



Déploiement du Nutri-Score : analyse à partir des données transmises à l'Oqali

Paris

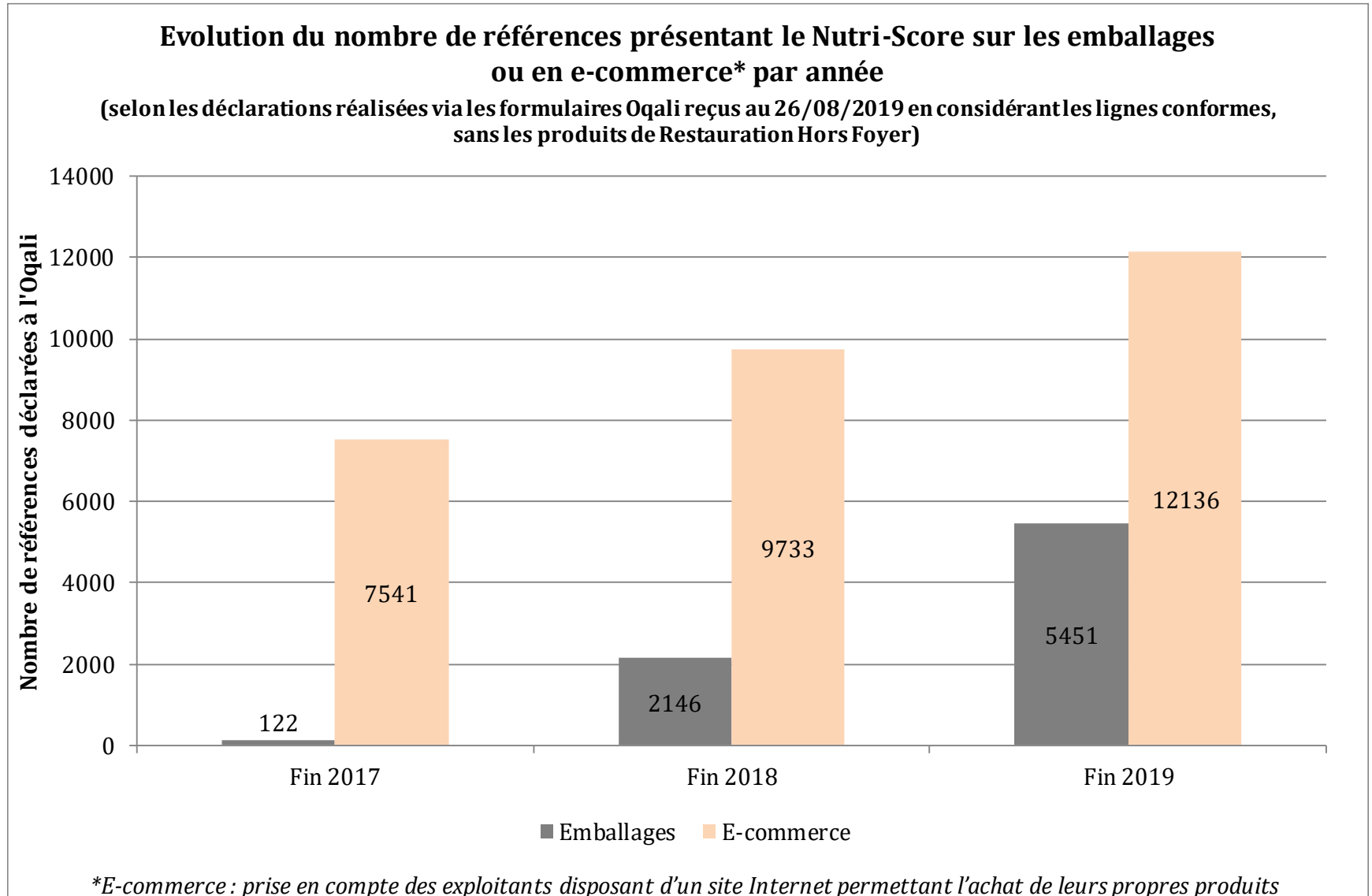
20 septembre 2019

Introduction et contexte

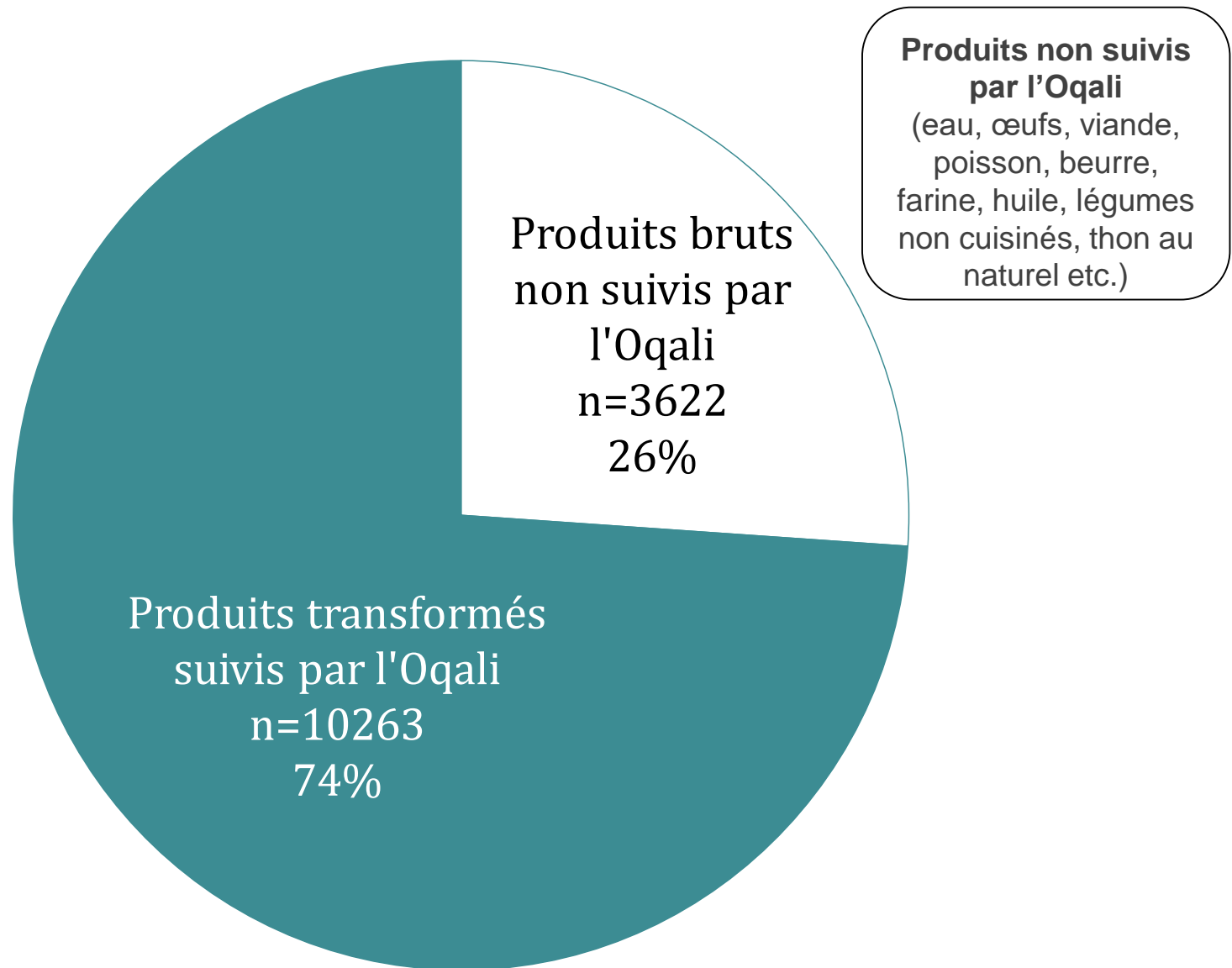
- **L'Oqali** a été créé en 2008 par les ministères en charge de l'agriculture, de la santé et de la consommation
 - Géré **conjointement par l'Anses et l'INRA**
 - Défini depuis novembre 2018 comme **l'Observatoire de l'alimentation** (loi EGALIM)
 - Assure un suivi global de la qualité nutritionnelle de l'offre alimentaire
 - Sur la base de plus de 60 000 références produits répertoriées, qui couvrent la quasi-totalité des catégories d'aliments, l'Oqali publie de manière périodique des études de référence : par secteur de produits (barres céréalières, produits transformés à base de pomme de terre, ...) et par thèmes transversaux (allergènes, bilan des évolutions de l'offre alimentaire ...) : <https://www.oqali.fr/>
- **L'Oqali est responsable du suivi du déploiement du Nutri-Score** (arrêté du 31 octobre 2017)
 - Les exploitants qui s'engagent doivent fournir à l'Oqali les informations nécessaires au suivi du déploiement du dispositif (Annexe 4 disponible sur le site de Santé publique France)
- **Bilan des données reçues** : au 26/08/2019, **93 formulaires reçus sur les 178 exploitants inscrits sur le site de Santé publique France** (48% n'ont pas encore transmis de formulaire)
- **Données prises en compte dans les indicateurs présentés**
 - Intégration des lignes respectant les consignes de transmission des données
 - Exclusion des produits vendus en restauration hors foyer (selon les déclarations des exploitants)
 - 13 885 références

Nombre de références par année

- **Augmentation du nombre de références présentant le Nutri-Score**, sur les emballages et sur les sites de vente en ligne (e-commerce)

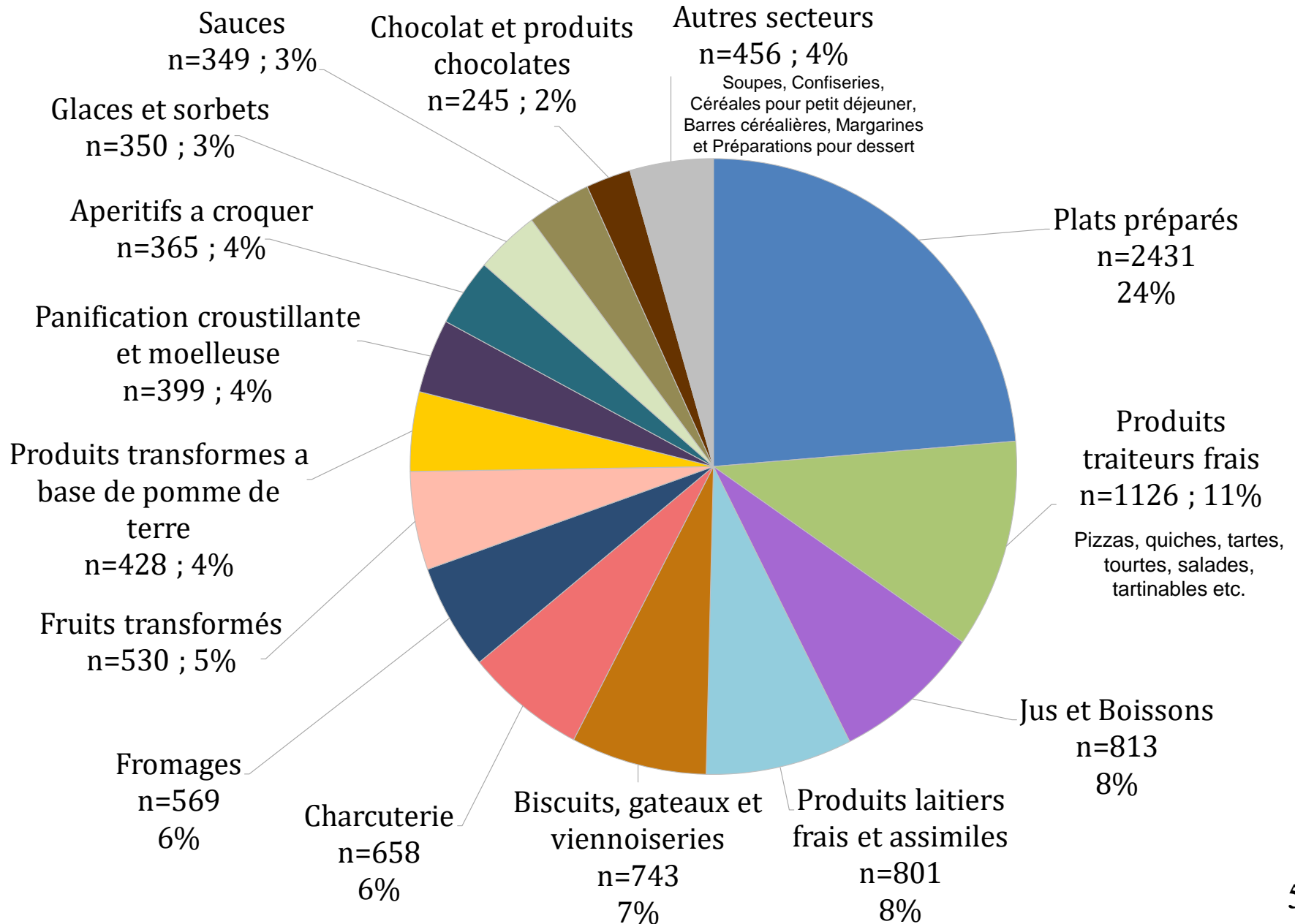


Répartition des références apposant le Nutri-Score



Répartition des références apposant le Nutri-Score

➤ Références avec Nutri-Score **présentes dans tous les secteurs d'aliments transformés**

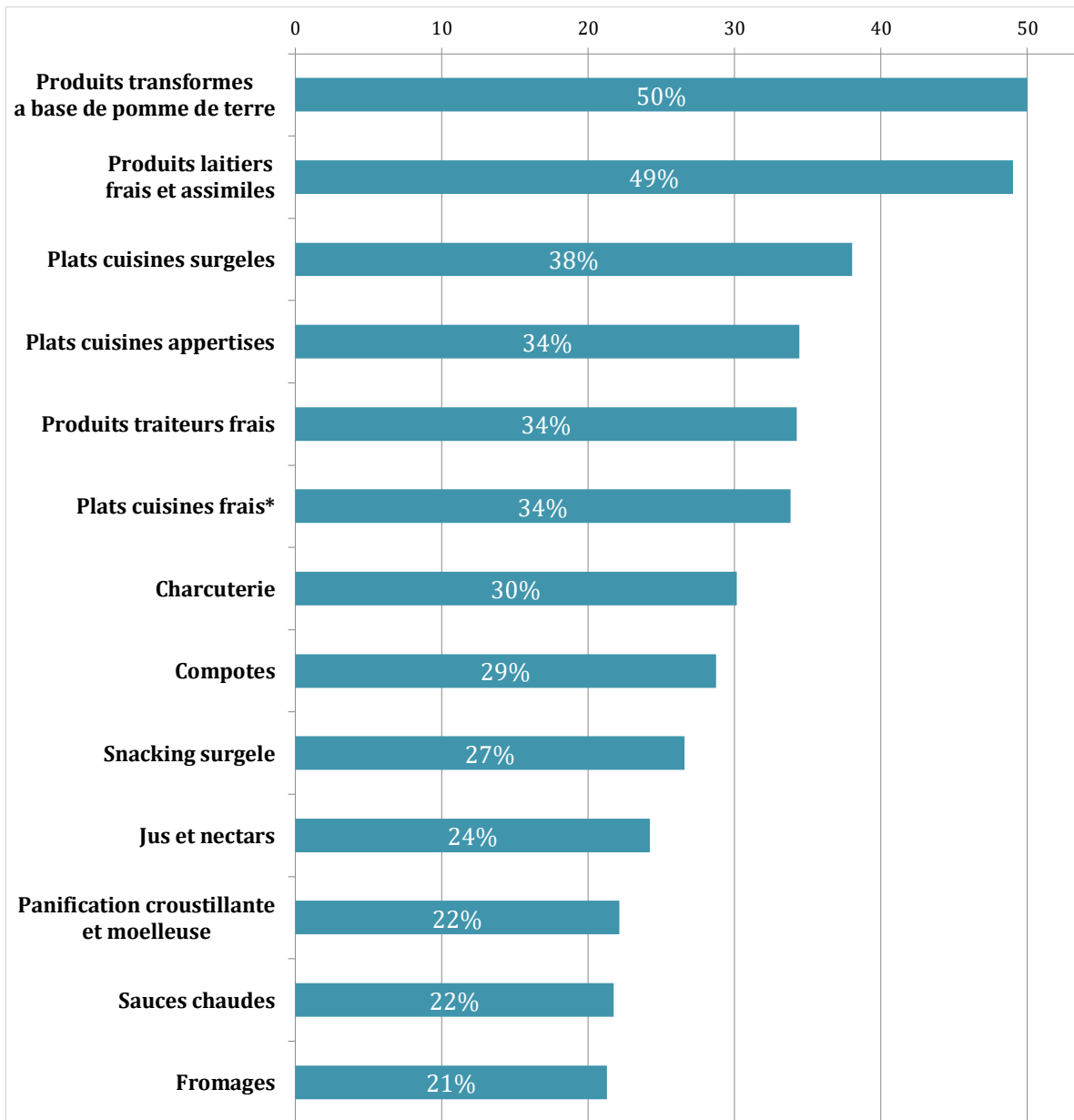


Estimation des parts de marché des exploitants engagés

➤ La part des marques engagées dans la démarche représente environ 25% des volumes de vente des aliments transformés suivis par l'Oqali

➤ Pour 13 secteurs, les parts de marché des exploitants engagés sont supérieures à 20%

➤ Les parts de marché des exploitants engagés sont les plus faibles pour : les Préparations pour desserts (2%), les Chocolats et produits chocolatés (6%), les Bouillons et potages (7%), les Boissons rafraichissantes sans alcool (7%)

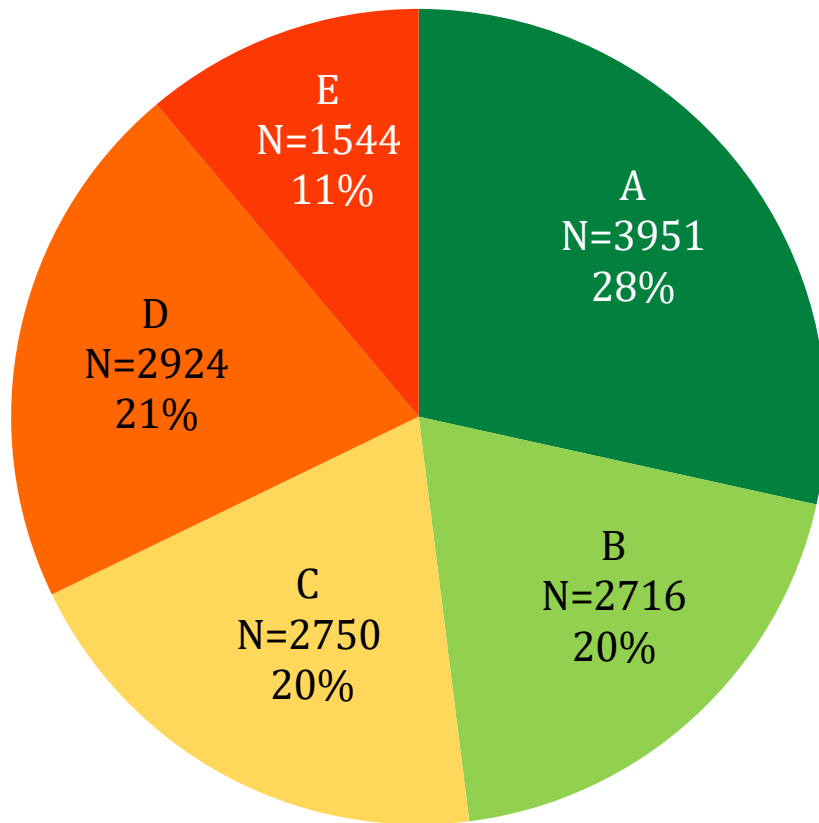


* : pour ce secteur, le périmètre des données Kantar Worldpanel n'a pas pu être ajusté à celui de l'Oqali en raison de la difficulté d'identification des produits à partir de descripteurs disponibles

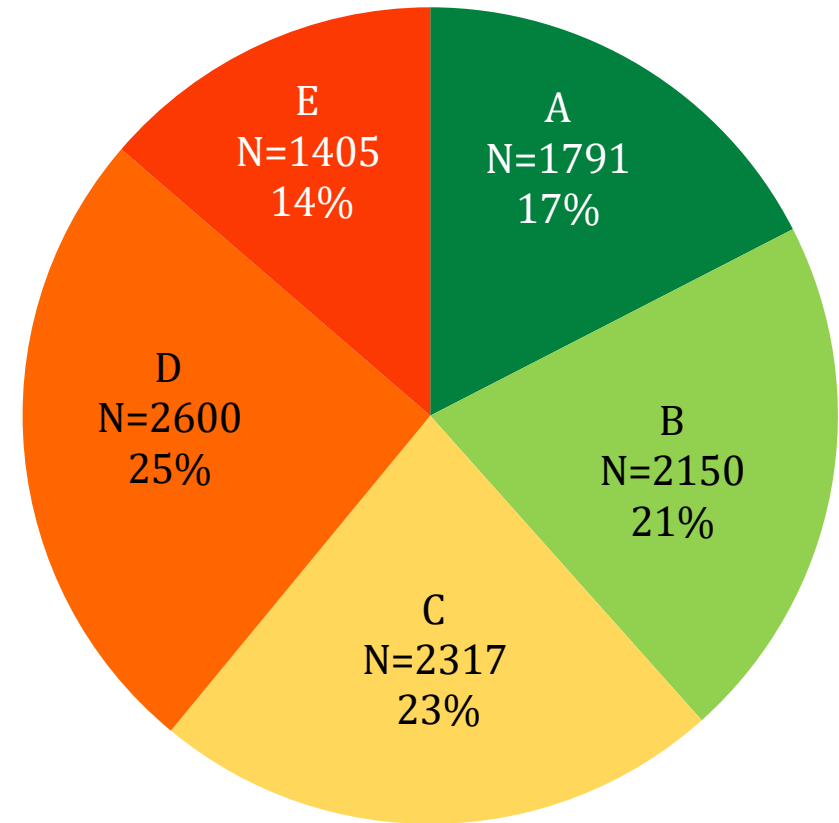
Répartition des références par classe de Nutri-Score

➤ Toutes les classes de Nutri-Score sont représentées

Produits bruts et produits transformés suivis par l'Oqali



Produits transformés suivis par l'Oqali



Emballages et e-commerce confondus

D'après les déclarations réalisées via les formulaires Oqali reçus au 26/08/2019, en considérant les lignes conformes, sans les produits de RHF et sans les dates d'apparition supérieures à 2019



Merci de votre attention

Nombre de références par secteur (1/2)

Secteur Oqali	Nombre de references TOTALES* (emballages et e-commerce)	Nombre d'exploitants /marques	Emballage _2017	Emballage _2018	Emballage _2019	E_commerce _2017	E_commerce _2018	E_commerce _2019
Aperitifs a croquer	365	6	0	9	46	272	319	355
Autres produits	3622	39	3	500	1605	1834	2436	3049
Barres cerealieres	43	3	0	5	7	33	42	43
Biscuits et gateaux industriels	662	8	0	87	138	498	617	661
Boissons Rafrachissantes Sans Alcool	351	4	1	42	93	260	314	351
Bouillons et potages	134	9	0	10	45	77	97	131
Cereales pour le petit dejeuner	103	8	0	6	17	70	91	101
Charcuterie	658	8	9	133	272	356	421	474
Chocolat et produits chocolates	245	5	0	9	37	196	216	245
Compotes	314	4	0	76	175	135	149	176
Confiseries	128	3	0	3	17	90	112	128
Confitures	148	5	0	37	56	77	92	104
Conserves de fruits	68	4	0	11	21	38	51	62
Fromages	569	4	0	27	79	460	522	552
Glaces et sorbets	350	4	0	28	38	189	235	350

Nombre de références par secteur (2/2)

Secteur Oqali	Nombre de références TOTALES* (emballages et e-commerce)	Nombre d'exploitants /marques	Emballage _2017	Emballage _2018	Emballage _2019	E_commerce _2017	E_commerce _2018	E_commerce _2019
Jus et nectars	367	3	0	40	95	293	336	367
Margarines	26	3	0	1	1	19	22	25
Panification croustillante et moelleuse	399	11	0	60	95	229	352	393
Plats cuisines appertises	509	14	0	164	290	194	308	347
Plats cuisines frais	816	16	73	316	547	304	404	546
Plats cuisines surgelés	805	11	0	81	353	235	351	726
Préparations pour desserts	22	2	0	1	9	9	14	22
Produits laitiers frais et assimilés	801	7	0	95	341	508	623	750
Produits traiteurs frais	1126	18	36	276	640	527	788	1006
Produits transformés à base de pomme de terre	428	10	0	75	227	148	242	421
Sauces chaudes	179	7	0	17	46	119	143	157
Sauces condimentaires	170	4	0	12	43	115	137	155
Sirops et boissons concentrées à diluer	95	2	0	1	8	87	88	95
Snacking surgelé	301	9	0	21	97	134	172	268
Viennoiseries et desserts surgelés	81	4	0	3	13	35	39	76
Total	13885	71	122	2146	5451	7541	9733	12136

Parts de marché des exploitants engagés par secteur Oqali

Secteur	Nombre d'exploitants/marques engagés retrouvés dans Kantar Worldpanel ¹ par secteur	Nombre d'exploitants/marques engagés non retrouvés dans Kantar Worldpanel ¹ par secteur	Part de marché ² des exploitants/marques engagés par secteur ³ (%)
Produits transformés à base de pomme de terre	8	2	50,0
Produits laitiers frais et assimilés	6	5	49,0
Plats cuisines surgelés	9	2	38,1
Plats cuisines appertisés	10	4	34,4
Produits traiteurs frais	15	8	34,3
Plats cuisines frais*	12	9	33,8
Charcuterie	6	3	30,1
Compotes	3	3	28,7
Snacking surgelé	8	1	26,6
Jus et nectars	3	0	24,2
Panification croustillante et moelleuse	6	5	22,1
Sauces chaudes	5	2	21,7
Fromages	3	1	21,3
Sirops et boissons concentrées à diluer	2	0	17,9
Conserves de fruits	2	2	16,4
Confitures	4	1	15,4
Sauces condimentaires	3	1	15,2
Aperitifs à croquer	3	4	14,7
Biscuits et gâteaux industriels	4	5	13,1
Barres céréalières	3	0	12,3
Glaces et sorbets	3	1	10,7
Viennoiseries et desserts surgelés	3	1	9,3
Margarines	3	0	8,9
Céréales pour le petit déjeuner	3	6	8,1
Boissons rafraîchissantes sans alcool	3	3	7,0
Bouillons et potages	3	8	6,6
Chocolat et produits chocolates	3	2	6,4
Préparations pour desserts	1	1	1,8
Confiseries	-	3	-

"-" : 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

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

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

³ 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