

OBSERVATOIRE DE LA QUALITÉ DE L'ALIMENTATION (Oqali)

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2009

Oqali

Observatoire
de la qualité
de l'alimentation



**OBSERVATOIRE DE LA
QUALITÉ DE
L'ALIMENTATION
(Oqali)**

**RAPPORT D'ACTIVITÉ
2009**

SOMMAIRE

1.	CONTEXTE.....	8
2.	POURSUITE DES ÉTUDES SECTORIELLES.....	9
3.	BILAN SUR LE SUIVI DES PRODUITS TRANSFORMÉS.....	11
4.	AXES D'ÉTUDES SUPPLÉMENTAIRES.....	13
4.1	Études de l'impact potentiel des chartes d'engagements.....	13
4.2	Autres études.....	14
5.	RÉALISATION DES ANALYSES NUTRITIONNELLES.....	15
6.	AVANCEMENT DE LA BASE DE DONNÉES DE L'OQALI.....	15
7.	DÉVELOPPEMENT D'OUTILS MÉTHODOLOGIQUES.....	15
8.	COMMUNICATION.....	16
8.1	Présentation de l'Oqali.....	16
8.2	Organisation du colloque de l'Oqali.....	17
9.	CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES.....	17

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 : Etude sectorielle sur les produits laitiers ultra-frais	18
Annexe 2 : Etude sectorielle sur le secteur des compotes	20
Annexe 3 : Etude sectorielle sur le secteur des confitures aux fruits	22
Annexe 4 : Etude sectorielle sur le secteur des conserves de fruits	24
Annexe 5 : Etude sectorielle sur le secteur des apéritifs à croquer	26
Annexe 6 : Etude sectorielle sur le secteur des chocolats et produits chocolatés.....	28
Annexe 7 : Etude sectorielle sur le secteur de la panification croustillante et moelleuse.....	30
Annexe 8 : Etude sectorielle sur le secteur des préparations pour desserts.....	32
Annexe 9 : Bilan sur les paramètres de l'étiquetage.....	34

LISTE DES SIGLES

Afssa : Agence française de sécurité sanitaire des aliments

AGS : acides gras saturés

ALISS : Alimentation et Sciences Sociales

CE : Commission Européenne

Ciqual : Centre d'information sur la qualité des aliments

cm : cœur de marché

DAP : desserts à préparer

eg : entrée de gamme

HD : hard discount

hg : haut de gamme

INCA 2 : Étude Individuelle Nationale des Consommations Alimentaires 2

INRA : Institut National de la Recherche Agronomique

MDD : marques de distributeurs

MN : marques nationales

PAC : prêts à cuisiner

PNNS : Programme National Nutrition Santé

1. CONTEXTE

L'**Observatoire de la qualité de l'alimentation (Oqali)**, prévu par le deuxième Programme national nutrition santé 2006-2010 (PNNS 2), a été créé en février 2008 par les ministères chargés de l'agriculture, de la santé et de la consommation.

La mise en œuvre de l'Oqali a été confiée à l'INRA (Institut National de la Recherche Agronomique) et à l'Afssa (Agence française de sécurité sanitaire des aliments). Sa mise en place fait suite aux résultats de l'étude de faisabilité, réalisée par l'unité ALISS (Alimentation et Sciences Sociales) de l'INRA et par l'unité Ciqal (Centre d'information sur la qualité des aliments) de l'Afssa, courant 2007 à la demande des trois ministères.

L'Observatoire a pour mission d'**exercer un suivi** global de l'offre alimentaire des produits transformés en mesurant l'évolution de leur qualité nutritionnelle (composition nutritionnelle, informations sur les étiquetages). Afin de s'assurer que les progrès réalisés bénéficient à l'ensemble des consommateurs, les données recueillies sur la qualité nutritionnelle des aliments sont analysées selon des paramètres socio-économiques (prix, segments de marché, volumes de vente). L'Observatoire travaille en collaboration avec les professionnels du secteur alimentaire afin de faciliter la collecte des données et de développer des indicateurs pertinents de suivi de l'offre. Ce fonctionnement renforce de manière pérenne l'approche partenariale développée par les pouvoirs publics pour inciter les filières agroalimentaires à aller dans le sens des objectifs de santé publique et des attentes des consommateurs.

L'Oqali permet donc de mesurer et de rendre publique, de manière objective, la concrétisation des efforts mis en œuvre par les acteurs des filières alimentaires, notamment dans le cadre des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel prévues par le PNNS.

Plus précisément, les objectifs de l'Observatoire sont les suivants :

- **centraliser et traiter** les données nutritionnelles et socio-économiques sur les aliments ;
- **constituer** une plate-forme d'échange des données élaborées par les différents acteurs : associations de consommateurs, industrie, distribution, pouvoirs publics ;
- **suivre** l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'offre alimentaire en incluant, autant que possible, des données rétrospectives ;
- **éclairer et évaluer** les interventions publiques et privées en vue d'une amélioration continue de l'offre alimentaire ;
- **appuyer** les initiatives favorisant l'adoption de stratégies d'amélioration de la qualité nutritionnelle de l'offre ;

Ces analyses de l'offre sont réalisées par secteurs alimentaires en distinguant les différents segments de marché (**marques nationales, marques distributeurs, marques hard discount**) et les gammes de prix (**entrée de gamme, cœur de marché, haut de gamme**).

Au cours de ses deux premières années de fonctionnement, l'Oqali a initié un suivi et a commencé une collaboration pour quelques secteurs alimentaires. Un premier bilan a été effectué en 2008.

Le tableau ci-dessous (Tableau 1) précise les études réalisées par l'Observatoire lors de sa première année de fonctionnement.

Tableau 1 : Etudes réalisées par l'Oqali après 1 an de fonctionnement

	1^{ère} année de fonctionnement (2008)
Bilans sectoriels	Céréales pour le petit-déjeuner Biscuits et gâteaux industriels Produits laitiers ultra-frais
Compléments d'étude	Etude des consommations des plats préparés Etude sur les innovations-produits dans l'offre alimentaire : exemple des fibres Etat d'avancement : secteur de la charcuterie

2. POURSUITE DES ÉTUDES SECTORIELLES

Au cours de la deuxième année de fonctionnement (2009), l'Oqali a élargi son champ d'étude à de nouveaux secteurs alimentaires. Les publications des études réalisées par l'Oqali pour l'année 2009 sont prévues en deux vagues : mai et novembre 2010.

Les bilans sectoriels et les études transversales sont repartis entre ces deux vagues de publication en fonction de la disponibilité des données et du temps nécessaire à la mise en place des méthodologies et à la réalisation des traitements. Le tableau 2 présente les projets de publication de l'Observatoire pour l'année 2010.

Tableau 2 : Projets de publications de l'Oqali en 2010

	Mai 2010	Novembre 2010
Bilans sectoriels	Chocolat et produits chocolatés Apéritifs à croquer Panification croustillante et moelleuse Préparations pour desserts Compotes Confitures Conserves de fruits Produits laitiers ultra-frais	Biscuits et gâteaux industriels Produits traiteurs frais Charcuterie Jus de fruits et nectars Suivi des évolutions nutritionnelles du pain
Compléments d'étude		Céréales pour le petit-déjeuner
Autres rapports	Rapport d'activité Rapport méthodologique	
Études supplémentaires	Impact des chartes sur les apports nutritionnels	Développement de nouvelles méthodologies d'étude Impact <i>ex ante</i> et <i>ex post</i> des chartes d'engagements

Les synthèses des bilans sectoriels publiés en mai 2010 sont disponibles en annexe (annexes 1 à 8). De plus, un tableau récapitule les principaux résultats du suivi des paramètres d'étiquetage pour chaque secteur (annexe 9).

En 2009, des discussions ont également été initiées avec des secteurs alimentaires supplémentaires :

- les plats composés surgelés ;
- les glaces ;
- les boissons rafraîchissantes sans alcool.

La collecte des informations présentes sur l'étiquetage peut se faire via l'envoi des emballages des produits de la part des industriels ou par des relevés sur les lieux de vente. Cette collecte d'informations est encadrée par des conventions avec les professionnels, notamment pour assurer la confidentialité des données sources.

Depuis 2008, sept conventions avec des fédérations professionnelles, regroupant pour certaines plusieurs secteurs alimentaires, ont été signées. De même, des conventions ou des accords pour des visites en magasins ont été conclues avec huit enseignes de grande distribution (dont deux de hard discount). L'Oqali souhaite faire progresser la collaboration avec les enseignes de la distribution, y compris celles de hard discount.

3. BILAN SUR LE SUIVI DES PRODUITS TRANSFORMÉS

Les secteurs prioritaires à suivre dans le cadre de l'Oqali ont été déterminés à partir des données INCA 2¹. Les contributions des groupes d'aliments aux apports de la population en différents nutriments d'intérêt (énergie kcal/kJ, protéines, glucides, sucres, lipides, acides gras saturés, fibres, sodium) ont été calculées. A l'issue des deux premières années de fonctionnement de l'Oqali, il est intéressant de dresser un bilan sur le suivi de ces groupes prioritaires. Le tableau 3 présente, les groupes alimentaires suivis par l'Oqali en fonction de leur poids dans les apports nutritionnels de la population française (selon la nomenclature INCA 2).

Tableau 3 : Groupes alimentaires suivis par l'Oqali en fonction de leurs poids* dans les apports nutritionnels de la population française (selon la nomenclature INCA 2)

* nombre de nutriments pour lesquels les groupes d'aliments contribuent à couvrir 80% des apports.

Groupes d'aliments prioritaires (n=24 sur les 44 groupes de la nomenclature INCA 2)	Statut	Adultes	Enfants 11-17 ans	Enfants 3-10 ans
pain et panification sèche	suivi	8	6	6
ultra-frais laitier	suivi	7	5	7
biscuits sucrés ou salés et barres	suivi	4	7	7
charcuterie	suivi	6	6	6
chocolat et produits chocolatés	suivi	1	7	7
boissons fraîches sans alcool	suivi	4	4	4
entremets, crèmes desserts et laits gélifiés	suivi	1	3	6
céréales pour petit déjeuner	suivi		5	5
pâtisseries et gâteaux	partiellement suivi	8	9	9
plats composés	partiellement suivi	8	8	8
viennoiserie	partiellement suivi	5	7	7
pizzas, quiches et pâtisseries salées	partiellement suivi	7	7	4
sandwichs, casse-croûte	partiellement suivi	6	6	
sucres et dérivés	partiellement suivi	4	2	2
lait	non suivi	5	8	8
fromages	non suivi	6	6	6
viande	non suivi	5	5	5
pâtes	non suivi	4	5	5
pommes de terre et apparentés	non suivi	4	5	5
fruits	non suivi	5	3	5
beurre	non suivi	4	4	4
huile	non suivi	4	4	4
légumes (hors pommes de terre)	non suivi	4	2	2
volaille et gibier	non suivi	5	1	1

Les groupes d'aliments non couverts correspondent principalement à des produits peu transformés. D'autre part, le suivi actuel de l'Oqali ne tient compte ni des produits consommés hors du foyer, ni de ceux faits maison. Or, pour certains groupes alimentaires tels que les pizzas

¹ Afssa (2009). Étude Individuelle Nationale des Consommations Alimentaires 2 (INCA 2). www.afssa.fr

et les sandwiches, la part de produits faits maison est importante. De plus, certains groupes font actuellement l'objet d'un suivi partiel :

- les pâtisseries et gâteaux via le secteur des biscuits et gâteaux industriels ;
- les plats composés via le secteur des traiteurs frais ;
- les pizzas, quiches et pâtisseries salées via le secteur des traiteurs frais ;
- les sandwiches et casse-croute via le secteur des traiteurs frais ;
- les viennoiseries via le secteur de la panification croustillante et moelleuse ;
- les sucres et dérivés via le secteur des confitures.

Au terme de ces deux années de fonctionnement, il est également intéressant de dresser un bilan estimatif de la couverture par l'Oqali des consommations et des apports nutritionnels de la population. Pour ce faire les contributions aux apports nutritionnels des secteurs suivis par l'Oqali ont été calculées (Tableau 4). Bien que surestimés, ces résultats permettent de faire ressortir certains éléments :

- les aliments peu transformés (les pâtes, le riz, les viandes, les œufs,...), non suivis par l'Oqali, représentent 52% de la consommation et contribuent à 35% des apports énergétiques ;
- les secteurs alimentaires actuellement suivis par l'Oqali représentent 16% de la consommation et 31% des apports énergétiques ;
- à terme, le suivi complet des produits transformés devrait permettre à l'Oqali de couvrir 48% de la consommation, 65% des apports énergétiques, 81% des apports en glucides et 78% des apports en sodium.

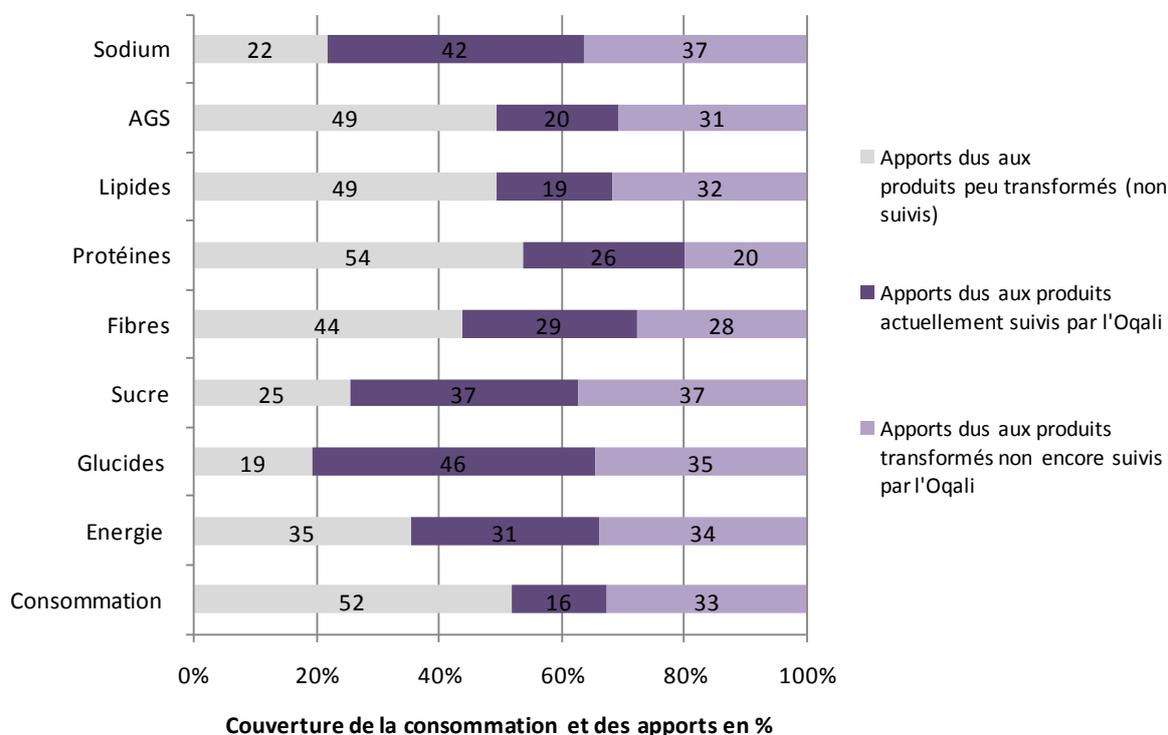


Figure 1: Contributions des produits suivis par l'Oqali aux apports nutritionnels et à la consommation

4. AXES D'ÉTUDES SUPPLÉMENTAIRES

Parallèlement aux études sectorielles, l'Oqali publie chaque année des études spécifiques sur des thèmes d'actualité ou sur des sujets à développer concernant les relations qualité-prix-consommation.

4.1 Études de l'impact potentiel des chartes d'engagements

En particulier, l'Oqali a réalisé des premières simulations permettant d'évaluer l'impact potentiel des 15 chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnels, signées au 1^{er} février 2010 dans le cadre du PNNS 2, sur les apports nutritionnels des consommateurs français. En supposant que les comportements alimentaires et les pouvoirs d'achat ne sont pas modifiés, quatre scénarii ont été réalisés, en intégrant différentes parts de la consommation impactées par ces produits faisant l'objet d'une charte. Lors de l'étude des versions publiques des chartes et pour ce premier travail, un certain nombre d'engagements n'ont pas été pris en compte, et notamment pour ceux concernant un même couple aliment/nutriment, seul l'objectif ayant le plus fort impact sur la composition nutritionnelle a été conservé. Par exemple, si deux chartes différentes définissent chacune un engagement concernant la réduction de la teneur en sodium des plats composés, l'une à hauteur de 20% et l'autre de 22%, seul l'objectif de réduction le plus important (22%) est appliqué à l'ensemble du groupe des plats composés.

Le scénario maximaliste, prend en compte les engagements les plus importants en termes d'amélioration de la composition nutritionnelle et suppose une fidélité totale du consommateur aux produits qui font l'objet d'une charte. Pour le cas de la margarine par exemple, cela signifie que les individus consomment uniquement la margarine de l'industriel qui a déposé une charte. Ce scénario théorique montre des variations significatives des apports moyens journaliers totaux chez les adultes pour :

- les sucres (-4,2%) ;
- les fibres (+2,3%) ;
- les lipides totaux (-2,5%) ;
- le sodium (-7,8%) ;
- et la vitamine D (+8,3%).

La plupart des groupes de produits transformés (selon la nomenclature de l'étude INCA 2²) sont concernés par au moins un engagement sur l'amélioration de la composition nutritionnelle, à l'exception du groupe des chocolats (barres chocolatées, pâtes à tartiner...) et du groupe des glaces et desserts glacés. Cependant, des variations statistiquement significatives des apports ne sont observées que pour cinq de familles de produits :

- le groupe de l'ultra-frais laitier, pour lequel la contribution aux apports en sucres et en lipides diminue (-9%) alors que la contribution aux apports en vitamine D augmente de +222% (cette forte augmentation s'explique par la mise sur le marché de produits enrichis) ;
- le groupe des plats composés, pour lequel la contribution aux apports en lipides, respectivement en sodium, diminue de -15%, respectivement de -21%) ;

² Afssa (2009). Étude Individuelle Nationale des Consommations Alimentaires 2 (INCA 2). www.afssa.fr

- le groupe des pains et de la panification sèche, pour lequel la contribution aux apports en fibres augmente (+10%) alors que celle aux apports en sodium diminue (-17%) ;
- le groupe des soupes et bouillons, pour lequel la contribution aux apports en lipides diminue de -23% ;
- le groupe des boissons fraîches sans alcool, pour lequel la contribution aux apports en sucres diminue de -18%.

Cette étude théorique nécessite des travaux complémentaires. Elle démontre toutefois que sans influencer sur la consommation des français, en jouant uniquement sur l'offre alimentaire et en se plaçant à l'échelle d'une année, des modifications intéressantes des apports nutritionnels peuvent être obtenues pour une grande partie des nutriments pour lesquels le PNNS 2 a défini des objectifs. Cette étude devra être affinée notamment en jouant sur des parts de consommation plus proches de la réalité mais aussi en intégrant les engagements et nutriments écartés lors de cette première approche. Enfin, ce travail pourrait servir de base de discussion entre les professionnels et les pouvoirs publics afin d'identifier par exemple ;

- les secteurs pour lesquels beaucoup d'efforts ont été réalisés ;
- les secteurs pour lesquels des engagements devraient être pris ;
- les nutriments pour lesquels il serait nécessaire d'augmenter le nombre d'engagements.

Par ailleurs, l'Oqali a également développé une méthodologie pour déterminer les volumes de vente des produits concernés par les engagements des chartes ainsi que les progrès réalisés en termes de volumes de nutriments mis sur le marché. Ce deuxième volet sera publié en novembre 2010.

Dans la perspective de chartes collectives d'engagements, l'Oqali se propose de tester différents scénarii d'amélioration de la composition nutritionnelle, comme par exemple l'instauration de critères de qualité minimum pour un ou plusieurs nutriments au sein d'un secteur.

4.2 Autres études

L'Observatoire continue le développement de méthodologies pour le suivi de l'offre alimentaire. Notamment, les caractéristiques des produits (composition nutritionnelle, étiquetage), jusqu'à présent analysées sur la base d'une segmentation du marché définie selon les types de marques, sont étudiées à travers une segmentation par gammes de prix. Ce travail est en cours et la méthodologie sera discutée et affinée au sein des groupes de travail sectoriels.

De plus, si les précédentes études sectorielles n'ont pas mis en évidence de différences de composition nutritionnelle systématiques selon les segments de marché, on peut se demander quels positionnements sont adoptés par les différents acteurs du marché, en étudiant plus précisément les stratégies de gamme. Par exemple, quels sont les segments les plus présents sur l'offre des produits à vocations « santé » ou « plaisir » ?

5. RÉALISATION DES ANALYSES NUTRITIONNELLES

Un appel d'offre a été notifié en 2009 pour la réalisation d'analyses nutritionnelles dans le cadre de l'Oqali.

Les analyses nutritionnelles ont porté sur l'humidité, les cendres et les nutriments du groupe 2 pour :

- les céréales pour le petit-déjeuner (les produits du secteur pour lesquels l'information sur l'emballage était manquante) ;
- les biscuits et gâteaux, avec un tirage au sort des produits à analyser parmi ceux qui n'avaient pas d'étiquetage nutritionnel ;
- les 3 secteurs des fruits transformés (compotes, confitures et conserves de fruits).

Une campagne d'analyse spécifique a également été réalisée pour évaluer les teneurs en acides gras *trans* des biscuits et gâteaux industriels, afin de compléter les résultats obtenus dans le cadre du groupe de travail sur les lipides mis en place par la direction générale de l'alimentation.

6. AVANCEMENT DE LA BASE DE DONNÉES DE L'OQALI

En 2009, l'Oqali a maintenu les échanges avec le prestataire pour les améliorations des fonctionnalités de la base de données de l'Oqali.

L'installation de la base sera finalisée en 2010.

Les conditions d'accès à cette base de données pour les fournisseurs de données ont également été établies (note disponible sur le site www.oqali.fr, à la rubrique « base de données »).

7. DÉVELOPPEMENT D'OUTILS MÉTHODOLOGIQUES

Au cours des premières années de fonctionnement de l'Observatoire, des outils méthodologiques ont été développés afin de réaliser le suivi de l'offre alimentaire, de mettre en place des plans d'échantillonnage adaptés aux besoins de l'Oqali mais aussi d'assurer un support méthodologique dans le cadre des chartes d'engagements.

Plus précisément, ces outils consistent à :

- caractériser la variabilité de la composition nutritionnelle intra et inter familles de produits au sein de secteurs alimentaires, en tenant compte des parts de marché des produits ;

- détecter des différences significatives de composition nutritionnelle des produits selon le segment de marché au sein d'une même famille ;
- suivre les évolutions de la composition nutritionnelle dans le temps en fonction du nombre de produits étudiés et de la variabilité du secteur ;
- adapter le plan d'échantillonnage des produits, en fonction du pourcentage d'évolution à mettre en évidence.

8. COMMUNICATION

En 2009, d'importants moyens de communication ont été déployés (communiqués de presse, site internet, plaquettes de communication, colloques).

8.1 Présentation de l'Oqali

Pour une meilleure visibilité au niveau international, le site internet de l'Oqali ainsi que les synthèses du rapport d'activité et des rapports sectoriels publiés en 2009 ont été traduits en anglais.

Plusieurs présentations de l'Oqali ont également eu lieu aux niveaux national et international (les résumés de ces présentations sont disponibles sur le site de l'Oqali) :

- une présentation orale et un poster au 3^e Congrès EuroFIR (Vienne, du 8 au 10 septembre 2009) et un poster au 19^e Congrès International de Nutrition (ICN, Bangkok, du 4 au 9 octobre 2009)
 - « The French Observatory of Food Quality »
 - R Goglia, M Spiteri, C Menard, B Labarbe, P Combris, LG Soler, JL Volatier*
- une présentation orale à la 8th International Food Data Conference (IFDC, Bangkok, du 1^{er} au 3 octobre 2009)
 - « The French Observatory of Food Quality »
 - C Menard, R Goglia, LG Soler, P Combris, J Ireland, JL Volatier*
- un poster au 4^e Congrès de Société Française de Nutrition (Montpellier, du 10 au 12 décembre 2009) :
 - « L'Observatoire de la qualité de l'alimentation (Oqali) et l'étude de la composition nutritionnelle et de l'étiquetage des produits alimentaires transformés »
 - Dumas C., Gillot N., Menard C., Labarbe B., Goglia R., Spiteri M., Combris P., Soler L.G., Volatier J.L.*

Des nouvelles plaquettes traduites en anglais et présentant les principaux résultats de l'Oqali ont été spécialement conçues pour ces occasions et sont disponibles sur le site Internet de l'Oqali.

8.2 Organisation du colloque de l'Oqali

L'Observatoire organise le 4 mai 2010 un colloque intitulé : « Qualité nutritionnelle de l'offre alimentaire : bilan et perspectives de l'Observatoire de la qualité de l'alimentation (Oqali) après deux ans de fonctionnement ».

Ce colloque réunit scientifiques, professionnels de l'agroalimentaire, pouvoirs publics et consommateurs. L'objectif est de dresser un bilan des deux années d'activité de l'Oqali et de dégager de nouvelles perspectives de travail.

Les thèmes abordés sont les suivants :

- objectifs, activités et méthodologies de travail de l'Oqali ;
- intérêts de la collaboration entre l'Oqali et les professionnels de l'agroalimentaire ;
- résultats de quatre études sectorielles ;
- résultats des études transversales comme les études sur les impacts des chartes sur les apports nutritionnels et sur la modification de l'offre alimentaire ;
- bilan des 2 premières années d'activité de l'Oqali et réflexion sur le rôle de l'Observatoire comme levier incitatif à l'amélioration de la qualité de l'offre alimentaire.

9. CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES

L'Oqali se propose de poursuivre l'étude des secteurs alimentaires engagés et d'élargir ce suivi à de nouveaux secteurs alimentaires :

- en mettant en avant les évolutions nutritionnelles des produits étudiés et en utilisant les outils méthodologiques déjà développés ;
- en incorporant des produits artisanaux, des produits consommés hors du domicile et la restauration hors foyer. Ce point a notamment été initié par une étude sur le pain et pourra se poursuivre par une étude sur les pizzas, en comparant la variabilité nutritionnelle des différentes recettes et des différents lieux de vente. Des prises de contacts avec des sociétés de restauration hors foyer pourront également être effectuées.

L'Observatoire propose d'étudier l'impact des évolutions de composition sur les apports nutritionnels, en utilisant les données recueillies dans la base Oqali. Un travail préalable est en cours afin que la base Oqali soit correctement reliée à d'autres bases de données, telles que les données de consommations de l'étude INCA 2 et les données socio-économiques issues de TNS/WorldPanel.

Notamment, ceci permettra de suivre simultanément les évolutions des apports nutritionnels et des niveaux de la dépense alimentaire.

Annexe 1 : Etude sectorielle sur les produits laitiers ultra-frais

Cette étude des produits laitiers ultra frais porte sur 1646 produits, répartis en 6 familles, représentant au moins 67% du marché. De manière générale, les paramètres de l'étiquetage suivis diffèrent entre les familles de produits avec notamment des informations nutritionnelles plus fréquentes pour les familles de yaourts et de fromages frais par rapports aux desserts lactés, qui présentent moins d'étiquetage nutritionnel détaillé et d'allégations nutritionnelles et de santé.

91 % des produits laitiers ultra-frais présentent un étiquetage nutritionnel. L'étiquetage nutritionnel le plus détaillé (groupe 2/2+, 48% des produits) semble être privilégié par les produits de marques de distributeurs puis de marques nationales. Les produits de marques de distributeurs d'entrée de gamme et de hard discount privilégient eux l'étiquetage nutritionnel de groupe 1/1+.

Les allégations nutritionnelles (22% des produits) sont principalement présentes sur des produits de marques de distributeurs puis de marques nationales. Les allégations de santé (7% de produits) sont elles, principalement présentes sur des produits de marques nationales puis de marques de distributeurs. Les produits de marques de distributeurs d'entrée de gamme et de hard discount présentent, très peu d'allégations nutritionnelles et de santé.

Les repères nutritionnels (27% des produits) et les recommandations de consommation (18% des produits) sont privilégiés par les produits de marques de distributeurs. Les produits avec adjonction de vitamines et minéraux (8% des produits) sont davantage des produits de marques nationales et de distributeurs.

D'après cette étude, il existe des différences significatives de composition nutritionnelle entre les familles de produits. Pour les yaourts aux fruits, qui sont des produits à connotation « plaisir », les marques nationales et les marques de distributeurs semblent présenter des teneurs en lipides plus élevées. Pour les fromages frais aromatisés ou aux fruits, les produits de marques nationales contiennent plus de calcium et de fibres. Pour les yaourts nature ou 0%, les marques nationales semblent présenter des teneurs en sucres plus élevées, ce qui peut éventuellement s'expliquer par des teneurs en fruits plus élevées, telles qu'indiquées dans les dénominations de vente. En revanche, pour les yaourts sucrés ou aromatisés et les fromages frais nature, il n'y a pas de différence entre les segments de marché. Par ailleurs, d'une manière générale, les produits de marques nationales ont des teneurs en acides gras saturés plus faibles.

Le secteur des produits laitiers ultra-frais est formé de produits très hétérogènes ce qui explique la variabilité de composition nutritionnelle entre ces différentes familles. **Les compositions nutritionnelles au sein de certaines familles** peuvent présenter des différences significatives mais non systématiques entre segments de marché. Pour les familles homogènes, telles que les yaourts aux fruits, les yaourts sucrés et/ou aromatisés, les fromages frais nature et les fromages frais aux fruits ou aromatisés, cette variabilité de la composition nutritionnelle intra-famille ouvre des **pistes de réflexions concernant d'éventuelles évolutions de composition nutritionnelle**. La part de cette variabilité pouvant réellement être un levier pour une amélioration de la composition nutritionnelle doit maintenant être identifiée en concertation avec le secteur afin de prendre en compte les différentes contraintes, technologiques, sensorielles ou réglementaires.

Les résultats de cette étude doivent toutefois être relativisés du fait que les effectifs par famille et par segment de marché sont parfois assez faibles, la couverture des produits de hard discount et de marques de distributeurs d'entrée de gamme devant être améliorée.

Annexe 2 : Etude sectorielle sur le secteur des compotes

Cette étude a porté sur 440 produits de type compotes prélevés en 2009 et répartis en 5 familles : il s'agit surtout des compotes allégées, des spécialités de fruits et des purées de fruits (respectivement n=111, 110 et 103), mais aussi des desserts de fruits et des compotes standards (respectivement n=77 et 39). Le nombre de compotes standards est donc limité, contrairement aux 4 autres familles aux teneurs en sucres plus faibles. Notamment, les produits sans sucres ajoutés (purées, certaines spécialités) représentent 33% des produits étudiés. Cette étude couvre au moins 68% du marché des compotes (estimation tenant compte des produits sans part de marché affectée et des difficultés d'identification de certains produits parmi les données d'achat utilisées). Dans la base, les produits les plus nombreux sont de marques nationales (48%) et la répartition des produits par segment de marché diffère selon les familles. Notamment, les marques nationales sont très présentes parmi les desserts, les purées et particulièrement les spécialités, alors que les proportions des trois autres segments sont les plus élevées parmi les compotes standards et les allégées.

Sur la base des données disponibles sur les produits étudiés, l'offre de fruits est variée et diffère généralement selon la famille et selon le segment de marché au sein de chaque famille. Les mélanges de fruits, le nombre de fruits inclus, leur nature, leur quantité (entre 65% et 100% pour les produits étudiés), voire la présence de légumes (quoique peu fréquente) pourraient impacter la composition nutritionnelle notamment au regard de la teneur en sucres.

94% des produits du secteur des compotes présentent un étiquetage nutritionnel. Le type d'étiquetage nutritionnel varie en fonction des familles et du segment de marché. Toutefois, la répartition des segments diffère selon les familles et pour trois familles sur les cinq définies, un étiquetage nutritionnel au moins du groupe 2 est réglementairement obligatoire en lien avec la présence d'allégations nutritionnelles (« sans sucres ajoutés » et « allégée en sucres »).

Pour le secteur, 70% des produits présentent au moins une allégation nutritionnelle. Compte tenu de la nomenclature adoptée (notamment, produits allégés en sucres ou sans sucres ajoutés), la fréquence des produits avec allégations nutritionnelles varie en fonction des familles : 100% des produits des familles des compotes allégées et des purées de fruits comportent au moins une allégation nutritionnelle. Ces allégations portent principalement sur le(s) sucre(s), la vitamine C et dans une moindre mesure les fibres. Toutefois, les allégations de santé sont quasi absentes du secteur.

En outre, 26% des produits portent un repère nutritionnel. La fréquence de ces produits varie significativement en fonction des familles : elle est plus importante pour la famille des desserts de fruits (39%), les autres familles ayant entre 13% et 24% de leurs produits qui comportent des repères nutritionnels. Au sein de chacune des familles, la fréquence des produits avec repères nutritionnels varie également par segment. Les repères nutritionnels sont ainsi privilégiés par les marques de distributeurs et secondairement par le hard discount.

Par ailleurs, 35% des produits présentent des recommandations de consommation. La fréquence de ces produits varie significativement en fonction des familles, avec une part de ces produits la plus élevée au sein des compotes allégées (45%) par rapport aux autres familles (entre 5% et 39%). Au sein de la plupart des familles, la fréquence de ces produits avec recommandations de consommation varie également par segment. Les recommandations de consommation sont ainsi privilégiées par les produits de marques nationales sur l'ensemble du

secteur ainsi qu'au sein des desserts et spécialités de fruits. En revanche, les produits avec recommandations de consommation sont plus nombreux parmi les marques de distributeurs au sein des compotes allégées et des purées de fruits.

Enfin, 25% de produits sont avec adjonctions de vitamines et minéraux, principalement des produits de marques nationales (38%) puis de distributeurs (14%). Il existe une différence statistiquement significative d'effectifs de ces produits entre les familles : les adjonctions sont principalement retrouvées pour les familles des spécialités de fruits (37 produits), des purées de fruits (32 produits) et des desserts de fruits (29 produits).

Les produits étudiés présentent un apport énergétique relativement faible et compris entre 38 (purée) et 141 (spécialité) kcal/100 g, soit un facteur de 3,7. D'après cette étude sur les valeurs nutritionnelles étiquetées, il existe des différences entre ces trois familles, au niveau des teneurs moyennes de la valeur énergétique, des glucides et des sucres. Ce résultat était attendu pour ce qui concerne la teneur en sucres, compte tenu de la nomenclature adoptée pour les produits étudiés. Ainsi, la teneur moyenne en sucres pour 100 g est de 25,6 g pour les compotes standards, 18,4 g pour les desserts, 14,8 g pour les compotes allégées, 13,8 g pour les spécialités et 11,8 g pour les purées. En revanche, la comparaison des familles ne montre pas de différence statistiquement significative pour les fibres ou la vitamine C.

Toutefois, sur le plan nutritionnel, les écarts de composition observés pour certains nutriments et segments sont limités et l'offre de parfums, différente selon le segment de marché, peut influencer ces résultats. Ceux-ci sont issus des valeurs nutritionnelles étiquetées et sont donc à relativiser du fait de la diversité de leurs modes d'obtention (analyses nutritionnelles, calcul à partir de recettes et des bases de composition).

Le secteur des compotes comprend des familles de produits homogènes en termes de composition nutritionnelle, à l'exception de la famille des spécialités de fruits (coexistence de produits avec ou sans sucres ajoutés). Les éventuelles améliorations nutritionnelles du secteur des compotes pourraient donc être de deux types : une augmentation de la part des familles aux teneurs en sucres plus faibles ou une évolution de la composition nutritionnelle au sein des familles homogènes. Cependant, des discussions avec les professionnels du secteur sont nécessaires afin de s'assurer qu'il n'y a pas de contraintes technologiques et/ou sensorielles à ces améliorations.

Les résultats de cette étude doivent toutefois être relativisés du fait que les effectifs de produits pour certains segments ou familles sont assez faibles. La couverture des produits pourrait également être améliorée.

Annexe 3 : Etude sectorielle sur le secteur des confitures aux fruits

Cette étude a porté sur 339 confitures de fruits, la quasi totalité prélevée en 2009. Ces produits sont répartis en 5 familles : principalement des confitures, gelées ou marmelades standards (n=233), mais également des produits allégés (n=56), les autres familles (préparations de fruits ou aux fruits, crèmes de marrons ou pruneaux) étant peu représentées (respectivement, n=26, 16 et 8). Cette étude couvre ainsi au minimum entre 58% et 65% de ce secteur (estimation tenant compte des produits sans part de marché affectée et des difficultés d'identification de certains produits parmi les données d'achat utilisées). Dans la base, les produits les plus nombreux sont ceux de marques de distributeurs (54%) et la répartition des produits par segment de marché diffère selon les familles. Notamment, les produits de marques de distributeurs d'entrée de gamme sont présents uniquement parmi la famille des « confitures, gelées ou marmelades standards » et les produits de hard discount sont absents des préparations de ou aux fruits. Sur la base des données disponibles sur les produits étudiés, l'offre de fruits est variée et diffère généralement selon le segment de marché au sein de chaque famille. Les produits « extra » aux pourcentages de fruits plus élevés sont très présents parmi les confitures ou gelées standards ou allégées. La fréquence de ces produits diffère entre segments de marché et selon les deux familles concernées, les marques de distributeurs d'entrée de gamme étant peu représentées. Les produits au pourcentage de fruits inférieur à 45% (35% sauf exceptions pour certains fruits) sont donc largement minoritaires.

Pour le secteur, 52% des produits présentent un étiquetage nutritionnel. Le type d'étiquetage nutritionnel varie en fonction des familles et du segment de marché. Toutefois, la répartition des segments et les obligations réglementaires d'étiquetage nutritionnel diffèrent selon les familles. En outre, 18% des produits portent au moins une allégation nutritionnelle. Compte tenu de la nomenclature adoptée (produits allégés en sucres), la fréquence des produits avec allégations nutritionnelles varie en fonction des familles. Ces produits sont présents uniquement dans les familles des « confitures, gelées ou marmelades allégées » (100% des produits) et des « préparations aux fruits » (31% des produits) et sont principalement de marques nationales ou de distributeurs. Ces allégations portent uniquement sur le(s) sucre(s).

Enfin, l'utilisation de repères nutritionnels est peu fréquente pour ce secteur (5% des produits). Les recommandations de consommation sont quasi absentes et aucune allégation de santé n'est revendiquée.

Sur la base des valeurs nutritionnelles étiquetées, les produits étudiés présentent un apport énergétique compris entre 130 (préparation aux fruits) et 256 (produit standard) kcal / 100 g, soit presque un facteur 2.

D'après cette étude, la comparaison des familles de produits type confitures montre qu'il existe au moins une teneur moyenne statistiquement différente pour la valeur énergétique, les glucides, les fibres, les sucres. Ce résultat était attendu en ce qui concerne la teneur en sucres, compte tenu de la nomenclature adoptée pour les produits étudiés. Ainsi, les teneurs moyennes en sucres pour 100 g des « confitures, gelées ou marmelades standards » (60,2 g) et des « crèmes de marrons ou pruneaux » (59,6 g) sont plus élevées que celles des « préparations de fruits » (47,9 g), des « confitures, gelées ou marmelades allégées » (39,2 g) et des « préparations aux fruits » (36,8 g).

Toutefois, sur le plan nutritionnel, les écarts de composition sont limités et, d'une manière générale, les effectifs par segment pour les trois autres familles sont faibles, ce qui limite la puissance des tests statistiques.

Le secteur des confitures comprend des familles de produits homogènes en termes de composition nutritionnelle. Les éventuelles améliorations nutritionnelles du secteur des confitures pourraient donc être de deux types : une augmentation de la part des familles aux teneurs en sucres plus faibles ou une évolution de la composition nutritionnelle au sein des familles homogènes. Cependant, des discussions avec les professionnels du secteur sont nécessaires afin de s'assurer qu'il n'y a pas de contraintes technologiques et/ou sensorielles à ces améliorations.

Les résultats de cette étude doivent toutefois être relativisés du fait que les effectifs par famille et par segment de marché sont parfois assez faibles. La couverture des produits de certaines marques nationales ou de distributeurs pourrait être améliorée.

Annexe 4 : Etude sectorielle sur le secteur des conserves de fruits

Cette étude a porté sur 184 conserves de fruits prélevées en 2009 et réparties en 3 familles : majoritairement des fruits au sirop léger (n=119), mais aussi des fruits au sirop (n=44) et des fruits au jus de fruits (n=21). Cette étude couvre ainsi entre 49% et 69% de ce marché au minimum (estimation tenant compte des produits sans part de marché affectée et des difficultés d'identification de certains produits parmi les données d'achat utilisées). Dans la base, les produits les plus nombreux sont ceux de marques de distributeurs (35%) et la répartition des produits par segment de marché diffère selon les familles. Notamment, les produits de marques de distributeurs d'entrée de gamme et ceux de hard discount sont principalement présents dans la famille des fruits au sirop léger. Sur la base des données disponibles sur les produits étudiés, l'offre de fruits est variée et diffère généralement selon la famille de produits et selon le segment de marché au sein de chaque famille. Les mélanges de fruits et le nombre de fruits inclus (2 à 5 selon les familles) pourraient être des facteurs permettant une diminution de la teneur en sucres.

Pour le secteur des conserves de fruits, 66% des produits présentent un étiquetage nutritionnel. Le type d'étiquetage nutritionnel varie significativement en fonction des familles de produits, les fruits au sirop ou au jus de fruits privilégiant un étiquetage nutritionnel du groupe 2/2+ alors que les fruits au sirop léger sont fréquemment sans étiquetage nutritionnel ou avec un étiquetage nutritionnel du groupe 1. Au sein des familles, le type d'étiquetage varie également selon le segment. Toutefois les effectifs sont souvent faibles et les résultats doivent être interprétés avec précaution. Les produits de marques nationales ou de distributeurs privilégient l'étiquetage nutritionnel du groupe 2/2+, alors que les marques de distributeurs d'entrée de gamme et le hard discount sont le plus souvent sans étiquetage nutritionnel.

16% des produits présentent au moins une allégation nutritionnelle. Ils sont plus fréquents parmi les fruits au jus de fruits et davantage présents au sein des marques nationales. Ces allégations nutritionnelles portent sur les teneurs en fibres et vitamine C et l'absence d'ajout de sucre(s). En revanche, les produits du secteur ne portent aucune allégation de santé.

En outre, 29% des produits présentent des repères nutritionnels. Leur fréquence varie significativement en fonction des familles, avec un pourcentage de produits plus élevé pour les fruits au sirop (43%) par rapport aux autres familles (24-29%) et un effectif plus élevé pour les fruits au sirop léger (28 produits) par rapport aux fruits au sirop (19 produits) et aux fruits au jus de fruits (6 produits). Au sein de chacune des familles, la fréquence de ces produits varie également par segment (toutefois les effectifs sont souvent faibles). Les repères nutritionnels sont privilégiés par les marques de distributeurs.

Enfin, 29% des produits présentent des recommandations de consommation avec une fréquence plus importante au sein de la famille des fruits au sirop (52%) par rapport aux autres familles (20-33%). La fréquence de ces produits varie significativement en fonction des familles. Au sein de chacune des familles, la fréquence des produits avec recommandations de consommation pour les deux segments représentés est proche. Sur l'ensemble du secteur, les produits avec recommandations de consommation sont privilégiés par les produits de marques de distributeurs.

Sur la base des valeurs nutritionnelles étiquetées, les produits étudiés présentent un apport énergétique relativement faible et compris entre 49 (fruit au jus de fruits) et 93 (fruit au sirop) kcal/100 g, soit un facteur 1,9.

D'après cette étude, la comparaison des trois familles montre qu'il existe au moins une teneur moyenne statistiquement différente des autres pour la valeur énergétique, les glucides et les sucres, mais pas de différence significative pour les fibres. Ce résultat était attendu pour ce qui concerne la teneur en sucres, compte tenu de la nomenclature adoptée pour les produits étudiés. Ainsi, la teneur moyenne en sucres des fruits au sirop (16,3 g/100 g) est plus élevée que celle des fruits au sirop léger (13 g/100 g) et des fruits au jus de fruits (12,8 g/100 g).

Toutefois, sur le plan nutritionnel, les écarts de composition sont limités et, d'une manière générale, les effectifs par segment pour les trois familles sont assez faibles, ce qui limite la puissance des tests statistiques.

Une variabilité nutritionnelle peut également être observée pour un parfum donné, la teneur en sucre étiquetée des produits à l'ananas étant par exemple comprise entre 10,6 g (fruit au jus de fruits) et 16,3 g/100 g (fruits au sirop).

Le secteur des conserves de fruits comprend des familles de produits homogènes en termes de composition nutritionnelle. Les éventuelles améliorations nutritionnelles du secteur des conserves de fruits pourraient donc être de deux types : une augmentation de la part des familles aux teneurs en sucres plus faibles ou une évolution de la composition nutritionnelle au sein des familles homogènes. Cependant, des discussions avec les professionnels du secteur sont nécessaires afin de s'assurer qu'il n'y a pas de contraintes technologiques et/ou sensorielles à ces améliorations.

Les résultats de cette étude doivent toutefois être relativisés du fait que les effectifs par famille et par segment de marché sont parfois assez faibles. La couverture des produits de certaines marques nationales ou de distributeurs pourrait être améliorée.

Annexe 5 : Etude sectorielle sur le secteur des apéritifs à croquer

Pour l'année 2009, la base Oqali compte 600 références d'apéritifs à croquer : 55% sont des produits à marques de distributeurs (MDD), 24% des produits hard discount (HD) et 21% des produits à marques nationales (MN). Le secteur a été décomposé en 6 segments de marché : MN, MDD cœur de marché, entrée de gamme et haut de gamme (MDDcm, MDDeg et MDDhg), HD cœur de marché et entrée de gamme (HDcm et HDeg). Au niveau de détail le plus fin, le secteur compte 20 catégories de produits. Pour les traitements, le nombre de références disponibles dans certaines de ces catégories étant faible, des regroupements de plusieurs familles ont été réalisés. Les produits suivis sont les crackers, bretzels et gaufrettes ; les tuiles, soufflés et tortillas ; les cacahuètes, pistaches, noix de pécan et autres graines et fruits secs.

La base de données Oqali couvre au moins 49% du marché des apéritifs à croquer en volume en 2009.

L'étude des informations présentes sur les emballages montre que, sur le secteur, 88% des produits présentent un étiquetage nutritionnel. En particulier, la majorité des produits (61%) présente un étiquetage de groupe 2/2+ ; le second groupe d'étiquetage le plus courant est l'étiquetage de groupe 1/1+ (27% des produits).

44 produits (7% du secteur) présentent au moins une allégation nutritionnelle (nutritionnelle et/ou autre allégation nutritionnelle).

Parmi les 72 allégations relevées, 65 correspondent à des « allégations nutritionnelles » listées dans l'annexe du règlement européen (CE) n°1924/2006 et 7 à d'« autres allégations nutritionnelles ». Les allégations de type « réduit en matières grasses » et « allégé / light en matières grasses » sont les plus fréquentes (34% de l'ensemble des allégations nutritionnelles de la liste positive relevées).

55% des produits proposent des indications de portions. Les tailles de portions indiquées s'étalent de 2,3g à 100g, en raison de l'hétérogénéité des produits.

48% des produits avec étiquetage nutritionnel présentent des valeurs nutritionnelles à la portion et 46% des références proposent des repères nutritionnels.

28% des produits possèdent au moins une recommandation de consommation et 5% incitent le consommateur à pratiquer une activité physique.

La fréquence de ces indicateurs varie en fonction du segment de marché. Ainsi, les produits à marque nationale et à marque de distributeurs sont les plus renseignés concernant le groupe d'étiquetage nutritionnel (respectivement 74% et 68% des références ayant un étiquetage 2/2+ vs 19% des références HD).

De la même manière, les produits de ces deux segments affichent plus de valeurs nutritionnelles à la portion (respectivement 68% et 50% des références avec étiquetage nutritionnel vs 20% pour les références HD) et présentent plus de repères nutritionnels (respectivement 41% et 56% des références vs 24% des références HD).

On note enfin que la présence de ces indicateurs est moins élevée pour les produits d'entrée de gamme.

Au sein des familles, les crêpes dentelles sont les produits les mieux renseignés au niveau de l'étiquetage nutritionnel : 74% de groupe 2+ et 16% de groupe 2. Les tuiles, gressins, feuilletés et crackers ont plus de 70% des références avec un étiquetage de groupe 2/2+. Les tortillas

présentent la plus grande proportion de produits sans étiquetage nutritionnel (22% des références).

La famille des gressins se distingue avec 42% des produits avec allégations nutritionnelles ; on retrouve ensuite les crackers et les bretzels avec respectivement 20% et 10% des produits qui possèdent au moins une allégation nutritionnelle.

Au sein du secteur des apéritifs à croquer, une nette différence entre des produits de type « biscuits salés » et des produits de type « fruits et graines pour l'apéritif » est observée, ces derniers étant caractérisés par des teneurs plus faibles en amidon.

Par rapport à l'ensemble des familles de type « biscuits salés » :

- les bretzels sont caractérisés par de plus fortes teneurs en amidon et en sodium ;
- les crêpes dentelles et les gaufrettes/choux se distinguent par de plus faibles teneurs en amidon et des teneurs en sucres et un rapport AGS/lipides plus élevés ;
- les gressins, les tuiles et les soufflés ont un rapport AGS/lipides et des teneurs en protéines moins élevés.

A l'échelle du secteur, il existe une corrélation négative entre les lipides et l'amidon. Cette corrélation est vérifiée également à l'échelle de la famille, pour 7 familles de biscuits salés parmi les 8 familles testées.

Quand on examine la variabilité intra-famille, des différences de composition nutritionnelle selon le segment de marché peuvent être mises en évidence. Toutefois, ces différences sont ponctuelles (elles concernent un petit nombre de familles et/ou nutriments) et non systématiques (le classement des segments de marché selon les teneurs moyennes du nutriment considéré diffère d'une famille à l'autre).

On observe une variabilité intra-famille des teneurs en nutriments : les coefficients de variation des teneurs en nutriments s'étalent entre 1% et 151% selon les nutriments et les familles. Cette variabilité est particulièrement nette pour les familles et nutriments suivants :

- les crackers, pour les teneurs en amidon, en lipides et en AGS ;
- les feuilletés, pour les teneurs en amidon, en lipides et en AGS ;
- les soufflés, pour les teneurs en amidon, en lipides, en AGS et en sodium.

Cette variabilité de composition nutritionnelle à l'échelle de la famille peut ouvrir des pistes de réflexion pour l'amélioration des caractéristiques nutritionnelles des produits. Le partenariat avec les professionnels du secteur est important pour identifier les contraintes technologiques, sensorielles, économiques, réglementaires... et donc les marges de manœuvre possibles.

Annexe 6 : Etude sectorielle sur le secteur des chocolats et produits chocolatés

En 2009, la base Oqali compte 820 références de chocolat et produits chocolatés : 40% sont des produits à marque nationale (MN), 35% des produits à marque de distributeurs (MDD) et 25% des produits hard discount (HD). Les données ont été classées en 6 segments de marché : MN, MDD cœur de marché, entrée de gamme et haut de gamme (MDDcm, MDDeg et MDDhg), HD cœur de marché et entrée de gamme (HDcm et HDeg). Au niveau de détail le plus fin, le secteur compte 24 catégories de produits. Pour les traitements, le nombre de références disponibles dans certaines de ces catégories étant faible, des regroupements de plusieurs familles ont été réalisés. Les produits suivis sont les tablettes, les bonbons de chocolat/rochers/bouchées, les barres chocolatées, les poudres de cacao pour boisson/petit-déjeuner/pâtisserie..., les pâtes à tartiner.

La base de données Oqali couvre au moins 67% du marché du chocolat en volume en 2009.

L'étude des informations présentes sur les emballages montre que, sur le secteur, 84% des produits présentent un étiquetage nutritionnel. En particulier, plus de la moitié des produits (54%) présente un étiquetage de groupe 2/2+ et 28% des produits ont un étiquetage de groupe 1.

52 produits (6% du secteur) présentent au moins une allégation (nutritionnelle et/ou de santé). Parmi les 205 allégations relevées, 196 sont des allégations nutritionnelles et 9 sont des allégations de santé. 53% des allégations nutritionnelles recensées sont de type « riche en [nom de vitamines] et/ou [nom de minéraux] ».

52% des produits présentent une portion indiquée. Les tailles de ces portions s'étalent de 3g à 69g (avec une référence à 103g), en raison de l'hétérogénéité des produits.

54% des produits avec étiquetage nutritionnel présentent des valeurs nutritionnelles à la portion et 33% des références affichent des repères nutritionnels. 12% des produits possèdent au moins une recommandation de consommation sur leur emballage et à peine 1% incite à pratiquer une activité physique.

La fréquence de ces indicateurs varie en fonction du segment de marché. Ainsi, les produits à marque nationale et à marque de distributeurs sont les plus renseignés concernant le groupe d'étiquetage nutritionnel (respectivement 67% et 60% des références avec étiquetage 2/2+ vs 63% des références HD avec étiquetage groupe 1). De la même manière, les produits de ces deux segments indiquent plus de portions (60% des références environ vs 24% pour les références HD) et présentent plus de repères nutritionnels (40% des références vs 14% des références HD).

Par ailleurs, les références MN sont celles qui affichent le plus de valeurs nutritionnelles à la portion (72% des références avec étiquetage nutritionnel). Elles sont suivies par les références MDD (52%), puis par les références HD (26%).

Au niveau des gammes, les produits d'entrée de gamme (MDD et HD) comportent généralement un étiquetage du groupe 0 ou du groupe 1 (au moins 80% des références) et présentent peu de portions indiquées (moins de 18% des références) alors que les produits haut de gamme sont mieux renseignés avec au moins 80% des références étiquetées en groupe 2/2+ et plus de 80% avec indication de portion. Enfin, les produits d'entrée de gamme (MDD et HD) affichent moins souvent des valeurs nutritionnelles à la portion (moins de 21% des références avec étiquetage nutritionnel) et des repères nutritionnels (moins de 11% des références).

Si l'on considère la variabilité selon les familles, les blocs gourmands, les poudres chocolatées et les chocolats de dégustation se distinguent avec plus de 70% des références présentant un étiquetage groupe 2/2+. Les chocolats fourrés ont la plus grande proportion de produits sans étiquetage nutritionnel (32% des références).

En dehors des chocolats allégés, pour lesquels, par définition, la totalité des références disponibles présente des allégations nutritionnelles, la famille des poudres chocolatées est celle avec la proportion la plus élevée d'allégations nutritionnelles (48% des références).

Au sein du secteur des produits chocolatés, la famille des poudres chocolatées sucrées a une composition nutritionnelle différente des autres familles, avec de plus faibles teneurs en lipides et de plus fortes teneurs en sucres. En effet, la poudre de cacao est le résultat de l'extraction du beurre de cacao de la masse de cacao : il s'agit donc de matière « dégraissée ».

Par rapport à l'ensemble du secteur (hors poudres chocolatées) :

- les tablettes au chocolat noir et les tablettes fourrées au chocolat noir sont caractérisées par de plus fortes teneurs en fibres et de plus faibles teneurs en sucres (ce sont en effet des produits avec de plus fortes teneurs en cacao) ;
- les pâtes à tartiner chocolatées se distinguent par une plus faible proportion d'AGS par rapport aux lipides et de plus faibles teneurs en protéines.

Une corrélation négative entre les lipides et les sucres est observée pour 3 familles parmi les 9 testées : tablettes au chocolat noir, tablettes au chocolat blanc et tablettes au chocolat noir fourrées. Ces observations s'expliquent par le fait que, dans le chocolat, le cacao est l'ingrédient vecteur de protéines, lipides, fibres et AGS. Par ailleurs, le chocolat est un aliment dense, ne comprenant quasiment pas d'eau, d'où une densité énergétique élevée quelle que soit la recette (chocolat noir, au lait ou blanc). Cette densité implique que plus la teneur en cacao augmente, plus le chocolat est riche en protéines, en lipides, en fibres et en AGS, moins il contient de glucides et réciproquement. Par ailleurs, environ 80% des références pour les tablettes au chocolat noir présentent un ratio AGS/lipides proche de 0,6. Ceci peut s'expliquer par la présence du beurre de cacao, la matière grasse la plus utilisée du secteur, qui est lui-même caractérisé par un rapport AGS/lipides de 0,6.

Des différences de composition nutritionnelle selon les segments de marché ont été mises en évidence, mais celles-ci sont très ponctuelles (elles concernent un petit nombre de familles et/ou nutriments).

Enfin, on observe une variabilité intra-famille des teneurs en nutriments : les coefficients de variation des teneurs en nutriments s'étalent entre 3% et 190% selon les nutriments et les familles. Cette variabilité est particulièrement nette pour les familles et nutriments suivants :

- les tablettes au chocolat noir, pour les teneurs en protéines, en sucres, en lipides, en AGS et en fibres (cela s'explique par les différents pourcentages de cacao mis en œuvre) ;
- les barres chocolatées et les bonbons/rochers/bouchées, pour les teneurs en protéines, en lipides et en AGS.

Cette variabilité de composition nutritionnelle à l'échelle de la famille peut ouvrir des pistes de réflexion pour l'amélioration des caractéristiques nutritionnelles des produits. Le partenariat avec les professionnels du secteur est important pour identifier les contraintes technologiques, sensorielles, économiques, réglementaires... et donc les marges de manœuvre possibles.

Annexe 7 : Etude sectorielle sur le secteur de la panification croustillante et moelleuse

En 2009, la base Oqali compte 620 références de produits de panification croustillante et moelleuse : 30% sont des produits à marque nationale (MN), 45% des produits à marques de distributeurs (MDD) et 25% des produits hard discount (HD). Le secteur a été décomposé en 8 segments de marché : MN cœur de marché et haut de gamme (MNcm et MNhg), MDD cœur de marché, entrée de gamme et haut de gamme (MDDcm, MDDeg et MDDhg), HD cœur de marché, entrée de gamme et haut de gamme (HDcm, HDeg et HDhg). Au niveau de détail le plus fin, le secteur compte 42 catégories de produits. Pour les traitements, le nombre de références disponibles dans certaines de ces catégories étant faible, des regroupements de plusieurs familles ont été réalisés. Cette étude s'intéresse aux produits de panification préemballés vendus en ambiant dans les grandes et moyennes surfaces. En particulier, le suivi concerne les produits de panification croustillante (tels que les biscottes, les pains grillés) et de panification moelleuse (tels que les pains de mie, les brioches, les pains au lait, les pains au chocolat).

La base de données Oqali couvre au moins 57% du marché des produits de panification en volume en 2009.

L'étude des informations présentes sur les emballages montre que, sur le secteur, 93% des produits présentent un étiquetage nutritionnel. En particulier, la majorité des produits (66%) présente un étiquetage de groupe 2/2+. L'étiquetage de groupe 1 est présent sur 26% des références et 7% des produits n'ont pas d'étiquetage nutritionnel.

113 produits (18% du secteur) présentent au moins une allégation (nutritionnelle, autre allégation nutritionnelle et/ou de santé). En particulier, 99 produits présentent au moins une allégation nutritionnelle (16% des références) et 15 produits présentent au moins une allégation de santé (2% des références).

Parmi les 216 allégations recensées, 181 sont des allégations nutritionnelles, 22 sont des allégations de santé et 13 sont des autres allégations nutritionnelles. Les allégations de type « riche en fibres » et « source [nom des vitamines] et/ou [nom des minéraux] » (chacune 22% de l'ensemble des allégations nutritionnelles relevées) sont les plus fréquentes.

47% des produits proposent des portions indiquées (soit 292 références sur 620). Les tailles de ces portions s'étalent de 1,6g à 118g, en raison de l'hétérogénéité des produits.

39% des références avec un étiquetage nutritionnel présentent des valeurs nutritionnelles à la portion et 39% des produits proposent des repères nutritionnels.

30% des produits possèdent au moins une recommandation de consommation et 7% des références incitent le consommateur à pratiquer une activité physique.

La fréquence de ces indicateurs varie en fonction du segment de marché. Ainsi, les produits à marque nationale et à marque de distributeurs sont les plus renseignés concernant le groupe d'étiquetage (respectivement 87% et 71% des références avec un étiquetage 2/2+ vs 31% pour les références HD). De la même manière, les produits de ces deux segments présentent plus de produits avec des valeurs nutritionnelles à la portion (environ 43% des références avec étiquetage nutritionnel vs 26% pour les références HD). Par ailleurs, les produits à marque nationale affichent plus souvent des allégations nutritionnelles (32% des cas). Quant aux produits à marques de distributeurs, ils proposent le plus de portions indiquées (62% des références) et de repères nutritionnels (56% des produits).

Les familles de la panification croustillante sont mieux renseignées que celles de la panification moelleuse, notamment pour les groupes d'étiquetage et la proportion de produits avec allégations nutritionnelles : toutes les familles de produits de panification croustillante (6 familles) possèdent majoritairement un étiquetage nutritionnel de groupe 2+ (minimum 44% pour les biscottes nature) et 4 d'entre elles ont les proportions les plus élevées d'allégations nutritionnelles (au moins 30% des produits).

Au sein du secteur des produits de panification, une nette séparation est observée entre les produits de type « panification croustillante » et les produits de type « panification moelleuse », caractérisés par des teneurs plus faibles en amidon, sucres et fibres. Cette différence s'explique par la teneur en eau des produits : en effet, les produits de panification croustillante, très secs, ont une teneur en nutriments plus élevée par 100g.

Par rapport à l'ensemble des produits de panification croustillante :

- les spécialités céréalières fourrées ou topées au chocolat et aux fruits sont caractérisées par des teneurs plus élevées en sucres et plus faibles en protéines. Les variétés au chocolat présentent également de plus fortes teneurs en lipides ;
- les biscottes et pains grillés briochés ont des teneurs plus fortes en lipides ;
- les biscottes complètes/céréales/graines se distinguent par de plus fortes teneurs en protéines.

Par rapport à l'ensemble des produits de panification moelleuse :

- les pains au chocolat et autres viennoiseries présentent les teneurs en lipides les plus élevées du sous-secteur, de plus faibles teneurs en amidon et de plus fortes teneurs en sucres ;
- les pains de mie nature et les pains préemballés sont caractérisés par les teneurs en lipides les moins élevées du sous-secteur, de plus fortes teneurs en amidon et de plus faibles teneurs en sucres ;
- les brioches fourrées, brioches/pains au lait et pains de mie briochés, présentent des teneurs en lipides intermédiaires au sein du sous-secteur.

Ces résultats permettent d'observer des différences de composition entre, d'une part, les produits prêts à consommer et d'autre part, les produits nature qui seront accompagnés, lors de la consommation, par d'autres produits (ex. beurre, confiture, ...).

Il existe une variabilité des compositions nutritionnelles des produits au sein de chaque famille et pour tous les nutriments testés. En effet, les coefficients de variation des teneurs en nutriments s'étalent entre 2% et 102% selon les nutriments et les familles. Cette variabilité est particulièrement nette pour les familles et nutriments suivants :

- les pains grillés nature, pour les teneurs en amidon, en lipides, en AGS et en sodium ;
- les pains grillés briochés, pour les teneurs en sucres, en lipides et en AGS ;
- les brioches fourrées, pour les teneurs en sucres, en amidon, en lipides et en AGS.

Cette variabilité de composition nutritionnelle à l'échelle de la famille peut ouvrir des pistes de réflexion pour l'amélioration des caractéristiques nutritionnelles des produits. Le partenariat avec les professionnels du secteur est important pour identifier les contraintes technologiques, sensorielles, économiques, réglementaires... et donc les marges de manœuvre possibles.

Annexe 8 : Etude sectorielle sur le secteur des préparations pour desserts

En 2009, la base de données Oqali compte 155 références de préparations pour desserts, réparties en 3 segments de marché : 42% de produits à marques nationales (MN), 35% de produits hard discount (HD) et 23% de produits à marques de distributeurs (MDD). Au niveau de détail le plus fin, le secteur compte 36 catégories de produits. Pour les traitements, le nombre de références disponibles dans certaines de ces catégories étant faible, des regroupements de plusieurs familles ont été réalisés. Les produits suivis sont les desserts à préparer (où l'ajout d'ingrédients est prévu) et les prêts à cuisiner (prêts à la cuisson). Le secteur des préparations pour desserts est caractérisé par une très grande diversité de produits et par un faible nombre de références. Ainsi, le nombre d'individus par famille est limité.

La base de données Oqali couvre au moins 67% du marché des préparations pour desserts en volume en 2009.

L'étude des informations présentes sur les emballages montre que, sur le secteur, 94% des produits présentent un étiquetage nutritionnel, parmi lesquels la majorité (53%) présente un étiquetage de groupe 1. Les étiquetages de groupe 2 et 2+ sont présents pour respectivement 21% et 20% des produits.

Aucune allégation (allégation nutritionnelle, allégation de santé ou autre allégation nutritionnelle) n'a été relevée.

43% des produits proposent des portions indiquées. Les tailles de ces portions s'étalent de 31g à 180g, en raison de l'hétérogénéité des produits.

43% des références avec étiquetage nutritionnel affichent des valeurs nutritionnelles à la portion et 35% des produits proposent des repères nutritionnels.

13% des produits possèdent au moins une recommandation de consommation et 2% incitent le consommateur à pratiquer une activité physique.

Pour la plupart des paramètres d'étiquetage, les produits MDD sont les mieux renseignés. En effet, 86% des références MDD présentent un étiquetage de groupe 2/2+ (vs respectivement 71% et 58% d'étiquetage de groupe 1 pour les produits HD et MN). De plus, les produits MDD présentent la proportion la plus élevée de produits avec indication de portion (83%), suivis par les MN (34%) et par les HD (27%). Par ailleurs, 66% des produits MDD avec un étiquetage nutritionnel présentent des valeurs nutritionnelles à la portion (vs respectivement 40% et 32% des références MN et les HD). Enfin, les références MDD possèdent la proportion la plus élevée de produits avec un repère nutritionnel (71% des produits), suivies par les MN (31%), puis par les HD (16%).

Les préparations pour desserts prêts à cuisiner (pac) sont mieux renseignées que les desserts à préparer (dap) : au minimum 75% d'étiquetage nutritionnel de groupe 2/2+ contre plus de 50% d'étiquetage de groupe 1 pour les desserts à préparer (moelleux, crèmes anglaise/pâtissière, entremets et flans pâtisseries). De plus, elles présentent la proportion la plus élevée de produits avec indication de portion (minimum 75% des références vs maximum 50% pour les familles de desserts à préparer).

Au sein du secteur des préparations pour desserts, deux sous-groupes se distinguent :

- les produits de type biscuits et gâteaux, comprenant les 4 familles de gâteaux moelleux (chocolat et autres parfums, pac et dap) et la famille des cookies, caractérisés par de plus fortes teneurs en lipides et glucides. Au sein de ce sous-groupe, on distingue la famille des gâteaux moelleux autres parfums que chocolat (pac) qui présente des teneurs en protéines plus faibles ;
- les produits de type desserts lactés (entremets, crèmes anglaise et pâtissière...) et crêpes et gaufres, caractérisés par de plus faibles teneurs en glucides et lipides. Au sein de ce sous-groupe, on distingue les crèmes brûlées/petits pots de crème, avec des teneurs en lipides plus élevées et les crêpes et gaufres, avec de plus fortes teneurs en protéines.

On note également une certaine dispersion des valeurs nutritionnelles au sein des familles. Celle-ci est particulièrement nette pour la famille des moelleux au chocolat (dap) pour les glucides, les protéines et les lipides.

Quand on examine la variabilité intra-famille, des différences de composition nutritionnelle selon les segments de marché ont été mises en évidence mais celles-ci sont ponctuelles (elles concernent un petit nombre de familles et/ou nutriments). Par ailleurs, ces résultats sont à considérer avec une grande précaution car le nombre de familles et de nutriments pouvant être pris en compte dans le test est faible.

Annexe 9 : Bilan sur les paramètres de l'étiquetage

Secteurs suivis en 2009 <i>Couverture du marché en volume en 2009</i>	Groupe d'étiquetage	Allégations nutritionnelles	Allégations de santé	Repères nutritionnels	Recommandation de consommation	Adjonction de vitamines et minéraux	Portion indiquée	Valeurs nutritionnelles/ portion
Produits laitiers ultra-frais <i>67% du marché</i>	48% groupe 2/2+ 42% groupe 1/1+	22%	7%	27%	18%	8%	Non suivi	Non suivi
Compotes <i>68% du marché</i>	79% groupe 2/2+ 15% groupe 1/1+	70%	0%	26%	35%	25%	Non suivi	Non suivi
Confitures <i>Entre 58 et 65% du marché</i>	36% groupe 2/2+ 16% groupe 1/1+ 45% groupe 0+	18%	0%	5%	5%	pratiquement 0%	Non suivi	Non suivi
Conserves de fruits <i>Entre 49 et 69% du marché</i>	35% groupe 2/2+ 32% groupe 1/1+	16%	0%	29%	29%	pratiquement 0%	Non suivi	Non suivi
Chocolat et produits chocolatés <i>67% du marché</i>	54% groupe 2/2+ 30% groupe 1/1+	6%	< 1%	33%	12%	Non suivi	52%	54% des produits avec étiquetage nutritionnel
Panification croustillante et moelleuse <i>57% du marché</i>	66% groupe 2/2+ 27% groupe 1/1+	16%	2%	39%	30%	Non suivi	47%	39% des produits avec étiquetage nutritionnel
Apéritifs à croquer <i>49% du marché</i>	61% groupe 2/2+ 27% groupe 1/1+	7%	0%	46%	28%	Non suivi	55%	48% des produits avec étiquetage nutritionnel
Préparation pour desserts <i>67% du marché</i>	41% groupe 2/2+ 53% groupe 1/1+	0%	0%	35%	13%	Non suivi	43%	43% des produits avec étiquetage nutritionnel