



# **OBSERVATOIRE DE LA QUALITE DE L'ALIMENTATION**

(Oqali)

## **ETUDE DU SECTEUR DES PRODUITS LAI TIERS ULTRA-FRAIS 2008**

Synthèse



## CONTEXTE ET METHODOLOGIE

Pour cette étude des produits laitiers ultra-frais (hors fromages et laits liquides), des données analytiques de composition nutritionnelle ont été obtenues sur 85 échantillons composites, constitués à partir de 430 produits en mélangeant (en proportion des parts de marché) les produits correspondant à un même aliment et le cas échéant à un même segment de marché (marque nationale MN, marque de distributeur MDD, premier prix PP de marque de distributeur, hard-discount HD).

De plus, des données d'étiquetage ont été obtenues sur 707 produits, correspondant aux 430 produits précédents, en considérant comme un produit distinct chaque parfum de ces 430 produits.

Au moins 80 % du marché (données 2004) de chaque aliment étaient ainsi couverts. Sept familles de produits ont été définies : les desserts lactés ; les yaourts et assimilés nature, nature 0 %, aux fruits ou aromatisés, aux fruits ou aromatisés 0 % ; les fromages frais ; les laits et boissons lactées.

Les objectifs poursuivis étaient d'analyser l'état de l'offre alimentaire dans le secteur des produits laitiers ultra-frais et de déterminer si les familles de produits et les segments de marché contribuent à la variabilité des compositions nutritionnelles. Deux thèmes ont été étudiés : les informations fournies par l'étiquetage et les compositions nutritionnelles.

## ETUDE DES INFORMATIONS FOURNIES PAR L'ETIQUETAGE

Cette étude porte sur le type d'informations fourni, les données nutritionnelles sont étudiées dans une seconde partie. Parmi les 707 produits dont l'étiquetage est étudié, les yaourts et assimilés aux fruits ou aromatisés (39,0 %) et les desserts lactés (30,8 %) sont les familles les plus représentées. En outre, les produits MDD sont les plus représentés (40,0 %), devant les produits MN (33,1 %), HD (20,4 %) et PP (6,5 %). La part de chaque segment de marché au sein de chaque famille est variable selon la famille considérée.

### **Etiquetage nutritionnel**

Sur les 691 produits à l'emballage complet, 90,7 % présentent un étiquetage nutritionnel, le plus souvent de groupe 2 ou groupe 2 étendu<sup>1</sup>.

La répartition de chaque groupe d'étiquetage diffère au sein de chaque famille. Le groupe 2 étendu est l'étiquetage privilégié par 4 familles de produits sur les 7 : 3 familles de yaourts et assimilés et les fromages frais. Les desserts lactés et les yaourts et assimilés aux fruits ou aromatisés se distinguent des autres familles (étiquetage nutritionnel et groupes 1 étendu ou 2 étendu moins fréquents), mais ne privilégient pas le même groupe d'étiquetage nutritionnel (respectivement groupe 1 et groupe 2).

---

<sup>1</sup> On désigne par groupe d'étiquetage nutritionnel l'étiquetage des paramètres nutritionnels suivants : valeur énergétique, quantités de protéines, glucides et lipides (groupe 1), auxquels s'ajoutent les quantités de sucres, d'acides gras saturés, de fibres et de sodium (groupe 2). L'étiquetage nutritionnel de paramètres supplémentaires (vitamines, minéraux...) en plus de 4 paramètres du groupe 1 ou des 8 paramètres du groupe 2 correspond, respectivement, au groupe 1 étendu et au groupe 2 étendu.

De même, les 4 segments de marché se distinguent par la fréquence et le groupe de l'étiquetage nutritionnel. En particulier, le segment MDD présente une part des produits avec un étiquetage nutritionnel, notamment le groupe 2, plus élevée que les autres segments.

Les nutriments supplémentaires fréquemment étiquetés pour les produits de groupes 1 étendu et 2 étendu sont le calcium et, dans une moindre mesure, la vitamine D.

### **Allégations nutritionnelles<sup>2</sup>**

Dans l'attente d'une liste positive des allégations de santé autorisées au niveau européen, seules les allégations nutritionnelles pour lesquelles des conditions d'emploi ont été définies à l'annexe du Règlement (CE) N° 1924/2006 sont considérées.

Les produits avec allégations nutritionnelles sont minoritaires (25,2%). Les desserts lactés et les yaourts et assimilés aux fruits ou aromatisés présentent les parts de produits avec allégations les plus faibles. Le segment MDD est le premier (53,9 %) parmi eux, et généralement au sein de chaque famille. Aucun produit PP étudié ne revendique d'allégation nutritionnelle.

Les produits avec allégations nutritionnelles n'en présentent le plus souvent qu'une seule (65,7 %), et sont le plus souvent des MDD (60 %). Ceux avec 2 allégations sont le plus souvent MN (52,3 %). Les produits avec trois allégations ou plus sont soit MN, soit MDD (aucun produit HD).

Les allégations nutritionnelles étudiées portent surtout sur le calcium et/ou la vitamine D, mais aussi sur d'autres vitamines, les matières grasses et sucres ajoutés (sans ou faible teneur), les fibres, les protéines et les « graisses saturées ». Elles se situent préférentiellement sur le sur-emballage plutôt que sur l'emballage et le plus souvent devant ou dessus.

A ce jour, l'étiquetage nutritionnel n'est pas obligatoire, sauf lorsque l'emballage présente une allégation. Pour le secteur étudié, il est apposé volontairement sur des produits pour lesquels aucune allégation nutritionnelle n'est revendiquée. La répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel par famille de produits avec allégations nutritionnelles se distingue de celle observée sur l'ensemble des produits de l'étude (augmentation de la part des étiquetages de groupes 1 étendu et 2 étendu pour la plupart des familles). La majorité des produits avec un étiquetage de groupes 1 étendu et 2 étendu présente des allégations nutritionnelles.

### **Repères nutritionnels<sup>3</sup>**

Moins de 20 % des produits étudiés présentent des repères nutritionnels (principalement des « repères nutritionnels journaliers » RNJ, 40,9 %). Les desserts lactés et les yaourts et assimilés aux fruits ou aromatisés présentent le plus de produits avec repères nutritionnels.

---

<sup>2</sup> Une allégation est tout message ou toute représentation, non obligatoire en vertu de la législation communautaire ou nationale, y compris une représentation sous la forme d'images, d'éléments graphiques ou de symboles, quelle qu'en soit la forme, qui affirme, suggère ou implique qu'une denrée alimentaire possède des caractéristiques particulières. Il existe plusieurs types d'allégations. Allégation nutritionnelle : toute allégation qui affirme, suggère ou implique qu'une denrée alimentaire possède des propriétés nutritionnelles bénéfiques particulières de par :

a) l'énergie (valeur calorique) qu'elle : i) fournit, ii) fournit à un degré moindre ou plus élevé, ou iii) ne fournit pas, et/ou  
b) les nutriments ou autres substances qu'elle : i) contient, ii) contient en proportion moindre ou plus élevée, ou iii) ne contient pas.  
(Règlement (CE) N° 1924/2006).

<sup>3</sup> Ont été considérés comme repères nutritionnels plusieurs types de représentations graphiques ou pictogrammes sur la composition ou la qualité nutritionnelles : indication des teneurs en nutriments en pourcentage des repères nutritionnels journaliers (RNJ), cadrans nutritionnels, curseurs ou nutri-pass.

Ces repères sont très majoritairement portés par des produits MDD (75,0 %), devant les segments MN et PP. Pour cette étude et le secteur considéré, aucun produit HD ne porte ces repères.

Les sucres et les lipides sont les deux nutriments les plus fréquemment présents dans les repères nutritionnels quantitatifs. Plus généralement, ce ne sont pas les mêmes nutriments qui sont mis en avant au sein des repères nutritionnels, de l'étiquetage nutritionnel (groupes 1 étendu ou 2 étendu) et des allégations nutritionnelles. Par rapport à la localisation des allégations nutritionnelles, les repères nutritionnels sont moins souvent visibles sur le devant et plus souvent étiquetés à l'arrière de l'emballage.

#### **Recommandations de consommation<sup>4</sup>**

Au moins une recommandation de consommation est présente sur 125 produits (17,7 %), principalement un conseil du type du repère du Programme national nutrition-santé (PNNS) relatif à la consommation de 3 produits laitiers par jour (81,6 %, seul ou avec d'autres recommandations de consommation). Le segment MDD est majoritaire dans chaque famille des produits présentant des recommandations de consommation, sauf pour les yaourts et assimilés 0 % aux fruits ou aromatisés.

#### **Adjonction de vitamines et minéraux**

L'adjonction de vitamines et minéraux ne concerne que 83 produits (11,7 %). Le nombre de produits concernés est le plus élevé parmi les fromages frais et les yaourts aux fruits ou aromatisés qu'ils soient 0 % ou non, et au sein du segment MN (45 produits, contre 35 produits MDD et 4 produits HD).

**Ainsi, l'étude de l'étiquetage des 707 produits montre l'existence de différences entre familles de produits laitiers frais et segments de marché pour les principaux paramètres étudiés, notamment en termes d'information nutritionnelle.**

## **ETUDE DE LA COMPOSITION NUTRITIONNELLE**

Cette étude a été menée sur les données analytiques, et confirmée par les données d'étiquetage.

#### **Etude de la variabilité de la composition nutritionnelle par famille et segment de marché**

Les desserts lactés présentent de grandes variabilités de teneurs, en grande partie car cette famille regroupe des aliments de compositions nutritionnelles extrêmement différentes. Pour la plupart des nutriments étudiés, la teneur moyenne des desserts PP est inférieure à celle des autres segments. Les 3 familles de yaourts et assimilés se distinguent surtout par leurs teneurs en glucides (dont sucres), lipides (dont acides gras saturés AGS) et iode.

---

<sup>4</sup> Les recommandations de consommation rencontrées sont de trois types, utilisées seules ou en combinaison : essentiellement un conseil du type du repère du Programme national nutrition-santé (PNNS) relatif à la consommation de 3 produits laitiers par jour; une idée de menu ou bien une équivalence (par exemple entre deux produits, en ce qui concerne la teneur en un nutriment donné).

Les teneurs en nutriments diffèrent significativement entre familles d'aliments. En revanche, seuls les tests statistiques sur les données d'étiquetage nutritionnel montrent un effet significatif des segments de marché sur les teneurs en lipides, glucides et sucres (contrairement aux tests sur les données analytiques). La différence entre les résultats statistiques pour les données d'étiquetage nutritionnel et pour les données analytiques peut être liée aux effectifs plus importants pour ces dernières (plus grande puissance statistique). Les effets des segments de marché sont beaucoup moins fréquemment observés que les effets des familles, et d'une ampleur nettement moins importante.

### **Etude de la variabilité de la composition nutritionnelle sur l'ensemble du secteur**

Sur l'ensemble du secteur, la variabilité des teneurs est forte, notamment pour les macronutriments. Les pourcentages de variation des teneurs en lipides et AGS par rapport à la moyenne sont proches. L'amplitude de variation par rapport à la moyenne des glucides est plus faible que celle des lipides.

La comparaison des compositions nutritionnelles selon les sources de données pour l'ensemble du secteur montre que les données d'étiquetage présentent une variabilité plus forte que celle obtenue avec les données analytiques, ce qui est normal car, du fait du poolage, les données analytiques sont moyennées par aliment et segment de marché. Cependant, pour certains nutriments non systématiquement étiquetés (sucres, AGS, fibre, amidon, iode, calcium et sodium), les données d'étiquetage peuvent ne pas être représentatives de la variabilité réelle de ces nutriments.

### **Comparaison des teneurs moyennes entre les sources de données et perspectives de travail**

L'utilisation des données d'étiquetage nutritionnel ne permet pas de suivre l'ensemble des nutriments d'intérêt pour l'Oqali. En effet, les produits laitiers ne possèdent pas tous un étiquetage de groupe 2 et certains nutriments ne sont pas étiquetés même avec un étiquetage de groupe 2 (calcium, iode).

En outre, quelles que soient les sources de données, les teneurs en fibres sont très difficiles à estimer. En effet, elles sont indiquées uniquement sur les produits possédant un étiquetage de groupe 2 (ou 2 étendu), les méthodes analytiques à suivre pour doser l'ensemble des fibres sont très nombreuses et la correspondance entre méthode et type(s) de fibres dosé(s) est mal identifiée.

A contrario, l'Oqali ne peut, pour des questions de moyens, effectuer des analyses sur l'ensemble des produits du secteur mis sur le marché. Dès lors, les deux sources de données doivent être utilisées de façons complémentaires.

La comparaison des données analytiques et des valeurs d'étiquetage nutritionnel pondérées montre que, sur l'ensemble des couples échantillons x nutriments (lipides, protéines, glucides, sucres) avec des données comparables (n=63), 14 % présentent des écarts supérieurs à 25 %. Cette comparaison ne permet pas de montrer de biais systématique dû à l'utilisation d'un type de donnée (analytique ou d'étiquetage). Les écarts entre sources de données ne sont pas liés aux segments de marché.

Une réflexion à approfondir par l'Oqali devra donc porter sur l'estimation des variabilités liées aux différences sources de données, afin de pouvoir suivre les évolutions de compositions nutritionnelles.

**Ainsi, l'étude des données analytiques suggère que les différences de composition nutritionnelle sont plus liées aux familles de produits laitiers ultra-frais qu'aux segments de marché.**

**En conclusion, l'étude de l'Oqali sur les produits laitiers ultra-frais montre un effet notable des familles de produits sur les compositions nutritionnelles. En revanche, les effets des segments de marché sont davantage visibles en ce qui concerne les informations fournies sur l'étiquetage. Cette étude permet également de dégager des pistes pour un travail d'approfondissement de la méthodologie suivie par l'Observatoire (précision des données, réduction de l'incertitude sur les compositions nutritionnelles).**