres qu'il contient. Pour votre dose quotidienne de fibres, mieux vaut consommer suffisamment de fruits et légumes, ainsi que du pain complet, du riz brun et des pommes de terre cuites sans peau. En un mot : mieux vaut respecter la pyramide alimentaire. 🍏

## Combien de grammes de fibres par

Nous avons comparé des produits "sources de fibres", "riches en fibres", "complets" ou arborant une image d'épis, avec la teneur en fibres de différents fruits et légumes et de quelques céréales. Vous trouverez ci-dessous la teneur en fibres (en grammes) par 100 kcal pour chaque produit.



Ce Quaker flocons d'avoine muesli et des haricots blancs contiennent chacun 11g de fibres/100 grammes. Mais, par 100 kcal, il y a une grande différence entre les deux...

# 100 kcal dans ces produits ?

