



COMPOTES

Evolution du secteur
entre 2009, 2010 et 2017

BILAN



INRAE
la science pour la vie, l'humain, la terre

anses
Agence nationale de sécurité sanitaire
alimentaire, environnement, travail
Connaître. évaluer. protéger

EDITION 2019

SOMMAIRE

1. PRESENTATION DU SECTEUR.....	4
2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI.....	4
3. EVOLUTION DE L'OFFRE	5
4. EVOLUTION DES PARAMETRES D'ETIQUETAGE.....	8
5. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES MOYENNES	11
6. TRAITEMENTS SUPPLEMENTAIRES : ETUDE DE L'EVOLUTION DE LA TENEUR EN SUCRES DES PRODUITS APPARIES.....	15

1. PRESENTATION DU SECTEUR

Cette étude a pour objectif de caractériser l'évolution du secteur des Compotes entre 2009 (T0), 2010 (T1) et 2017 (T2) en termes d'offre alimentaire, d'informations étiquetées et de composition nutritionnelle.

Elle porte sur 480 références de compotes recueillies en 2009¹, 656 récoltées en 2010¹ et 972 en 2017. Ces références sont classées en :

- 6 familles², définies principalement selon les teneurs en sucres, par teneur moyenne en sucres décroissante : Compotes – Desserts de fruits – Spécialités de fruits – Compotes allégées–Spécialités de fruits sans sucres ajoutés – Purées de fruits ;
- et selon 5 segments de marché² : marques nationales – marques de distributeurs – marques de distributeurs entrée de gamme – hard discount – distributeurs spécialisés biologiques.

Par convention, dans l'ensemble de ce bilan, le terme « point » a été employé afin de signifier « point de pourcentage ». L'expression « le plus long terme » est utilisée pour désigner la période comprise entre les 2 suivis les plus éloignés c'est-à-dire entre 2009-2017 (T0-T2).

2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI

En considérant le marché des « compotes » retracé par Kantar - Panel Worldpanel³, une importante augmentation du volume de vente total du secteur de +25% est observée entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2). Entre 2009 et 2017 (T0-T2), une augmentation globale du volume de vente du secteur de +39% est également constatée.

Les compotes prises en compte lors de cette étude couvrent⁴ au minimum 72% du marché du secteur en volume en 2009, 81% en 2010 et 90% en 2017. La couverture du marché a augmenté entre les 3 années de suivi (+9 points entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 et +18 points entre 2009 et 2017).

A noter que la couverture⁴ du secteur ainsi calculée est sous-estimée du fait que certains produits retrouvés sur le marché ne peuvent pas être attribués précisément à une ligne de la base communiquée par Kantar - Panel Worldpanel³. Ainsi, 12% des produits de 2009, 10% de ceux de 2010 et 4% de ceux de 2017 n'ont pas pu être associés à une part de marché. Par ailleurs, la couverture est inférieure à 100% car des produits présents dans la base de données Kantar - Panel Worldpanel ne sont pas retrouvés parmi les produits récoltés par l'Oqali.

¹ Etude du secteur des Compotes-Oqali-Comparaison 2009/2010-Edition 2012, disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>.

² Les définitions sont disponibles dans le rapport détaillé Etude du secteur des Compotes – Oqali – Comparaison 2009/2010/2017 – Edition 2019, disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>.

³ Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

⁴ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française).

Dans la suite de ce bilan, ce sont uniquement les parts de marchés associées aux produits collectés par l'Oqali qui sont considérées.

Globalement, au sein de l'échantillon Oqali, une amélioration de la représentativité en volume des différents segments de marché est observée entre les 3 suivis. En 2009, la part des produits de marques de distributeurs, ainsi que dans une moindre mesure celle des produits issus du hard discount, était sous-estimée au sein de l'échantillon Oqali du fait de l'absence de partenariats avec certains distributeurs. A l'inverse, la celle des produits de marques nationales était sur-estimée en 2009 (Tableau 1).

Tableau 1 : Comparaison de la répartition des comptes par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente et au sein du secteur entier d'après les données Kantar - Panel Worldpanel, pour 2009, 2010 et 2017.

Répartition en volume de vente selon les segments de marché	2009 (T0)			2010 (T1)			2017 (T2)		
	Secteur entier selon Kantar Worlpanel ¹	Produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente selon Kantar Worldpanel1 (n=421 ; 72% du marché en volume)	Delta (point)	Secteur entier selon Kantar Worlpanel ¹	Produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente selon Kantar Worldpanel1 (n=589 ; 81% du marché en volume)	Delta (point)	Secteur entier selon Kantar Worlpanel ¹	Produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente selon Kantar Worldpanel1 (n=930 ; 90% du marché en volume)	Delta (point)
Distributeurs specialises	0,01%			0,002%					
Marques nationales	51%	59%	+8	52%	54%	+2	57%	57%	+0,4
Marques de distributeurs	32%	27%	-5	32%	32%	+0,4	31%	31%	-0,1
Marques de distributeurs entree de gamme	6%	6%	+0,04	5%	5%	+0,4	3%	3%	+0,3
Hard Discount	12%	9%	-2	11%	9%	-2	9%	8%	-1
Distributeurs specialises bio							0,2%	0,2%	+0,02

¹Kantar Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française

3. EVOLUTION DE L'OFFRE⁵

Entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2), une augmentation relative du nombre de références des familles **Spécialités de fruits** et **Spécialités de fruits sans sucres ajoutés** est observée (+3 points dans les deux cas) au détriment des familles **Compotes**, **Desserts de fruits** et **Compotes allégées** qui diminuent entre 2010 et 2017 (T1-T2 ; -2 points pour les 3 familles). Des évolutions similaires sont observées entre les 2 suivis les plus éloignés 2009 et 2017 (T0-T2). En pondérant par les parts de marché, les évolutions sont comparables à celles constatées sur les données non pondérées. **A noter qu'en 2017 et en nombre de références, les produits de la famille Compotes (famille correspondant aux produits présentant les teneurs en sucres parmi les plus élevées du secteur) ne représentent plus que 4% de l'offre contre 8% en 2009 (respectivement 2% des volumes de vente 2017 et 9% des volumes 2009). A l'inverse, les produits sans sucres ajoutés (Purées de fruits et Spécialités de fruits sans sucres ajoutés) représentent 40% de l'offre en 2017 contre 33% en 2009 (respectivement 32% des volumes de vente 2017 et 15% des volumes 2009).**

⁵ Pour l'étude de l'offre pondérée, les parts de marché des produits Oqali par famille, segment et sous-groupe sont rapportées à un total de 100%. Les parts de marché des produits non couverts par l'Oqali sont ainsi supposées avoir la même évolution que celles de l'échantillon recueilli sur la période.

Pour rappel, ces résultats sont à mettre en relation avec les fortes augmentations d'effectif et de couverture du marché (2009 : 72% du marché en volume ; 2010 : 81% ; 2017 : 90%).

L'analyse par segment de marché montre une légère modification de la répartition des produits. Pour rappel, ces résultats sont à mettre en relation avec les fortes augmentations d'effectifs, et de couverture du marché (2009 : 72% du marché en volume ; 2010 : 81% ; 2017 : 90%).

L'analyse par segment de marché et par famille montre que l'offre de produits a globalement évolué (Tableau 2). Au sein des **marques nationales**, entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2) et entre les 2 suivis les plus éloignés 2009 et 2017 (T0-T2), la proportion de Spécialités de fruits sans sucres ajoutés augmente (respectivement +8 points et +9 points) au détriment des Purées de fruits (respectivement -5 points et -8 points). Concernant les **marques de distributeurs**, entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2) et entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2), la proportion de Spécialités de fruits augmente (respectivement +6 points et +7 points). Une diminution de -5 points est également observée entre les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2010 à 2017) pour les Desserts de fruits. A noter que sur le plus long terme (T0-T2 : 2009 à 2017), l'augmentation de la proportion de Spécialités de fruits s'accompagne d'une augmentation de la proportion de Spécialités de fruits sans sucres ajoutés (+8 points) et d'une diminution de la proportion de Compotes allégées (-10 points). Les **marques de distributeurs entrée de gamme** se caractérisent par l'offre la moins diversifiée avec une concentration sur les Compotes allégées pour les 3 années de suivi, s'accroissant en 2017 (+9 points entre 2010 et 2017 ; +35 points entre 2009 et 2017) au détriment des Compotes et des Desserts de fruits (-5 points entre 2010 et 2017 pour ces 2 familles). Au sein des produits issus du **hard discount**, entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2), la proportion de Compotes diminue (-8 points) au profit des Desserts de fruits et des Compotes allégées (+6 points pour les 2 familles). A noter que la diminution de la proportion des Compotes s'observe également sur le plus long terme entre 2009 et 2017 (T0-T2 ; -12 points).

Tableau 2 : Evolution de l'offre alimentaire par segment de marché et famille de produits en nombre de références, pour le secteur des Compotes entre les 2 derniers suivis (2010 et 2017) et sur le plus long terme (2009-2017) : proportion par famille des références recueillies en 2017 pour un segment donné/tous segments confondus, proportion par segment des références recueillies en 2017 pour une famille donnée/toutes familles confondues ; et évolutions en points.

Segment de marché / Famille de produits	Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard discount			Distributeurs spécialisés biologiques			Répartition des familles tous segments de marché confondus		
	2017 (n=245) T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2017 (n=245) T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2017 (n=245) T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2017 (n=245) T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2017 (n=245) T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2017 (n=245) T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)
compotes	5%	-0,4	+0,3	4%	-2	-4	4%	-5	-33	6%	-8	-12	2%			4%	-2	-4
desserts de fruits	15%	+0,3	-1	13%	-5	-4	4%	-5	-2	19%	+6	+3	0%			13%	-2	-2
compotes allégées	12%	-3	-4	26%	+1	-10	91%	+9	+35	45%	+6	+4	2%			23%	-2	-4
purees de fruits	15%	-5	-8	29%	-3	+3	0%	+0	+0	14%	-3	+4	89%			24%	-0	+3
specialites de fruits	28%	+0,4	+3	15%	+6	+7	0%	+0	+0	15%	+4	+1	7%			19%	+3	+2
specialites de fruits sans sucres ajoutés	26%	+8	+9	13%	+2	+8	0%	+0	+0	1%	-4	-1	0%			16%	+3	+5
Répartition des segments toutes familles confondues	37%	-2	-14	48%	+0	+13	2%	-1	-1	9%	-2	-2	5%	+5	+5	100%		

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années inférieur ou égal à 2

Case en vert : variations supérieures ou égales à 5 points entre les pourcentages des 2 années

Cases grisées : correspondent à la répartition des familles tous segments de marché confondues ou à la répartition des segments de marché toutes familles confondues

Un renouvellement important de l'offre est à souligner entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2 ; Figure 1), avec :

- aucun produit identique⁶ entre 2010 et 2017 ;
- 34% des produits de 2017 modifiés⁷ (n=331) correspondant à 53% des volumes de vente des produits Oqali récoltés en 2017 et associés à un volume de vente (d'après les données Kantar - Panel Worldpanel⁸) ;
- 66% des produits de 2017 ajoutés⁹ (n=641) correspondant à 47% des volumes de vente des produits Oqali récoltés en 2017 et associés à un volume de vente⁸ ;
- 50% des produits de 2010 retirés¹⁰ (n=325) correspondant à 29% des volumes de vente des produits Oqali récoltés en 2010 et associés à un volume de vente⁸.

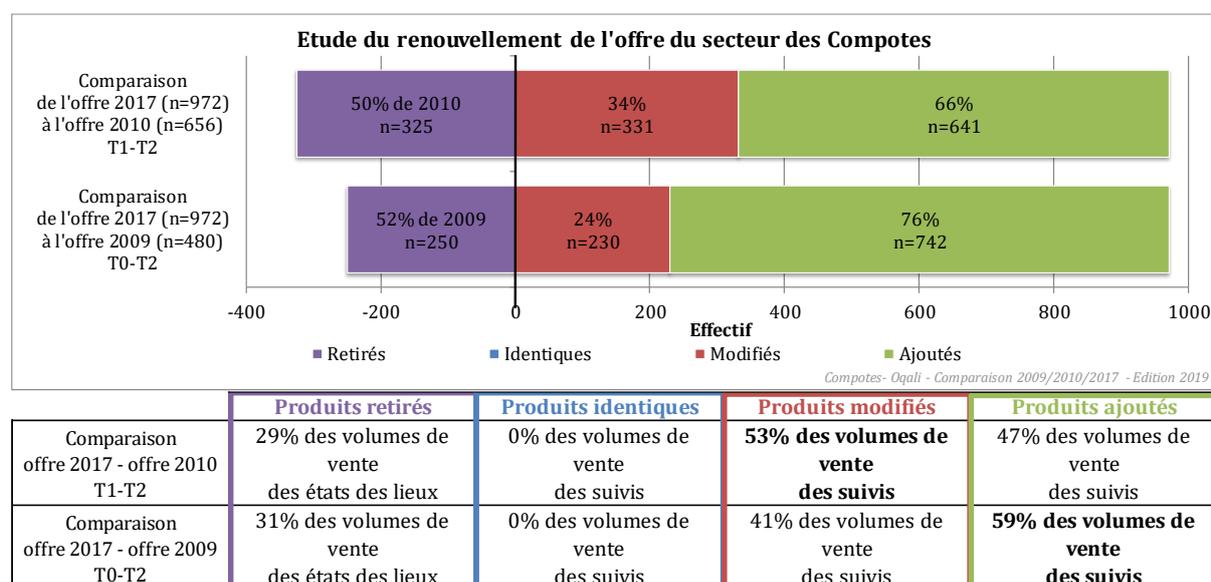


Figure 1 : Etude du renouvellement de l'offre du secteur des Compotes : comparaison des offres 2017-2010, 2017-2009 et classement en produits identiques, modifiés, ajoutés et retirés, en nombre de références et en volume (pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente d'après les données Kantar - Panel Worldpanel).

Entre 2010 et 2017 (T1-T2), les modifications les plus fréquemment retrouvées portent sur le groupe nutritionnel¹¹ (n=331 ; 100% des produits modifiés entre 2010 et 2017),

⁶ Produits présents sur le marché à la fois en 2010 et en 2017, et semblables en tous points.

⁷ Produits présents sur le marché en 2010 et également en 2017 mais dans une version évoluée, impliquant au moins un changement de l'emballage et/ou de la composition.

⁸ A noter que l'ensemble des produits recueillis par l'Oqali n'ont pas pu être attribués à une ligne de la base communiquée par Kantar - Panel Worldpanel.

⁹ Produits captés par l'Oqali en 2017 mais pas en 2010 (innovations ou extensions de gamme : nouvelle recette par exemple, et produits non captés par l'Oqali en 2010).

¹⁰ Produits captés par l'Oqali en 2010 mais pas en 2017 (produits retirés du marché entre 2010 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2010).

¹¹ Correspond à l'étiquetage nutritionnel ou déclaration nutritionnelle : obligatoire à partir de décembre 2014, conformément au règlement (UE) n° 1169/2011, l'étiquetage nutritionnel inclut la valeur énergétique et les teneurs en matières grasses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines et sel (« groupe INCO » dans les rapports publiés par l'Oqali) et peut être complété par l'indication des quantités d'un ou de plusieurs éléments nutritionnels (« groupe INCO + »). Pour les produits commercialisés avant décembre 2014, l'étiquetage nutritionnel se définit comme toute information apparaissant sur l'étiquette relative à la valeur énergétique et aux nutriments suivants : protéines,

les valeurs nutritionnelles (n=325 ; 98%) et sur les ingrédients (n=314 ; 95%). Les évolutions de groupes d'étiquetage nutritionnel, mais aussi d'étiquetage des ingrédients (allergènes) et des valeurs nutritionnelles (mises à jour), sont à mettre en relation avec la mise en application en décembre 2014 du règlement « INCO » et avec les refontes d'emballage effectuées à cette occasion. A l'inverse, les modifications les moins fréquentes entre 2010 et 2017 (T1-T2) portent sur les allégations de santé (n=2 ; 1%) et le poids d'une unité (n=15 ; 5%).

4. EVOLUTION DES PARAMETRES D'ETIQUETAGE

En termes d'informations disponibles sur les emballages (Tableau 3), aucune évolution significative n'est observée sur les 2 derniers suivis (T1-T2 : 2010 à 2017), en revanche, des évolutions significatives de la présence de certains paramètres d'étiquetage sont constatées sur le plus long terme (T0-T2 : 2009 à 2017) :

- **Une augmentation significative de la présence de valeurs nutritionnelles à la portion est observée entre 2009 (T0) et 2017 (T2) (+8 points)**, principalement portée, au niveau des familles, par les Spécialités de fruits (+13 points) ainsi que les Desserts de fruits (+12 points), et au niveau des segments, par les marques de distributeurs (+9 points). Entre 2010 (T1) et 2017 (T2), une augmentation est également observée mais sans être significative, globalement portée par les Spécialités de fruits (+12 points) et les produits de marques de distributeurs (+7 points).
- **Une augmentation significative de la présence de portion indiquée est observée entre 2009 (T0) et 2017 (T2) (+6 points)**. Celle-ci est principalement portée par les familles Spécialités de fruits (+19 points) et Spécialités de fruits sans sucres ajoutés (+13 points). La présence de portion indiquée augmente de façon non significative entre 2010 (T1 ; 80%) et 2017 (T2 ; 81%), ce qui s'explique par des évolutions en sens contraires au sein des familles. **Au niveau du secteur, les tailles les plus fréquentes de portions indiquées sont de 100g et 90g pour les 3 années de suivi** (96% des produits du secteur présentant une taille de portion indiquée en 2017). **Une augmentation significative de la part des produits présentant une portion indiquée de 90g, correspondant aux produits de format gourde, est observée au détriment notamment de la part de produits avec une portion indiquée de 100g, sur le plus long terme (T0-T2 : 2009-2017)**. Par ailleurs, en se plaçant au niveau des produits appariés¹² mentionnant une taille de portion indiquée les 2 années de suivi (2010-2017 : n=228 ; 2009-2017 : n=150), il apparaît que la taille de cette portion reste le plus souvent identique. Les évolutions de taille sont très ponctuelles, à la hausse ou à la baisse, et peuvent être expliquées uniquement référence par référence.
- **Une augmentation significative de la présence de repère nutritionnel est observée entre 2009 (T0) et 2017 (T2) (+16 points)**. Cette augmentation est principalement

glucides, lipides, fibres alimentaires, sodium, vitamines et sels minéraux (selon les informations disponibles, le groupe varie : « groupe 0 », « groupe 0+ », « groupe 1 », « groupe 1+ », « groupe 2 », « groupe 2+ »). Les définitions détaillées de ces groupes nutritionnels sont disponibles dans le lexique en Annexe 1 du rapport détaillé *Etude du secteur des Compotes – Oqali – Comparaison 2009/2010/2017 – Edition 2019*, disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>.

¹² Produits présents à la fois l'année A et l'année B sous une forme identique ou modifiée.

portée par les familles de Compotes allégées (+22 points), Spécialités de fruits (+21 points) ainsi que Spécialités de fruits sans sucres ajoutés (+30 points) et au niveau des segments, par les marques nationales (+17 points) et les produits issus du hard discount (+27 points). Entre 2010 (T1) et 2017 (T2), la présence de repère nutritionnel reste stable (+0,04 point ; 37%), s'expliquant notamment par des évolutions en sens contraires au niveau des familles et des segments, avec une augmentation significative pour les Spécialités de fruits (+12 points) ainsi que pour les marques nationales (+11 points) et une diminution significative pour les Purées de fruits (-16 points) et les marques de distributeurs (-7 points).

- **Une diminution significative de la présence des allégations de santé est observée entre 2009 (T0) et 2017 (T2) (-5 points), déjà peu présentes à l'échelle du secteur (2009 : 5% ; 2010 : 1%) et disparaissant en 2017 (T2) :** elles étaient mises en œuvre essentiellement par les marques nationales et portaient principalement sur le lien entre les fibres et le système digestif.

Les fréquences de présence des allégations nutritionnelles restent stables entre 2009, 2010 et 2017 (respectivement 74%, 73% et 72%) : elles portent principalement sur les sucres (réduction de la teneur en sucres, le caractère sans sucres ajoutés) pour les 3 années de suivi. Des allégations nutritionnelles portant sur les vitamines et minéraux sont observées en 2009 (T0), 2010 (T1) et dans une moindre mesure en 2017 (T2).

Tableau 3 : Evolution des fréquences de présence de paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Compotes en 2009, 2010 et 2017, pour l'ensemble du secteur, par famille de produits et par segment de marché.

	Allégation nutritionnelle					Allégation de santé					Repère nutritionnel					Portion indiquée					Valeurs nutritionnelles à la portion				
	2009 T0	2010 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2010 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2010 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2010 T1	2017 T2	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)	2009 T0	2010 T1	2017 (T2)	Delta T1-T2 (7 ans)	Delta T0-T2 (8 ans)
Ensemble des produits du secteur																									
Secteur (T0 : n=480 ; T1 : n=656 ; T2 : n=972)	74%	73%	72%	-1	-2	5%	1%	0%	-1	-5***	21%	37%	37%	+0,04	+16***	75%	80%	81%	+2	+6**	65%	71%	74%	+3	+8**
Famille de produits																									
compotes (T0 : n=39 ; T1 : n=43 ; T2 : n=43)	13%	12%	0%	-12	-13	3%	2%	0%	-2	-3	13%	12%	21%	+9	+8	46%	35%	30%	-5	-16	44%	33%	30%	-2	-13
desserts de fruits (T0 : n=75 ; T1 : n=102 ; T2 : n=128)	37%	30%	16%	-15**	-22***	0%	0%	0%	+0	+0	32%	37%	41%	+3	+9	87%	90%	94%	+4	+7	81%	86%	94%	+7	+12**
compotes allégées (T0 : n=130 ; T1 : n=162 ; T2 : n=225)	100%	100%	100%	+0	+0	8%	1%	0%	-1	-8	22%	36%	44%	+8	+22***	82%	85%	87%	+2	+4	70%	74%	77%	+3	+7
purées de fruits (T0 : n=104 ; T1 : n=161 ; T2 : n=238)	99%	98%	99,6%	+1	+1	4%	0%	0%	+0	-4	23%	46%	30%	-16**	+7	80%	84%	76%	-8*	-4	65%	78%	72%	-6	+6
specialités de fruits (T0 : n=81 ; T1 : n=106 ; T2 : n=185)	47%	38%	35%	-3	-12	6%	3%	0%	-3	-6	16%	25%	37%	+12*	+21***	64%	64%	83%	+19***	+19***	59%	60%	72%	+12*	+13*
specialités de fruits sans sucres ajoutés (T0 : n=51 ; T1 : n=82 ; T2 : n=153)	98%	99%	100%	+1	+2	2%	4%	0%	-4	-2	10%	50%	40%	-10	+30***	71%	90%	84%	-7	+13*	57%	65%	69%	+4	+12
Segment de marché																									
Marques nationales (T0 : n=245 ; T1 : n=252 ; T2 : n=357)	77%	74%	61%	-13***	-16***	9%	2%	0%	-2	-9***	0%	6%	17%	+11***	+17***	67%	69%	67%	-2	+1	53%	53%	50%	-3	-3
Marques de distributeurs (T0 : n=168 ; T1 : n=311 ; T2 : n=462)	74%	71%	79%	+8**	+5	0%	1%	0%	-1	+0	50%	60%	53%	-7*	+3	90%	90%	94%	+4*	+4	83%	86%	92%	+7**	+9***
Marques de distributeurs entrée de gamme (T0 : n=16 ; T1 : n=22 ; T2 : n=23)	56%	82%	91%	+9	+35	0%	0%	0%	+0	+0	6%	18%	22%	+4	+15	56%	55%	70%	+15	+13	56%	55%	70%	+15	+13
Hard discount (T0 : n=51 ; T1 : n=71 ; T2 : n=86)	65%	73%	66%	-7	+2	0%	0%	0%	+0	+0	27%	48%	55%	+7	+27**	75%	80%	86%	+6	+12	69%	75%	83%	+8	+14
Distributeurs spécialisés biologiques (T0 : n=0 ; T1 : n=0 ; T2 : n=44)			89%					0%					0%					61%					55%		

Case en violet : diminution significative de la présence du paramètre entre les 2 années (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001) d'après le test du chi-2 réalisé
Case en orange : augmentation significative de la présence du paramètre entre les 2 années (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001) d'après le test du chi-2 réalisé
Chiffres grisés : effectifs d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2
Case vide : aucun produit collecté l'année considérée / delta non calculé car aucun produit n'a été collecté sur au moins 1 des 2 années considérées

5. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES MOYENNES

L'étude des valeurs nutritionnelles moyennes (pour 100g) par famille, avec et sans pondération par les parts de marché¹³ a été réalisée pour les sucres entre **les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2) et les 2 suivis les plus éloignés 2009 et 2017 (T0-T2)** (Tableau 4).

Elle met en évidence pour les 6 familles étudiées :

- au niveau de l'offre par famille **non pondérée** par les parts de marché, **des diminutions significatives** de la teneur moyenne en sucres :
 - à la fois sur les 2 derniers suivis (2010-2017 ; T1-T2) et sur les 2 suivis les plus éloignés (2009-2017 ; T0-T2) pour les familles **Desserts de fruits** (respectivement -1g/100g soit -3% et -1g/100g soit -5%) et **Compotes allégées** (respectivement -1g/100g soit -4% et -1g/100g soit -6%) ;
 - uniquement sur les 2 derniers suivis (2010-2017 ; T1-T2) pour la famille **Purées de fruits** (-0,5g/100g soit -4%) ;
 - uniquement sur les 2 suivis les plus éloignés (2009-2017 ; T0-T2) pour la famille **Compotes** (-2g/100g soit -9%) ;
- au niveau de l'ensemble de l'offre par famille **pondérée** par les parts de marché, **des diminutions significatives** de la teneur moyenne en sucres :
 - à la fois sur les 2 derniers suivis et sur les 2 suivis les plus éloignés pour la famille **Compotes allégées** (respectivement -0,3g/100g soit -2% et -1g/100g soit -5%) ;
 - uniquement sur les 2 suivis les plus éloignés (2009-2017 ; T0-T2) pour la famille **Purées de fruits** (-1g/100g soit -5%).

¹³ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française).

Tableau 4 : Récapitulatif des taux d'évolution des teneurs moyennes par famille en sucres entre les 2 derniers suivis (2010 et 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (2009 et 2017), avec et sans pondération par les parts de marché, au sein du secteur des Compotes étudié.

Evolutions des teneurs moyennes par famille entre 2009 (T0), 2010 (T1) et 2017 (T2)		Sucres (g/100g)		
		2017 (T2) Moyenne	T1-T2 (7 ans)	T0-T2 (8 ans)
Ensemble des références				
compotes	TOUS PRODUITS	23,4	-7%	-9%*
	<i>TOUS PRODUITS PONDERES¹</i>	24,7	+3%	+4%
desserts de fruits	TOUS PRODUITS	17,2	-3%***	-5%***
	<i>TOUS PRODUITS PONDERES¹</i>	17,7	-1%	-3%
compotes allégées	TOUS PRODUITS	14,0	-4%***	-6%***
	<i>TOUS PRODUITS PONDERES¹</i>	13,9	-2%***	-5%***
purées de fruits	TOUS PRODUITS	11,3	-4%*	-3%
	<i>TOUS PRODUITS PONDERES¹</i>	11,4	-2%	-5%*
spécialités de fruits	TOUS PRODUITS	16,0	-1%	+2%
	<i>TOUS PRODUITS PONDERES¹</i>	15,9	-2%	-1%
spécialités de fruits sans sucres ajoutés	TOUS PRODUITS	11,4	-0,5%	-3%
	<i>TOUS PRODUITS PONDERES¹</i>	11,5	+4%	-1%

¹ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Tests statistiques effectués : test de Wilcoxon-Mann-Whitney pour les données non pondérées, test de Student pour les données pondérées

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2

Case pointillée : non étudié

Le Tableau 5 récapitule les différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2) et entre les 2 suivis les plus éloignés 2009 et 2017 (T0-T2) au sein du secteur des Compotes étudié pour les familles d'intérêts.

Tableau 5 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre les 2 derniers suivis (2010 et 2017) et les 2 suivis les plus éloignés (2009 et 2017) au sein du secteur des Compotes étudié.

<i>Evolutions des teneurs moyennes par famille entre les 2 derniers suivis de 2010 et 2017 (T1-T2) et entre les 2 suivis les plus éloignés de 2009 et 2017 (T0-T2)</i>			Sucres (g/100g)				
			2017 T2	Différences moyennes			
				T1-T2 (7 ans)		T0-T2 (8 ans)	
			Moy	g/100g	%	g/100g	%
Compotes							
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre	23,4	-2	-7%	-2*	-9%
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché ¹	24,7	+1	+3%	+1	+4%
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	24,5	-0,03	-0,1%		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	22,7	-3*	-10%		
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	23,4	-3	-12%		
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	22,7	-4	-14%		
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2	24,1			-0,5	-2%
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2	22,8			-3**	-12%
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2	23,4			-4	-16%
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2	22,8			-5	-18%
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN	23,3	-6**	-20%	-7**	-24%
		MDD	23,3	+0,4	+2%	+0,3	+1%
		MDDeg	26,0	+2	+8%	+2	+8%
		HD	24,1	+1	+4%	+0,5	+2%
		DSbio	19,9				
Desserts de fruits							
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre	17,2	-1***	-3%	-1***	-5%
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché ¹	17,7	-0,2	-1%	-1	-3%
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	17,4	-0,2	-1%		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	17,0	-1***	-4%		
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	17,2	-0,4*	-3%		
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	17,0	-1**	-3%		
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2	17,8			-0,2	-1%
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2	16,9			-1***	-7%
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2	17,2			-1**	-6%
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2	16,9			-1***	-8%
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN	17,7	-0,4	-2%	-2**	-9%
		MDD	16,8	-1**	-4%	-1*	-4%
		MDDeg	20,0	+1	+5%	+1	+5%
		HD	17,0	-1	-3%	-1	-3%
		DSbio					
Compotes allégées							
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre	14,0	-1***	-4%	-1***	-6%
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché ¹	13,9	-0,3***	-2%	-1***	-5%
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	13,9	-1***	-5%		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	14,0	-1***	-4%		
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	14,0	-0,5***	-3%		
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	14,0	-0,4**	-3%		
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2	13,9			-1***	-7%
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2	14,0			-1***	-5%
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2	14,0			-1***	-5%
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2	14,0			-1***	-5%
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN	14,1	-0,1	-1%	-1**	-4%
		MDD	14,0	-1***	-5%	-1***	-6%
		MDDeg	13,9	-1	-5%	-2***	-11%
		HD	13,9	-1*	-4%	-1**	-6%
		DSbio	14,3				

Evolutions des teneurs moyennes par famille entre les 2 derniers suivis de 2010 et 2017 (T1-T2) et entre les 2 suivis les plus éloignés de 2009 et 2017 (T0-T2)			Sucres (g/100g)				
			2017 T2	Différences moyennes			
				T1-T2 (7 ans)		T0-T2 (8 ans)	
			Moy	g/100g	%	g/100g	%
Purées de fruits							
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre	11,3	-0,5*	-4%	-0,4	-3%
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché ¹	11,4	-0,2	-2%	-1*	-5%
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	11,6	-0,2	-2%		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	11,2	-1**	-5%		
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	11,3	-0,5*	-4%		
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	11,2	-1*	-5%		
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2	11,7			-0,3*	-3%
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2	11,2			-0,4*	-4%
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2	11,3			-0,4	-3%
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2	11,2			-0,4*	-4%
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN	11,2	-1**	-9%	-1**	-7%
		MDD	11,3	-0,1	-1%	+0,02	+0,2%
		MDDeg					
		HD	11,9	+0,4	+3%	+1	+10%
		DSbio	11,1				
Spécialités de fruits							
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre	16,0	-0,1	-1%	+0,3	+2%
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché ¹	15,9	-0,4	-2%	-0,1	-1%
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	15,7	-1***	-6%		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	16,2	+0,04	+0,3%		
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	16,0	+0,2	+1%		
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	16,2	+0,3	+2%		
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2	15,2			-1	-8%
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2	16,1			+0,4	+3%
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2	16,0			+1	+5%
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2	16,1			+1	+6%
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN	16,0	+1	+5%	+1	+4%
		MDD	15,7	-2**	-11%	+0,2	+1%
		MDDeg					
		HD	17,1	+0,4	+2%	-1	-5%
		DSbio	16,1				
Spécialités de fruits sans sucres ajoutés							
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre	11,4	-0,1	-0,5%	-0,4	-3%
TOUS PRODUITS PONDERES		Ensemble de l'offre avec pondération par les parts de marché ¹	11,5	+0,4	+4%	-0,1	-1%
T1-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T1-T2	11,1	-0,3	-3%		
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T1 vs références Ajoutées T1-T2	11,5	+0,1	+1%		
		Références Retirées T1-T2 vs Offre T2	11,4	-0,2	-1%		
		Références Retirées T1-T2 vs Ajoutées T1-T2	11,5	-0,1	-0,5%		
T0-T2	REFORMULATIONS	Produits appariés T0-T2	11,1			+0,3	+3%
	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2	11,5			-0,3	-3%
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2	11,4			-1*	-7%
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2	11,5			-1	-6%
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		MN	11,6	-0,2	-2%	-0,2	-2%
		MDD	11,1	+0,1	+1%	-0,1	-0,5%
		MDDeg					
		HD	10,0	-2	-15%	-4	-29%
		DSbio					

¹ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

Moy=Moyenne ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Tests statistiques effectués : test de Wilcoxon-Mann-Whitney pour les données non pondérées, test des rangs signés de Wilcoxon pour les données appariées non pondérées, test de Student pour les données pondérées

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2

Case en pointillés : non étudié

Case vide pour les segments de marché : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées

6. TRAITEMENTS SUPPLEMENTAIRES : ETUDE DE L'EVOLUTION DE LA TENEUR EN SUCRES DES PRODUITS APPARIES

La classification du secteur des « compotes » utilisée se base principalement sur la teneur en sucres, selon les définitions du code des usages¹⁴, pour distinguer les différentes familles de produits. Ainsi, une reformulation portant sur la teneur en sucres d'un produit (à la hausse ou à la baisse) peut entraîner un changement de famille entre les 2 suivis considérés, selon l'importance de la reformulation. Il est également à noter que l'ajout d'ingrédients tels que du jus concentré de fruits, du lait, des céréales, des arômes (naturels ou artificiels) induit également un changement de famille.

Au sein de l'ensemble des produits appariés¹⁵ considérés dans le secteur des Compotes, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observées entre les 2 derniers suivis 2010 et 2017 (T1-T2 ; -1g/100g soit -5% par rapport à la teneur initiale), également retrouvée entre les 2 suivis les plus éloignés (T0-T2 : 2009 à 2017 ; -1g/100g soit-6%). Ces diminutions peuvent en partie s'expliquer par les reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en sucres observées au niveau des 60 couples de produits appariés ayant changé de famille en 2010 et/ou en 2017 (diminutions significatives de -2g/100g soit -13% entre 2010 et 2017 ainsi qu'entre 2009 et 2017). En effet, au sein des produits appariés changeant de famille en 2010 et/ou en 2017 et présentant une teneur en sucres parmi les plus élevées de 2009, les teneurs en sucres de 2010 restent globalement stables puis diminuent en 2017, allant jusqu'à une teneur en sucres baissant de 12,6g/100g. Quelques diminutions sont également observées dès 2010.

La moitié des changements de familles observés, toutes années confondues, concernent :

- des produits de la famille Purées de fruits évoluant en Spécialités de fruits sans sucres ajoutés et inversement de Spécialités de fruits sans sucres ajoutés en Purées de fruits, par reformulation portant sur, respectivement, l'ajout ou le retrait d'ingrédients tels que du jus concentré de fruits, du lait, des céréales, des arômes (naturels ou artificiels)) ;
- des produits de la famille Desserts de fruits évoluant en Compotes allégées, par reformulation sur les quantités de sucres ajoutés dans les produits.

¹⁴ FIAC (septembre 2017). Catalogue des produits transformés à base de fruits.

¹⁵ Produits existant sur le marché les 2 années d'étude considérées et présentant également une teneur étiquetée pour les sucres chacune de ces 2 années.

Pour conclure, cette étude met en évidence des diminutions de teneurs en sucres expliquées par l'utilisation de plusieurs leviers :

- **évolution de l'offre au sein du secteur** avec une proportion de produits (en nombre de références) sans sucres ajoutés qui augmente au détriment de celle des produits sucrés ;
- **renouvellement de l'offre au sein des familles de produits** avec, globalement, des produits « Ajoutés »¹⁶ présentant des teneurs moyennes en sucres plus faibles que les produits « Retirés »¹⁷ ;
- **des reformulations de produits** allant dans le sens d'une diminution des teneurs en sucres pouvant résulter d'une diminution de la quantité de sucre mise en œuvre dans le produit (les plus fortes diminutions pouvant entraîner des changements de familles, notamment vers des familles caractérisées par des teneurs en sucres plus faibles).

L'ensemble des résultats de l'étude est présenté dans le rapport détaillé *Etude du secteur des Compotes – Oqali – Comparaison 2009/2010/2017 – Edition 2019*¹⁸.

¹⁶ innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2010

¹⁷ Produits retirés du marché entre 2010 et 2017 ou non captés par l'Oqali en 2017

¹⁸ Disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>.