



**ÉTUDE D'IMPACT DES  
CHARTES D'ENGAGEMENTS  
VOLONTAIRES DE  
PROGRÈS  
NUTRITIONNEL SUR LES  
VOLUMES DE NUTRIMENTS  
MIS SUR LE MARCHÉ**

-  
ÉTUDE ACTUALISÉE

Oqali



**ÉDITION 2013**



**ÉTUDE D'IMPACT DES  
CHARTES D'ENGAGEMENTS  
VOLONTAIRES DE  
PROGRÈS  
NUTRITIONNEL SUR LES  
VOLUMES DE NUTRIMENTS  
MIS SUR LE MARCHÉ**

-

ÉTUDE ACTUALISÉE

# SOMMAIRE

<b>SYNTHÈSE</b> .....	<b>8</b>
<b>1. INTRODUCTION</b> .....	<b>11</b>
<b>2. CONTEXTE</b> .....	<b>12</b>
2.1. Les objectifs du PNNS .....	12
2.2. Les chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel.....	12
<b>3. MÉTHODOLOGIE</b> .....	<b>15</b>
3.1. Données mobilisées .....	15
3.2. Chartes et engagements suivis .....	16
3.2.1. Chartes suivies .....	16
3.2.2. Sélection des engagements suivis.....	17
3.2.3. Cas des entreprises qui s'engagent à la fois via une charte individuelle et collective.....	18
3.3. Calcul de la part de marché des produits impactés .....	19
3.4. Estimation des volumes de nutriments mis sur le marché .....	20
3.4.1. Distinction entre les objectifs atteints et les objectifs non encore réalisés .....	20
3.4.2. Cas particulier des engagements concernant un changement de composition nutritionnelle via la substitution d'un ingrédient.....	21
3.4.3. Méthodologie pour l'analyse des résultats concernant l'évolution des volumes de nutriments mis sur le marché.....	22
<b>4. RÉSULTATS ET DISCUSSION</b> .....	<b>26</b>
4.1. Parts de marché des produits impactés .....	26
4.2. Impact sur les volumes de nutriments mis sur le marché .....	28
4.2.1. Résultats par nutriment.....	28
4.2.2. Contributions relatives des objectifs atteints à date de l'étude et des objectifs dont la réalisation est prévue pour les années à venir.....	33
4.2.3. Contributions aux efforts des différents types de chartes.....	34
4.2.4. Impacts sur le périmètre des produits améliorés par les chartes.....	37
4.2.5. Impacts sur le périmètre des familles .....	40
<b>5. CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES</b> .....	<b>43</b>
<b>ANNEXES</b> .....	<b>46</b>

## LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Schéma de synthèse de la méthode appliquée .....	25
Figure 2 : Contribution des différents types de chartes à la réduction des volumes de lipides mis sur le marché .....	34
Figure 3 : Contribution des différents types de chartes à la réduction des volumes de sucres mis sur le marché .....	35
Figure 4 : Contribution des différents types de chartes à la réduction des volumes de sodium mis sur le marché .....	35

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Les 31 signataires des chartes répartis en catégories .....	14
Tableau 2 : Sources des données mobilisées .....	16
Tableau 3 : Chartes prises en compte dans l'étude .....	16
Tableau 4 : Couples nutriment/secteur qui présentent les parts de marché des produits chartés les plus élevées.....	26
Tableau 5: Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnels sur les volumes de lipides mis sur le marché .....	29
Tableau 6 : Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes d'AGS mis sur le marché .....	30
Tableau 7 : Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes de sucres mis sur le marché.....	30
Tableau 8 : Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes de sodium mis sur le marché .....	31
Tableau 9 : Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes de calcium mis sur le marché.....	31
Tableau 10 : Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes de vitamine D mis sur le marché .....	31
Tableau 11 : Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes d'acides gras <i>trans</i> mis sur le marché .....	32
Tableau 12 : Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes d'acides gras oméga 3 mis sur le marché .....	32
Tableau 13 : Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes de fibres mis sur le marché .....	32
Tableau 14 : Gains issus d'objectifs atteints à date de l'étude et gains issus d'objectifs dont la réalisation est prévue pour les années à venir.....	33
Tableau 15 : Impacts les plus importants sur le périmètre des produits améliorés en lipides, AGS, sucres simples et sodium .....	38
Tableau 16 : Impacts sur le périmètre des familles les plus importants.....	41
Tableau 17 : Parts de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur les teneurs en lipides .....	46
Tableau 18 : Parts de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur les teneurs en AGS.....	46
Tableau 19 : Parts de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur les teneurs en sucres.....	47

Tableau 20 : Parts de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur les teneurs en sodium.....	47
Tableau 21 : Parts de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur les teneurs en calcium.....	48
Tableau 22 : Part de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur les teneurs en vitamine D .....	48
Tableau 23 : Part de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur la teneur en acides gras <i>trans</i> .....	48
Tableau 24 : Part de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur la teneur en acides gras oméga 3 .....	48
Tableau 25 : Part de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur la teneur en fibres .....	48
Tableau 26 : Impact des engagements concernant les lipides sur le périmètre des produits améliorés .....	49
Tableau 27: Impact des engagements concernant les AGS sur le périmètre des produits améliorés.....	51
Tableau 28: Impact des engagements concernant les sucres simples sur le périmètre des produits améliorés.....	52
Tableau 29 : Impact des engagements concernant le sodium sur le périmètre des produits améliorés.....	54
Tableau 30 : Impact des engagements concernant le calcium sur le périmètre des produits améliorés .....	55
Tableau 31 : Impact des engagements concernant la vitamine D sur le périmètre des produits améliorés.....	56
Tableau 32 : Impact des engagements concernant les acides gras <i>trans</i> sur le périmètre des produits améliorés.....	56
Tableau 33 : Impact des engagements concernant les acides gras oméga 3 sur le périmètre des produits améliorés.....	56
Tableau 34 : Impact des engagements concernant les fibres sur le périmètre des produits améliorés .....	57
Tableau 35 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant les lipides.....	58
Tableau 36 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant les AGS .....	60
Tableau 37 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant les sucres simples.....	61
Tableau 38 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant le sodium .....	63
Tableau 39 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant le calcium.....	64
Tableau 40 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant la vitamine D.....	64
Tableau 41 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant les acides gras <i>trans</i> .....	65
Tableau 42 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant les acides gras oméga 3.....	65
Tableau 43 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant les fibres.....	65

## **LISTE DES ANNEXES**

Annexe 1 : Parts de marché des produits impactés .....	46
Annexe 2 : Impact sur le périmètre des produits améliorés.....	49
Annexe 3 : Impact sur le périmètre des familles .....	58

## **LISTE DES SIGLES**

ADEPALE : Association Des Entreprises de Produits Alimentaires Elaborés

AGS : Acides gras saturés

BRSA : boissons rafraîchissantes sans alcool

FIAC : Fédération des industries d'aliments conservés

FICT : Fédération Française des Industriels Charcutiers Traiteurs Transformateurs de viandes

GMS : Grandes et Moyennes Surfaces

IAA : Industries agro-alimentaires

PNA : Programme national pour l'alimentation

PNNS : Programme National Nutrition Santé

RHF : Restauration Hors Foyer

SU-VI-MAX : Supplémentation en Vitamines et Minéraux anti-oxydants

## SYNTHÈSE

31 chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel ont été signées entre 2008 et 2012. L'objectif de cette étude est de quantifier la part de marché des produits reformulés via les engagements des chartes ainsi que l'impact des chartes sur les volumes de nutriments mis sur le marché. Une première étude réalisée par l'Oqali a été publiée en 2010 sur le même sujet. Elle portait sur l'impact des quinze premières chartes signées à cette date et se basait uniquement sur les informations présentes dans les versions publiques des chartes. Ce rapport a pour objectif de mettre à jour cette première étude en incluant toutes les nouvelles chartes signées depuis et d'améliorer les estimations réalisées à l'aide des rapports d'audit et de bilans réalisés depuis.

Dans ce rapport, 28 chartes ont été suivies, deux sont issues de distributeurs, trois d'interprofessions, et 23 sont signées par des entreprises industrielles individuelles.

Les engagements pour lesquels l'impact a été estimé dans cette étude sont de deux types :

- les engagements de reformulation des produits existants (réduction de teneurs en sucres et sel, augmentation de teneurs en vitamines, etc.) ; les volumes de vente avant et après engagement sont alors supposés inchangés.
- les engagements portant sur la structure du marché, c'est-à-dire l'augmentation de la part de marché de produits de meilleure qualité nutritionnelle, en substitution de produits pour lesquels une consommation modérée est préconisée.

Tous les types de nutriments rencontrés dans les objectifs ont été pris en compte. Ils sont au nombre de neuf : les lipides, les acides gras saturés, les sucres simples, le sodium, les fibres, le calcium, la vitamine D, les acides gras *trans* et les acides gras oméga 3.

Tous secteurs et tous nutriments confondus, les produits reformulés dans le cadre des chartes représentent une part de marché médiane de 4,4% (fourchette basse).

Les parts de marché les plus élevées (supérieures à 30%) sont observées pour les engagements concernant :

- les teneurs en lipides et en sodium des produits de charcuterie, cela est dû en grande partie à la charte collective de la FICT qui touche de gros volumes ;
- les teneurs en lipides et en sodium des aides culinaires, cela s'explique par l'engagement d'une entreprise leader sur le marché des aides culinaires ;
- les teneurs en sucres des céréales pour le petit-déjeuner, cela s'explique par l'engagement de deux entreprises individuelles et de deux distributeurs pour ce couple secteur - nutriment.

Concernant les volumes de nutriments mis sur le marché, les engagements de reformulation des produits existants et ceux impactant la structure du marché permettront, à terme, de diminuer :

- de 8 288 tonnes (fourchette basse) à 8 694 tonnes (fourchette haute) le volume annuel de lipides mis sur le marché ;
- de 4 177 tonnes le volume annuel d'AGS mis sur le marché ;

- de 14 611 tonnes à 15 862 tonnes le volume annuel de sucres mis sur le marché ;
- de 663 tonnes à 668 tonnes le volume annuel de sodium mis sur le marché ;
- de 220 tonnes le volume annuel d'acides gras *trans* mis sur le marché.

Pour ce qui est des nutriments dont les teneurs ont été augmentées, les engagements de reformulation des produits existants vont permettre, à terme, d'augmenter :

- de 32 tonnes le volume annuel de calcium mis sur le marché ;
- de 4 kg le volume annuel de vitamine D mis sur le marché ;
- de 704 tonnes le volume annuel d'acides gras oméga 3 mis sur le marché ;
- et de 308 tonnes le volume annuel de fibres mis sur le marché.

La majorité des engagements dont la date d'échéance est antérieure à 2012 ont été respectés : leur réalisation a été, pour beaucoup d'entre eux, dépassée (les améliorations ont été plus loin que ce qui était prévu). Deux objectifs n'ont pas pu être atteints pour cause de limite organoleptique (rejet des consommateurs). A ce jour, des améliorations dans le cadre des chartes sont à prévoir jusqu'en 2015.

Globalement, les trois types de signataires (interprofessions, distributeurs et entreprises individuelles) contribuent de manière équivalente aux volumes totaux de sucres, lipides et sodium retirés du marché. Les chartes collectives se distinguent car celles-ci permettent d'améliorer de gros volumes. Les distributeurs peuvent quant à eux s'engager sur de nombreux secteurs et ainsi avoir un impact non négligeable. Les chartes individuelles considérées isolément ont globalement des contributions plus faibles mais, du fait de leur nombre important, leur impact cumulé est intéressant.

Cette étude montre que les efforts fournis par les signataires sont globalement importants. En effet, les volumes de sucres, de lipides, d'AGS, d'acides gras *trans* ou de sodium retirés du marché représentent une part importante des volumes initialement mis sur le marché par les produits chartés. Ces impacts sont particulièrement forts dans le cas des AGS et des acides gras *trans* : la variation relative du volume d'AGS mis sur le marché par les frites et garnitures surgelées chartées est de -60,7%, et celle du volume d'acides gras *trans* mis sur le marché par les pâtes à tartes chartées est de -69,3%.

On observe également des efforts importants concernant les volumes de vitamine D et d'acides gras oméga 3 ajoutés sur le marché, dépassant souvent les 100% des volumes initialement mis sur le marché par les produits chartés.

Lorsqu'on se place à l'échelle de la famille (périmètre des produits chartés et non chartés), l'impact des chartes sur les volumes de nutriments mis sur le marché est modeste (impact médian de 0,51% en valeur absolue, toutes familles et tous nutriments confondus). Néanmoins, pour 14 familles, l'ensemble des chartes fait évoluer de manière non négligeable la composition nutritionnelle moyenne des familles, en faisant augmenter/baisser la teneur moyenne d'au moins un nutriment de plus de 10%.

Il ressort que l'impact des chartes sur la composition nutritionnelle moyenne d'une famille de produits (périmètre des produits chartés et non chartés) dépend bien entendu de l'effort de réduction ou d'augmentation réalisé sur la teneur du nutriment, mais surtout de la part de

marché du produit amélioré. Ainsi, si les produits d'un signataire sont l'objet d'une amélioration importante, mais qu'ils représentent une faible part de marché, l'impact sur le périmètre de la famille à laquelle appartiennent ces produits sera faible.

Ces résultats montrent que l'action des acteurs économiques sur l'offre alimentaire est un levier d'action intéressant et que l'impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel est susceptible d'être fortement amplifié en augmentant le nombre de signataires, soit via les accords collectifs, soit en incitant les entreprises leader ou encore en incitant plusieurs entreprises d'un même secteur à s'engager sur les mêmes couples famille-nutriment.

Il est important de rappeler que l'impact évalué ici concerne uniquement les engagements de reformulation des produits existants et les engagements portant sur la structure du marché. De nombreux engagements portant sur les nouveaux produits ou sur la consommation (information du consommateur, taille des portions, éducation nutritionnelle...) n'ont pas été évalués dans cette étude et auront également *in fine* un impact sur les apports nutritionnels.

Par ailleurs, il aurait été intéressant d'étudier l'impact des chartes PNNS sur la composition nutritionnelle globale des produits, autrement dit, regarder l'évolution des teneurs en nutriments qui n'ont pas fait l'objet d'engagements, afin d'observer les substitutions entre nutriments qui ont été effectuées suite aux engagements.

Cette étude pourrait également être poursuivie pour caractériser les produits impactés par les chartes tant du point de vue nutritionnel (les produits chartés sont-ils initialement bien placés dans l'espace des caractéristiques nutritionnelles ?) que de leur prix (les produits chartés sont-ils accessibles à tous ?).

Enfin, il serait intéressant d'étudier l'impact indirect des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel, afin de savoir si oui, et dans quelle mesure, les chartes d'engagements volontaires signées constituent une incitation à l'amélioration de la qualité nutritionnelle des produits alimentaires transformés pour les industriels du secteur de l'agroalimentaire non signataires.

# 1. INTRODUCTION

Après un premier volet du Plan National Nutrition Santé (PNNS) axé sur la communication et l'information auprès des consommateurs, le deuxième volet du PNNS (2006-2010) a pour objectif d'agir sur l'offre alimentaire. Ainsi, depuis 2007, des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel peuvent être signées entre les pouvoirs publics et les acteurs économiques du secteur de l'alimentation. A travers ces chartes, les transformateurs, distributeurs, professionnels de la restauration et interprofessions peuvent, entre autres, s'engager à améliorer la qualité nutritionnelle de l'offre alimentaire, via trois principaux domaines d'intervention :

- Intervention sur la composition nutritionnelle des produits existants
- Création de produits de substitution
- Intervention sur la consommation des produits (fréquence, quantité, population cible)

31 chartes ont été signées entre 2008 et 2012. La plupart ont été signées par des entreprises individuelles (par exemple, Findus, Kellogg's, Orangina Schweppes...), mais la liste des signataires compte également des distributeurs (Casino, Scamark), ou encore des interprofessions (par exemple, l'Union interprofessionnelle des jus de fruits et nectars...).

**En tant qu'outil de suivi de la qualité nutritionnelle de l'offre alimentaire, l'Oqali cherche à évaluer l'impact des engagements pris dans le cadre des chartes sur l'offre alimentaire. Il s'agit donc d'estimer, d'une part, la part de marché des produits reformulés via les engagements des chartes, et d'autre part, la variation des volumes de nutriments annuels mis sur le marché suite aux améliorations réalisées (tonnes de sucres ou de matières grasses en moins, tonnes de calcium ou vitamine D en plus, etc.).**

Les engagements pour lesquels l'impact a été estimé dans cette étude sont de deux types :

- reformulation des produits existants (réduction de teneurs en sucres et en sel, augmentation de teneurs en vitamines, etc.) ;
- modification de la structure du marché, c'est-à-dire augmentation de la part de marché de produits de meilleure qualité nutritionnelle au détriment de produits dont une consommation modérée est préconisée.

Une première étude réalisée par l'Oqali a été publiée en 2010<sup>1</sup> sur le même sujet. Elle portait sur l'impact des quinze premières chartes signées à cette date et se basait uniquement sur les informations présentes dans les versions publiques des chartes. Ce rapport a pour objectif de mettre à jour cette première étude en incluant toutes les nouvelles chartes signées depuis et d'améliorer les estimations réalisées à l'aide des rapports d'audit et de bilans réalisés depuis.

Après un rappel du contexte dans lequel s'inscrivent les chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel, la méthodologie utilisée pour cette étude sera détaillée. Puis, les résultats de l'étude seront présentés, avec en premier lieu, l'estimation des parts de marché des produits

---

<sup>1</sup> Etude d'impact des chartes d'engagements de progrès nutritionnels sur les volumes de nutriments mis sur le marché - 2010 ([www.oqali.fr](http://www.oqali.fr))

améliorés par les chartes, puis en second lieu, l'impact de ces améliorations sur les volumes de nutriments mis sur le marché.

## **2. CONTEXTE**

### **2.1. Les objectifs du PNNS**

L'objectif du Programme National Nutrition Santé (PNNS) est d'améliorer l'état de santé de l'ensemble de la population en agissant sur l'un de ses déterminants majeurs, la nutrition.

Lors du premier volet du PNNS (2001-2005), un socle de repères nutritionnels a été établi et promu par le biais de guides et de campagnes de communication de grande ampleur. Cependant, les stratégies fondées sur l'information, la communication et l'éducation ne peuvent à elles seules permettre d'atteindre les objectifs de santé fixés. C'est pourquoi, le deuxième volet du PNNS (2006-2010) prévoit, au sein de sa fiche « agir sur l'offre alimentaire », d'impliquer les acteurs économiques dans sa mise en œuvre. Ainsi, depuis 2007, des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel peuvent être signées entre les pouvoirs publics et les acteurs économiques du secteur de l'alimentation (production, transformation, distribution, restauration). Ces chartes sont établies sur la base d'un référentiel précis et acceptées après évaluation des dossiers par un comité d'experts compétent en nutrition, technologie alimentaire, marketing et économie des filières alimentaires.

### **2.2. Les chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel**

Il existe trois grands domaines d'intervention pour lesquels des engagements de progrès nutritionnel peuvent être souscrits :

- **Intervention sur la composition nutritionnelle des produits existants**

Ce champ concerne les modifications de formulation visant à réduire dans les produits composés les teneurs en sel, en sucres ajoutés, en lipides totaux et en acides gras saturés et à augmenter les teneurs en glucides complexes et en fibres. Ces engagements de reformulation des produits existants sont caractérisés par une date d'échéance, un nutriment sur lequel porte la reformulation, ainsi qu'un objectif chiffré (ex : « réduction de la teneur en sel de x% pour fin 2012 »). Ce sont ceux pris en compte dans cette étude. Entrent également dans ce champ, des reformulations prenant appui sur des rapports ou avis d'autorités scientifiques repris dans des orientations données par les pouvoirs publics ou sur les objectifs nutritionnels annexés à la loi de santé publique (par exemple sur l'iode). Enfin, la confection de menus permettant le respect des repères de consommation du PNNS 2 dans la restauration à caractère social et commercial fait également partie de ce champ.

- **Création de produits de substitution**

Ce champ concerne le développement de produits pouvant venir en substitution de produits alimentaires pour lesquels une consommation modérée est préconisée, en particulier lorsqu'une intervention sur la composition nutritionnelle des produits existants semble trop difficile.

- **Intervention sur la consommation des produits (fréquence, quantité, population cible)**

Ce champ concerne par exemple la réduction de la taille des portions et/ou des unités de vente de produits contenant un ou des nutriments dont l'apport doit être limité, l'augmentation de la consommation de fruits et légumes via l'amélioration, leur accessibilité et la diversification de leurs formes d'utilisation, la baisse du nombre de produits sucrés présentés devant les caisses, l'adaptation des mètres linéaires mis à disposition des catégories de produits en fonction de leur intérêt nutritionnel, la réduction de la publicité et de la promotion pour les produits dont une consommation modérée est préconisée, la suppression de la publicité dans les écrans destinés aux enfants, la présence d'informations sur les conditions d'utilisation les plus adéquates des produits et sur des combinaisons pertinentes en fonction des repas (petit-déjeuner, goûter), etc.

D'autres domaines d'intervention dits complémentaires sont également considérés comme éligibles. Il s'agit :

- **des actions internes à l'entreprise** : mise en œuvre d'actions concrètes conformes au PNNS au sein de l'entreprise (actions sur l'état nutritionnel des salariés) ;

- **des actions externes** : soutien technique ou financier d'actions bénéficiant du logo du PNNS menées pour l'éducation, la formation, la prévention par des comportements alimentaires appropriés, soutien de la recherche dans ces domaines, soutien d'initiatives ayant pour objet la promotion de l'activité physique de loisir ou sportive, etc.

Les chartes signées comportent en général plusieurs engagements, et l'ensemble des engagements d'une charte couvrent souvent plusieurs domaines cités ci-dessus. Ainsi, à titre d'exemple, la charte du distributeur Scamark comprend des engagements d'améliorations nutritionnelles des produits concernant trois nutriments (réduction des teneurs en sucres ajoutés, lipides et sodium), des engagements portant sur le domaine « intervention sur la consommation des produits » avec l'apposition d'étiquetage nutritionnel sur les emballages, la mise à disposition d'un service consommateurs avec des diététiciennes et des actions internes à l'entreprise (offre de fruits frais aux salariés, formations à l'équilibre alimentaire...).

L'objectif général de ces chartes est donc d'inciter les acteurs économiques à améliorer la qualité nutritionnelle de leur offre afin d'atteindre les objectifs du PNNS et de la loi de santé publique. En particulier, cette politique vise à réduire la consommation de certains nutriments (sel, sucres, lipides saturés) en agissant sur l'offre alimentaire.

Ce dispositif vise également à :

- faciliter la collaboration entre acteurs des secteurs public et privé du domaine de l'alimentation et de la nutrition, sur des bases claires, préalablement négociées et acceptées et reposant sur un principe d'amélioration de l'offre et de l'environnement alimentaires ou du service fourni par les opérateurs économiques ;

- fournir la possibilité pour les acteurs économiques de valoriser les efforts consentis au regard des objectifs du PNNS ;
- valoriser les industriels ou groupes d'entreprises prenant des initiatives en direction de leurs salariés dans le but d'améliorer la qualité de leur alimentation en cohérence avec le PNNS et/ou de rendre possible la pratique d'activité physique sur le lieu de travail.

Les chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnels peuvent être individuelles (signées par une entreprise individuelle) ou collectives (signées par une organisation professionnelle). Les signataires peuvent être des producteurs, des transformateurs, des distributeurs, des restaurateurs ou des organisations professionnelles ou interprofessionnelles.

Entre janvier 2008 et décembre 2012, 31 chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel ont été signées. Parmi ces 31 signataires, 23 sont des entreprises industrielles individuelles, deux sont des distributeurs, trois sont des interprofessions et deux sont des acteurs de la RHF (restaurateur ou fournisseur). Enfin, une charte engage une association chargée d'organiser et de promouvoir des filières de productions agricoles intégrant des préoccupations nutritionnelles pour le consommateur (tableau 1).

**Tableau 1: Les 31 signataires des chartes répartis en catégories**

Entreprises industrielles individuelles	St Hubert, Orangina Schweppes, Marie, Unilever France, Taillefine, Findus, Maggi, Herta, P'tit Louis, Lesieur, Mac Cain, Fleury Michon, Henaff, Cereal Partners France, Kellogg's, Kiri, La vache qui rit, Uncle Ben's, Thiriet, Nestlé (produits de diversification nutrition infantile), Mars Chocolat France, MerAlliance, Créolailles
Distributeurs	Casino, Scamark
Interprofessions	Section fruits de la Fédération française des aliments conservés – Adepale (FIAC), Unijus, Fédération Française des Industriels Charcutiers, Traiteurs, Transformateurs de Viandes (FICT)
Restauration Hors Foyer (RHF)	Davigel, Paul
Association	Bleu Blanc Cœur

### 3. MÉTHODOLOGIE

La méthodologie employée pour évaluer l'impact des chartes est récapitulée en figure 1 (page 23).

#### 3.1. Données mobilisées

Pour mener à bien cette étude, plusieurs types de données sont nécessaires :

- **des données de composition nutritionnelle** : les valeurs nutritionnelles initiales (avant engagement) et finales (après engagement) des produits impactés ou, à défaut des valeurs nutritionnelles finales, un engagement chiffré et précis.  
La composition nutritionnelle des « aliments moyens » des familles impactées par les chartes est également requise pour la comparaison des variations de volumes de nutriments mis sur le marché par les produits améliorés avec les volumes de nutriments mis sur le marché par l'ensemble des familles (cf. partie 4.2.5) ;
- **des données de marché** : les volumes de vente des produits améliorés ainsi que le volume de consommation de l'ensemble des produits des secteurs impactés par les chartes. Concernant ce dernier paramètre, il s'agit idéalement du volume de vente des secteurs en GMS et RHF. Lorsque cette information n'était pas disponible, ce chiffre a été approché à partir des volumes de production, d'importation et d'exportation des produits.

Les informations mobilisées pour cette étude proviennent principalement des chartes des entreprises, dans leur version publique disponible sur le site internet du ministère de la santé<sup>2</sup>, ou dans leur version confidentielle lorsque celle-ci a été transmise à l'Oqali. Les rapports d'audit finaux et bilans intermédiaires des entreprises constituent également une bonne source d'information. Ces derniers sont rédigés par les tierces parties chargées de suivre les chartes. Les bilans intermédiaires permettent de suivre l'évolution des progrès effectués, et sont réalisés dans l'idéal chaque année. L'audit final, réalisé à la fin des engagements, évalue si ceux-ci ont été tenus.

Toutefois, lorsque des informations manquent dans ces documents, d'autres sources sont mobilisées, telles que les sites internet des entreprises et des syndicats, et les bases de données Oqali et Kantar WorldPanel. Cette dernière enregistre les données d'achats alimentaires recueillies tout au long de l'année, auprès d'un panel de 20 000 foyers représentatif des ménages habitant en France et a ainsi permis d'estimer les parts de marché des produits améliorés par les chartes. Cette estimation peut néanmoins constituer un biais dans la mesure où les données fournies sont issues des achats en GMS. Les volumes de vente en RHF ne peuvent donc pas être approchés par cette méthode ou seulement sous l'hypothèse que les parts de marché réalisées en GMS et RHF sont proches.

Les sources des données utilisées sont présentées dans le tableau 2.

---

<sup>2</sup> <http://www.sante.gouv.fr/les-chartes-d-engagements-de-progres-nutritionnels.html>

**Tableau 2 : Sources des données mobilisées**

<b>Données</b>	<b>Sources des données</b>
Valeurs nutritionnelles initiales des produits impactés	Chartes publiques Rapports d'audit et bilans intermédiaires des entreprises Base de données Oqali Tableaux de valeurs nutritionnelles fournis par les entreprises
Valeurs nutritionnelles finales des produits impactés ou engagement chiffré	Chartes publiques Rapports d'audit et bilans intermédiaires des entreprises Sites internet des entreprises
Composition nutritionnelle des « aliments moyens » des familles impactées	Rapports sectoriels Oqali Base de données Ciqua et table de composition des aliments SU-VI-MAX pour les secteurs non suivis par l'Oqali
Volumes de vente des produits améliorés	Chartes publiques Rapports d'audit et bilans intermédiaires des entreprises Estimations à partir de la base de données Kantar WorldPanel
Volume de vente des secteurs impactés	Sites internet des Interprofessions Site internet Panorama IAA Presse spécialisée

## 3.2. Chartes et engagements suivis

### 3.2.1. Chartes suivies

Les chartes suivies ici sont les chartes individuelles des transformateurs et distributeurs ainsi que les chartes collectives signées par les interprofessions et l'acteur de la RHF Paul.

La charte Bleu Blanc Cœur concerne des produits non transformés ; elle n'a donc pas été retenue pour l'étude. De plus, les données à disposition de l'Oqali n'ont pas permis d'étudier l'impact des chartes Henaff et Davigel.

28 chartes sur les 31 signées ont donc été suivies dans cette étude (tableau 3).

**Tableau 3 : Chartes prises en compte dans l'étude**

Entreprises industrielles individuelles	St Hubert, Orangina Schweppes, Marie, Unilever France, Taillefine, Findus, Maggi, Herta, P'tit Louis, Lesieur, Mac Cain, Fleury Michon, Cereal Partners France, Kellogg's, Kiri, La vache qui rit, Uncle Ben's, Thiriet, Nestlé (produits de diversification nutrition infantile), Mars Chocolat France, MerAlliance, Créolailles
Distributeurs	Casino, Scamark
Interprofessions	Section fruits de la Fédération française des aliments conservés- Adepale (FIAC), Unijus, Fédération Française des Industriels Charcutiers, Traiteurs, Transformateurs de Viandes (FICT)
Restauration Hors Foyer (RHF)	Paul

## 3.2.2. Sélection des engagements suivis

### 3.2.2.1. Engagements de reformulation des produits existants

Les engagements pour lesquels l'impact a été estimé sont quasiment tous des **engagements de reformulation des produits existants**, autrement dit les engagements qui prévoient une évolution de la composition nutritionnelle, avec, par exemple, une réduction de la teneur en sucres, ou une augmentation de la teneur en vitamine D. On cherche à estimer l'impact d'un changement de recette ou de composition nutritionnelle sur les volumes de nutriments mis sur le marché, à consommation inchangée. Cela signifie que l'on considère que les volumes de vente sont les mêmes avant et après les améliorations. On estime donc uniquement l'effet de la modification de l'offre, sans tenir compte des changements de comportement des consommateurs en réponse à cette modification. Cette hypothèse sur les volumes de vente inchangés est nécessaire car prendre en compte les changements de comportement des consommateurs nécessiterait de connaître exactement les substitutions qu'ils ont effectuées suite au changement des recettes.

Tous les types de nutriments rencontrés dans les objectifs ont été pris en compte, soit au total neuf nutriments : les lipides, les acides gras saturés, les sucres simples, le sodium, les fibres, le calcium, la vitamine D, les acides gras *trans* et les acides gras oméga 3.

Certains engagements de ce type n'ont toutefois pas pu être pris en compte du fait d'un manque d'information sur les valeurs nutritionnelles, notamment les objectifs du type « 0% de sucres ajoutés » (ex : charte Nestlé-nutrition infantile), car ils nécessitent de connaître les teneurs en sucres simples totaux (sucres dus aux aliments + sucres ajoutés) initiales.

Concernant la charte déposée par la FICT, les engagements sont définis de deux façons :

- par une diminution de 5% de la teneur moyenne en sodium et en lipides des principaux produits de charcuterie à base de porc ;
- à l'aide d'une teneur seuil maximale à respecter pour le sodium et les lipides (dans ce cas, seuls 15% des produits concernés par les engagements sont à améliorer).

Pour cette étude, il a été décidé que les gains en nutriments seraient calculés à partir de la diminution de la moyenne de tous les produits concernés par les engagements.

### 3.2.2.2. Engagements portant sur la structure du marché

Ces engagements consistent à augmenter la part de marché de produits de meilleure qualité nutritionnelle en substitution de produits de moindre qualité. Seuls deux des engagements étudiés sont de ce type : l'engagement de la FIAC concernant les compotes, et celui concernant les conserves de fruits. Il s'agit plus précisément dans ces engagements d'augmenter la part des produits à moindre teneur en sucres, au détriment des produits standards. Il en résulte une réduction globale de la quantité de sucres mise sur le marché par l'ensemble « produits à moindre teneur en sucres et produits standards ». Pour calculer cette quantité de sucres retirée

du marché, il faut prendre en compte l'évolution supposée des volumes de vente, contrairement aux objectifs de reformulation pour lesquels on travaille à volumes constants.

### **3.2.2.3. Engagements non pris en compte**

Les engagements portant sur l'adéquation des nouveaux produits à un cahier des charges intégrant des contraintes nutritionnelles n'ont pas été pris en compte car de tels engagements nécessiteraient de réaliser des hypothèses importantes sur la part de marché de ces nouveaux produits et les substitutions qui ont été effectuées par les consommateurs.

Les engagements de maintien des caractéristiques nutritionnelles des produits existants (éventuellement améliorés antérieurement) n'ont pas été retenus car ils n'ont pas d'impact direct sur les quantités de nutriments mis sur le marché.

Enfin, les engagements ayant pour objet l'intervention sur la consommation et les domaines connexes (actions internes à l'entreprise, soutien de la recherche...) n'ont pas été considérés pour la même raison.

### **3.2.2.4. Dates de référence et dates de réalisation des engagements retenus**

L'année de référence, qui sert de comparaison pour les progrès réalisés, n'est pas forcément l'année de signature de la charte. En général, les années de référence indiquées dans les chartes sont antérieures de quelques mois à deux années à la date de signature de la charte. Dans ce cas, les entreprises ont déjà commencé à travailler sur les améliorations au moment de la signature de la charte (par exemple, la charte Casino a été signée en 2008, plus de deux ans après la signature de la lettre d'intention en 2006). C'est pourquoi certains objectifs de reformulation qui sont déjà atteints au moment de la signature de la charte sont pris en compte dans cette étude.

## **3.2.3. Cas des entreprises qui s'engagent à la fois via une charte individuelle et collective**

Il arrive que certaines entreprises ayant signé une charte individuelle soient en même temps membre d'une interprofession ayant signé une charte collective (par exemple Herta, adhérente de la FICT). Dans ce cas, il convient de ne pas compter deux fois l'impact des reformulations et le volume des produits améliorés dans la part de marché des produits améliorés. Il s'agit donc de choisir si le volume de produits améliorés est déterminé à partir de la charte individuelle ou de la charte collective, et ainsi d'attribuer l'impact de ces améliorations à l'une des deux chartes. Pour cela, deux critères peuvent orienter le choix : le niveau de l'objectif de reformulation et la précision des données dans chaque charte.

Ainsi, par exemple, pour la charte Herta, les objectifs de réduction des teneurs en sel et en lipides sont supérieurs dans la charte individuelle, on retire donc les volumes de produits concernés par cette charte du volume de produits améliorés dans le cadre de la charte de la FICT. En revanche, les objectifs de la charte Orangina Schweppes sur les nectars sont les mêmes que ceux de la charte Unijus, mais les données à disposition dans la charte Unijus étant plus

précises, on intègre l'objectif d'Orangina Schweppes sur les nectars dans la charte Unijus. Autrement dit, les volumes de nectars améliorés par Orangina Schweppes et les gains annuels en sucres réalisés sont comptabilisés dans la charte Unijus.

### **3.3. Calcul de la part de marché des produits impactés**

Après avoir identifié les produits dont la recette est impactée par les chartes, ces derniers sont répartis par secteurs alimentaires. Cela permet de déterminer les secteurs impactés par les chartes, puis d'estimer les parts de marché que représentent les produits chartés au sein des secteurs correspondants.

Le périmètre considéré pour le calcul des parts de marché est celui du secteur<sup>3</sup> tel que défini par l'Oqali. Par exemple, si un engagement impacte des saucisses de Strasbourg, la part de marché associée sera calculée sur le secteur de la charcuterie.

Par ailleurs, on précise que l'on traite ici de parts de marché en volumes et non en valeurs.

#### **3.3.1.1. Volumes de produits utilisés pour calculer les parts de marché**

La part de marché des produits impactés est calculée par rapport aux volumes de vente réalisés en France. Les volumes de fabrication ne rentrent pas dans ce calcul. Ainsi, cet indicateur nous donne un bon aperçu de la proportion de produits reformulés réellement consommés. Cependant, pour un marché où l'importation est élevée, cet indicateur sera de fait « plafonné » et ne pourra atteindre 100% même si tous les produits fabriqués en France sont reformulés.

#### **3.3.1.2. Cas des engagements portant sur la structure du marché**

Comme expliqué plus haut, deux des engagements étudiés visent à modifier la structure du marché en développant des produits à moindre teneur en sucres au détriment des produits standards. On ne s'intéresse, dans cette étude, qu'aux parts de marché des produits reformulés ; les deux engagements de restructuration du marché ne sont donc pas intégrés dans le calcul des parts de marché. Ainsi, pour les engagements de restructuration du marché, seules les quantités de sucres retirées du marché seront déterminées.

L'engagement de la FIAC sur les conserves de fruits est cependant un cas particulier, car il contient également une partie « reformulation » : en effet, parallèlement à la modification des parts relatives des produits standards et des produits à moindre teneur en sucres, les produits standards sont reformulés. On choisit alors de déterminer la part de marché des produits

---

<sup>3</sup> Un secteur regroupe des familles de produits homogènes entre elles selon un ou plusieurs critères, notamment l'ingrédient principal (ex : le lait pour le secteur des produits laitiers ultra-frais, le cacao pour le secteur des produits chocolatés), ou encore le moment de consommation (ex : l'apéritif pour le secteur des apéritifs à croquer). Dans le cadre de l'Oqali, les études sont menées par secteur alimentaire. Les secteurs sont subdivisés en familles : le secteur de la charcuterie, par exemple, regroupe 58 familles (jambons crus, mousses de canard, saucisses à pâte fine, etc.)

standards reformulés *avant* la réalisation de l'objectif, c'est-à-dire avant la modification de la structure du marché. Le volume de produits à moindre teneur en sucres que l'engagement vise à augmenter n'est pas comptabilisé dans le calcul de la part de marché des produits impactés par cette charte au sein du secteur des conserves de fruits.

### **3.4. Estimation des volumes de nutriments mis sur le marché**

Pour estimer l'impact des chartes sur les volumes de nutriments mis sur le marché, les données de composition nutritionnelle sont croisées avec les volumes de vente des produits à  $T_0$  (valeurs nutritionnelles et données de vente initiales) et  $T_f$  (valeurs nutritionnelles et données de vente finales, les données de ventes étant supposées inchangées en cas de reformulation des recettes sans engagement impactant la structure du marché). Les volumes de nutriments retirés ou apportés sur le marché peuvent alors être estimés : la différence entre les volumes de nutriments annuels mis sur le marché par les produits chartés avant et après la réalisation des engagements nous donne la variation (en tonnes) des volumes de nutriments annuels mis sur le marché par les produits chartés.

#### **3.4.1. Distinction entre les objectifs atteints et les objectifs non encore réalisés**

Le but est de se rapprocher autant que possible de l'impact réel des engagements ; cela nécessite de faire des choix au cas par cas pour la réalisation des calculs de volumes de nutriments mis sur le marché. On distingue principalement deux cas pour estimer les volumes de nutriments retirés ou apportés sur le marché :

➤ **Gains issus d'objectifs réellement atteints à date de l'étude**

Ces cas correspondent aux chartes dont les améliorations sont arrivées à terme : les rapports d'audit ou rapports d'évaluation précisent que les objectifs sont atteints (voire dépassés), ou alors, les données de composition nutritionnelle actuelles (sur les sites internet des entreprises par exemple) prouvent que les objectifs sont atteints.

Les engagements atteints sont, pour la plupart, des engagements qui datent de 2008 ou de 2009, et dont la date d'échéance est antérieure à 2012 (St Hubert et Unilever par exemple).

Dans la plupart des cas, les objectifs initialement prévus sont dépassés (les progrès sont supérieurs à ce qui était prévu), mais il se peut également que les améliorations soient arrivées à terme sans que les objectifs ne soient atteints, du fait de la mise en évidence de limites techniques ou organoleptiques (rejet des consommateurs).

Lorsque l'objectif est atteint, dépassé ou non atteint mais que l'amélioration est arrivée à terme, ce sont les valeurs nutritionnelles finales réelles qui sont utilisées, lorsqu'elles sont disponibles, pour calculer les volumes de nutriments.

➤ **Gains estimés à partir des objectifs théoriques**

Si la date d'échéance de l'engagement est postérieure à 2012, ou qu'elle est antérieure à 2012 mais que l'objectif n'est pas encore atteint tout en étant maintenu (d'après les rapports d'audit ou d'évaluation, ou d'après les données de composition nutritionnelle à disposition), on estime les gains en nutriments d'après l'objectif théorique défini dans la charte.

Ce cas s'applique également pour les engagements dont la date d'échéance est antérieure à 2012, mais pour lesquels on ne dispose pas d'information suffisante pour pouvoir déterminer si l'objectif est actuellement atteint ou pas.

Enfin, lorsqu'une fourchette est prévue pour la réalisation d'un objectif (exemple « réduction du taux de sucres de 5 à 10% »), la fourchette basse (-5%) et la fourchette haute (-10%) sont prises en compte.

Certaines chartes comprennent à la fois des progrès déjà réalisés pour certains produits et des progrès prévus pour d'autres. Il arrive également que la fourchette basse de l'objectif théorique soit dépassée, mais pas celui de la fourchette haute ; dans ce cas, on calcule l'estimation basse du gain en nutriment avec les améliorations effectivement réalisées, et on calcule la fourchette haute de l'estimation avec la fourchette haute de l'objectif théorique.

Dans tous les cas, la disponibilité des données guide la prise de décision. Ainsi, si les rapports d'audit indiquent que les objectifs sont atteints avec des progrès meilleurs que ceux prévus, mais qu'il manque des informations pour prendre en compte ces progrès supplémentaires réalisés, les progrès théoriques initiaux sont pris en compte.

### **3.4.2. Cas particulier des engagements concernant un changement de composition nutritionnelle via la substitution d'un ingrédient**

Il s'agit par exemple de l'augmentation de la teneur en fibres d'un produit grâce à l'utilisation d'une farine plus complète ou de la substitution d'une huile de palme par une huile moins riche en AGS. Pour estimer l'impact d'une substitution d'ingrédients, les recettes disponibles dans la table de composition des aliments SU-VI-MAX ont été utilisées afin d'estimer les valeurs nutritionnelles des produits impactés après changement de recette. Par exemple, pour la charte Marie, dont l'un des engagements est le remplacement de l'huile de tournesol par de l'huile de colza, les recettes SU-VI-MAX ont été utilisées pour estimer les modifications des teneurs en AGS et en acide gras oméga 3 en réponse à cette substitution.

Pour les engagements concernant la diminution des quantités de sucre *ajouté*, l'estimation des teneurs en sucres finales du produit a été réalisée en considérant plusieurs scénarios de substitution du sucre. Par exemple, le sucre ajouté dans un nectar peut être substitué par :

- de l'eau et des édulcorants non glucidiques, n'apportant pas de sucres à la recette ;
- du jus de fruits, contenant naturellement des sucres.

Selon l'ingrédient de substitution choisi, l'impact sur les valeurs nutritionnelles du produit fini n'est pas le même. Ainsi, les volumes de sucres mis sur le marché après engagement sont calculés pour les deux cas : dans le cas où le sucre ajouté est remplacé par de l'eau ou des édulcorants, et dans le cas où il est remplacé par du jus de fruits.

Dans un dessert lacté, les ingrédients de substitution potentiels sont plus nombreux. Ainsi, le sucre ajouté peut-être substitué par :

- de la matière sèche laitière (dont la teneur en sucres simples est approximativement de 49,5%)
- du lait
- des fruits (dont la teneur en sucres simples est d'environ 10%)
- des glucides complexes et des fibres solubles, ou des édulcorants (qui ne contiennent pas de sucres simples)

Les deux scénarii les plus éloignés sont la substitution du sucre par des édulcorants ou par de la matière sèche laitière ; ce sont donc les deux scénarii qui sont pris en compte dans le calcul des volumes de nutriments mis sur le marché. Ils permettent ainsi de définir une fourchette haute et une fourchette basse.

### **3.4.3. Méthodologie pour l'analyse des résultats concernant l'évolution des volumes de nutriments mis sur le marché**

#### **3.4.3.1. Contributions aux efforts des différents types de chartes**

Il s'agit de déterminer la contribution de chacun des trois grands types de chartes (signées par des entreprises individuelles, des interprofessions et des distributeurs) aux variations des volumes de nutriments mis sur le marché. L'objectif est d'étudier si l'un de ces trois types de chartes contribue plus fortement à l'effort total réalisé.

Cette contribution par type de chartes est observée seulement pour les volumes de lipides, de sucres et de sodium, puisque ce sont les seuls nutriments pour lesquels plusieurs types de signataires se sont engagés (les améliorations sur les autres nutriments proviennent exclusivement d'entreprises individuelles).

#### **3.4.3.2. Impact sur le périmètre des produits améliorés : variation relative des volumes de nutriments annuels mis sur le marché par les produits chartés suite à la réalisation des engagements**

Les progrès réalisés par les entreprises peuvent être peu visibles lorsque ces dernières présentent des volumes de vente faibles. L'objectif est de mettre en évidence le réel effort fourni par les entreprises. Cela permet également d'avoir quelques éléments de réponses sur les marges de manœuvre possible pour les réductions ou augmentations des teneurs en nutriments.

Pour cela, le gain en nutriment réalisé grâce à l'amélioration est comparé au volume de nutriments mis sur le marché par les produits chartés avant leur amélioration. Autrement dit, on calcule la variation relative des volumes de nutriments annuels mis sur le marché par les

produits chartés. On appelle cette variation relative « impact sur le périmètre des produits améliorés ».

Pour l'engagement du signataire X concernant son/ses produits  $X_{A1}$ ,  $X_{A2}$ ,  $X_{A3}$ ... (les produits  $X_{A1}$ ,  $X_{A2}$ ,  $X_{A3}$  ... appartenant à la même famille A), l'impact des améliorations sur le périmètre des produits améliorés a été calculé de la manière suivante :

$$\text{Impact fourchette basse} = \frac{\text{gains FB}}{\text{volume de nutriments mis sur le marché avant amélioration}}$$

$$\text{Impact fourchette haute} = \frac{\text{gains FH}}{\text{volume de nutriment mis sur le marché avant amélioration}}$$

Avec :

Gains FB = fourchette basse de l'estimation des gains issus de l'amélioration des produits  $X_{A1}$ ,  $X_{A2}$ ,  $X_{A3}$ ... (en tonnes)

Gains FH = fourchette haute de l'estimation des gains issus de l'amélioration des produits  $X_{A1}$ ,  $X_{A2}$ ,  $X_{A3}$ ... (en tonnes)

Volume de nutriment mis sur le marché avant amélioration = quantité de nutriments mis sur le marché par les produits  $X_{A1}$ ,  $X_{A2}$ ,  $X_{A3}$ ... avant leur amélioration (en tonnes)

Une fois les impacts calculés pour chaque couple charte/famille, les résultats des différentes chartes ont été regroupés par famille.

Est ensuite calculée, pour chaque secteur/famille, la moyenne pondérée<sup>4</sup> de l'impact sur le périmètre des produits améliorés, de la manière suivante (exemple pour la famille A):

$$\text{Moyenne pondérée fourchette basse famille A} = \frac{\sum_x \text{gains FB}(x)}{\sum_x \text{volume de nutriment avant amélioration}(x)}$$

$$\text{Moyenne pondérée fourchette haute famille A} = \frac{\sum_x \text{gains FH}(x)}{\sum_x \text{volume de nutriment avant amélioration}(x)}$$

X étant le signataire, la somme des gains issus des améliorations des différents signataires est divisée par la somme des volumes de nutriment mis sur le marché avant amélioration des produits améliorés par les différents signataires.

Enfin, on relève, pour chaque famille ou secteur, l'impact le moins élevé ainsi que l'impact le plus élevé. Par exemple, deux signataires se sont engagés à réduire le taux de lipides dans les barres céréalières. Leurs impacts sur le périmètre des produits améliorés sont les suivants :

	<b>impact sur le périmètre des produits améliorés (fourchette basse)</b>	<b>impact sur le périmètre des produits améliorés (fourchette haute)</b>
Signataire 1	-5,0%	-10,0%
Signataire 2	-14,3%	-14,3%

L'impact minimal sur le périmètre des produits améliorés pour ce secteur est de -5,0%, et l'impact maximal de -14,3%.

<sup>4</sup> Pondération par les volumes de nutriments mis sur le marché avant amélioration des produits

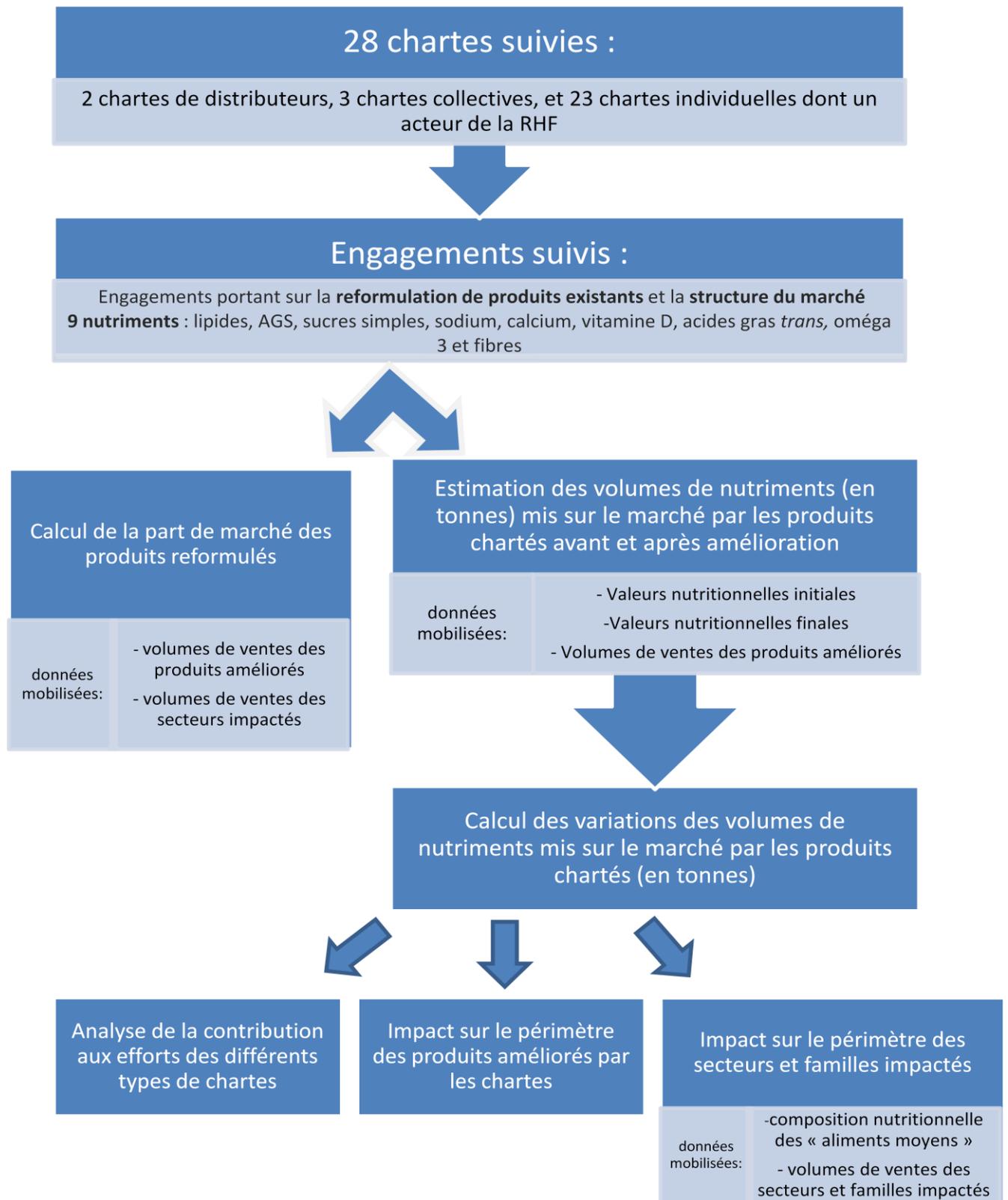
### **3.4.3.3. Impact sur le périmètre des familles : variation relative des volumes de nutriments annuels mis sur le marché par les produits chartés et non chartés suite à la réalisation des engagements**

Pour évaluer l'effort réalisé par les signataires des chartes sur la totalité de l'offre alimentaire, l'impact des chartes sur les volumes de nutriments mis sur le marché est mis en regard avec les volumes de nutriments mis sur le marché par l'ensemble des produits des familles impactées (produits améliorés par les chartes et produits non concernés par les chartes). Pour calculer le volume de nutriments mis sur le marché par l'ensemble des produits de la famille, les données de vente de l'ensemble des familles sont croisées avec les compositions nutritionnelles des « aliments moyens » des familles.

Il est à noter que les familles de produits utilisées dans cette étude sont, lorsque cela est possible, les familles telles que définies par l'Oqali. Toutefois, les données à disposition ne permettent pas toujours une analyse aussi fine, et les familles utilisées dans cette étude sont alors plus larges et englobent plusieurs familles Oqali. C'est le cas par exemple du secteur de la panification croustillante et moelleuse pour lequel les familles Oqali sont au nombre de 45, alors que pour cette étude, seules trois familles sont distinguées (les pains de mie et pains préemballés, la panification croustillante, et les viennoiseries et brioches).

Pour certains secteurs plus restreints et/ou dont les données sur les volumes par catégorie de produits ne sont pas disponibles, l'impact est calculé uniquement sur le secteur en entier (cas des secteurs des aides culinaires, des plats cuisinés déshydratés, ou encore celui des pains artisanaux).

La figure 1 synthétise la méthode mise en place pour évaluer l'impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel.



**Figure 1 : Schéma de synthèse de la méthode appliquée**

## 4. RÉSULTATS ET DISCUSSION

### 4.1. Parts de marché des produits impactés

Tous secteurs et tous nutriments confondus, la part de marché médiane est de 4,4% pour la fourchette basse, et de 4,8% pour la fourchette haute.

Les tableaux 17 à 25 en annexe 1 présentent les parts de marché, par secteur, des produits impactés par les 28 chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel étudiées pour les lipides, les AGS, les sucres, le sodium, le calcium, la vitamine D, les acides gras *trans*, les acides gras oméga 3 et les fibres. Dans ces tableaux, les secteurs sont classés par ordre décroissant de la part de marché estimée (fourchette basse). On rappelle que ces tableaux ne présentent que les parts de marché des produits reformulés. Ainsi, le secteur des compotes, impacté par un engagement portant sur la structure du marché, n'est pas présent dans le tableau 19, bien que la quantité de sucres retirée du marché par cet engagement soit considérable.

Le tableau 4 ci-dessous reprend les couples nutriment/secteur pour lesquels les parts de marché des produits améliorés sont les plus importantes (supérieures à 10%).

**Tableau 4 : Couples nutriment/secteur qui présentent les parts de marché des produits chartés les plus élevées**

Nutriment	Secteur	Part de marché des produits impactés fourchette basse	Part de marché des produits impactés fourchette haute
<b>Lipides</b>	Aides culinaires	74,2%	74,2%
	Charcuterie	54,6%	57,9%
<b>AGS</b>	Margarines et matières grasses à tartiner	21,0%	21,0%
	Produits transformés à base de pomme de terre	19,1%	19,1%
<b>Sucres simples</b>	Céréales pour le petit-déjeuner	30,7%	32,2%
	Confitures	28,7%	30,6%
	Jus de fruits et nectars	12,2%	15,4%
<b>Sodium</b>	Aides culinaires	75,8%	75,8%
	Charcuterie	72,4%	75,4%
	Céréales pour le petit-déjeuner	26,3%	27,8%
	Saumons et truites fumés	13,4%	15,2%
	Produits traiteurs frais	12,3%	15,0%
<b>Oméga 3</b>	Margarines et matières grasses à tartiner	14,9%	14,9%
<b>Fibres</b>	Céréales pour le petit déjeuner	22,4%	22,4%

On note tout d'abord qu'il existe une cohérence entre les secteurs impactés et le nutriment ciblé. En effet, les secteurs sur lesquels les efforts se portent sont généralement des contributeurs importants des apports en nutriments visés. Par exemple, les produits de charcuterie qui sont les quatrièmes plus forts contributeurs en lipides<sup>5</sup>, et les deuxièmes plus forts contributeurs en sodium<sup>6</sup> chez les adultes, sont impactés par des chartes pour ces nutriments. Les pains artisanaux, les bouillons et potages, et les plats composés (frais, appertisés ou surgelés), sont

<sup>5</sup> Rapport du groupe de travail PNNS sur les lipides, septembre 2009

<sup>6</sup> Rapport Afssa - Rapport Sel : Evaluation et recommandations, 2002

également des contributeurs importants en sodium et ont fait l'objet d'amélioration via les chartes pour ce nutriment (tableau 20 en annexe 1).

De la même manière, les jus, nectars, sodas, les céréales pour le petit-déjeuner et les confitures font partie des secteurs les plus contributeurs en sucres chez les adultes et les enfants<sup>7</sup> et sont concernés par des engagements impactant les teneurs en sucres des produits.

Les tableaux 17 et 20 (annexe 1) mettent également en évidence des parts de marché parmi les plus élevées pour les produits impactés par la charte collective de la FICT. En effet, les produits de charcuterie dont les teneurs en lipides et en sodium sont diminuées via les chartes représentent respectivement 54,6% et 72,4% (fourchettes basses) du secteur de la charcuterie. Ces parts de marché élevées sont à relier au choix de prendre en compte l'engagement impliquant la totalité du secteur ; dans le cas où l'engagement donnant une teneur seuil maximale pour 15% des produits avait été retenu, la part de marché aurait été moindre.

Les parts de marché sur les secteurs améliorés par les deux autres chartes collectives (FIAC et Unijus) sont également importantes (28,7% du secteur des confitures et 12,2% du secteur des jus de fruits et nectars voient leur teneur en sucres diminuée), mais ne sont pas notablement plus élevées que celles des secteurs concernés par une ou plusieurs chartes individuelles. Cela s'explique par le fait que seules les confitures standards et à marques nationales sont reformulées dans le cadre de la charte de la FIAC et seuls les nectars concernant Unijus.

Pour ce qui est de l'engagement de la FIAC sur les conserves de fruits, la part de marché est relativement faible (3,8% cf. tableau 19 en annexe 1) ; cela s'explique par le fait que le marché des conserves de fruits est largement approvisionné par les importations. Les efforts réalisés par les producteurs français ne peuvent donc pas impacter une proportion importante des produits consommés en France.

De plus, on rappelle que cette part de marché reflète seulement l'effort réalisé sur la reformulation (et non sur la modification de la structure du marché), et qu'il s'agit de la part de marché avant la réalisation des objectifs. Elle est amenée à diminuer par la suite du fait de la restructuration du marché (engagement visant à diminuer les parts de marché des produits standards au profit des produits à moindre teneur en sucres).

D'autres parts de marché importantes sont dues à un regroupement de plusieurs signataires qui prennent les mêmes types d'engagement sur les mêmes types de produits. Par exemple, Unilever et Saint Hubert, deux acteurs majeurs des matières grasses à tartiner se sont tous deux engagés à réduire les teneurs en AGS de leurs produits. Dans le cas des céréales pour le petit-déjeuner, deux entreprises qui occupent une place importante sur le marché (Kellogg's et Cereal Partner France) sont rejointes par les deux distributeurs sur les améliorations des teneurs en sucres, permettant ainsi d'atteindre une part de marché de produits impactés de 30,7%.

Il est également intéressant de constater que les parts de marché les plus élevées concernant les lipides et le sodium sont réalisées par une seule entreprise individuelle. Ce résultat s'explique par le fait qu'il s'agit d'une entreprise leader sur le marché des aides culinaires. De la même façon, la part de marché des produits améliorés en sodium sur le secteur des saumons et truites

---

<sup>7</sup> Rapport du groupe de travail PNNS sur les glucides – étapes 1 et 2 du mandat, Mars 2007

fumées est également réalisée par une seule entreprise individuelle qui occupe une place importante sur le marché correspondant.

Enfin, il est important de souligner que, pour la comparaison de ces parts de marché, les secteurs définis par l'Oqali sont plus ou moins vastes : le secteur des margarines, de même que celui des aides culinaires, est très restreint comparé au secteur très hétérogène des autres produits surgelés. En effet, le secteur des autres produits surgelés, tel que défini dans cette étude, comprend des légumes, des soupes, des sauces, des plats cuisinés, des viandes, des poissons et des desserts. Il exclut toutefois les glaces et sorbets ainsi que les pizzas surgelées qui ont leur propre secteur ainsi que les produits transformés à base de pomme de terre qui font partie de la famille des surgelés du secteur des produits transformés à base de pomme de terre. Une faible part de marché de produits améliorés au sein d'un secteur peut donc masquer une amélioration très nette de la composition nutritionnelle d'un produit particulier de ce secteur. Par exemple, si on réduit le secteur des autres produits surgelés au marché des poissons panés surgelés, alors les produits impactés par la charte signée par Findus représentent plus de la moitié du marché en valeur.

L'hétérogénéité des secteurs explique également le fait que certains d'entre eux soient l'objet d'améliorations sur plusieurs nutriments. Ainsi, le secteur de la panification croustillante et moelleuse est touché par des améliorations à la fois en sucres, en lipides et en sodium, du fait qu'il comprend des biscottes/pains de mie/pains grillées, et des viennoiseries/brioches.

## **4.2. Impact sur les volumes de nutriments mis sur le marché**

### **4.2.1. Résultats par nutriment**

Les objectifs d'amélioration nutritionnelle de l'offre des 29 chartes étudiées portent sur neuf nutriments : les lipides, les acides gras saturés, les sucres simples, le sodium, les fibres, le calcium, la vitamine D, les acides gras *trans*, et les acides gras oméga 3. Pour chaque engagement, la quantité de nutriment mise sur le marché avant amélioration (volume de vente annuel des produits destinés à être améliorés multiplié par la teneur en nutriment initiale) et après amélioration (volume de vente annuel des produits destinés à être améliorés multiplié par la teneur en nutriment finale) ont été calculées. Les volumes de vente avant et après engagement sont considérés inchangés. La différence des deux volumes correspond au gain en nutriment annuel. Il est négatif pour les nutriments dont les teneurs ont été réduites (sucres, sel, lipides, etc.) et positif pour les nutriments dont la teneur a été augmentée (calcium, fibres, etc.).

Les tableaux 5 à 13 ci-dessous présentent l'impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes de ces neuf nutriments mis sur le marché. Dans ces tableaux, les secteurs sont classés par ordre décroissant des gains réalisés en valeur absolue.

La contribution de chaque secteur au gain total réalisé pour le nutriment est obtenue par division du gain annuel dû à l'amélioration des produits chartés appartenant au secteur, par la somme des gains sur tous les secteurs, et ce respectivement avec la fourchette basse et la fourchette haute ; c'est la raison pour laquelle on trouve parfois un pourcentage supérieur dans la colonne « pourcentage du gain total/fourchette basse » par rapport à la colonne « pourcentage du gain total/fourchette haute ».

- **Résultats sur les lipides**

**Tableau 5: Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnels sur les volumes de lipides mis sur le marché**

Secteurs impactés	Variation absolue du volume de nutriment mis sur le marché par les produits chartés (T/an)		Pourcentage du gain total	
	Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
Charcuterie	-3694,0	-3694,0	44,6%	42,5%
Fromages	-911,6	-922,9	11,0%	10,6%
Produits traiteur frais	-603,6	-603,6	7,3%	6,9%
Matières grasses à tartiner	-570,0	-570,0	6,9%	6,6%
Autres produits surgelés	-499,2	-499,2	6,0%	5,7%
Secteurs non précisés	-444,0	-444,0	5,4%	5,1%
Panification croustillante et moelleuse	-338,4	-454,4	4,1%	5,2%
Aides culinaires	-312,2	-312,2	3,8%	3,6%
Biscuits et gâteaux industriels	-278,2	-552,0	3,4%	6,3%
Produits transformés à base de pomme de terre	-172,7	-172,7	2,1%	2,0%
Glaces et sorbets	-136,9	-136,9	1,7%	1,6%
Apéritifs à croquer	-132,9	-132,9	1,6%	1,5%
Plats cuisinés appertisés	-85,2	-85,2	1,0%	1,0%
Bouillons et potages	-39,8	-39,8	0,5%	0,5%
Pizzas surgelées	-37,9	-37,9	0,5%	0,4%
Préparations pour desserts	-12,9	-12,9	0,2%	0,1%
Sauces condimentaires	-6,1	-6,1	0,1%	0,1%
Barres céréalières	-5,6	-10,6	0,1%	0,1%
Plats cuisinés déshydratés	-2,0	-2,0	0,0%	0,0%
Chocolat et produits chocolatés	-2,0	-2,0	0,0%	0,0%
Céréales pour le petit déjeuner	-1,2	-1,2	0,0%	0,0%
Sauces en conserves	-0,9	-0,9	0,0%	0,0%
Sauces déshydratées	-0,7	-0,7	0,0%	0,0%
<b>Total LIPIDES</b>	<b>-8287,9</b>	<b>-8694,0</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

- **Résultats sur les AGS**

**Tableau 6 : Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes d'AGS mis sur le marché**

Secteurs impactés	Variation absolue du volume de nutriment mis sur le marché par les produits chartés (T/an)		Pourcentage du gain total	
	Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
Produits transformés à base de pomme de terre	-1984,7	-1984,7	47,5%	47,5%
Margarines et matières grasses à tartiner	-1194,7	-1194,7	28,6%	28,6%
Biscuits et gâteaux industriels	-412,1	-412,1	9,9%	9,9%
Autres produits surgelés	-169,9	-169,9	4,1%	4,1%
Chocolat et produits chocolatés	-154,4	-154,4	3,7%	3,7%
Produits traiteur frais	-99,0	-99,0	2,4%	2,4%
Huiles alimentaires	-92,9	-92,9	2,2%	2,2%
Glaces et sorbets	-56,4	-56,4	1,3%	1,3%
Pizzas surgelées	-13,2	-13,2	0,3%	0,3%
<b>Total AGS</b>	<b>-4177,3</b>	<b>-4177,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

- **Résultats sur les sucres**

**Tableau 7 : Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes de sucres mis sur le marché**

Secteurs impactés	Variation absolue du volume de nutriment mis sur le marché par les produits chartés (T/an)		Pourcentage du gain total	
	Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
Boissons rafraîchissantes sans alcool	-5 258,4	-5 279,2	36,0%	33,3%
Compotes	-1 971,1	-1 971,1	13,5%	12,4%
Produits laitiers ultra frais	-1 635,7	-2 142,1	11,2%	13,5%
Céréales pour le petit déjeuner	-1 578,4	-1 578,4	10,8%	10,0%
Confitures	-883,4	-883,4	6,0%	5,6%
Sirops et boissons concentrées à diluer	-854,6	-935,2	5,8%	5,9%
Jus de fruits et nectars	-830,5	-908,1	5,7%	5,7%
Secteurs non précisés	-797,0	-797,0	5,5%	5,0%
Biscuits et gâteaux industriels	-458,4	-916,7	3,1%	5,8%
Aliments pour bébés (laits exclus)	-100,3	-100,3	0,7%	0,6%
Panification croustillante et moelleuse	-97,8	-194,9	0,7%	1,2%
Conserves de fruits	-69,5	-69,5	0,5%	0,4%
Glaces et sorbets	-40,3	-40,3	0,3%	0,3%
Produits traiteur frais	-18,2	-18,2	0,1%	0,1%
Barres céréalières	-10,7	-21,4	0,1%	0,1%
Autres produits surgelés	-6,5	-6,5	0,0%	0,0%
<b>Total SUCRES SIMPLES</b>	<b>-14 610,8</b>	<b>-15 862,4</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

- **Résultats sur le sodium**

**Tableau 8 : Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes de sodium mis sur le marché**

Secteurs impactés	Variation absolue du volume de nutriment mis sur le marché par les produits chartés (T/an)		Pourcentage du gain total	
	Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
Charcuterie	-310,6	-310,6	46,9%	46,5%
Aides culinaires	-64,6	-64,6	9,8%	9,7%
Produits traiteurs frais	-47,5	-47,5	7,2%	7,1%
Céréales pour le petit déjeuner	-42,1	-42,1	6,4%	6,3%
Secteurs non précisés	-29,0	-29,0	4,4%	4,3%
Autres produits surgelés	-29,0	-29,0	4,4%	4,3%
Produits transformés à base de Pomme de terre	-26,0	-26,0	3,9%	3,9%
Pains artisanaux	-19,2	-19,2	2,9%	2,9%
Bouillons et potages	-16,5	-16,5	2,5%	2,5%
Fromages	-16,0	-16,0	2,4%	2,4%
Panification croustillante et moelleuse	-14,2	-14,2	2,1%	2,1%
Plats cuisinés appertisés	-12,6	-12,6	1,9%	1,9%
Apéritifs à croquer	-8,4	-8,4	1,3%	1,3%
Sauces condimentaires	-8,1	-8,1	1,2%	1,2%
Saumons et truites fumés	-6,3	-11,8	0,9%	1,8%
Pizzas surgelées	-5,0	-5,0	0,8%	0,7%
Jus de fruits et nectars	-2,6	-2,6	0,4%	0,4%
Légumes en conserve	-2,3	-2,3	0,3%	0,3%
Sauces en conserves	-1,9	-1,9	0,3%	0,3%
Sauces déshydratées	-0,9	-0,9	0,1%	0,1%
Plats cuisinés déshydratés	-0,1	-0,1	0,0%	0,0%
<b>Total SODIUM</b>	<b>-662,7</b>	<b>-668,3</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

- **Résultats sur le calcium**

**Tableau 9 : Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes de calcium mis sur le marché**

Secteurs impactés	Variation absolue du volume de nutriment mis sur le marché par les produits chartés (T/an)		Pourcentage du gain total	
	Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
Fromages	+32,1	+32,1	100%	100%
<b>Total CALCIUM</b>	<b>+ 32,1</b>	<b>+ 32,1</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

- **Résultats sur la vitamine D**

**Tableau 10 : Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes de vitamine D mis sur le marché**

Secteurs impactés	Variation absolue du volume de nutriment mis sur le marché par les produits chartés (g/an)		Pourcentage du gain total	
	Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
Huiles alimentaires	+ 3 973,0	+ 3 973,0	93,3%	93,3%
Produits laitiers ultra-frais	+ 283,8	+ 283,8	6,7%	6,7%
Fromages	+ 3,8	+ 3,8	0,1%	0,1%
<b>Total VITAMINE D</b>	<b>+ 4 260,6 g/an</b>	<b>+ 4 260,6 g/an</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

- **Résultats sur les acides gras *trans***

**Tableau 11 : Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes d'acides gras *trans* mis sur le marché**

Secteurs impactés	Variation absolue du volume de nutriment mis sur le marché par les produits chartés (T/an)		Pourcentage du gain total	
	Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
Produits traiteurs frais	-220	-220	100%	100%
<b>Total acides gras <i>trans</i></b>	<b>- 220</b>	<b>- 220</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

- **Résultats sur les acides gras oméga 3**

**Tableau 12 : Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes d'acides gras oméga 3 mis sur le marché**

Secteurs impactés	Variation absolue du volume de nutriment mis sur le marché par les produits chartés (T/an)		Pourcentage du gain total	
	Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
Margarines et matières grasses à tartiner	+ 657,8	657,8	93,5%	93,5%
Pizzas surgelées	+ 24,9	24,9	3,5%	3,5%
Produits traiteur frais	+ 10,9	10,9	1,6%	1,6%
Autres produits surgelés	+ 10,2	10,2	1,5%	1,5%
<b>Total OMEGA 3</b>	<b>+ 703,9</b>	<b>+ 703,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

- **Résultats sur les fibres**

**Tableau 13 : Impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel sur les volumes de fibres mis sur le marché**

Secteurs impactés	Variation absolue du volume de nutriment mis sur le marché par les produits chartés (T/an)		Pourcentage du gain total	
	Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
Céréales pour le petit déjeuner	+ 274,7	+ 274,7	89,1%	89,1%
Pizzas surgelées	+ 12,9	+ 12,9	4,2%	4,2%
Autres produits surgelés	+ 11,7	+ 11,7	3,8%	3,8%
Produits traiteur frais	+ 4,8	+ 4,8	1,6%	1,6%
Pains artisanaux	+ 4,3	+ 4,3	1,4%	1,4%
<b>Total FIBRES</b>	<b>+ 308,4</b>	<b>+ 308,4</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Pour les 28 chartes étudiées, les engagements de reformulation des produits existants et ceux impactant la structure du marché vont permettre, à terme, de diminuer :

- de 8 288 tonnes (fourchette basse) à 8 694 tonnes (fourchette haute) par an le volume de lipides mis sur le marché ;
- de 4 177 tonnes par an le volume d'AGS mis sur le marché ;
- de 14 611 tonnes à 15 862 tonnes par an le volume de sucres mis sur le marché ;
- de 663 tonnes à 668 tonnes par an le volume de sodium mis sur le marché ;
- de 220 tonnes par an le volume d'acides gras *trans* mis sur le marché.

Pour ce qui est des nutriments dont les teneurs ont été augmentées, les engagements de reformulation des produits existants vont permettre, à terme, d'augmenter :

- de 32 tonnes par an le volume de calcium mis sur le marché ;
- de 4,3 kg par an le volume de vitamine D mis sur le marché ;
- de 704 tonnes par an le volume d'acides gras oméga 3 mis sur le marché ;
- et de 308 tonnes par an le volume de fibres mis sur le marché.

On note également une forte contribution aux efforts des secteurs suivants :

- la charcuterie sur la réduction des quantités de lipides et sodium mises sur le marché (respectivement 46% et 47% de l'effort) ;
- les produits transformés à base de pomme de terre sur les quantités d'AGS mises sur le marché (47,5% de l'effort) ;
- les boissons rafraîchissantes sans alcool sur les quantités de sucres mises sur le marché (36% de l'effort) ;
- les céréales pour le petit-déjeuner sur les quantités de fibres mises sur le marché (89,1% de l'effort).

#### 4.2.2. Contributions relatives des objectifs atteints à date de l'étude et des objectifs dont la réalisation est prévue pour les années à venir

Le tableau 14 distingue les estimations des gains annuels en nutriments issus d'améliorations effectivement réalisées à date de l'étude, et les gains estimés issus d'améliorations prévues pour les prochaines années.

**Tableau 14 : Gains issus d'objectifs atteints à date de l'étude et gains issus d'objectifs dont la réalisation est prévue pour les années à venir**

Nutriment	Fourchette	Gains issus d'améliorations réalisées		Gains issus d'améliorations prévues		Gains totaux
		en volume annuel	en % du gain total	en volume annuel	en % du gain total	
Lipides	Fourchette basse	-2 477,0 T	29,9%	-5 810,9 T	70,1%	<b>-8 287,9 T</b>
	Fourchette haute	-2 477,0 T	28,5%	-6 217,0 T	71,5%	<b>-8 694,0 T</b>
AGS	Fourchette basse	-3 770,2 T	90,3%	-407,2 T	9,7%	<b>-4 177,3 T</b>
	Fourchette haute	-3 770,2 T	90,3%	-407,2 T	9,7%	<b>-4 177,3 T</b>
Sucres simples	Fourchette basse	-10615,6 T	72,7%	- 3995,2 T	27,3%	<b>-14610,8 T</b>
	Fourchette haute	-10717,0 T	67,6%	- 5145,4 T	32,4%	<b>-15862,4 T</b>
Sodium	Fourchette basse	-232,3 T	35,1%	-430,4 T	64,9%	<b>-662,7 T</b>
	Fourchette haute	-232,3 T	34,8%	-436,0 T	65,2%	<b>-668,3 T</b>
Calcium	Fourchette basse	0,0 T	0,0%	+32,1 T	100,0%	<b>+32,1 T</b>
	Fourchette haute	0,0 T	0,0%	+32,1 T	100,0%	<b>+ 32,1 T</b>
Vitamine D	Fourchette basse	+4256,8 g	99,9%	+3,8 g	0,1%	<b>+4260,6 g</b>
	Fourchette haute	+4256,8 g	99,9%	+3,8 g	0,1%	<b>+4260,6 g</b>
Acides gras trans	Fourchette basse	-220,1 T	100,0%	0,0 T	0,0%	<b>-220,1 T</b>
	Fourchette haute	-220,1 T	100,0%	0,0 T	0,0%	<b>-220,1 T</b>
Acides gras oméga 3	Fourchette basse	+ 703,9 T	100,0%	0,0 T	0,0%	<b>+ 703,9 T</b>
	Fourchette haute	+ 703,9 T	100,0%	0,0 T	0,0%	<b>+ 703,9 T</b>
Fibres	Fourchette basse	+ 164,4 T	53,3%	+ 144,1 T	46,7%	<b>+ 308,4 T</b>
	Fourchette haute	+ 164,4 T	53,3%	+ 144,1 T	46,7%	<b>+ 308,4 T</b>

On observe que pour les deux-tiers des nutriments, les gains estimés dus à des objectifs atteints à date de l'étude sont plus importants que ceux issus d'objectifs dont la réalisation est prévue pour les années à venir. En effet, sur les 28 chartes étudiées, les engagements dont les délais sont antérieurs à fin 2012 sont plus nombreux que ceux prévus pour les années 2013 à 2015 (les derniers délais étant fixés à 2015). Ainsi, pour ce qui est des sucres simples, 72,7% des gains estimés sont dus à des améliorations effectivement réalisées fin 2012. En revanche, pour les lipides et le sodium, ce sont les gains issus d'engagements dont la réalisation est à venir qui contribuent le plus aux gains totaux. Cela s'explique par l'engagement de la FICT sur ces nutriments dont la réalisation est prévue pour fin 2013, et dont l'impact estimé est important. Pour ce qui est du calcium, 100% des gains sont issus d'améliorations à venir.

### 4.2.3. Contributions aux efforts des différents types de chartes

Cette partie s'intéresse à la contribution relative des chartes signées par des entreprises individuelles (ex : Findus, Taillefine, l'acteur de la RHF Paul...), des distributeurs (Scamark, Casino) et des interprofessions (FICT, FIAC, Unijus) à l'effort global de réduction des volumes de sucres, de lipides et de sodium mis sur le marché.

- **Résultats sur les lipides**

Treize chartes impactent les volumes de lipides mis sur le marché, parmi lesquelles dix ont été signées par des entreprises individuelles, deux par des distributeurs, et une par une interprofession. La contribution de la charte collective à l'effort global est la plus importante : elle représente 40,3% de l'effort total (dans le cas de la fourchette basse) (figure 2).

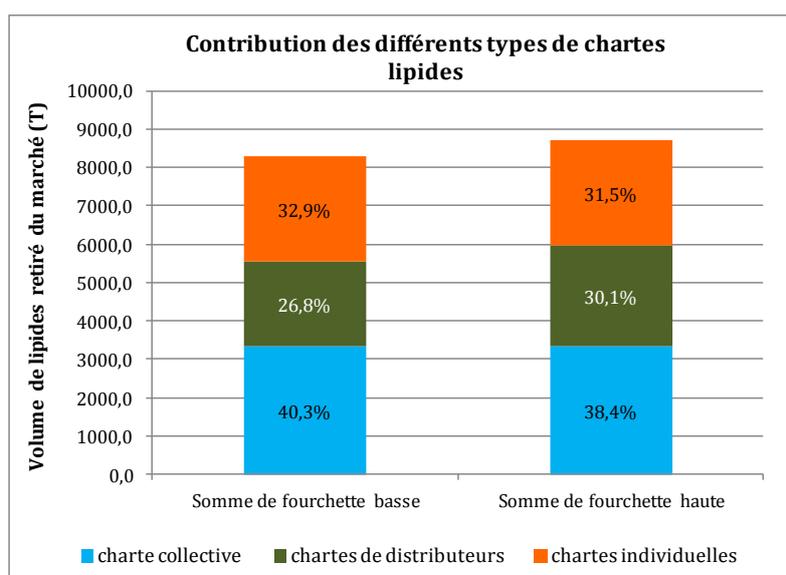


Figure 2 : Contribution des différents types de chartes à la réduction des volumes de lipides mis sur le marché

- **Résultats sur les sucres**

Dix chartes impactent les volumes de sucres mis sur le marché, parmi lesquelles six sont individuelles, deux sont collectives, et deux sont issues de distributeurs. La réduction du volume de sucres mis sur le marché est due pour moitié aux chartes individuelles. Les parts des chartes collectives et des distributeurs sont équivalentes (25% environ chacune) (figure 3).

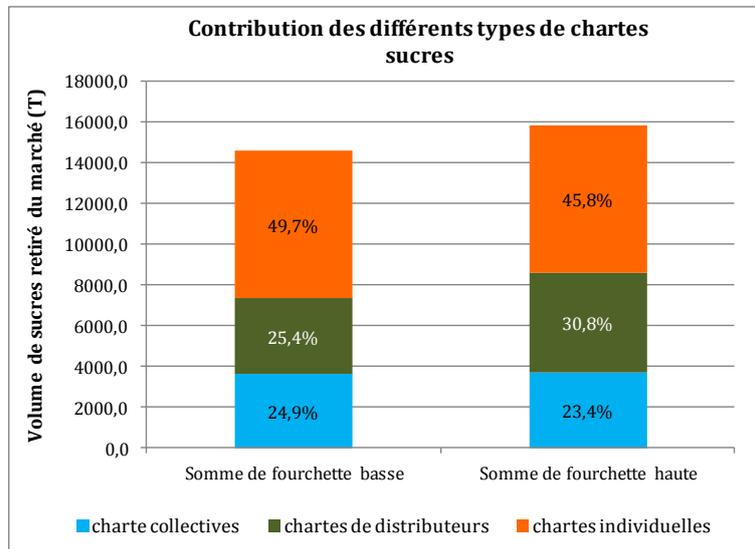


Figure 3 : Contribution des différents types de chartes à la réduction des volumes de sucres mis sur le marché

- **Résultats sur le sodium**

Le sodium est le nutriment pour lequel les engagements ont été les plus nombreux ; en effet, 21 chartes ont pris des engagements visant à réduire les teneurs en sodium de leurs produits. Parmi ces 21 chartes, 17 sont individuelles, deux sont collectives, et deux sont issues de distributeurs. Les contributions à l'effort global des chartes individuelles et collectives sont équivalentes (40% environ chacune). La contribution des distributeurs est la moins importante pour ce nutriment (19,2%) (figure 4).

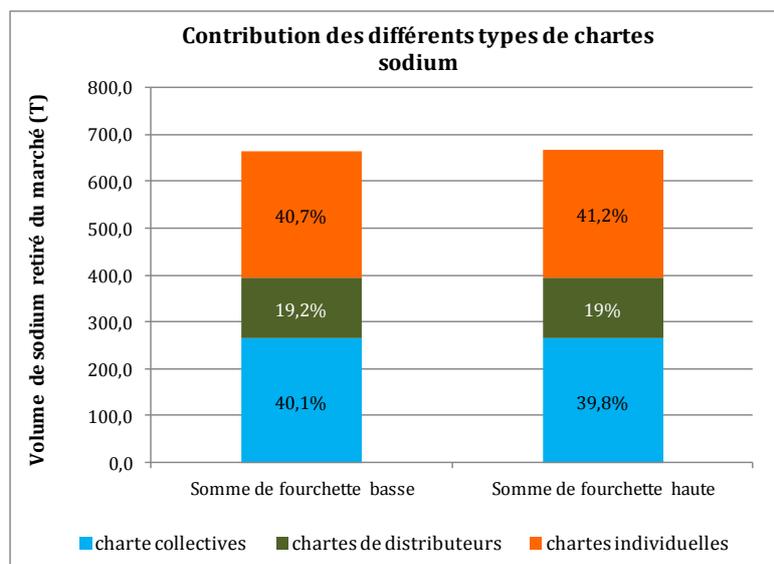


Figure 4 : Contribution des différents types de chartes à la réduction des volumes de sodium mis sur le marché

Les chartes impactant les volumes de tous les autres nutriments (AGS, acides gras *trans*, calcium, vitamine D, oméga 3 et fibres) concernent uniquement des entreprises individuelles.

Globalement, les trois types de signataires contribuent donc de manière équivalente aux volumes totaux de lipides, sucres et sodium retirés du marché.

Dans l'étude réalisée en 2010, on notait l'importance de la contribution des distributeurs, notamment pour les volumes de lipides retirés du marché (les distributeurs représentaient alors 75% de l'effort total). Avec l'arrivée de cinq nouvelles chartes individuelles et de la charte collective de la FICT, les contributions au volume total de lipides retiré du marché se sont équilibrées pour les trois types de signataires. Même si, depuis l'étude réalisée en 2010, la contribution des distributeurs s'est donc légèrement estompée face aux nouvelles chartes individuelles et celle de la FICT, les progrès réalisés grâce à ces chartes de distributeurs restent très importants, notamment du fait de la présence des produits à marque de distributeurs sur l'ensemble des secteurs, ce qui permet aux distributeurs de s'engager sur de nombreux secteurs. En effet, les améliorations réalisées par les deux distributeurs signataires des chartes touchent 16 secteurs sur les 22 améliorés pour les teneurs en lipides, 10 secteurs sur les 15 améliorés pour les teneurs en sucres, et 14 secteurs sur les 20 améliorés pour les teneurs en sodium.

Les contributions des chartes collectives sont également très importantes, notamment celles de la FICT pour les volumes de lipides et de sodium retirés du marché (respectivement 40,3% et 39,7% des gains totaux). En effet, les chartes collectives permettent d'améliorer de gros volumes. Cela se reflète dans la part de marché des produits améliorés où 54,6% des volumes du secteur de la charcuterie sont améliorés pour les teneurs en lipides et 72,4% pour les teneurs en sodium).

Les chartes individuelles, quant à elles, ont globalement des contributions plus faibles si on les considère individuellement, mais, du fait de leur nombre important, elles contrebalancent les chartes des distributeurs et des interprofessions. Néanmoins, leur contribution est très hétérogène et certaines chartes individuelles se démarquent par leur très forte contribution. C'est le cas d'Orangina Schweppes par exemple, dont les améliorations sur les BRSA ont un impact important sur la réduction des volumes de sucres simples mis sur le marché (de l'ordre d'un tiers de l'effort total).

#### **4.2.4. Impacts sur le périmètre des produits améliorés par les chartes**

Il s'agit ici d'analyser les variations relatives des volumes de nutriments annuels mis sur le marché par les produits chartés. En effet, les efforts de certains signataires qui ont pourtant apporté des modifications importantes au niveau des recettes sont parfois peu visibles du fait de leur faible volume de vente. Il s'agit donc de mettre en évidence le réel effort fourni par les entreprises, ce qui permet également d'avoir des éléments de réponse sur les marges de manœuvre possible pour les réductions ou augmentations des teneurs en nutriments.

Pour cela, le gain en nutriment réalisé grâce à l'amélioration est comparé au volume de nutriments mis sur le marché par les produits chartés avant leur amélioration. La mise en regard de ces deux volumes nous permet d'évaluer l'impact des engagements sur le périmètre des produits améliorés.

Il est à noter que les calculs sont réalisés dans l'idéal sur le périmètre de la famille, mais lorsque les données disponibles ne permettent pas de travailler à l'échelle de la famille, les calculs sont réalisés sur le périmètre du secteur.

Les tableaux 26 à 34 en annexe 2 fournissent, pour chaque secteur ou famille impacté :

- la fourchette basse des gains estimés ;
- la moyenne pondérée (fourchette basse) de l'impact, sur le périmètre des produits améliorés, des améliorations des différents produits chartés appartenant à cette famille (autrement dit, l'amélioration moyenne des recettes sur la famille) ;
- l'impact minimal sur le périmètre des produits améliorés pour cette famille (autrement dit, la plus petite amélioration de recette observée pour la famille) ;
- l'impact maximal sur le périmètre des produits améliorés pour cette famille (autrement dit, la plus forte amélioration de recette observée pour la famille).

Par manque d'information, les gains en nutriments pour certains produits améliorés n'ont pas pu être intégrés dans le calcul des impacts.

Le tableau 15 ci-dessous reprend les familles pour lesquelles on observe les impacts moyens sur le périmètre des produits améliorés les plus importants, pour les nutriments faisant l'objet du plus grand nombre d'engagements, à savoir les lipides, les AGS, les sucres et le sodium.

**Tableau 15 : Impacts les plus importants sur le périmètre des produits améliorés en lipides, AGS, sucres simples et sodium**

<b>Nutriment</b>	<b>Secteur</b>	<b>Famille</b>	<b>Gains annuels - fourchette basse (T/an)</b>	<b>Impact sur le périmètre des produits améliorés - moyenne pondérée (fourchette basse)</b>	<b>Impact sur le périmètre des produits améliorés - minimum</b>	<b>Impact sur le périmètre des produits améliorés - maximum</b>	
<b>Lipides</b>	<b>Préparations pour desserts</b>	Gâteaux moelleux fondants chocolat	-12,9	-46,7%	-46,7%	-46,7%	
	<b>Plats cuisinés déshydratés</b>	Plats cuisinés déshydratés	-2,0	-44,0%	-44,0%	-44,0%	
	<b>Aides culinaires</b>	Aides culinaires	-312,2	-39,0%	-39,0%	-39,0%	
	<b>Céréales pour le petit déjeuner</b>	Céréales miel caramel	-0,6	-36,6%	-36,6%	-36,6%	
	<b>Bouillons et potages</b>	Bouillons et potages	-39,8	-35,1%	-35,0%	-44,1%	
	<b>Charcuterie</b>	Jambon sec	-0,4	-34,8%	-34,8%	-34,8%	
	<b>Produits traiteur frais</b>	Pâtes à tartes		-10,8	-33,0%	-33,0%	-33,0%
		Salades		-52,8	-32,1%	-32,1%	-32,1%
		Desserts frais		-39,0	-31,0%	-31,0%	-31,0%
	<b>Autres produits surgelés</b>	Poissons assaisonnés surgelés		-23,5	-28,5%	-21,0%	-35,8%
Poissons panés			-275,2	-27,0%	-27,0%	-27,0%	
<b>AGS</b>	<b>Produits transformés à base de pomme de terre</b>	Frites et garnitures surgelées	-1 984,7	-60,7%	-57,2%	-78,0%	
	<b>Autres produits surgelés</b>	Poissons panés	-164,3	-55,0%	-55,0%	-55,0%	
<b>Sucres simples</b>	<b>Produits traiteur frais</b>	Salades	-18,2	-37,2%	-37,2%	-37,2%	
	<b>BRSA</b>	Tonic et limonade	-2 950,8	-26,9%	-12,1%	-27,8%	
	<b>Produits laitiers ultra frais</b>	Yaourts nature/aromatisés/aux fruits et autres laits fermentés	-1 223,2	-18,8%	-4,2%	-100,0%	
	<b>Aliments pour bébés (laits exclus)</b>	Desserts lactés	-100,3	-17,0%	-17,0%	-17,0%	
	<b>Céréales pour le petit déjeuner</b>	Pétales de maïs et autres céréales nature		-4,3	-16,0%	-16,0%	-16,0%
		Mueslis croustillants		-61,5	-16,0%	-16,0%	-16,0%
<b>Sodium</b>	<b>Fromages</b>	Fromages frais	-0,4	-53,0%	-53,0%	-53,0%	
	<b>Légumes en conserve</b>	Cœurs de palmier	-1,1	-50,0%	-50,0%	-50,0%	
	<b>Produits traiteurs frais</b>	Salades	-1,1	-36,0%	-36,0%	-36,0%	
	<b>Céréales pour le petit déjeuner</b>	Céréales chocolatées		-12,4	-35,3%	-15,8%	-40,3%
		Céréales miel caramel		-11,0	-34,2%	-15,8%	-60,0%
	<b>Sauces déshydratées</b>	Sauces déshydratées	-0,9	-33,1%	-33,1%	-33,1%	
	<b>Charcuterie</b>	Rillettes de volaille	0,0	-26,7%	-26,7%	-26,7%	
	<b>Sauces en conserves</b>	Sauces en conserves	-1,9	-24,7%	-18,0%	-33,1%	
	<b>Produits transformés à base de pomme de terre</b>	Frites et garnitures surgelées	-21,4	-23,7%	-22,5%	-24,4%	
	<b>Sauces condimentaires</b>	Vinaigrettes	-5,4	-22,0%	-22,0%	-22,0%	
	<b>Charcuterie</b>	Saucisses gros hachage	-0,2	-20,5%	-10,1%	-23,7%	
	<b>Produits traiteurs frais</b>	Pizzas fraîches	-9,3	-20,0%	-20,0%	-20,0%	
	<b>Légumes en conserve</b>	Asperges	-0,2	-20,0%	-20,0%	-20,0%	
	<b>Produits traiteurs frais</b>	Sandwichs	-2,1	-20,0%	-20,0%	-20,0%	

On observe des impacts sur le périmètre des produits améliorés allant en moyenne jusqu'à :

- -46,7% pour les réductions des teneurs en lipides sur la famille des gâteaux moelleux fondants au chocolat du secteur des préparations pour desserts ;
- -60,7% pour les réductions des teneurs en AGS sur la famille des frites et garnitures surgelées (secteur des produits transformés à base de pomme de terre) ;
- -37,2% pour les réductions des teneurs en sucres simples sur la famille des salades du secteur des produits traiteur frais ;
- -53% pour les réductions des teneurs en sodium sur la famille des fromages frais.

Les engagements pris sur le calcium permettent d'augmenter en moyenne de 75% la quantité initialement mise sur le marché (ces engagements concernent tous la famille des fromages fondus) (annexe 2 - tableau 30).

Pour ce qui est de la vitamine D, on observe un impact de +391% pour les huiles alimentaires chartées et de +100% pour les produits laitiers ultra-frais (annexe 2 - tableau 31).

Les réductions des teneurs en acides gras *trans* des pâtes à tartes permettent de réduire de 69,3% le volume d'acides gras *trans* mis sur le marché par ces mêmes produits (annexe 2 - tableau 32).

Concernant les acides gras oméga 3, on observe des impacts de +542% pour les pizzas surgelées, +381% pour les plats composés frais et surgelés, +145% pour les margarines (annexe 2 - tableau 33).

Enfin, on note un impact de +35,8% pour les fibres dans les tartes salées fraîches et surgelées (annexe 2 - tableau 34).

De manière générale, on observe que sur le périmètre des produits impactés par des engagements, les volumes de sucres, de lipides, d'AGS, d'acides gras *trans* ou de sodium retirés du marché représentent une part importante des volumes initialement mis sur le marché par ces produits. Ces impacts sont particulièrement importants dans le cas des AGS et des acides gras *trans* : -60,7% d'AGS mis sur le marché pour les frites et garnitures surgelées (tableau 15 ci-dessus), et -69,3% d'acides gras *trans* mis sur le marché par les pâtes à tartes (annexe 2 - tableau 32).

On note également des efforts importants concernant les volumes de calcium, de vitamine D, d'acides gras oméga 3 et de fibres ajoutés sur le marché, dépassant souvent les 100% des volumes initialement mis sur le marché par les produits chartés (annexe 2 - tableaux 30, 31, 33, 34).

Cela montre que les efforts réalisés par les signataires sont importants.

Ces résultats permettent aussi d'évaluer les marges de manœuvre potentielle pour les améliorations nutritionnelles des produits.

Il est cependant nécessaire de souligner que cette analyse met en évidence les efforts importants, mais ceux-ci sont parfois réalisés sur un seul produit. Une forte réduction de la teneur du nutriment réalisée sur un produit en particulier n'est pas forcément représentative de la marge de manœuvre sur l'ensemble des produits de la famille. Par exemple, l'impact sur le périmètre des produits améliorés le plus fort pour les lipides est dû à la famille des gâteaux moelleux, au sein du secteur des préparations pour desserts (tableau 15). Cependant, cet impact n'est dû qu'à un seul produit. Il se peut que ce produit présente une teneur en lipides parmi les

plus importantes de l'ensemble de sa famille et que cette réduction réalisée sur ce produit ne soit donc pas applicable aux autres produits de la famille. De même, les efforts réalisés sur les teneurs en sucres qui se démarquent sont ceux de produits appartenant à la catégorie des salades fraîches (tableau 15) qui ne sont en fait qu'au nombre de deux. Ces deux produits ne sont pas forcément représentatifs de l'ensemble de cette famille très hétérogène (elle comprend les taboulés, les salades de pâtes, les salades crudités...).

Il serait donc intéressant de savoir si les produits améliorés dans le cadre des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnels présentent les teneurs en sucres, lipides, sodium, etc. parmi les plus élevées de leur famille d'appartenance, car cela nous permettrait de savoir si les marges de manœuvre sur ces produits sont applicables ou non à d'autres produits de même type.

On observe parfois des différences non négligeables entre les impacts minimum et maximum. Par exemple, sur les réductions des teneurs en sucres des tonics et limonades, les impacts vont de -12,1% à -27,8% (tableau 15). Ces différences peuvent avoir deux causes principales.

La première est l'hétérogénéité des familles : certaines familles peuvent englober des catégories de produits variées, d'où l'hétérogénéité des impacts au sein d'une même famille. Dans d'autres cas, les différences entre les impacts minimum et maximum au sein d'une famille peuvent provenir du fait que certains signataires avaient déjà entrepris des améliorations nutritionnelles avant la signature de leur charte, et d'autres non. Lorsque des améliorations ont eu lieu antérieurement aux chartes, les impacts sont parfois assez faibles ; en effet, on est alors dans des cas où il reste peu de marge de manœuvre pour des améliorations supplémentaires, du fait de contraintes techniques (rôle du sel et des lipides dans la conservation des aliments par exemple) ou organoleptiques (rejet des consommateurs).

#### **4.2.5. Impacts sur le périmètre des familles**

Pour évaluer l'effort réalisé sur l'offre alimentaire par les signataires des chartes, l'impact des chartes sur les volumes de nutriments mis sur le marché est mis en regard avec les volumes de nutriments mis sur le marché par l'ensemble des familles<sup>8</sup> impactées.

Tous secteurs/familles et tous nutriments confondus, l'impact médian (fourchette basse) sur le périmètre des familles est de 0,51% en valeur absolue. L'impact est donc relativement faible pour la majorité des couples "nutriment - famille".

Les tableaux 35 à 43 en annexe 3 présentent, pour chacun des neuf nutriments, les variations de leur volume au sein du périmètre des familles impactées par les chartes. Il s'agit donc de l'impact des chartes sur les volumes de nutriments mis sur le marché par l'ensemble des produits d'une famille (correspondant aux produits améliorés par les chartes et aux produits non améliorés)<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> Ou par l'ensemble du secteur, si les données ne sont pas assez précises et ne permettent pas de travailler à l'échelle – plus petite – de la famille

<sup>9</sup> Par manque d'information sur le volume de vente de certaines familles ou certains secteurs, l'impact n'a pas pu être calculé pour toutes les familles. Ainsi n'ont pas pu être calculés les impacts sur le secteur des plats cuisinés déshydratés, et certaines familles du secteur des autres produits surgelés

Le tableau 16 ci-dessous reprend les couples "nutriment - famille" pour lesquels les impacts sur le périmètre des familles (fourchette basse) sont les plus importants.

Bien que l'impact médian tous secteurs/familles et tous nutriments confondus soit relativement faible, le tableau 16 montre que certains impacts sont néanmoins considérables et, pour quatorze des couples "nutriment - famille", l'impact sur le périmètre de la famille (fourchette basse) est supérieur à 10% en valeur absolue. Autrement dit, pour ces quatorze familles, l'ensemble des chartes fait évoluer de manière non négligeable la composition nutritionnelle moyenne des familles, en faisant augmenter/baisser la teneur moyenne du nutriment considéré de plus de 10%.

**Tableau 16 : Impacts sur le périmètre des familles les plus importants**

Nutriment	Secteur	Famille	Gains annuels en nutriments (T/an)		Impact des produits chartés sur les volumes de nutriments mis sur le marché par leurs familles d'appartenance	
			Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
<b>Lipides</b>	<b>Aides culinaires</b>	Aides culinaires	-312,2	-312,2	-25,57%	-25,57%
<b>AGS</b>	<b>Produits transformés à base de pomme de terre</b>	Frites et garnitures surgelées	-1 984,7	-1 984,7	-18,09%	-18,09%
	<b>Biscuits et gâteaux industriels</b>	Biscuits chocolatés nappés	-412,1	-412,1	-14,34%	-14,34%
	<b>Autres produits surgelés</b>	Poissons panés surgelés	-164,3	-164,3	-11,76%	-11,76%
<b>Sucres simples</b>	<b>Céréales pour le petit déjeuner</b>	Céréales chocolat caramel	-189,6	-189,6	-11,87%	-11,87%
	<b>BRSA</b>	Tonic et limonade	-2 950,8	-2 950,8	-10,90%	-10,90%
<b>Sodium</b>	<b>Céréales pour le petit déjeuner</b>	Céréales miel caramel	-11,0	-11,0	-17,28%	-17,28%
		Céréales chocolatées	-12,4	-12,4	-15,28%	-15,28%
<b>Calcium</b>	<b>Fromages</b>	Fromages fondus	+ 32,1	+ 32,1	+ 14,5%	+ 14,5%
<b>Vitamine D</b>	<b>Huiles alimentaires</b>	Huiles "santé" (huiles combinées)	+ 0,004	+ 0,004	+ 347,79%	+ 347,79%
<b>Acides gras oméga 3</b>	<b>Margarines et matières grasses à tartiner</b>	Margarines et matières grasses à tartiner	+ 657,8	+ 657,8	+ 23,59%	+ 23,59%
	<b>Pizzas surgelées</b>	Pizzas surgelées	+ 24,9	+ 24,9	+ 21,14%	+ 21,14%
	<b>Produits traiteur frais</b>	Plats composés frais	+ 10,1	+ 10,1	+ 10,89%	+ 10,89%
<b>Fibres</b>	<b>Céréales pour le petit déjeuner</b>	Céréales chocolat caramel	+ 35,3	+ 35,3	+ 14,52%	+ 14,52%

Ainsi, l'impact des chartes dépend à la fois du niveau d'effort mis en œuvre par les signataires et de la part de marché des produits chartés. Les produits qui voient le plus leur composition nutritionnelle moyenne évoluer grâce aux chartes sont donc ceux pour lesquels les efforts pris individuellement sont les plus conséquents et ceux qui occupent une place importante sur leur marché.

Ainsi, l'entreprise Findus, leader sur le marché des poissons panés, réduit à elle seule le volume d'AGS apportés sur le marché par les poissons panés surgelés de 11,8%. Cet impact est dû à la fois à la part de marché de Findus sur le marché des poissons panés et à l'effort important réalisé sur la réduction de la teneur en AGS (impact sur le périmètre des produits améliorés de -55% cf. tableau 15).

De même, l'impact considérable de la charte Lesieur sur le volume de vitamine D mis sur le marché par les huiles combinées "santé" (+348% cf. tableau 16) est expliqué par l'impact important sur le périmètre des produits améliorés (+391,2% cf. tableau 31 en annexe 2) et la forte part de marché de Lesieur sur le marché des huiles combinées.

En revanche, les produits isolés, qui présentent une amélioration importante mais un volume très faible, sont à l'origine d'un faible impact sur le périmètre des familles. Ainsi, le produit du secteur des préparations pour desserts qui se démarquait pour son impact pour les lipides sur le périmètre des produits améliorés, est à l'origine d'un impact sur le périmètre des familles de seulement -0,51% (tableau 35 en annexe 3).

L'impact sur le périmètre des familles dépend donc d'une part, de l'effort de réduction ou d'augmentation réalisé sur la teneur du nutriment et d'autre part, de la part de marché du produit amélioré, cette dernière ayant un poids beaucoup plus important. Ainsi, si les produits d'un signataire sont l'objet d'une amélioration importante, mais qu'ils représentent une faible part de marché, l'impact sur le périmètre de la famille à laquelle appartiennent ces produits sera faible. En outre, les produits qui ont les impacts les plus importants sont ceux qui occupent une place importante sur leur marché.

## 5. CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES

31 chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel ont été signées entre 2008 et 2012. L'objectif de cette étude est de quantifier la part de marché des produits reformulés via les engagements des chartes ainsi que l'impact des chartes sur les volumes de nutriments mis sur le marché.

28 chartes ont été suivies dans cette étude, deux sont issues de distributeurs, trois d'interprofessions, et 23 sont signées par des entreprises industrielles individuelles.

Les engagements pour lesquels l'impact a été estimé dans cette étude sont de deux types :

- les engagements de reformulation des produits existants (réduction de teneurs en sucres et sel, augmentation de teneurs en vitamines, etc.); les volumes de vente avant et après engagement sont alors supposés inchangés.
- les engagements portant sur la structure du marché, c'est-à-dire l'augmentation de la part de marché de produits de meilleure qualité nutritionnelle, en substitution de produits pour lesquels une consommation modérée est préconisée.

Tous les types de nutriments rencontrés dans les objectifs ont été pris en compte. Ils sont au nombre de neuf : les lipides, les acides gras saturés, les sucres simples, le sodium, les fibres, le calcium, la vitamine D, les acides gras *trans*, et les acides gras oméga 3.

Tous secteurs et tous nutriments confondus, les produits reformulés dans le cadre des chartes représentent une part de marché médiane de 4,4% (fourchette basse).

Les parts de marché les plus élevées (supérieures à 30%) sont observées pour les engagements concernant :

- les teneurs en lipides et en sodium des produits de charcuterie, cela est dû en grande partie à la charte collective de la FICT qui touche de gros volumes ;
- les teneurs en lipides et en sodium des aides culinaires, cela s'explique par l'engagement d'une entreprise leader sur le marché des aides culinaires ;
- les teneurs en sucres des céréales pour le petit-déjeuner, cela s'explique par l'engagement de deux entreprises individuelles et de deux distributeurs pour ce couple secteur - nutriment.

Concernant les volumes de nutriments mis sur le marché, les engagements de reformulation des produits existants et les engagements impactant la structure du marché permettront, à terme, de diminuer :

- de 8 288 tonnes (fourchette basse) à 8 694 tonnes (fourchette haute) le volume annuel de lipides mis sur le marché ;
- de 4 177 tonnes le volume annuel d'AGS mis sur le marché ;
- de 14 611 tonnes à 15 862 tonnes le volume annuel de sucres mis sur le marché ;
- de 663 tonnes à 668 tonnes le volume annuel de sodium mis sur le marché ;
- de 220 tonnes le volume annuel d'acides gras *trans* mis sur le marché.

Pour ce qui est des nutriments dont les teneurs ont été augmentées, les engagements de reformulation des produits existants vont permettre, à terme, d'augmenter :

- de 32 tonnes le volume annuel de calcium mis sur le marché ;

- de 4,26 kg le volume annuel de vitamine D mis sur le marché ;
- de 704 tonnes le volume annuel d'acides gras oméga 3 mis sur le marché ;
- et de 308 tonnes le volume annuel de fibres mis sur le marché.

La majorité des engagements dont la date d'échéance était antérieure à 2012 ont été respectés : leur réalisation a été, pour beaucoup d'entre eux, dépassée (les améliorations ont été plus loin que ce qui était prévu). Deux objectifs n'ont pas pu être atteints pour cause de limite organoleptique (rejet des consommateurs). A ce jour, des améliorations dans le cadre des chartes sont à prévoir jusqu'en 2015.

Globalement, les trois types de signataires (interprofessions, distributeurs et entreprises individuelles) contribuent de manière équivalente aux volumes totaux de lipides, de sucres et de sodium retirés du marché. Les chartes collectives se distinguent car celles-ci permettent d'améliorer de gros volumes. Les distributeurs peuvent quant à eux s'engager sur de nombreux secteurs et peuvent ainsi avoir un impact non négligeable. Les chartes individuelles considérées isolément ont globalement des contributions plus faibles mais, du fait de leur nombre important, leur impact cumulé est intéressant.

Cette étude montre que les efforts fournis par les signataires sont globalement importants. En effet, les volumes de sucres, de lipides, d'AGS, d'acides gras trans ou de sodium retirés du marché représentent une part importante des volumes initialement mis sur le marché par les produits chartés. Ces impacts sont particulièrement forts dans le cas des AGS et des acides gras *trans* : la variation relative du volume d'AGS mis sur le marché par les frites et garnitures surgelées chartées est de -60,7%, et celle du volume d'acides gras *trans* mis sur le marché par les pâtes à tartes chartées est de -69,3%.

On observe également des efforts importants concernant les volumes de vitamine D et d'acides gras oméga 3 ajoutés sur le marché, dépassant souvent les 100% des volumes initialement mis sur le marché par les produits chartés.

Lorsqu'on se place à l'échelle de la famille (périmètre des produits chartés et non chartés), l'impact des chartes sur les volumes de nutriments mis sur le marché est modeste (impact médian de 0,51% en valeur absolue, toutes familles et tous nutriments confondus). Néanmoins, pour 14 familles, l'ensemble des chartes fait évoluer de manière non négligeable la composition nutritionnelle moyenne des familles, en faisant augmenter/baisser la teneur moyenne d'au moins un nutriment de plus de 10%.

Il ressort que l'impact des chartes sur la composition nutritionnelle moyenne d'une famille de produits (périmètre des produits chartés et non chartés) dépend bien entendu de l'effort de réduction ou d'augmentation réalisé sur la teneur du nutriment, mais surtout de la part de marché du produit amélioré. Ainsi, si les produits d'un signataire sont l'objet d'une amélioration importante, mais qu'ils représentent une faible part de marché, l'impact sur le périmètre de la famille à laquelle appartiennent ces produits sera faible.

Ces résultats montrent que l'action des acteurs économiques sur l'offre alimentaire est un levier d'action intéressant et que l'impact des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel est susceptible d'être fortement amplifié en augmentant le nombre de signataires,

soit via les accords collectifs, soit en incitant les entreprises leader ou encore en incitant plusieurs entreprises d'un même secteur à s'engager sur les mêmes couples famille-nutriment.

Il est important de rappeler que l'impact évalué ici concerne uniquement les engagements de reformulation des produits existants et les engagements portant sur la structure du marché. De nombreux engagements portant sur les nouveaux produits ou sur la consommation (information du consommateur, taille des portions, éducation nutritionnelle...) n'ont pas été évalués dans cette étude et auront également *in fine* un impact sur les apports nutritionnels.

Par ailleurs, il aurait été intéressant d'étudier l'impact des chartes PNNS sur la composition nutritionnelle globale des produits, autrement dit, regarder l'évolution des teneurs en nutriments qui n'ont pas fait l'objet d'engagements, afin d'observer les substitutions entre nutriments qui ont été effectuées suite aux engagements.

Cette étude pourrait également être poursuivie pour caractériser les produits impactés par les chartes tant du point de vue nutritionnel (les produits chartés sont-ils initialement bien placés dans l'espace des caractéristiques nutritionnelles ?) que de leur prix (les produits chartés sont-ils accessibles à tous ?).

Enfin, il serait intéressant d'étudier l'impact indirect des chartes d'engagements volontaires de progrès nutritionnel, afin de savoir si oui, et dans quelle mesure, les chartes d'engagements volontaires signées constituent une incitation à l'amélioration de la qualité nutritionnelle des produits alimentaires transformés pour les industriels du secteur de l'agroalimentaire non signataires.

## ANNEXES

### Annexe 1 : Parts de marché des produits impactés

#### - Résultats sur les lipides

**Tableau 17 : Parts de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur les teneurs en lipides**

Secteur	Part de marché des produits impactés fourchette basse	Part de marché des produits impactés fourchette haute
Aides culinaires	74,2%	74,2%
Charcuterie	54,6%	57,9%
Barres céréalières	7,5%	9,2%
Biscuits et gâteaux industriels	6,3%	8,6%
Panification croustillante et moelleuse	6,0%	10,5%
Margarines et autres matières grasses à tartiner	5,6%	5,6%
Produits traiteur frais	5,6%	7,4%
Bouillons et potages	5,0%	7,7%
Apéritifs à croquer	4,4%	6,2%
Glaces et sorbets	3,5%	3,5%
Plats cuisinés appertisés	2,9%	5,6%
Sauces déshydratées	2,5%	2,5%
Autres produits surgelés	1,8%	4,6%
Pizzas surgelées	1,7%	1,7%
Fromages	1,6%	3,6%
Produits transformés à base de pomme de terre	0,4%	3,1%
Préparations pour desserts	0,2%	0,8%
Céréales pour le petit déjeuner	0,1%	1,6%
Sauces condimentaires	0,0%	2,6%
Sauces en conserves	0,0%	0,0%
Chocolat et produits chocolatés	0,0%	1,6%
Plats cuisinés déshydratés <sup>10</sup>		

#### - Résultats sur les AGS

**Tableau 18 : Parts de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur les teneurs en AGS**

Secteur	Part de marché des produits impactés fourchette basse	Part de marché des produits impactés fourchette haute
Margarines et matières grasses à tartiner	21,0%	21,0%
Produits transformés à base de pomme de terre	19,1%	19,1%
Produits traiteur frais	5,0%	5,0%
Pizzas surgelées	4,8%	4,8%
Huiles alimentaires	2,8%	2,8%
Biscuits et gâteaux industriels	2,6%	2,6%
Glaces et sorbets	2,4%	2,4%
Chocolat et produits chocolatés	2,3%	2,3%
Autres produits surgelés	1,5%	1,5%

<sup>10</sup> La part de marché des produits améliorés sur le secteur des plats cuisinés déshydratés n'a pas pu être calculée du fait d'un manque d'information sur le volume de vente de ce secteur

## **- Résultats sur les sucres**

**Tableau 19 : Parts de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur les teneurs en sucres**

Secteur	Part de marché des produits impactés fourchette basse	Part de marché des produits impactés fourchette haute
Céréales pour le petit déjeuner	30,7%	32,2%
Confitures	28,7%	30,6%
Jus de fruits et nectars	12,2%	15,4%
Boissons rafraîchissantes sans alcool	9,1%	9,1%
Sirops et boissons concentrées à diluer	7,4%	11,4%
Barres céréalières	6,9%	6,9%
Biscuits et gâteaux industriels	6,2%	6,2%
Panification croustillante et moelleuse	5,8%	5,8%
Produits laitiers ultra frais	4,9%	4,9%
Aliments pour bébés (laits exclus)	4,1%	4,1%
Conserves de fruits	3,8%	3,8%
Glaces et sorbets	1,4%	1,4%
Produits traiteur frais	0,2%	3,1%
Autres produits surgelés	0,0%	0,0%

## **- Résultats sur le sodium**

**Tableau 20 : Parts de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur les teneurs en sodium**

Secteur	Part de marché des produits impactés fourchette basse	Part de marché des produits impactés fourchette haute
Aides culinaires	75,8%	75,8%
Charcuterie	72,4%	75,4%
Céréales pour le petit déjeuner	26,3%	27,8%
Saumons et truites fumés	13,4%	15,2%
Produits traiteurs frais	12,3%	15,0%
Bouillons et potages	8,9%	8,9%
Apéritifs à croquer	8,7%	8,7%
Pizzas surgelées	6,5%	6,5%
Sauces déshydratées	6,2%	6,2%
Panification croustillante et moelleuse	5,6%	9,5%
Autres produits surgelés	4,9%	7,8%
Produits transformés à base de pomme de terre	4,4%	6,6%
Plats cuisinés appertisés	3,7%	6,4%
Sauces en conserves	2,2%	2,2%
Sauces condimentaires	1,9%	4,5%
Fromages	1,7%	3,7%
Jus de fruits et nectars	0,4%	0,4%
Légumes en conserve	0,4%	4,2%
Pains artisanaux	0,1%	1,3%
Plats cuisinés déshydratés <sup>11</sup>		

<sup>11</sup> La part de marché des produits améliorés sur le secteur des plats cuisinés déshydratés n'a pas pu être calculée du fait d'un manque d'information sur le volume de vente de ce secteur

### **- Résultats sur le calcium**

Tableau 21 : Parts de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur les teneurs en calcium

Secteur	Part de marché des produits impactés
Fromages	0,84 %

### **- Résultats sur la vitamine D**

Tableau 22 : Part de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur les teneurs en vitamine D

Secteur	Part de marché des produits impactés
Huiles alimentaires	5,8%
Produits laitiers ultra frais	1,9%
Fromages	0,1%

### **- Résultats sur les acides gras trans**

Tableau 23 : Part de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur la teneur en acides gras trans

Secteur	Part de marché des produits impactés
Produits traiteurs frais	2,1 %

### **- Acides gras oméga 3**

Tableau 24 : Part de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur la teneur en acides gras oméga 3

Secteur	Part de marché des produits impactés
Margarines et matières grasses à tartiner	14,93%
Pizzas surgelées	4,77%
Produits traiteur frais	1,33%
Autres produits surgelés	0,81%

### **- Résultats sur les fibres**

Tableau 25 : Part de marché par secteur des produits impactés par des engagements sur la teneur en fibres

Secteur	Part de marché des produits impactés
Céréales pour le petit déjeuner	22,4%
Pizzas surgelées	4,8%
Autres produits surgelés	0,2%
Produits traiteur frais	0,2%
Pains artisanaux	0,0%

Concernant le calcium, seul un signataire a pris un engagement. Il en est de même pour les acides gras *trans*.

## Annexe 2 : Impact sur le périmètre des produits améliorés

### - Résultats sur les lipides

Tableau 26 : Impact des engagements concernant les lipides sur le périmètre des produits améliorés

Secteur	Famille	Gains annuels - fourchette basse  (T/an)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - moyenne pondérée (fourchette basse)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - minimum	Impact sur le périmètre des produits améliorés - maximum
<b>Aides culinaires</b>	Aides culinaires	-312,2	-39,0%	-39,0%	-39,0%
<b>Apéritifs à croquer</b>	Apéritifs à croquer	-132,9	-14,8%	-13,4%	-15,0%
<b>Autres produits surgelés</b>	Desserts surgelés	-3,1	-6,2%	-6,2%	-6,2%
	Légumes cuisinés surgelés	-0,5	-8,7%	-8,7%	-8,7%
	Plats composés surgelés	-149,3	-19,2%	-15,0%	-28,1%
	Poissons assaisonnés surgelés	-23,5	-28,5%	-21,0%	-35,8%
	Poissons panés	-275,2	-27,0%	-27,0%	-27,0%
	Snacks	-24,2	-13,6%	-8,6%	-15,0%
	Tartes salées surgelées	-23,3	-26,6%	-26,6%	-26,6%
<b>Barres céréalières</b>	Barres céréalières	-5,6	-5,4%	-5,0%	-14,3%
<b>Biscuits et gâteaux industriels</b>	Autres biscuits secs	-4,1	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Autres produits	-6,2	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits aux œufs	-2,1	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits chocolatés avec tablette	-15,0	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits chocolatés nappés	-25,7	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits chocolatés sandwichés	-39,0	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits fruités fourrés	-1,4	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits fruités nappés	-3,5	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits secs au beurre sablés	-32,1	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits secs au beurre type petit beurre	-4,2	-5,5%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits secs feuilletés	-3,0	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits secs petit-déjeuner	-13,1	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Brownies au chocolat	-5,3	-6,3%	-5,0%	-10,0%
	Cakes aux fruits	-3,8	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Cookies	-18,1	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Gâteaux moelleux fourrés au chocolat multicouches	-1,5	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Gâteaux moelleux fourrés au chocolat ou aux pépites de chocolat ou au lait	-13,8	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Gâteaux moelleux fourrés aux fruits	-2,3	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Gâteaux mousse de fruits sur génoise	-4,3	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Gaufres	-1,7	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Gaufrettes sèches ou fourrées	-6,1	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Goûters fourrés fruités	-0,6	-5,0%	-5,0%	-10,0%
Madeleines	-38,7	-5,0%	-5,0%	-10,0%	
Marbrés/produits à pate jaune	-18,5	-5,1%	-5,0%	-10,0%	
Pains d'épices	-0,1	-5,0%	-5,0%	-10,0%	
Quatre-quarts	-14,2	-5,0%	-5,0%	-10,0%	
<b>Bouillons et potages</b>	Bouillons et potages	-39,8	-35,1%	-35,0%	-44,1%
<b>Céréales pour le petit déjeuner</b>	Céréales miel caramel	-0,6	-36,6%	-36,6%	-36,6%
	Céréales riches en fibres	-0,6	-16,7%	-16,7%	-16,7%

Secteur	Famille	Gains annuels - fourchette basse (T/an)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - moyenne pondérée (fourchette basse)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - minimum	Impact sur le périmètre des produits améliorés - maximum
Charcuterie	Bacon, lardons, poitrines, gésier	-0,2	-19,5%	-19,5%	-19,5%
	Jambon cuit de porc	-339,7	-5,0%	-5,0%	-5,0%
	Jambon sec	-0,4	-34,8%	-34,8%	-34,8%
	Pâtés / mousses de foie	-657,5	-5,0%	-5,0%	-5,0%
	Rillettes de porc	-368,7	-5,0%	-5,0%	-5,0%
	Rillettes de volaille	-1,6	-18,2%	-18,2%	-18,2%
	Saucisses à pâte fine	-1073,5	-5,7%	-5,0%	-16,7%
	Saucisson sec et saucisses sèches	-1252,4	-5,0%	-5,0%	-5,0%
<b>Chocolat et produits chocolatés</b>	Bonbons de chocolat, rochers, bouchées	-2,0	-8,3%	-8,3%	-8,3%
<b>Fromages</b>	Fromages fondus	-901,0	-16,2%	-6,3%	-25,0%
	Fromages frais	-10,6	-20,0%	-20,0%	-20,0%
<b>Glaces et sorbets</b>	Glaces et sorbets	-136,9	-7,3%	-6,0%	-13,1%
<b>Margarines et matières grasses à tartiner</b>	Margarines et matières grasses à tartiner	-570,0	-8,9%	-8,9%	-8,9%
<b>Panification croustillante et moelleuse</b>	Pains de mie et pains préemballés	-9,2	-23,8%	-23,8%	-23,8%
	Panification croustillante	-0,6	-22,9%	-22,9%	-22,9%
	Viennoiseries et brioches	-328,6	-7,5%	-5,0%	-23,7%
<b>Pizzas surgelées</b>	Pizzas surgelées	-37,9	-14,2%	-14,0%	-15,0%
<b>Plats cuisinés déshydratés</b>	Plats cuisinés déshydratés	-2,0	-44,0%	-44,0%	-44,0%
<b>Plats cuisinés en conserve</b>	Plats cuisinés en conserve	-85,2	-16,4%	-15,0%	-29,8%
<b>Préparations pour desserts</b>	Gâteaux moelleux fondants chocolat	-12,9	-46,7%	-46,7%	-46,7%
<b>Produits traiteur frais</b>	Charcuterie pâtissière	-113,6	-16,6%	-15,0%	-19,3%
	Desserts frais	-39,0	-31,0%	-31,0%	-31,0%
	Pâtes à tartes	-10,8	-33,0%	-33,0%	-33,0%
	Pizzas	-100,0	-15,0%	-15,0%	-15,0%
	Plats composés frais	-210,8	-18,4%	-15,1%	-26,8%
	Salades	-52,8	-32,1%	-32,1%	-32,1%
	Sandwichs	-36,7	-13,6%	-7,4%	-19,9%
	Tartes salées fraîches	-39,8	-15,0%	-15,0%	-15,0%
<b>Produits transformés à base de pomme de terre</b>	Chips	-166,7	-15,0%	-15,0%	-15,0%
	Frites et garnitures surgelées	-6,0	-24,5%	-24,5%	-24,5%
<b>Sauces condimentaires</b>	Mayonnaises	-6,1	-18,2%	-18,2%	-18,2%
<b>Sauces déshydratées</b>	Sauces déshydratées	-0,7	-9,0%	-9,0%	-9,0%
<b>Sauces en conserves</b>	Sauces en conserves	-0,9	-9,0%	-9,0%	-9,0%
<b>Total général</b>		<b>-7843,9<sup>12</sup></b>	<b>-7,5%</b>	<b>-5,0%</b>	<b>-46,7%</b>

<sup>12</sup> Les volumes totaux dans les tableaux 26 à 34 ne sont pas toujours égaux aux gains totaux réalisés par nutriment, car les calculs de l'impact sur le périmètre des produits améliorés n'ont pas pu être réalisés pour tous les produits, du fait d'un manque de données sur les produits en question.

## - Résultats sur les AGS

Tableau 27: Impact des engagements concernant les AGS sur le périmètre des produits améliorés

Secteur	Famille	Gains annuels - fourchette basse  (T/an)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - moyenne pondérée (fourchette basse)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - minimum	Impact sur le périmètre des produits améliorés - maximum
<b>Autres produits surgelés</b>	Plats composés surgelés	-4,5	-3,4%	-3,4%	-3,4%
	Poissons panés	-164,3	-55,0%	-55,0%	-55,0%
	Tartes surgelées	-1,1	-0,2%	-0,2%	-0,2%
<b>Biscuits et gâteaux industriels</b>	Biscuits chocolatés nappés	-412,1	-23,9%	-20,0%	-35,2%
<b>Chocolat et produits chocolatés</b>	Barres chocolatées	-154,4	-16,7%	-16,7%	-16,7%
<b>Glaces et sorbets</b>	Glaces barres et mini barres	-56,4	-6,0%	-6,0%	-6,0%
<b>Huiles alimentaires</b>	Huiles de friture	-92,9	-10,1%	-10,1%	-10,1%
<b>Margarines et matières grasses à tartiner</b>	Margarines	-1 194,7	-15,3%	-7,7%	-17,5%
<b>Pizzas surgelées</b>	Pizzas surgelées	-13,2	-6,5%	-6,5%	-6,5%
<b>Produits traiteur frais</b>	Plats cuisinés frais	-98,6	-10,1%	-3,4%	-11,4%
	Tartes fraîches	-0,5	-0,2%	-0,2%	-0,2%
<b>Produits transformés à base de pomme de terre</b>	Frites et garnitures surgelées	-1 984,7	-60,7%	-57,2%	-78,0%
<b>Total général</b>		<b>-4 177,3</b>	<b>-22,9%</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-78,0%</b>

## - Résultats sur les sucres

Tableau 28: Impact des engagements concernant les sucres simples sur le périmètre des produits améliorés

Secteur	Famille	Gains annuels - fourchette basse  (T/an)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - moyenne pondérée (fourchette basse)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - minimum	Impact sur le périmètre des produits améliorés - maximum
<b>Aliments pour bébés (laits exclus)</b>	Desserts lactés	-100,3	-17,0%	-17,0%	-17,0%
<b>Autres produits surgelés</b>	Desserts surgelés	-6,5	-5,0%	-5,0%	-5,0%
<b>Barres céréalières</b>	Barres céréalières	-10,7	-5,0%	-5,0%	-10,0%
<b>Biscuits et gâteaux industriels</b>	Autres biscuits secs	-8,4	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Autres produits	-12,5	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits aux oeufs	-26,4	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits chocolatés avec tablette	-24,9	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits chocolatés nappés	-32,2	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits chocolatés sandwichés	-65,6	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	biscuits fruités fourrés	-4,5	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits fruités nappés	-19,7	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits secs au beurre sablés	-37,6	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits secs au beurre type petit beurre	-6,0	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits secs feuilletés	-2,4	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Biscuits secs petit-déjeuner	-21,6	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Brownies au chocolat	-3,6	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Cakes aux fruits	-11,0	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Cookies	-22,5	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Gâteaux moelleux fourrés au chocolat multicouches	-2,4	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Gâteaux moelleux fourrés au chocolat ou aux pépites de chocolat ou au lait	-17,8	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Gâteaux moelleux fourrés aux fruits	-4,9	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Gâteaux mousse de fruits sur génoise	-21,4	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Gaufres	-2,4	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Gaufrettes sèches ou fourrées	-6,5	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Goûters fourrés fruités	-2,5	-5,0%	-5,0%	-10,0%
	Madeleines	-55,3	-5,0%	-5,0%	-10,0%
Marbrés/produits à pate jaune	-25,8	-5,0%	-5,0%	-10,0%	
Pains d'épices	-5,1	-5,0%	-5,0%	-10,0%	
Quatre-quarts	-15,4	-5,0%	-5,0%	-10,0%	
<b>BRSA</b>	Boissons aux fruits gazeuses	-95,7	-10,9%	-10,9%	-11,8%
	boissons aux fruits plates	-1 927,3	-10,2%	-10,2%	-11,5%
	Cola	-179,6	-13,0%	-13,0%	-13,0%
	Eaux aromatisées	-22,8	-13,0%	-13,0%	-13,0%
	Thé glacé	-82,2	-13,0%	-13,0%	-13,0%
	Tonic et limonade	-2 950,8	-26,9%	-12,1%	-27,8%
<b>Céréales pour le petit déjeuner</b>	Céréales chocolat caramel	-189,6	-12,0%	-12,0%	-12,0%
	Céréales chocolatées	-748,7	-11,9%	-9,0%	-16,0%
	Céréales fourrées	-55,7	-13,2%	-9,0%	-16,0%
	Céréales ligne et forme	-134,6	-9,5%	-9,0%	-16,0%
	Céréales miel caramel	-240,2	-10,9%	-9,0%	-16,0%
	Céréales riches en fibres	-9,4	-14,2%	-8,0%	-16,0%
	Mueslis croustillants	-61,5	-16,0%	-16,0%	-16,0%
	Pétales de maïs et autres céréales nature	-4,3	-16,0%	-16,0%	-16,0%

Secteur	Famille	Gains annuels - fourchette basse  (T/an)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - moyenne pondérée (fourchette basse)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - minimum	Impact sur le périmètre des produits améliorés - maximum
<b>Compotes</b>	Compotes	-1 971,1	-11,7%	-11,7%	-11,7%
<b>Confitures</b>	Confitures gelées ou marmelades standards	-883,4	-4,4%	-4,2%	-8,3%
<b>Conserves de fruits</b>	Conserves de fruits	-69,5	-3,7%	-3,7%	-3,7%
<b>Glaces et sorbets</b>	Glaces et sorbets	-40,3	-5,0%	-5,0%	-5,0%
<b>Jus de fruits et nectars</b>	Nectars	-830,5	-7,5%	-4,8%	-8,3%
<b>Panification croustillante et moelleuse</b>	Viennoiseries et brioches	-97,8	-5,0%	-5,0%	-10,0%
<b>Produits laitiers ultra frais</b>	Desserts lactés	-426,5	-7,0%	-4,5%	-79,4%
	Fromages frais nature/aromatisés/aux fruits	-30,0	-4,7%	-4,7%	-9,2%
	Yaourts nature/aromatisés/aux fruits et autres laits fermentés	-1 223,2	-18,8%	-4,2%	-100,0%
<b>Produits traiteur frais</b>	Salades	-18,2	-37,2%	-37,2%	-37,2%
<b>Sirops et boissons concentrées à diluer</b>	Sirops et boissons concentrées à diluer	-854,6	-9,4%	-7,0%	-10,3%
<b>Total général</b>		<b>-13 723,4</b>	<b>-10,5%</b>	<b>-3,7%</b>	<b>-100,0%</b>

## - Résultats sur le sodium

Tableau 29 : Impact des engagements concernant le sodium sur le périmètre des produits améliorés

Secteur	Famille	Gains annuels - fourchette basse  (T/an)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - moyenne pondérée (fourchette basse)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - minimum	Impact sur le périmètre des produits améliorés - maximum
<b>Aides culinaires</b>	Aides culinaires	-64,6	-5,0%	-5,0%	-5,0%
<b>Apéritifs à croquer</b>	Apéritifs à croquer	-8,4	-15,0%	-15,0%	-15,0%
<b>Autres produits surgelés</b>	Entrées surgelées	-1,0	-8,0%	-8,0%	-8,0%
	Légumes cuisinés surgelés	-0,4	-2,3%	0,0%	-46,1%
	Pains surgelés	-0,4	-8,0%	-8,0%	-8,0%
	Plats composés surgelés	-17,5	-17,5%	-8,0%	-29,2%
	Poissons assaisonnés surgelés	-0,8	-14,0%	-12,5%	-14,8%
	Poissons panés	-0,9	-2,4%	-2,4%	-2,4%
	Sauces surgelées	-0,1	-8,0%	-8,0%	-8,0%
	Snacks	-2,0	-8,7%	-8,0%	-19,7%
	Soupes et potages surgelés	0,0	-8,0%	-8,0%	-8,0%
	Tartes salées surgelées	-5,3	-13,4%	-8,0%	-16,2%
Viennoiseries surgelées	-0,5	-8,0%	-8,0%	-8,0%	
<b>Bouillons et potages</b>	Bouillons et potages	-16,5	-16,8%	-15,9%	-17,1%
<b>Céréales pour le petit déjeuner</b>	Céréales chocolatées	-12,4	-35,3%	-15,8%	-40,3%
	Céréales fourrées	-3,0	-15,8%	-15,8%	-15,8%
	Céréales ligne et forme	-5,6	-17,1%	-15,8%	-43,8%
	Céréales miel caramel	-11,0	-34,2%	-15,8%	-60,0%
	Céréales riches en fibres	-1,2	-15,8%	-12,5%	-15,8%
	Mueslis croustillants	0,0	-15,8%	-15,8%	-15,8%
	Pétales de maïs et autres céréales nature	-1,8	-15,8%	-15,8%	-15,8%
<b>Charcuterie</b>	Bacon, lardons, poitrines, gésier	-61,6	-5,3%	-5,0%	-9,2%
	Jambon cuit de porc	-85,8	-5,2%	-5,0%	-10,2%
	Jambon sec	-44,6	-5,0%	-5,0%	-5,0%
	Jambons de volaille	-3,9	-7,0%	-6,7%	-30,9%
	Pâtés / mousses de foie	-14,7	-5,1%	-5,0%	-25,0%
	Rillettes de porc	-0,1	-11,6%	-11,6%	-11,6%
	Rillettes de volaille	0,0	-26,7%	-26,7%	-26,7%
	Rôti de porc	-0,6	-6,7%	-6,7%	-6,7%
	Rôti de volaille	-0,2	-6,7%	-6,7%	-10,0%
	Saucisses à pâte fine	-38,2	-7,0%	-5,0%	-15,9%
Saucisses gros hachage	-0,2	-20,5%	-10,1%	-23,7%	
Saucisson sec et saucisses sèches	-60,7	-5,0%	-5,0%	-7,5%	
<b>Fromages</b>	Fromages à pâte molle	-0,2	-16,7%	-16,7%	-16,7%
	Fromages à pâte persillée	0,0	-12,0%	-12,0%	-12,0%
	Fromages à pâte pressée non cuite	0,0	-6,0%	-6,0%	-6,0%
	Fromages fondus	-15,3	-7,7%	-6,7%	-36,4%
	Fromages frais	-0,4	-53,0%	-53,0%	-53,0%
<b>Jus de fruits et nectars</b>	Jus de légumes	-2,6	-14,9%	-14,9%	-14,9%
<b>Légumes en conserve</b>	Asperges	-0,2	-20,0%	-20,0%	-20,0%
	Cœurs de palmier	-1,1	-50,0%	-50,0%	-50,0%
	Haricots verts/ haricots beurre	-0,9	-11,0%	-11,0%	-11,0%
<b>Pains artisanaux</b>	Pains artisanaux	-3,0	-9,9%	-9,9%	-10,0%
<b>Panification croustillante et moelleuse</b>	Pains de mie et pains préemballés	-8,4	-10,8%	-10,0%	-16,2%
	Panification croustillante	-5,6	-11,6%	-10,0%	-18,2%
	Viennoiseries et brioches	-0,2	-10,0%	-10,0%	-10,0%
<b>Pizzas surgelées</b>	Pizzas surgelées	-5,0	-12,7%	-8,0%	-20,0%

Secteur	Famille	Gains annuels - fourchette basse  (T/an)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - moyenne pondérée (fourchette basse)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - minimum	Impact sur le périmètre des produits améliorés - maximum
<b>Plats cuisinés appertisés</b>	Plats cuisinés appertisés	-12,6	-19,8%	-0,5%	-24,0%
<b>Plats cuisinés déshydratés</b>	Plats cuisinés déshydratés	-0,1	-4,9%	-4,9%	-4,9%
<b>Produits traiteurs frais</b>	Charcuterie pâtisseries	-4,5	-8,8%	-3,4%	-48,2%
	Pâtes à tarte	-1,8	-3,0%	-3,0%	-3,0%
	Pizzas fraîches	-9,3	-20,0%	-20,0%	-20,0%
	Plats composés frais	-25,8	-15,4%	-10,0%	-35,0%
	Salades	-1,1	-36,0%	-36,0%	-36,0%
	Sandwichs	-2,1	-20,0%	-20,0%	-20,0%
	Tartes salées fraîches	-3,0	-11,0%	-8,5%	-20,0%
<b>Produits transformés à base de pomme de terre</b>	Chips	-4,6	-10,8%	-7,1%	-15,0%
	Frites et garnitures surgelées	-21,4	-23,7%	-22,5%	-24,4%
<b>Sauces condimentaires</b>	Sauces non émulsionnées à base de tomate autres que ketchup	0,0	-9,0%	-9,0%	-9,0%
	Mayonnaises	-2,7	-15,1%	-13,7%	-36,4%
	Vinaigrettes	-5,4	-22,0%	-22,0%	-22,0%
<b>Sauces déshydratées</b>	Sauces déshydratées	-0,9	-33,1%	-33,1%	-33,1%
<b>Sauces en conserves</b>	Sauces en conserves	-1,9	-24,7%	-18,0%	-33,1%
<b>Saumons et truites fumés</b>	Saumons et truites fumés	-6,3	-15,0%	-15,0%	-25,0%
<b>Total général</b>		<b>-610,4</b>	<b>-7,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>-60,0%</b>

## - Résultats sur le calcium

Tableau 30 : Impact des engagements concernant le calcium sur le périmètre des produits améliorés

Secteur	Famille	Gains annuels - fourchette basse  (T/an)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - moyenne pondérée (fourchette basse)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - minimum	Impact sur le périmètre des produits améliorés - maximum
<b>Fromages</b>	Fromages fondus	+32,1	+75,0%	+64,0%	+76,0%
<b>Total général</b>		<b>+32,1</b>	<b>+75,0%</b>	<b>+64,0%</b>	<b>+76,0%</b>

## - Résultats sur la vitamine D

Tableau 31 : Impact des engagements concernant la vitamine D sur le périmètre des produits améliorés

Secteur	Famille	Gains annuels - fourchette basse  (g/an)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - moyenne pondérée (fourchette basse)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - minimum	Impact sur le périmètre des produits améliorés - maximum
Fromages	Fromages fondus	+3,8	+34,5%	+34,5%	+34,5%
Huiles alimentaires	Huiles "santé" (huiles combinées)	+3 973,0	+391,2%	+391,2%	+391,2%
Produits laitiers ultra-frais	Produits laitiers ultra frais	+283,8	+100,0%	+100,0%	+100,0%
<b>Total général</b>		<b>+4 260,6</b>	<b>+325,1%</b>	<b>+34,5%</b>	<b>+391,2%</b>

## - Résultats sur les acides gras trans

Tableau 32 : Impact des engagements concernant les acides gras trans sur le périmètre des produits améliorés

Secteur	Famille	Gains annuels - fourchette basse  (T/an)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - moyenne pondérée (fourchette basse)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - minimum	Impact sur le périmètre des produits améliorés - maximum
Produits traiteur frais	Pâtes à tartes	-220,1	-69,3%	-69,3%	-69,3%
<b>Total général</b>		<b>-220,1</b>	<b>-69,3%</b>	<b>-69,3%</b>	<b>-69,3%</b>

## - Résultats sur les acides gras oméga 3

Tableau 33 : Impact des engagements concernant les acides gras oméga 3 sur le périmètre des produits améliorés

Secteur	Famille	Gains annuels - fourchette basse  (T/an)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - moyenne pondérée (fourchette basse)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - minimum	Impact sur le périmètre des produits améliorés - maximum
Autres produits surgelés	Plats cuisinés surgelés	+8,2	+381,2%	+381,2%	+381,2%
	Tartes surgelées	+2,0	+22,6%	+22,6%	+22,6%
Margarines et matières grasses à tartiner	Margarines	+657,8	+145,1%	+145,1%	+145,1%
Pizzas surgelées	Pizzas surgelées	+24,9	+542,5%	+542,5%	+542,5%
Produits traiteur frais	Plats cuisinés frais	+10,1	+381,2%	+381,2%	+381,2%
	Tartes fraîches	+0,9	+22,6%	+22,6%	+22,6%
<b>Total général</b>		<b>+703,9</b>	<b>+148,0%</b>	<b>+22,6%</b>	<b>+542,5%</b>

## - Résultats sur les fibres

Tableau 34 : Impact des engagements concernant les fibres sur le périmètre des produits améliorés

Secteur	Famille	Gains annuels - fourchette basse  (T/an)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - moyenne pondérée (fourchette basse)	Impact sur le périmètre des produits améliorés - minimum	Impact sur le périmètre des produits améliorés - maximum
<b>Autres produits surgelés</b>	Tartes salées surgelées	+11,7	+35,8%	+35,8%	+35,8%
<b>Céréales pour le petit déjeuner</b>	Céréales chocolatées	+65,6	+22,3%	+21,1%	+25,6%
	Céréales chocolat caramel	+35,3	+22,9%	+22,9%	+22,9%
	Céréales fourrées	+4,0	+25,6%	+25,6%	+25,6%
	Céréales ligne et forme	+81,3	+19,2%	+15,2%	+25,6%
	Céréales miel caramel	+16,5	+33,6%	+25,6%	+43,3%
<b>Pains artisanaux</b>	Pains artisanaux	+4,3	+10,0%	+10,0%	+10,0%
<b>Pizzas surgelées</b>	Pizzas surgelées	+12,9	+13,0%	+13,0%	+13,0%
<b>Produits traiteur frais</b>	Tartes salées fraîches	+4,8	+35,8%	+35,8%	+35,8%
<b>Total général</b>		<b>236,5</b>	<b>+21,0%</b>	<b>+10,0%</b>	<b>+43,3%</b>

## Annexe 3 : Impact sur le périmètre des familles

### - Résultats sur les lipides

Tableau 35 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant les lipides

Secteur	Famille	Gains annuels en nutriments (T/an)		Impact des produits chartés sur les volumes de nutriments mis sur le marché par leurs familles d'appartenance	
		Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
<b>Aides culinaires</b>	Aides culinaires	-312,2	-312,2	-25,57%	-25,57%
<b>Apéritifs à croquer</b>	Apéritifs à croquer	-132,9	-132,9	-0,44%	-0,44%
<b>Autres produits surgelés</b>	Desserts surgelés	-3,1	-3,1	-0,03%	-0,03%
	Légumes cuisinés surgelés	-0,5	-0,5	-0,01%	-0,01%
	Plats composés surgelés	-149,3	-149,3	-0,83%	-0,83%
	Poissons assaisonnés surgelés	-23,5	-23,5	-0,97%	-0,97%
	Poissons panés	-275,2	-275,2	-4,11%	-4,11%
	Snacks	-24,2	-24,2	-0,37%	-0,37%
	Tartes salées surgelées	-23,3	-23,3	-0,87%	-0,87%
<b>Barres céréalières</b>	Barres céréalières	-5,6	-10,6	-0,34%	-0,64%
<b>Biscuits et gâteaux industriels</b>	Autres biscuits secs	-4,1	-8,1	-0,08%	-0,17%
	Autres produits	-6,2	-12,3	-0,13%	-0,26%
	Biscuits aux œufs	-2,1	-4,1	-0,38%	-0,77%
	Biscuits chocolatés avec tablette	-15,0	-29,9	-0,48%	-0,95%
	Biscuits chocolatés nappés	-25,7	-51,5	-0,38%	-0,76%
	Biscuits chocolatés sandwichés	-39,0	-78,0	-0,30%	-0,60%
	Biscuits fruités fourrés	-1,4	-2,8	-0,26%	-0,52%
	Biscuits fruités nappés	-3,5	-7,1	-0,32%	-0,64%
	Biscuits secs au beurre sablés	-32,1	-64,2	-0,38%	-0,77%
	Biscuits secs au beurre type petit beurre	-4,2	-7,4	-0,18%	-0,32%
	Biscuits secs feuilletés	-3,0	-5,9	-0,20%	-0,40%
	Biscuits secs petit-déjeuner	-13,1	-26,3	-0,27%	-0,53%
	Brownies au chocolat	-5,3	-8,3	-0,39%	-0,62%
	Cakes aux fruits	-3,8	-7,6	-0,17%	-0,33%
	Cookies	-18,1	-36,3	-0,39%	-0,78%
	Gâteaux moelleux fourrés au chocolat multicouches	-1,5	-2,9	-0,05%	-0,09%
	Gâteaux moelleux fourrés au chocolat ou aux pépites de chocolat ou au lait	-13,8	-27,6	-0,30%	-0,60%
	Gâteaux moelleux fourrés aux fruits	-2,3	-4,5	-0,25%	-0,49%
	Gâteaux mousse de fruits sur Génoise	-4,3	-8,5	-0,41%	-0,82%
	Gaufres	-1,7	-3,5	-0,06%	-0,12%
	Gaufrettes sèches ou fourrées	-6,1	-12,2	-0,18%	-0,36%
	Goûters fourrés fruités	-0,6	-1,2	-0,25%	-0,51%
	Madeleines	-38,7	-77,4	-0,76%	-1,51%
	Marbrés/produits à pâte jaune	-18,5	-35,9	-0,34%	-0,67%
Pains d'épices	-0,1	-0,2	-0,07%	-0,13%	
Quatre-quarts	-14,2	-28,4	-0,73%	-1,46%	
<b>Bouillons et potages</b>	Bouillons et potages	-39,8	-39,8	-1,32%	-1,32%
<b>Céréales pour le petit déjeuner</b>	Céréales miel caramel	-0,6	-0,6	-0,17%	-0,17%
	Céréales riches en fibres	-0,6	-0,6	-0,21%	-0,21%

Secteur	Famille	Gains annuels en nutriments (T/an)		Impact des produits chartés sur les volumes de nutriments mis sur le marché par leurs familles d'appartenance	
		Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
Charcuterie	Bacon, lardons, poitrines, gésier	-0,2	-0,2	0,00%	0,00%
	Jambons cuits de porc	-339,7	-339,7	-5,00%	-5,00%
	Jambons secs	-0,4	-0,4	0,00%	0,00%
	Pâtés / mousses de foie	-657,5	-657,5	-5,40%	-5,40%
	Rillettes de porc	-368,7	-368,7	-5,98%	-5,98%
	Rillettes de volaille	-1,6	-1,6	-0,08%	-0,08%
	Saucisses à pâte fine	-1073,5	-1073,5	-5,29%	-5,29%
	Saucisson sec et saucisses sèches	-1252,4	-1252,4	-3,73%	-3,73%
<b>Chocolat et produits chocolatés</b>	Bonbons de chocolat, rochers, bouchées	-2,0	-2,0	-0,01%	-0,01%
<b>Fromages</b>	Fromages fondus	-901,0	-912,4	-5,11%	-5,17%
	Fromages frais	-10,6	-10,6	-0,04%	-0,04%
<b>Glaces et sorbets</b>	Glaces et sorbets	-136,9	-136,9	-0,52%	-0,52%
<b>Matières grasses à tartiner</b>	Matières grasses à tartiner	-570,0	-570,0	-0,36%	-0,36%
<b>Panification croustillante et moelleuse</b>	Pains de mie et pains préemballés	-9,2	-9,2	-0,13%	-0,13%
	Panification croustillante	-0,6	-0,6	-0,01%	-0,01%
	Viennoiseries et brioches	-328,6	-444,6	-1,24%	-1,68%
<b>Pizzas surgelées</b>	Pizzas surgelées	-37,9	-37,9	-0,29%	-0,29%
<b>Plats cuisinés en conserve</b>	Plats cuisinés en conserve	-85,2	-85,2	-0,37%	-0,37%
<b>Préparations pour desserts</b>	Gâteaux moelleux fondants chocolat	-12,9	-12,9	-0,51%	-0,51%
<b>Produits traiteur frais</b>	Charcuterie pâtissière	-113,6	-113,6	-1,65%	-1,65%
	Desserts frais	-39,0	-39,0	-3,03%	-3,03%
	Pâtes à tartes	-10,8	-10,8	-0,06%	-0,06%
	Pizzas fraîches	-100,0	-100,0	-1,93%	-1,93%
	Plats composés frais	-210,8	-210,8	-2,20%	-2,20%
	Salades	-52,8	-52,8	-0,33%	-0,33%
	Sandwichs	-36,7	-36,7	-0,70%	-0,70%
	Tartes salées fraîches	-39,8	-39,8	-1,06%	-1,06%
<b>Produits transformés à base de pomme de terre</b>	Chips	-166,7	-166,7	-0,46%	-0,46%
	Frites et garnitures surgelées	-6,0	-6,0	-0,02%	-0,02%
<b>Sauces condimentaires</b>	Mayonnaises	-6,1	-6,1	-0,02%	-0,02%
<b>Sauces déshydratées</b>	Sauces déshydratées	-0,7	-0,7	-0,18%	-0,18%
<b>Sauces en conserves</b>	Sauces en conserves	-0,9	-0,9	-0,01%	-0,01%

## - Résultats sur les AGS

Tableau 36 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant les AGS

Secteur	Famille	Gains annuels en nutriments (T/an)		Impact des produits chartés sur les volumes de nutriments mis sur le marché par leurs familles d'appartenance	
		Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
Autres produits surgelés	Plats composés surgelés	-4,5	-4,5	-0,07%	-0,07%
	Poissons panés surgelés	-164,3	-164,3	-11,76%	-11,76%
	Tartes salées surgelées	-1,1	-1,1	-0,02%	-0,02%
Biscuits et gâteaux industriels	Biscuits chocolatés nappés	-412,1	-412,1	-14,34%	-14,34%
Chocolat et produits chocolatés	Barres chocolatées	-154,4	-154,4	-2,64%	-2,64%
Glaces et sorbets	Glaces et sorbets	-56,4	-56,4	-0,31%	-0,31%
Huiles alimentaires	Huiles de friture	-92,9	-92,9	-0,93%	-0,93%
Margarines et matières grasses à tartiner	Margarines et matières grasses à tartiner	-1 194,7	-1 194,7	-3,18%	-3,18%
Pizzas surgelées	Pizzas surgelées	-13,2	-13,2	-0,41%	-0,41%
Produits traiteur frais	Plats composés frais	-98,6	-98,6	-2,43%	-2,43%
	Tartes salées fraîches	-0,5	-0,5	-0,03%	-0,03%
Produits transformés à base de pomme de terre	Frites et garnitures surgelées	-1 984,7	-1 984,7	-18,09%	-18,09%

## - Résultats sur les sucres

Tableau 37 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant les sucres simples

Secteur	Famille	Gains annuels en nutriments (T/an)		Impact des produits chartés sur les volumes de nutriments mis sur le marché par leurs familles d'appartenance	
		Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
<b>Aliments pour bébés (laits exclus)</b>	Desserts lactés pour bébés	-100,3	-100,3	-6,03%	-6,03%
<b>Autres produits surgelés</b>	Desserts surgelés	-6,5	-6,5	-0,04%	-0,04%
<b>Barres céréalières</b>	Barres céréalières	-10,7	-21,4	-0,31%	-0,62%
<b>biscuits et gâteaux industriels</b>	Autres biscuits secs	-8,4	-16,8	-0,10%	-0,21%
	Autres produits	-12,5	-25,0	-0,17%	-0,33%
	Biscuits aux oeufs	-26,4	-52,7	-0,62%	-1,25%
	Biscuits chocolatés avec tablette	-24,9	-49,8	-0,49%	-0,97%
	Biscuits chocolatés nappés	-32,2	-64,5	-0,37%	-0,73%
	Biscuits chocolatés sandwichés	-65,6	-131,2	-0,32%	-0,64%
	Biscuits fruités fourrés	-4,5	-9,0	-0,24%	-0,48%
	Biscuits fruités nappés	-19,7	-39,4	-0,42%	-0,84%
	Biscuits secs au beurre sablés	-37,6	-75,3	-0,38%	-0,77%
	Biscuits secs au beurre type petit beurre	-6,0	-12,1	-0,16%	-0,32%
	Biscuits secs feuilletés	-2,4	-4,8	-0,19%	-0,39%
	Biscuits secs petit-déjeuner	-21,6	-43,1	-0,31%	-0,63%
	Brownies au chocolat	-3,6	-7,3	-0,20%	-0,40%
	Cakes aux fruits	-11,0	-21,9	-0,27%	-0,54%
	Cookies	-22,5	-45,1	-0,41%	-0,82%
	Gâteaux moelleux fourrés au chocolat multicouches	-2,4	-4,7	-0,05%	-0,11%
	Gâteaux moelleux fourrés au chocolat ou aux pépites de chocolat ou au lait	-17,8	-35,5	-0,22%	-0,45%
	Gâteaux moelleux fourrés aux fruits	-4,9	-9,8	-0,16%	-0,32%
	Gâteaux mousse de fruits sur génoise	-21,4	-42,7	-0,51%	-1,01%
	Gaufres	-2,4	-4,8	-0,04%	-0,08%
	Gaufrettes sèches ou fourrées	-6,5	-12,9	-0,11%	-0,22%
	Goûters fourrés fruités	-2,5	-5,1	-0,28%	-0,55%
Madeleines	-55,3	-110,6	-0,92%	-1,84%	
Marbrés/produits à pate jaune	-25,8	-51,6	-0,39%	-0,79%	
Pains d'épices	-5,1	-10,2	-0,11%	-0,22%	
Quatre-quarts	-15,4	-30,7	-0,74%	-1,47%	
<b>BRSA</b>	Boissons aux fruits gazeuses	-95,7	-103,5	-0,18%	-0,20%
	boissons aux fruits plates	-1 927,3	-1 940,3	-5,82%	-5,86%
	Cola	-179,6	-179,6	-0,09%	-0,09%
	Eaux aromatisées	-22,8	-22,8	-0,19%	-0,19%
	Thé glacé	-82,2	-82,2	-0,47%	-0,47%
	Tonic et limonade	-2 950,8	-2 950,8	-10,90%	-10,90%
<b>Céréales pour le petit déjeuner</b>	Céréales chocolat caramel	-189,6	-189,6	-11,87%	-11,87%
	Céréales chocolatées	-748,7	-748,7	-8,29%	-8,29%
	Céréales fourrées	-55,7	-55,7	-1,32%	-1,32%
	Céréales ligne et forme	-134,6	-134,6	-3,05%	-3,05%
	Céréales miel caramel	-240,2	-240,2	-4,86%	-4,86%
	Céréales riches en fibres	-9,4	-9,4	-0,85%	-0,85%
	Mueslis croustillants	-61,5	-61,5	-1,24%	-1,24%
	Pétales de maïs et autres céréales nature	-4,3	-4,3	-0,60%	-0,60%

Secteur	Famille	Gains annuels en nutriments (T/an)		Impact des produits chartés sur les volumes de nutriments mis sur le marché par leurs familles d'appartenance	
		Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
<b>Compotes</b>	Compotes	-1 971,1	-1 971,1	-4,06%	-4,06%
<b>Confitures</b>	Confitures gelées ou marmelades standards	-883,4	-883,4	-1,60%	-1,60%
<b>Conserves de fruits</b>	Conserves de fruits	-69,5	-69,5	-0,18%	-0,18%
<b>Glaces et sorbets</b>	Glaces et sorbets	-40,3	-40,3	-0,07%	-0,07%
<b>Jus de fruits et nectars</b>	Nectars	-830,5	-908,1	-1,61%	-1,76%
<b>Panification croustillante et moelleuse</b>	Viennoiseries et brioches	-97,8	-194,9	-0,49%	-0,98%
<b>Produits laitiers ultra frais</b>	Desserts lactés	-426,5	-678,3	-0,50%	-0,79%
	Fromages frais nature/aromatisés/aux fruits	14,0	-15,4	0,04%	-0,04%
	Yaourts nature/aromatisés/aux fruits et autres laits fermentés	-1 223,2	-1 448,4	-0,89%	-1,06%
<b>Produits traiteur frais</b>	Salades (tous types)	-18,2	-18,2	-0,41%	-0,41%
<b>Sirops et boissons concentrées à diluer</b>	Sirops et boissons concentrées à diluer	-854,6	-935,2	-0,62%	-0,68%

## - Résultats sur le sodium

Tableau 38 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant le sodium

Secteur	Famille	Gains annuels en nutriments (T/an)		Impact des produits chartés sur les volumes de nutriments mis sur le marché par leurs familles d'appartenance	
		Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
<b>Aides culinaires</b>	Aides culinaires	-64,6	-64,6	-4,13%	-4,13%
<b>Apéritifs à croquer</b>	Apéritifs à croquer	-8,4	-8,4	-1,32%	-1,32%
<b>Autres produits surgelés</b>	Légumes cuisinés surgelés	-0,4	-0,8	-0,09%	-0,17%
	Plats composés surgelés	-17,5	-17,5	-2,02%	-2,02%
	Poissons assaisonnés surgelés	-0,8	-0,8	-0,51%	-0,51%
	Poissons panés	-0,9	-0,9	-0,31%	-0,31%
	Snacks	-2,0	-2,0	-0,75%	-0,75%
	Tartes salées surgelées	-5,3	-5,3	-2,72%	-2,72%
<b>Bouillons et potages</b>	Bouillons et potages	-16,5	-16,5	-1,81%	-1,81%
<b>Céréales pour le petit déjeuner</b>	Céréales chocolatées	-12,4	-12,4	-15,28%	-15,28%
	Céréales fourrées	-3,0	-3,0	-9,50%	-9,50%
	Céréales ligne et forme	-5,6	-5,6	-4,58%	-4,58%
	Céréales miel caramel	-11,0	-11,0	-17,28%	-17,28%
	Céréales riches en fibres	-1,2	-1,2	-4,91%	-4,91%
	Mueslis croustillants	0,0	0,0	-0,06%	-0,06%
	Pétales de maïs et autres cereales nature	-1,8	-1,8	-4,65%	-4,65%
<b>Charcuterie</b>	Bacon, lardons, poitrines, gésier	-61,6	-61,6	-5,54%	-5,54%
	Jambons cuits de porc	-85,8	-85,8	-5,08%	-5,08%
	Jambons de volaille	-3,9	-3,9	-2,84%	-2,84%
	Jambons secs	-44,6	-44,6	-6,11%	-6,11%
	Pâtés / mousses de foie	-14,7	-14,7	-5,17%	-5,17%
	Rillettes de porc	-0,1	-0,1	-0,14%	-0,14%
	Rillettes de volaille	0,0	0,0	-0,04%	-0,04%
	Rôti de porc	-0,6	-0,6	-0,73%	-0,73%
	Rôti de volaille	-0,2	-0,2	-5,72%	-5,72%
	Saucisses à pâte fine	-38,2	-38,2	-6,61%	-6,61%
	Saucisses gros hachage	-0,2	-0,2	-0,04%	-0,04%
Saucisson sec et saucisses sèches	-60,7	-60,7	-3,24%	-3,24%	
<b>Fromages</b>	Fromages à pâte molle	-0,2	-0,2	-0,01%	-0,01%
	Fromages à pâte persillée	0,0	0,0	-0,01%	-0,01%
	Fromages à pâte pressée non cuite	0,0	0,0	0,00%	0,00%
	Fromages fondus	-15,3	-15,3	-2,99%	-2,99%
	Fromages frais	-0,4	-0,4	-0,06%	-0,06%
<b>Jus de fruits et nectars</b>	Jus de légumes	-2,6	-2,6	-5,69%	-5,69%
<b>Légumes en conserve</b>	Asperges	-0,2	-0,2	-0,31%	-0,31%
	Cœurs de palmier	-1,1	-1,1	-1,08%	-1,08%
	Haricots verts/ haricots beurre	-0,9	-0,9	-0,22%	-0,22%
<b>Pains artisanaux</b>	Pains artisanaux	-19,2	-19,2	-0,10%	-0,10%
<b>Panification croustillante et moelleuse</b>	Pains de mie et pains préemballés	-8,4	-8,4	-1,01%	-1,01%
	Panification croustillante	-5,6	-5,6	-1,23%	-1,23%
	Viennoiseries et brioches	-0,2	-0,2	-0,04%	-0,04%
<b>Pizzas surgelées</b>	Pizzas surgelées	-5,0	-5,0	-0,56%	-0,56%
<b>Plats cuisinés appertisés</b>	Plats cuisinés appertisés	-12,6	-12,6	-0,70%	-0,70%

Secteur	Famille	Gains annuels en nutriments (T/an)		Impact des produits chartés sur les volumes de nutriments mis sur le marché par leurs familles d'appartenance	
		Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
Produits traiteurs frais	Charcuterie pâtissière	-4,5	-4,5	-1,52%	-1,52%
	Pâtes à tarte	-1,8	-1,8	-0,57%	-0,57%
	Pizzas fraîches	-9,3	-9,3	-2,69%	-2,69%
	Plats composés frais	-25,8	-25,8	-4,91%	-4,91%
	Salades	-1,1	-1,1	-0,18%	-0,18%
	Sandwichs	-2,1	-2,1	-0,79%	-0,79%
	Tartes salées fraîches	-3,0	-3,0	-2,52%	-2,52%
Produits transformés à base de pomme de terre	Chips	-4,6	-4,6	-0,74%	-0,74%
	Frites et garnitures surgelées	-21,4	-21,4	-1,63%	-1,63%
Sauces condimentaires	Mayonnaises	-2,7	-2,7	-0,93%	-0,93%
	Sauces non émulsionnées à base de tomate autres que ketchup	0,0	0,0	-0,03%	-0,03%
	Vinaigrettes	-5,4	-5,4	-1,68%	-1,68%
Sauces déshydratées	Sauces déshydratées	-0,9	-0,9	-1,41%	-1,41%
Sauces en conserves	Sauces en conserves	-1,9	-1,9	-0,37%	-0,37%
Saumons et truites fumés	Saumons et truites fumés	-6,3	-11,8	-1,66%	-3,14%

### - Résultats sur le calcium

Tableau 39 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant le calcium

Secteur	Famille	Gains annuels en nutriments (T/an)		Impact des produits chartés sur les volumes de nutriments mis sur le marché par leurs familles d'appartenance	
		Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
Fromages	Fromages fondus	+ 32,1	+ 32,1	+ 14,5%	+ 14,5%

### - Résultats sur la vitamine D

Tableau 40 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant la vitamine D

Secteur	Famille	Gains annuels en nutriments (g/an)		Impact des produits chartés sur les volumes de nutriments mis sur le marché par leurs familles d'appartenance	
		Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
Fromages	Fromages fondus	+ 3,8	+ 3,8	+ 0,02%	+ 0,02%
Huiles alimentaires	Huiles "santé" (huiles combinées)	+ 3 973,0	+ 3 973,0	+ 347,79%	+ 347,79%
Produits laitiers ultra frais	Produits laitiers ultra frais	+ 283,8	+ 283,8	+ 5,03%	+ 5,03%

## - Résultats sur les acides gras trans

**Tableau 41 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant les acides gras trans**

Secteur	Famille	Gains annuels en nutriments (T/an)		Impact des produits chartés sur les volumes de nutriments mis sur le marché par leurs familles d'appartenance	
		Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
Produits traiteurs frais	Pâtes à tartes	-220,06	-220,06	-5,92%	-5,92%

## - Résultats sur les acides gras oméga 3

**Tableau 42 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant les acides gras oméga 3**

Secteur	Famille	Gains annuels en nutriments (T/an)		Impact des produits chartés sur les volumes de nutriments mis sur le marché par leurs familles d'appartenance	
		Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
Autres produits surgelés	Plats composés surgelés	+ 8,2	+ 8,2	+ 5,47%	+ 5,47%
	Tartes salées surgelées	+ 2,0	+ 2,0	+ 3,49%	+ 3,49%
Margarines et matières grasses à tartiner	Margarines et matières grasses à tartiner	+ 657,8	+ 657,8	+ 23,59%	+ 23,59%
Pizzas surgelées	Pizzas surgelées	+ 24,9	+ 24,9	+ 21,14%	+ 21,14%
Produits traiteur frais	Plats composés frais	+ 10,1	+ 10,1	+ 10,89%	+ 10,89%
	Tartes salées fraîches	+ 0,9	+ 0,9	+ 2,26%	+ 2,26%

## - Résultats sur les fibres

**Tableau 43 : Impact des chartes sur le périmètre des familles de produits alimentaires - engagements concernant les fibres**

Secteur	Famille	Gains annuels en nutriments (T/an)		Impact des produits chartés sur les volumes de nutriments mis sur le marché par leurs familles d'appartenance	
		Fourchette basse	Fourchette haute	Fourchette basse	Fourchette haute
Autres produits surgelés	Tartes salées surgelées	+ 11,7	+ 11,7	+ 1,70%	+ 1,70%
Céréales pour le petit déjeuner	Céréales chocolat caramel	+ 35,3	+ 35,3	+ 14,52%	+ 14,52%
	Céréales chocolatées	+ 65,6	+ 65,6	+ 4,54%	+ 4,54%
	Céréales fourrées	+ 4,0	+ 4,0	+ 0,59%	+ 0,59%
	Céréales ligne et forme	+ 81,3	+ 81,3	+ 9,55%	+ 9,55%
	Céréales miel caramel	+ 16,5	+ 16,5	+ 2,71%	+ 2,71%
Pains artisanaux	Pains artisanaux	+ 4,3	+ 4,3	+ 0,00%	+ 0,00%
Pizzas surgelées	Pizzas surgelées	+ 12,9	+ 12,9	+ 0,42%	+ 0,42%
Produits traiteur frais	Tartes salées fraîches	+ 4,8	+ 4,8	+ 1,06%	+ 1,06%

