



# **MONTEE EN PUISSANCE DU NUTRI-SCORE**

**PREMIERE ANALYSE  
A PARTIR DES FORMULAIRES  
RECUS ET CONFORMES  
AU 09/07/2018**

**EDITION 2018**



*Connaître, évaluer, protéger*

## 1. CONTEXTE DE LA DEMANDE

La présente note a été établie suite à une demande de la Direction Générale de la Santé, et après validation par le COPIL de l'Oqali. A partir des premières données reçues par l'Oqali, elle a pour objectif d'illustrer la montée en puissance du Nutri-Score, et de présenter deux exemples de positionnement en termes de composition nutritionnelle des produits porteurs du dispositif par rapport aux produits collectés dans le cadre de l'Oqali.

Un rapport sera produit ultérieurement afin de réaliser un bilan pour l'ensemble des produits porteurs de Nutri-Score.

Pour réaliser un suivi du Nutri-Score, un dispositif spécifique a été mis en place. Les exploitants, inscrits sur le site de Santé publique France, doivent compléter un formulaire spécifique dans lequel le détail des références portant le Nutri-Score doit être précisé (nom, dénomination de vente, valeurs nutritionnelles utilisées pour le calcul du score nutritionnel, etc.). Ce formulaire doit ensuite être transféré à l'Oqali via un site de dépôt spécifique. A noter que, d'après le règlement d'usage du logo « Nutri-Score »<sup>1</sup>, les données doivent être transmises à l'Oqali dans un délai d'un mois à compter de la mise en œuvre du Nutri-Score sur les emballages ou en e-commerce.

Au 09/07/2018, Santé publique France compte 73 exploitants inscrits dans la démarche Nutri-Score. L'Oqali a reçu un formulaire pour 37 de ces exploitants (10774 références produits listées). Cependant, seules 6794 références se sont avérées suffisamment complètes pour être étudiées dans cette note. Conformément à l'avis du COPIL de l'Oqali et pour simplifier la gestion de ces formulaires et de leurs mises à jour successives, 6462 références correspondant à 27 formulaires conformes dans leur intégralité ont été retenues dans cette note, soit un échantillon très proche de celui des 6794 références complètes réceptionnées. Comme indiqué dans le règlement d'usage du logo « Nutri-Score »<sup>1</sup>, l'Oqali n'a pas vocation à vérifier la fiabilité des données du formulaire transmis par l'exploitant. Néanmoins, l'Oqali doit s'assurer que le formulaire est correctement rempli pour pouvoir rendre compte de la même façon l'ensemble des données reçues pour les références utilisant le Nutri-Score, c'est-à-dire sans données manquantes ou ne correspondant pas aux modalités des menus déroulants du formulaire Oqali.

Parmi les 6462 références produits considérées (soit 27 formulaires considérés comme « conformes »), 513 sont vendues en Restauration Hors Foyer et ne sont pas incluses dans les indicateurs présentés dans cette note. Ainsi, 23 formulaires sont pris en compte pour la réalisation de ces indicateurs. Les effectifs présentés dans cette note sont donc sous-estimés compte tenu principalement des délais de fourniture des informations par les exploitants, et aussi de l'incomplétude des informations transmises.

---

<sup>1</sup> Ce règlement d'usage est disponible sur le site de Santé publique France (<https://www.santepubliquefrance.fr/Sante-publique-France/Nutri-Score>).

## 2. MONTEE EN PUISSANCE DU DISPOSITIF

Les références concernées par le Nutri-Score peuvent présenter une date d'apparition du logo sur les emballages<sup>2</sup> et/ou sur les sites de e-commerce, lorsque les 2 dates sont indiquées elles peuvent être identiques ou différentes. Les indicateurs de montée en puissance incluent les références ayant une date de mise en œuvre (emballage et/ou e-commerce) en 2017, 2018 ou 2019. Ainsi 3 références présentant une date de mise en œuvre annoncée après 2019 n'ont pas été intégrées à ces indicateurs.

### 2.1. Nombre de références présentant le Nutri-Score par année

D'après les données considérées au 09/07/2018 (Figure 1), 69 références présentaient en 2017 le Nutri-Score sur leurs emballages et 4894 sur les sites de e-commerce. D'ici fin 2018, ces chiffres devraient augmenter avec 807 références qui présenteront le Nutri-Score sur leurs emballages et 5500 sur les sites de e-commerce. D'ici fin 2019, le nombre de produits présentant le Nutri-Score sur leurs emballages devrait continuer à augmenter pour atteindre 913 références.

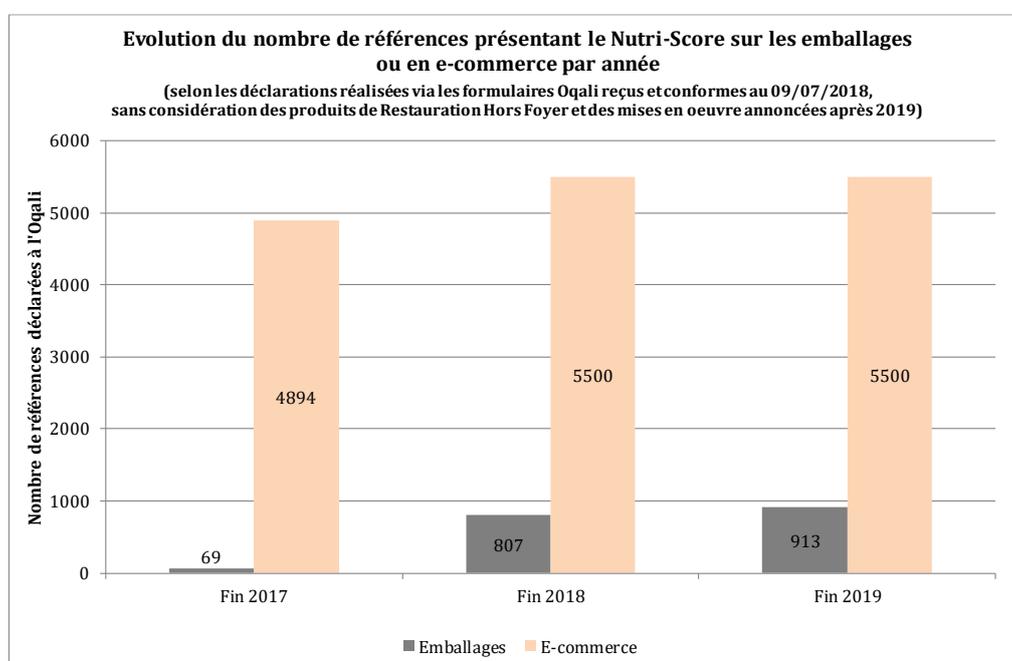
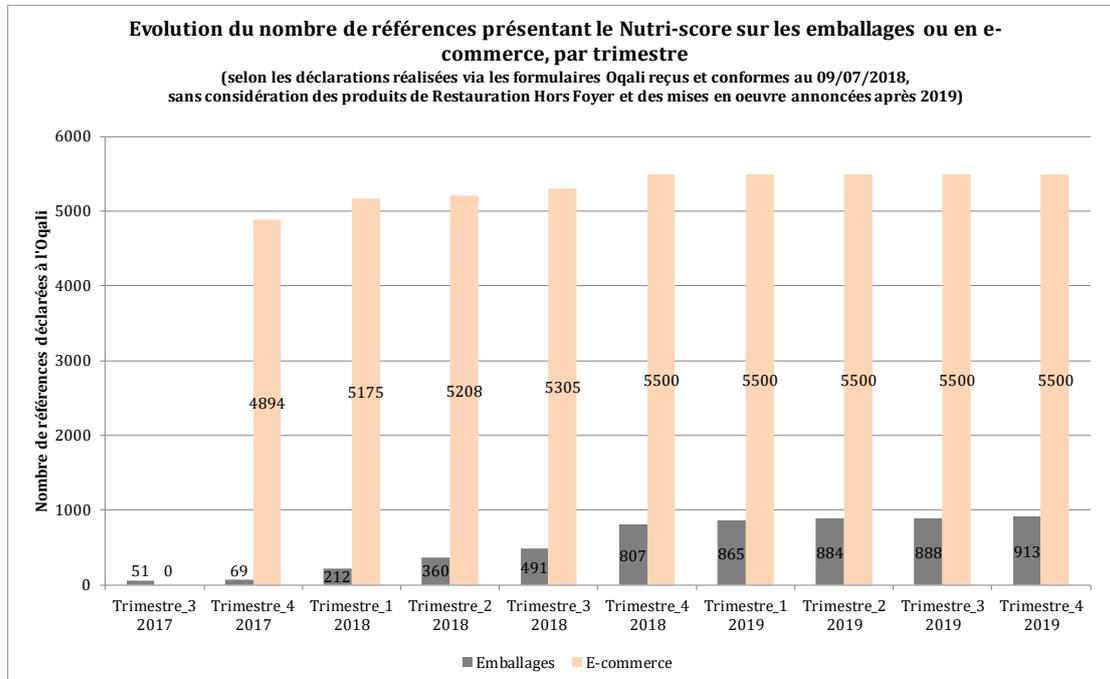


Figure 1 : Evolution du nombre de références présentant le Nutri-Score sur les emballages ou en e-commerce par année

<sup>2</sup> La date d'apparition du logo sur les emballages correspond à l'apparition du Nutri-Score sur les emballages des produits commercialisés en magasin.

## 2.2. Nombre de références présentant le Nutri-Score par trimestre

D'après les données considérées au 09/07/2018 (Figure 2), le Nutri-Score a été mis en place majoritairement à partir du 4<sup>ème</sup> trimestre de 2017 pour les sites de e-commerce et progressivement à partir du 1<sup>er</sup> trimestre 2018 pour les emballages.



**Figure 2 : Evolution du nombre de références présentant le Nutri-Score sur les emballages ou en e-commerce par trimestre**

### 2.3. Nombre d'exploitants/marques et nombre de références présentant le Nutri-Score par secteur Oqali

Le Tableau 1 présente, par secteur Oqali<sup>3</sup>, le nombre total de références apposant le Nutri-Score (sur les emballages et/ou en e-commerce), ainsi que le nombre d'exploitants/marques concernés par année.

Selon les données transmises au 09/07/2018, **la quasi-totalité des secteurs suivis par l'Oqali comporte des produits avec Nutri-Score (tous à l'exception des Sirops et boissons concentrées à diluer)**. Les secteurs Oqali qui présentent le plus grand nombre de références apposant le Nutri-Score sont les « Produits traiteurs frais » (801 références), les « Plats cuisinés appertisés » (739 références) et les « Produits laitiers frais » (596 références).

Les exploitants/marques engagés sont les plus nombreux sur les secteurs des « Autres produits » (références ne correspondant à aucun secteur Oqali, par exemple des pâtes alimentaires, du café en poudre ou des pruneaux ; 8 exploitants/marques engagés) puis les « Produits traiteurs frais » et les « Plats cuisinés frais » (6 exploitants/marques engagés).

---

<sup>3</sup> Un secteur regroupe des familles de produits homogènes entre elles selon un ou plusieurs critères, notamment l'ingrédient principal (ex. lait pour les produits laitiers, cacao pour les produits chocolatés), le moment de consommation (ex. l'apéritif pour le secteur des apéritifs à croquer)... Dans le cadre de l'Oqali, les études sont menées par secteur alimentaire.

**Tableau 1 : Nombre d'exploitants/marques et nombre de références présentant le Nutri-Score par secteur Oqali (selon les déclarations réalisées via les formulaires Oqali reçus et conformes au 09/07/2018, sans considération des produits de Restauration Hors Foyer et des mises en œuvre annoncées après 2019)**

Secteur Oqali	Nombre de références TOTALES* (emballages et e-commerce)	Nombre d'exploitants /marques	Emballage _2017	Emballage _2018	Emballage _2019	Nombre total* de références EMBALLAGES	E_commerce _2017	E_commerce _2018	Nombre total* de références E-COMMERCE
Aperitifs a croquer	280	1		1		1	274	6	280
Autres produits	70	8		64	4	68	1	69	70
Barres cerealieres	22	2		5		5	17	5	22
Biscuits et gateaux industriels	297	2		36		36	260	37	297
Boissons Rafraichissantes Sans Alcool	388	2		3		3	381	7	388
Bouillons et potages	61	1					61		61
Cereales pour le petit dejeuner	44	2		3		3	38	6	44
Charcuterie	449	2	11	41		52	356	43	399
Chocolat et produits chocolates	161	2		3		3	157	4	161
Compotes	203	2		120	27	147	54	2	56
Confiseries	54	1					50	4	54
Confitures	62	2		16		16	46		46
Conserves de fruits	40	1					31	9	40
Fromages	282	2			2	2	271	9	280
Glaces et sorbets	80	1					75	5	80
Jus et nectars	40	1					40		40
Margarines	13	1					12	1	13
Panification croustillante et moelleuse	188	4		49	3	52	135	50	185
Plats cuisines appertises	739	5		42	11	53	667	27	694
Plats cuisines frais	149	6	42	107		149		76	76
Plats cuisines surgelés	413	2		39		39	372	41	413
Preparations pour desserts	38	1		1		1	37	1	38
Produits laitiers frais et assimilés	596	4		22	41	63	509	46	555
Produits traiteurs frais	801	6	16	75	14	105	701	43	744
Produits transformés a base de pomme de terre	70	2		64		64	4	66	70
Sauces chaudes	110	3		11	4	15	94	4	98
Sauces condimentaires	171	2		2		2	166	5	171
Snacking surgelé	47	2		22		22	25	22	47
Viennoiseries et desserts surgelés	78	2		12		12	60	18	78
<b>Total</b>	<b>5946</b>	<b>23</b>	<b>69</b>	<b>738</b>	<b>106</b>	<b>913</b>	<b>4894</b>	<b>606</b>	<b>5500</b>

\*sans considération des produits de Restauration Hors Foyer et des mises en œuvre annoncées après 2019.

## 2.4. Répartition des références par secteur Oqali

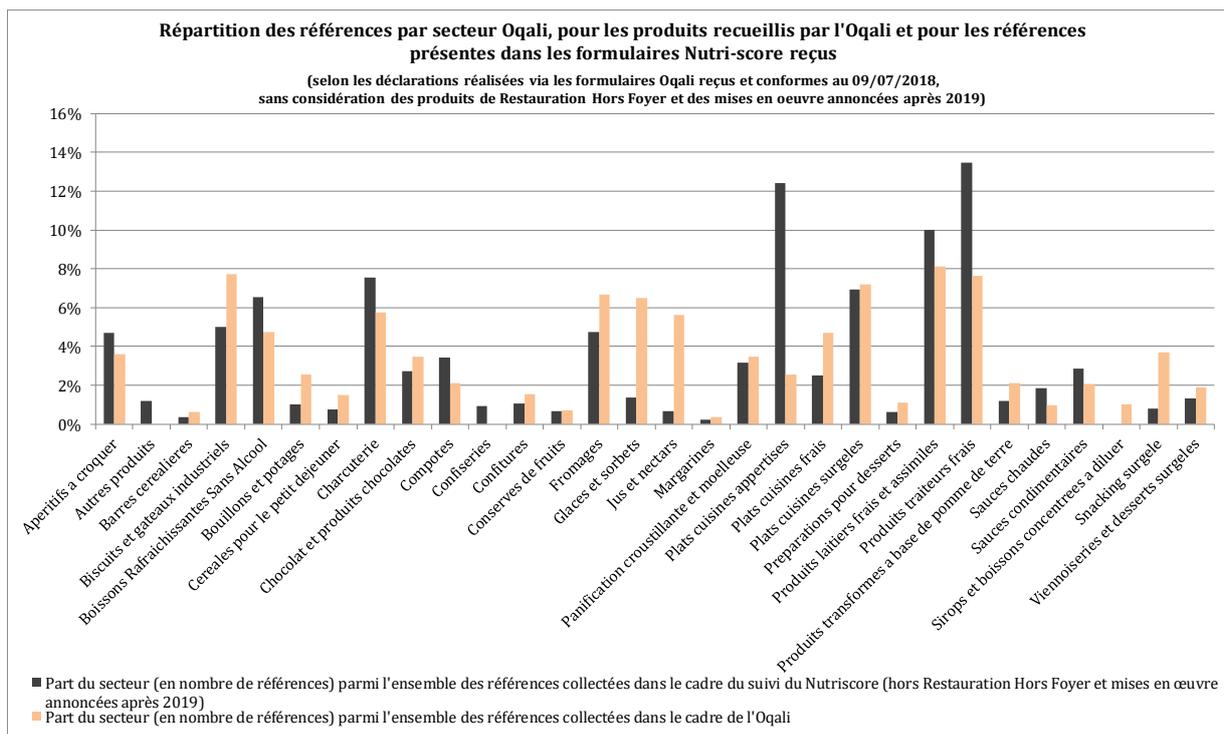
La répartition par secteur des références apposant le Nutri-Score (selon les déclarations réalisées *via* les formulaires Oqali reçus et conformes au 09/07/2018, sans considération des produits de Restauration Hors Foyer et des mises en œuvre annoncées après 2019) a été comparée à celle des produits recueillis par l'Oqali (entre 2009 et 2016 selon les secteurs) et représentatifs du marché (entre 36 et 87% du marché en volumes de ventes, selon les secteurs, d'après les données Kantar Worldpanel<sup>4</sup>). Pour cette analyse, l'hypothèse formulée est que les produits collectés par l'Oqali sont représentatifs de l'offre. L'année de récolte des données Oqali diffère entre les secteurs et correspond à l'année de la dernière collecte de produits par l'Oqali<sup>5</sup>. A noter que le secteur des « Autres produits » regroupe les aliments non suivis par l'Oqali. Par ailleurs, le secteur de la « Confiserie » est actuellement en cours d'étude.

La Figure 3 montre ainsi que les « Plats cuisinés appertisés » représentent 3% des références collectées dans le cadre de l'Oqali (en nombre de références) alors qu'ils représentent 12% des références considérées dans le cadre du suivi du Nutri-Score (en nombre de références). De même, les « Produits traiteurs frais » représentent 8% des références collectées dans le cadre de l'Oqali et 13% des références considérées dans le cadre du suivi du Nutri-Score. A l'inverse, les secteurs des « Glaces et sorbets » et des « Jus et nectars » représentent respectivement 7% et 6% des références collectées dans le cadre de l'Oqali alors qu'ils ne représentent, chacun, que 1% des références considérées dans le cadre du suivi du Nutri-Score. Ainsi, à date, les produits porteurs de Nutri-Score se concentrent sur certains secteurs. Ces résultats sont à relativiser du fait des différences de définition d'une référence dans le cadre de l'Oqali et dans le cadre du suivi du Nutri-Score. En effet, à titre d'exemple, la base de données de l'Oqali ne considère qu'un seul conditionnement par recette dès lors que l'ensemble des informations disponibles sur les emballages, à l'exception du code barre et du poids, sont identiques.

---

<sup>4</sup> Ratio des volumes de ventes des produits identifiés par l'Oqali vs. le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française).

<sup>5</sup> Le détail des années de collecte des données Oqali par secteur est présenté en annexe de cette note.



**Figure 3 : Répartition des références par secteur Oqali, pour les produits recueillis par l'Oqali (considérés comme représentatifs de l'offre) et pour les références présentes dans les formulaires Nutri-Score reçus**

### 3. PARTS DE MARCHÉ<sup>6</sup> DES EXPLOITANTS/MARQUES ENGAGÉS PAR SECTEUR OQALI

Le Tableau 2 présente, par secteur Oqali, les parts de marché<sup>6</sup> en volumes de ventes des exploitants/marques engagés ainsi que le nombre d'exploitants/marques engagés retrouvés ou non parmi les données Kantar Worldpanel<sup>7</sup>. Cet indicateur est obtenu en sommant, par secteur, les parts de marché de l'ensemble des produits des marques pour lesquelles l'exploitant s'est engagé. Il est supposé que conformément au règlement d'usage du logo « Nutri-Score »<sup>8</sup>, l'exploitant s'engage à apposer le Nutri-Score sur l'ensemble des produits qu'il met sur le marché sous la ou les marque(s) qu'il inscrit. L'exploitant disposant d'un délai pour apposer le Nutri-Score sur l'ensemble de ses produits, il est possible qu'à date, un écart entre les parts de marché des produits étiquetant le Nutri-Score et celles des marques concernées soit observé.

A noter que :

- l'année des données Kantar Worldpanel<sup>7</sup> utilisées pour le calcul de cet indicateur diffère entre les secteurs et correspond à l'année de la dernière collecte de produits par l'Oqali (comprise entre 2009 et 2016 selon les secteurs)<sup>9</sup>. Bien qu'il existe un écart plus ou moins important entre l'année des données Kantar Worldpanel<sup>7</sup> utilisées et celle des formulaires Nutri-Score étudiés, l'indicateur proposé s'avère pertinent sous réserve que les évolutions de parts de marché en volumes de ventes ne soient pas trop importantes ;
- l'Oqali ne dispose pas, à date, de données Kantar Worldpanel<sup>7</sup> pour le secteur de la « Confiserie » ;
- pour le secteur des « Plats cuisinés frais », les données Kantar Worldpanel<sup>7</sup> utilisées ne comprennent pas suffisamment de descripteurs pour permettre d'identifier avec certitude les produits appartenant à ce secteur. Ainsi, le périmètre des données Kantar Worldpanel<sup>7</sup> est plus large que celui de l'Oqali ce qui implique une possible sous-estimation ou une surestimation des parts de marché des exploitants/marques engagés<sup>10</sup>.

Selon les données transmises au 09/07/2018, le taux de pénétration du Nutri-Score, en parts de marché en volumes de ventes, est supérieur à 10% pour 7 secteurs ; à savoir :

- les « Compotes » avec 2 exploitants/marques engagés retrouvés dans les données Kantar Worldpanel<sup>7</sup> (20% des parts de marché du secteur) ;
- les « Produits transformés à base de pomme de terre » avec 2 exploitants/marques engagés retrouvés dans les données Kantar Worldpanel<sup>7</sup> (17,3% des parts de marché du secteur) ;

---

<sup>6</sup> Ratio des volumes de ventes d'un exploitant/marque donné(e) vs. le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel.

<sup>7</sup> Kantar Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

<sup>8</sup> Ce règlement d'usage est disponible sur le site de Santé publique France (<https://www.santepubliquefrance.fr/Sante-publique-France/Nutri-Score>).

<sup>9</sup> Le détail des années de collecte des données Oqali par secteur est présenté en annexe de cette note.

<sup>10</sup> A titre d'exemple, si un exploitant/marque est engagé uniquement sur des plats cuisinés frais (tel que définis par l'Oqali), sa part de marché sera sous-estimée car elle sera calculée par rapport aux quantités vendues d'un secteur plus large que celui des « Plats cuisinés frais » (tel que défini par l'Oqali). En revanche, si un exploitant/marque est engagé en grande partie sur des produits n'appartenant pas au secteur des « Plats cuisinés frais » (tel que défini par l'Oqali) mais présents dans les données Kantar Worldpanel<sup>6</sup> (utilisées par l'Oqali pour définir le secteur des « Plats cuisinés frais »), sa part de marché sera surestimée car elle tiendra compte des quantités vendues de ces produits alors qu'ils n'appartiennent pas au secteur des « Plats cuisinés frais » (tel que défini par l'Oqali).

- la « Charcuterie » avec 2 exploitants/marques engagés retrouvés dans les données Kantar Worldpanel<sup>11</sup> (12,6% des parts de marché du secteur) ;
- les « Plats cuisinés frais » avec 5 exploitants/marques engagés retrouvés dans les données Kantar Worldpanel<sup>11</sup> (12,4% des parts de marché du secteur) ;
- les « Plats cuisinés appertisés » avec 2 exploitants/marques engagés retrouvés dans les données Kantar Worldpanel<sup>11</sup> (11,9% des parts de marché du secteur) ;
- le « Snacking surgelé » avec 2 exploitants/marques engagés retrouvés dans les données Kantar Worldpanel<sup>11</sup> (10,8% des parts de marché du secteur) ;
- les « Sauces chaudes » avec 2 exploitants/marques engagés retrouvés dans les données Kantar Worldpanel<sup>11</sup> (10,4% des parts de marché du secteur).

---

<sup>11</sup> Kantar Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

**Tableau 2 : Parts de marché des exploitants/marques engagés sur le Nutri-Score par secteur Oqali d'après les données Kantar Worldpanel (selon les déclarations réalisées via les formulaires Oqali reçus et conformes au 09/07/2018, sans considération des produits de Restauration Hors Foyer)**

Secteur	Nombre d'exploitants/marques engagés retrouvés dans Kantar Worldpanel <sup>1</sup> par secteur	Nombre d'exploitants/marques engagés non retrouvés dans Kantar Worldpanel <sup>1</sup> par secteur	Part de marché <sup>2</sup> des exploitants/marques engagés par secteur <sup>3</sup> (%)
COMPOTES	2	0	20,0
PRODUITS TRANSFORMES A BASE DE POMME DE TERRE	2	0	17,3
CHARCUTERIE	2	0	12,6
PLATS CUISINES FRAIS*	5	1	12,4
PLATS CUISINES APPERTISES	2	3	11,9
SNACKING SURGELE	2	0	10,8
SAUCES CHAUDES	2	1	10,4
PLATS CUISINES SURGELES	2	0	9,8
PRODUITS TRAITEURS FRAIS	4	2	8,8
CONFITURES	2	0	6,6
VIENNOISERIES ET DESSERTS SURGELES	2	0	5,6
JUS ET NECTARS	1	0	4,9
PANIFICATION CROUSTILLANTE ET MOELLEUSE	1	3	4,8
FROMAGES	1	1	4,6
PRODUITS LAITIERS FRAIS ET ASSIMILES	1	3	4,0
CONSERVES DE FRUITS	1	0	4,0
APERITIFS A CROQUER	1	0	3,9
BARRES CEREALIERES	2	0	3,7
BISCUITS ET GATEAUX INDUSTRIELS	1	1	3,7
SAUCES CONDIMENTAIRES	1	1	3,4
GLACES ET SORBETS	1	0	2,9
CEREALES POUR LE PETIT DEJEUNER	1	1	2,9
MARGARINES	1	0	2,3
CHOCOLAT ET PRODUITS CHOCOLATES	2	0	2,0
BOISSONS RAFRAICHISSANTES SANS ALCOOL	1	1	1,9
PREPARATIONS POUR DESSERTS	1	0	1,8
BOUILLONS ET POTAGES	1	0	1,6
CONFISERIES	-	1	-

"-": l'Oqali ne dispose pas, à date, de données Kantar Worldpanel pour ce secteur

\*: pour ce secteur, le périmètre des données Kantar Worldpanel n'a pas pu être ajusté à celui de l'Oqali en raison de la difficulté d'identification des produits à partir des descripteurs disponibles

<sup>1</sup> Kantar Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française

<sup>2</sup> Parts de marché : ratio des volumes de ventes d'un exploitant/marque donné vs. le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel

<sup>3</sup> Par secteur, les parts de marché de l'ensemble des marques d'un exploitant ont été prises en compte lorsque ce dernier s'est engagé sur l'ensemble de ces produits. En revanche, seules les parts de marché de la marque spécifique d'un exploitant ont été prises en compte lorsque celui-ci s'est engagé sur une marque spécifique

#### **4. EXEMPLES DE POSITIONNEMENT DES PRODUITS APOSANT LE NUTRI-SCORE PAR RAPPORT AUX PRODUITS COLLECTES PAR L'OQALI**

L'Oqali cherche également à positionner la qualité nutritionnelle des produits porteurs de Nutri-Score par rapport aux autres produits du marché pour un secteur donné. Ainsi, l'Oqali compare graphiquement<sup>12</sup> la distribution des compositions nutritionnelles des produits porteurs de Nutri-

<sup>12</sup> Les représentations par boxplot utilisées permettent de rendre compte de la distribution des teneurs des produits d'un secteur (collectés par l'Oqali) et des produits apposant le Nutri-Score. Sur ces graphiques, la teneur moyenne est représentée par la croix rouge. La médiane est représentée par le trait au milieu de la « boîte ». Les limites de la « boîte » correspondent au 1<sup>er</sup> quartile (teneur en dessous de laquelle se situent 25% des observations les plus basses) et au 3<sup>ème</sup> quartile (teneur au-dessus de laquelle se situent 25% des observations les plus élevées).

Score (d'après les données transmises, via les formulaires Oqali conformes au 09/07/2018, sans considération des produits de Restauration Hors Foyer, et quelle que soit la date de mise en œuvre) à celle des produits du marché (correspondant aux produits collectés par l'Oqali lors de ses derniers suivis, soit entre 2009 et 2016 selon les secteurs<sup>13</sup>).

Cette comparaison a été menée sur deux secteurs : les « Produits traiteurs frais » et les « Plats cuisinés frais », pour lesquels on compte le plus d'exploitants/marques engagés dans la démarche Nutri-Score (respectivement 6 exploitants/marques engagés). De plus, le secteur des « Produits traiteurs frais » comporte, à date, le plus grand nombre de références apposant le Nutri-Score (801 références concernées). Les distributions de teneurs en matières grasses et en sel ont ainsi été comparées pour ces 2 secteurs.

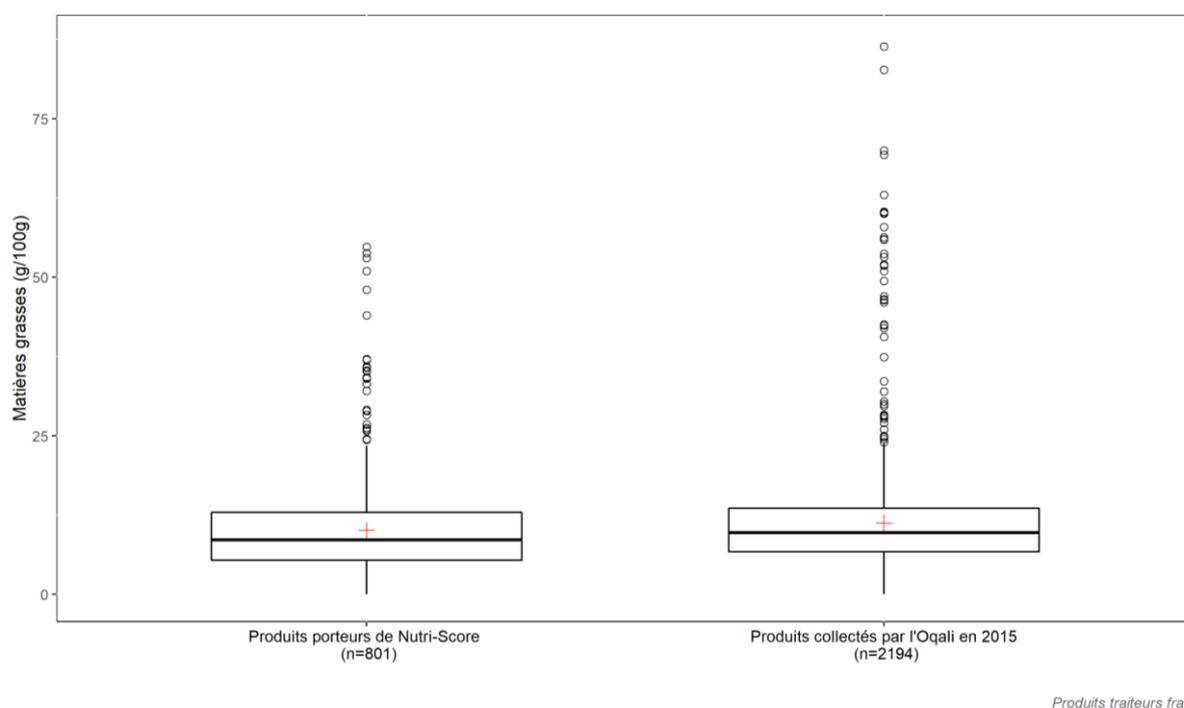
---

<sup>13</sup> Le détail des années de collecte des données Oqali par secteur est présenté en annexe de cette note.

- **Secteur des « Produits traiteurs frais »**

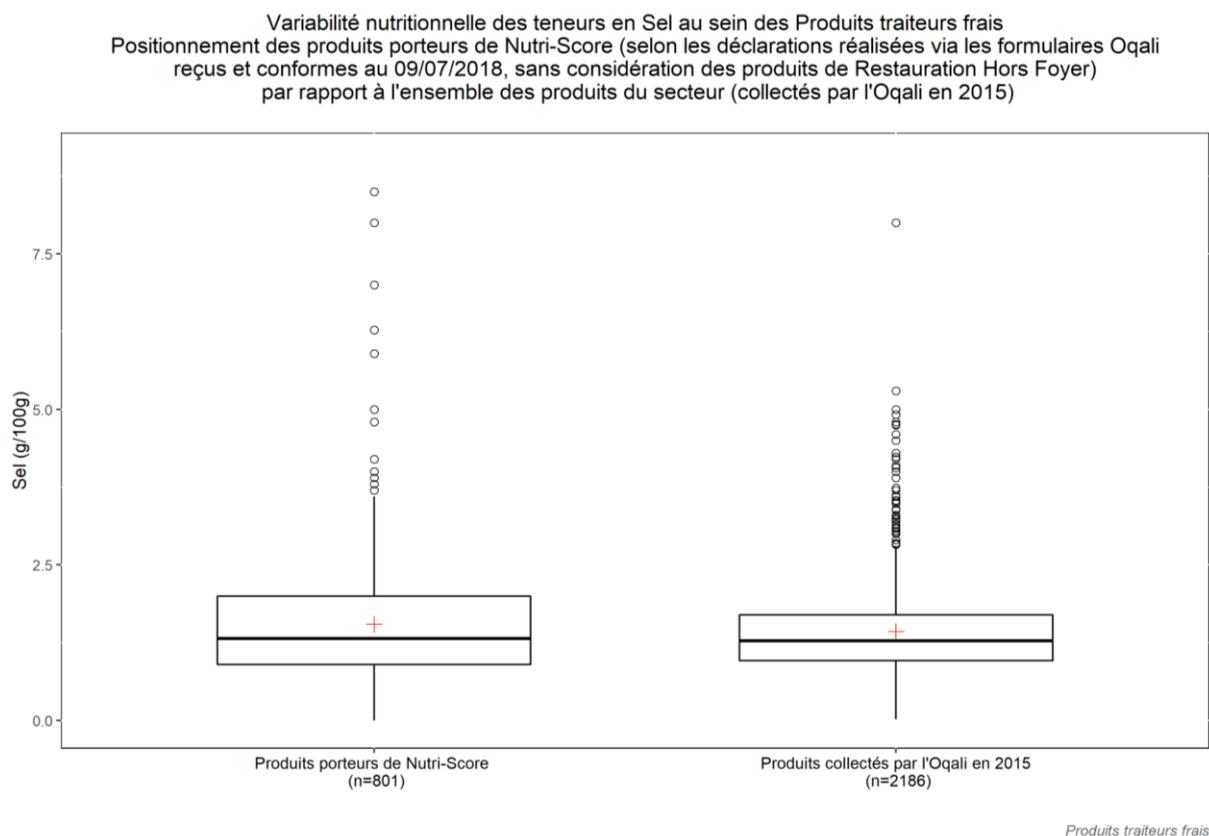
Concernant le secteur des « Produits traiteurs frais », la Figure 4 présente les distributions des teneurs en matières grasses des produits porteurs de Nutri-Score et des produits collectés par l'Oqali en 2015. La distribution des teneurs en matières grasses des produits porteurs de Nutri-Score semble similaire à celle des produits collectés par l'Oqali en 2015 : les exploitants/marques engagés ne semblent pas uniquement proposer des produits parmi les mieux placés du secteur, en termes de teneurs en matières grasses. A noter que la teneur moyenne en matières grasses des produits porteurs de Nutri-Score est de 10,1 g/100g et celle des produits collectés par l'Oqali s'élève à 11,2 g/100g.

Variabilité nutritionnelle des teneurs en Matières grasses au sein des Produits traiteurs frais  
Positionnement des produits porteurs de Nutri-Score (selon les déclarations réalisées via les formulaires Oqali reçus et conformes au 09/07/2018, sans considération des produits de Restauration Hors Foyer) par rapport à l'ensemble des produits du secteur (collectés par l'Oqali en 2015)



**Figure 4 : Variabilité nutritionnelle des teneurs en matières grasses au sein des Produits traiteurs frais – Positionnement des produits porteurs de Nutri-Score**

Concernant le secteur des « Produits traiteurs frais », la Figure 5 présente les distributions des teneurs en sel des produits porteurs de Nutri-Score et des produits collectés par l'Oqali en 2015. La distribution des teneurs en sel des produits porteurs de Nutri-Score est légèrement plus dispersée (comparaison des 1<sup>ers</sup> et 3<sup>èmes</sup> quartiles<sup>14</sup>) que celle des produits collectés par l'Oqali en 2015 mais elles correspondent, toutes deux, à des teneurs en sel similaires (autour de 1,30 g/100g) : les exploitants/marques engagés ne semblent pas uniquement proposer des produits parmi les mieux placés du secteur, en termes de teneurs en sel.



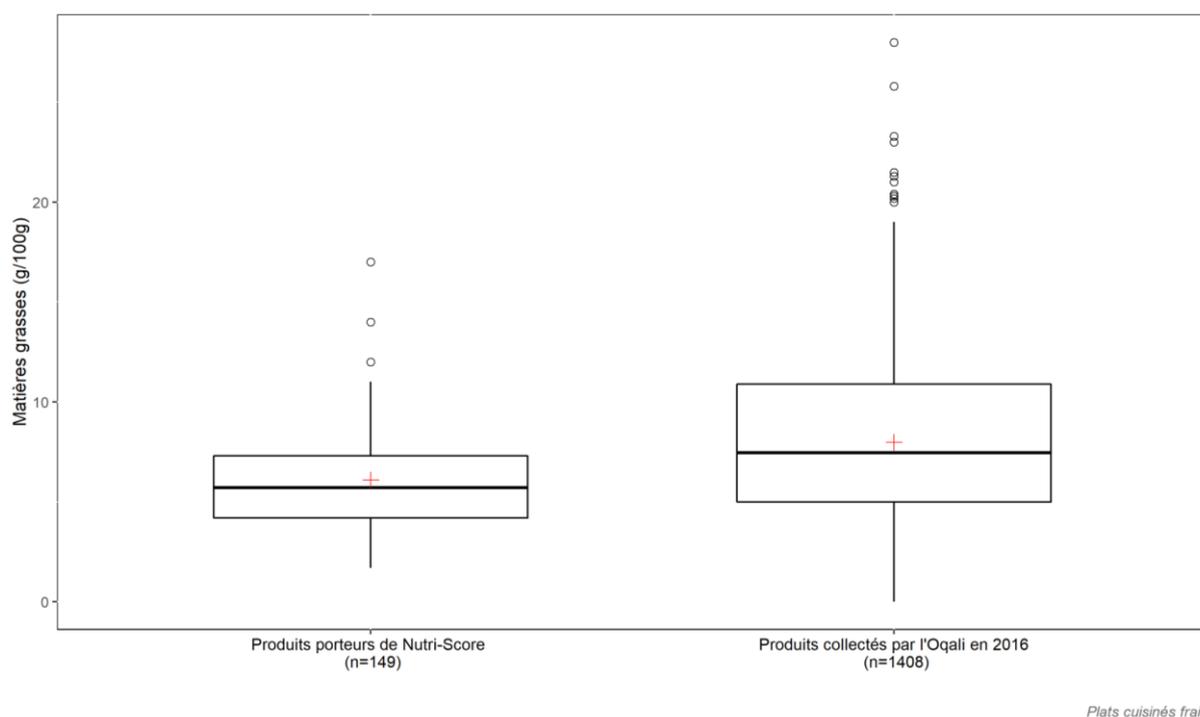
**Figure 5 : Variabilité nutritionnelle des teneurs en sel au sein des Produits traiteurs frais - Positionnement des produits porteurs de Nutri-Score**

<sup>14</sup> Limites de la « boîte » : le 1<sup>er</sup> quartile correspond à la teneur en dessous de laquelle se situent 25% des observations les plus basses, le 3<sup>ème</sup> quartile correspond à la teneur au-dessus de laquelle se situent 25% des observations les plus élevées.

- **Secteur des « Plats cuisinés frais »**

Concernant le secteur des « Plats cuisinés frais », la Figure 6 présente les distributions des teneurs en matières grasses des produits porteurs de Nutri-Score et des produits collectés par l'Oqali en 2016. La distribution des teneurs en matières grasses des produits porteurs de Nutri-Score semble être plus concentrée autour de la teneur moyenne en matières grasses que celle des produits collectés par l'Oqali en 2016 (comparaison des 1<sup>ers</sup> et 3<sup>èmes</sup> quartiles<sup>15</sup>). A noter que la teneur moyenne en matières grasses des produits porteurs de Nutri-Score est de 6,1 g/100g et que celle des produits collectés par l'Oqali s'élève à 8,0 g/100g.

Variabilité nutritionnelle des teneurs en Matières grasses au sein des Plats cuisinés frais  
Positionnement des produits porteurs de Nutri-Score (selon les déclarations réalisées via les formulaires Oqali reçus et conformes au 09/07/2018, sans considération des produits de Restauration Hors Foyer) par rapport à l'ensemble des produits du secteur (collectés par l'Oqali en 2016)

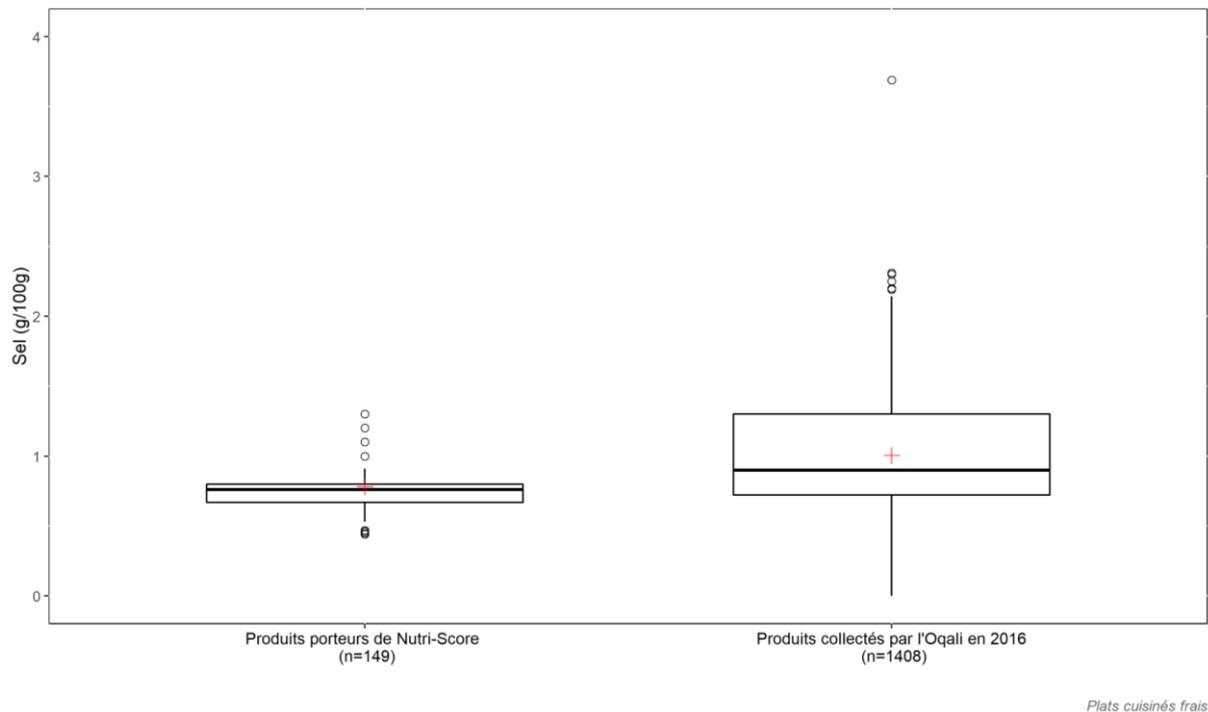


**Figure 6 : Variabilité nutritionnelle des teneurs en matières grasses au sein des Plats cuisinés frais - Positionnement des produits porteurs de Nutri-Score**

<sup>15</sup> Limites de la « boîte » : le 1<sup>er</sup> quartile correspond à la teneur en dessous de laquelle se situent 25% des observations les plus basses, le 3<sup>ème</sup> quartile correspond à la teneur au-dessus de laquelle se situent 25% des observations les plus élevées.

Concernant le secteur des « Plats cuisinés frais », la Figure 7 présente les distributions des teneurs en sel des produits porteurs de Nutri-Score et des produits collectés par l'Oqali en 2016. La distribution des teneurs en sel des produits porteurs de Nutri-Score semble être plus concentrée autour de la teneur moyenne en sel par rapport à celle des produits collectés par l'Oqali en 2016 (comparaison des valeurs extrêmes ainsi que des 1<sup>ers</sup> et 3<sup>èmes</sup> quartiles<sup>16</sup>). A noter que la teneur moyenne en sel des produits porteurs de Nutri-Score est de 0,78 g/100g et que celle des produits collectés par l'Oqali s'élève à 1,00 g/100g.

Variabilité nutritionnelle des teneurs en Sel au sein des Plats cuisinés frais  
Positionnement des produits porteurs de Nutri-Score (selon les déclarations réalisées via les formulaires Oqali reçus et conformes au 09/07/2018, sans considération des produits de Restauration Hors Foyer) par rapport à l'ensemble des produits du secteur (collectés par l'Oqali en 2016)



**Figure 7 : Variabilité nutritionnelle des teneurs en sel au sein des Plats cuisinés frais -  
Positionnement des produits porteurs de Nutri-Score**

<sup>16</sup> Limites de la « boîte » : le 1<sup>er</sup> quartile correspond à la teneur en dessous de laquelle se situent 25% des observations les plus basses, le 3<sup>ème</sup> quartile correspond à la teneur au-dessus de laquelle se situent 25% des observations les plus élevées.

## Annexe

Le Tableau 3 présente, par secteur Oqali, les nombres de références collectées par l'Oqali ainsi que les années de collecte des données Oqali utilisées dans cette note.

**Tableau 3 : Nombre de références et années de collecte des données récoltées dans le cadre de l'Oqali, par secteur**

Secteur	Nombre de références récoltées dans le cadre de l'Oqali	Année de collecte des données récoltées dans le cadre de l'Oqali
APERITIFS A CROQUER	1085	2013
AUTRES PRODUITS*	-	-
BARRES CEREALIERES	181	2016
BISCUITS ET GATEAUX INDUSTRIELS	2316	2011
BOISSONS RAFRAICHISSANTES SANS ALCOOL	1421	2013
BOUILLONS ET POTAGES	761	2011
CEREALES POUR LE PETIT DEJEUNER	449	2011
CHARCUTERIE	1723	2013
CHOCOLAT ET PRODUITS CHOCOLATES	1043	2012
COMPOTES	636	2010
CONFISERIES**	-	-
CONFITURES	466	2010
CONSERVES DE FRUITS	217	2010
FROMAGES	2004	2015
GLACES ET SORBETS	1953	2015
JUS ET NECTARS	1682	2013
MARGARINES	109	2016
PANIFICATION CROUSTILLANTE ET MOELLEUSE	1035	2012
PLATS CUISINES APPERTISES	765	2010
PLATS CUISINES FRAIS	1416	2016
PLATS CUISINES SURGELES	2164	2016
PREPARATIONS POUR DESSERTS	330	2013 - 2014
PRODUITS LAITIERS FRAIS ET ASSIMILES	2430	2011
PRODUITS TRAITEURS FRAIS	2293	2015
PRODUITS TRANSFORMES A BASE DE POMME DE TERRE	629	2011
SAUCES CHAUDES	294	2010
SAUCES CONDIMENTAIRES	623	2016
SIROPS ET BOISSONS CONCENTREES A DILUER	304	2009 - 2010
SNACKING SURGELE	1109	2015
VIENNOISERIES ET DESSERTS SURGELES	571	2015

\* : secteur regroupant les produits non suivis par l'Oqali

\*\* : secteur en cours d'étude par l'Oqali (données non disponibles)