



ETUDE DU SECTEUR DES BOISSONS RAFRAICHISSANTES SANS ALCOOL

Données 2010

Section de
l'OBSERVATOIRE
DE L'ALIMENTATION



ÉDITION 2012

SOMMAIRE

SYNTHESE	8
1. PRESENTATION DU SECTEUR.....	10
1.1 Données de consommation et place dans l'alimentation	10
1.2 Modes d'obtention des données recueillies	11
1.3 Nomenclature des produits	12
1.4 Couverture du secteur.....	14
1.5 Répartition des produits par niveau de segmentation.....	14
2. ETIQUETAGE.....	17
2.1 Suivi des paramètres de l'étiquetage	17
2.2 Groupes d'étiquetage nutritionnel.....	18
2.3 Allégations nutritionnelles.....	21
2.4 Allégations de santé	25
2.5 Repères nutritionnels.....	26
2.6 Recommandations de consommation	30
2.7 Les adjonctions de vitamines et minéraux	32
2.8 Les portions	34
2.8.1 Portions indiquées	34
2.8.2 Valeurs nutritionnelles à la portion.....	35
3. VARIABILITE DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES	37
3.1 Variabilité nutritionnelle au sein du secteur et au sein des familles.....	37
3.2 Variabilité nutritionnelle par segment au sein de chaque famille.....	46
4. CARTOGRAPHIES PAR FAMILLE.....	48
5. TRAITEMENTS SUPPLEMENTAIRES.....	49
5.1 Etude des additifs.....	49
5.1.1 Etude des additifs, toutes fonctions confondues	49
5.1.2 Etude des colorants	53

5.1.3	Etude des édulcorants	55
5.1.4	Etude de la co-occurrence d'additifs dans les BRSA	57
5.2	Etude des matières sucrantes	59
5.2.1	Etude des sucres, sirops et édulcorants	59
5.2.2	Etude des co-occurrences de matières sucrantes	62
6.	CONCLUSIONS	66
6.1	Conclusions sur les paramètres d'étiquetage	66
6.2	Conclusions sur les valeurs nutritionnelles	67
6.3	Conclusions sur les ingrédients	68
6.4	Perspectives	69

Liste des figures

Figure 1 : Provenance des données d'étiquetage recueillies pour le secteur BRSA.	11
Figure 2 : Nombre de produits par famille pour le secteur des BRSA.	13
Figure 3 : Répartition des BRSA par segment de marché, en nombre de références, pour les 763 produits considérés par l'Oqali (a) et au sein du secteur entier d'après les données Kantar Worldpanel (b).	15
Figure 4 : Répartition des BRSA par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali (a) et au sein du secteur entier d'après les données Kantar Worldpanel (b).	15
Figure 5 : Répartition des produits entre segments de marché pour les différentes familles de BRSA.	16
Figure 6 : Principaux paramètres d'étiquetage suivis pour les BRSA.	17
Figure 7 : Les groupes d'étiquetage nutritionnel au sein des BRSA.	18
Figure 8: Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel en fonction des familles de BRSA.	19
Figure 9 : Répartition des différents segments de marché en fonction du groupe d'étiquetage nutritionnel.	20
Figure 10: Fréquence des BRSA avec allégation(s) nutritionnelle(s).	21
Figure 11 : Répartition des produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) par segment de marché au sein des familles de BRSA.	23
Figure 12 : Fréquence des BRSA avec allégation(s) de santé.	25
Figure 13 : Fréquence des BRSA avec repères nutritionnels.	26
Figure 14 : Répartition des produits avec repères nutritionnels par segment de marché au sein des familles de BRSA.	28
Figure 15: Nutriments les plus cités dans les repères nutritionnels retrouvés parmi les BRSA étudiées.	29
Figure 16 : Fréquence des BRSA avec recommandations de consommation.	30
Figure 17 : Répartition des recommandations de consommation par segment de marché au sein des familles de BRSA.	31
Figure 18: Fréquence des BRSA avec adjonction de vitamines et/ou minéraux	32
Figure 19: Répartition des adjonctions de vitamines et/ou minéraux par segment de marché au sein des familles de BRSA.	33
Figure 20 : Etude de la présence de portions indiquées par famille de produits.	34

Figure 21 : Présence de valeurs nutritionnelles à la portion (différente de 100ml) pour les BRSA étudiées.....	35
Figure 22 : Variabilité des valeurs énergétiques (kcal/100ml) au sein des BRSA étudiées dont la teneur en sucres > 2,5g/100ml.....	38
Figure 23 : Variabilité des valeurs énergétiques (kcal/100ml) au sein des BRSA étudiées dont la teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml.....	39
Figure 24 : Variabilité de la teneur en glucides (g/100ml) au sein des BRSA étudiées dont la teneur en sucres > 2,5g/100ml.....	40
Figure 25 : Variabilité de la teneur en glucides (g/100ml) au sein des BRSA étudiées dont la teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml.....	41
Figure 26 : Variabilité de la teneur en sucres (g/100ml) au sein des BRSA étudiées dont la teneur en sucres > 2,5g/100ml.....	42
Figure 27 : Variabilité de la teneur en sucres (g/100ml) au sein des BRSA étudiées dont la teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml.....	43
Figure 28 : Répartition des 763 BRSA en fonction du nombre d'additifs par produit.....	50
Figure 29 : Répartition des 763 BRSA avec ou sans additif selon la catégorie (> ou ≤ 2,5g/100ml)	52
Figure 30 : Répartition des BRSA contenant au moins un additif en fonction de la catégorie (> ou ≤ 2,5g/100ml) et des segments de marché.....	52
Figure 31 : Répartition des 763 BRSA en fonction du nombre de colorants par produit	53
Figure 32 : Répartition des 763 BRSA en fonction du nombre d'édulcorants par produit.....	55
Figure 33 : Co-occurrences d'additifs par famille de BRSA.....	58
Figure 34 : Répartition des 763 BRSA en fonction du nombre de matières sucrantes par produit	60
Figure 35 : Co-occurrences de matières sucrantes par famille de BRSA.....	64

Liste des tableaux

Tableau 1: Contributions des BRSA aux apports nutritionnels moyens de la population française.....	11
Tableau 2 : Définition des familles de BRSA étudiées	12
Tableau 3: Liste des allégations nutritionnelles sur les BRSA étudiées.....	24
Tableau 4 : Variabilité nutritionnelle des BRSA : différences entre familles.....	44
Tableau 5 : Variabilité nutritionnelle des colas à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$: différence entre segment de marché.....	47
Tableau 6 : Variabilité nutritionnelle des boissons aux fruits gazeuses à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$: différence entre segment de marché.....	47
Tableau 7 : Liste des 10 additifs les plus fréquemment rencontrés dans les BRSA étudiés	50
Tableau 8 : Occurrences d'additifs dans les familles de BRSA.....	51
Tableau 9 : Liste des 10 colorants les plus fréquemment rencontrés dans les BRSA étudiées	53
Tableau 10 : Occurrences de colorants par famille de BRSA.....	54
Tableau 11 : Liste des édulcorants rencontrés dans les BRSA étudiées.....	55
Tableau 12 : Occurrences d'édulcorants par famille de BRSA.....	56
Tableau 13 : Liste des matières sucrantes rencontrées dans les BRSA étudiées.....	59
Tableau 14 : Occurrences de matières sucrantes dans les BRSA.....	61

Liste des annexes

Annexe 1 : Liste des traitements.....	70
Annexe 2 : Lexique	71
Annexe 3 : Représentation des teneurs en sucres par famille.....	75
Annexe 4 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits : statistiques descriptives.....	78
Annexe 5 : Variabilité nutritionnelle par segment de marché, par famille de produits : statistiques descriptives.....	85
Annexe 6 : Cartographies par famille.....	89

SYNTHESE

L'étude du secteur des boissons rafraîchissantes sans alcool (BRSA) comprend 763 produits, prélevés entre 2009 et 2010 et répartis en 18 familles en fonction de la teneur en sucres des produits. 11 premières familles de boissons sont constituées de produits dont la teneur en sucres est $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$: les eaux aromatisées, les boissons au thé, les colas, les limonades, les tonics et bitters, les boissons énergisantes, les boissons aux fruits gazeuses, les boissons aux fruits plates, les boissons aux fruits à teneur en fruits $> 50\%$, les boissons aux légumes et/ou fruits et les boissons pour le sport. 7 autres familles regroupent des produits dont les teneurs en sucres sont $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$: les eaux aromatisées, les boissons au thé, les colas, les limonades, les tonics et bitters, les boissons énergisantes et les boissons aux fruits. La valeur de $2,5\text{g}/100\text{ml}$ a notamment été choisie car il s'agit d'un seuil réglementaire défini dans l'annexe du rectificatif au règlement (CE) n°1924/2006¹ pour l'accès à l'allégation « faible teneur en sucres ». L'ensemble des produits étudiés couvre² au moins 78% du marché des BRSA en volume.

Parmi les 763 produits collectés, 91% présentent un étiquetage nutritionnel. 75% des produits possèdent un étiquetage nutritionnel détaillé de groupe 2/2+. L'ensemble des segments de marché privilégie l'étiquetage nutritionnel détaillé de groupe 2/2+, avec 84% des marques nationales concernées, 80% des marques de distributeurs, 55% des produits du hard discount et 42% des produits de marques de distributeurs entrée de gamme. 31% des BRSA étudiées présentent au moins une allégation nutritionnelle (n=238). Ces allégations sont retrouvées sur 43% des produits de marques nationales (n=98), 29% des marques de distributeurs (n=109) et 26% des produits de hard discount (n=29). Sur les 763 BRSA, 30 (soit 4%) présentent une allégation de santé. Les repères nutritionnels, présents sur 57% des BRSA étudiées, sont retrouvés sur 64% des marques de distributeurs (n=243), 62% des marques nationales (n=143), 32% des produits de hard discount (n=36) et 31% des marques de distributeurs entrée de gamme (n=14). 10% des BRSA présentent une recommandation de consommation (n=80). Ces recommandations sont retrouvées sur 17% des produits de marques de distributeurs étudiés (n=65), ainsi que sur 6% des marques nationales (n=13). Les adjonctions de vitamines et/ou minéraux, présentes dans 12% des BRSA, sont retrouvées dans 21% des marques nationales (n=49) et 8% des marques de distributeurs et de hard discount (respectivement n=29 et n=9). 67% des BRSA possèdent une portion indiquée, correspondant dans 65% des cas à 200ml (l'équivalent d'un verre). De plus, 36% des produits présentent, en plus des valeurs nutritionnelles pour 100ml, des valeurs nutritionnelles à la portion (25% sont exprimées pour 200ml de produit).

D'après cette étude et en considérant les 763 produits collectés, il existe des différences significatives de composition nutritionnelle entre les familles de produits pour la valeur énergétique, les glucides, les sucres et les fibres. Les écarts observés sont principalement dus aux deux catégories de produits (selon la teneur en sucres).

Par ailleurs, pour les familles au sein des produits à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$:

- les boissons aux fruits à teneur en fruits $> 50\%$ et les boissons aux légumes présentent des teneurs en fibres plus élevées que les autres familles mais identiques entre elles ;
- les boissons aux fruits à teneur en fruits $> 50\%$, les boissons aux légumes et/ou fruits, et les boissons énergisantes présentent les teneurs en glucides et en sucres les plus élevées du secteur. Les familles des colas, ainsi que des boissons aux fruits gazeuses et des boissons aux fruits plates sont identiques entre elles et présentent également des teneurs élevées ;

¹ Rectificatif au règlement (CE) no 1924/2006 du Parlement européen et du Conseil (20/12/2006) concernant les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires.

² Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel.

- les limonades et les tonics et bitters sont identiques en termes de valeurs énergétiques, de teneurs en glucides et en sucres. Ces valeurs sont moyennes par rapport aux autres familles ;
- les eaux aromatisées présentent en moyenne des valeurs énergétiques, ainsi que des teneurs en glucides et en sucres qui se situent dans la tranche basse par rapport aux autres familles. Les boissons pour le sport sont identiques aux eaux aromatisées en termes de teneur en glucides et en sucres.

Pour les familles au sein des produits à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$:

- les boissons énergisantes ainsi que les boissons aux fruits se situent dans la tranche supérieure concernant les valeurs énergétiques, les teneurs en glucides et en sucres ;
- les colas, les limonades et les tonics et bitters sont équivalents en termes de valeurs énergétiques, de teneurs en glucides et en sucres. Ces valeurs sont plus faibles que les autres familles.

92% des BRSA contiennent au moins un additif et le plus fréquent est l'acide citrique, présent dans 76% des produits. 65% des BRSA contiennent au moins trois additifs. Toutes les familles et tous les segments de marché sont concernés. Les boissons sans additif apparaissent principalement dans les boissons aux légumes et/ou fruits, dans les boissons aux fruits à teneur en fruits $> 50\%$ et dans les eaux aromatisées à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (57% des produits sans additif).

46% des BRSA contiennent au moins un colorant. Parmi les BRSA qui contiennent des colorants (n=353), 72% des produits n'en contiennent qu'un (n=254). Toutes les familles sont concernées à l'exception des tonics et bitters à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ et des boissons aux légumes et/ou fruits.

31% des produits contiennent au moins un édulcorant. Parmi les BRSA qui contiennent des édulcorants (n=235), 78% en contiennent deux (n=183). Les eaux aromatisées à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ ainsi que les boissons aux légumes et/ou fruits ne comprennent aucun produit avec des édulcorants. Les boissons à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ combinent les édulcorants, les colorants et d'autres types d'additifs (type acidifiants, conservateurs, etc.) dans 49% des cas. Les boissons à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ font majoritairement intervenir les « autres » types d'additifs (47% des produits de la catégorie).

91% des BRSA contiennent au moins une matière sucrante. 67% des produits contiennent des édulcorants, 66% contiennent des sucres et 17% des sirops. 80% des produits contiennent une ou deux matières sucrantes. Les boissons à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ utilisent principalement les édulcorants seuls (79% des produits de la catégorie). Les boissons à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ font majoritairement intervenir les sucres seuls (65% des produits), pouvant être combinés à des sirops (15%). Les produits sans matière sucrante apparaissent principalement dans les boissons aux légumes et/ou fruits, dans les boissons aux fruits à teneur en fruits $> 50\%$ et dans les eaux aromatisées à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (76% des produits sans matière sucrante).

Les BRSA étant contributrices aux apports en sucres, notamment chez les enfants, les axes d'amélioration possibles pour ces produits portent sur la diminution de la teneur en sucres. Les boissons présentent des profils très divers et les teneurs en sucres dépendent fortement de la famille à laquelle ces boissons appartiennent. Il pourrait être envisagé de diminuer la teneur en sucres, notamment dans les familles aux teneurs élevées, et ce de façon progressive afin d'habituer le consommateur aux évolutions organoleptiques des produits. Certains industriels et distributeurs se sont déjà engagés en ce sens via une charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnel de façon à améliorer le profil des produits existants et de ceux à venir.

Ce rapport a pour vocation de présenter le secteur des Boissons Rafraîchissantes Sans Alcool (BRSA) aussi bien aux professionnels qu'aux pouvoirs publics et consommateurs. Les points discutés dans ce rapport doivent donc être adaptés à ces différents types de lecteurs.

1. PRESENTATION DU SECTEUR

En 2011, la base de données de l'Oqali comporte 1143 BRSA.

Chaque parfum et chaque conditionnement³ constituent des enregistrements différents. Pour cette étude, un seul conditionnement par parfum et recette a été conservé, afin de ne pas surestimer les résultats des produits possédant plusieurs tailles de conditionnement. Ainsi, 168 produits proposés avec différents conditionnements (et les autres paramètres étudiés étant identiques) n'ont pas été pris en compte dans l'analyse.

N'ont pas été considérés non plus, 212 produits présentant des évolutions et pour lesquels la version la plus récente a été conservée. Ces produits portent des noms, marques et code-barres identiques, mais présentent des modifications de :

- valeur(s) nutritionnelle(s) ;
- d'ingrédient(s) ;
- de repère(s) nutritionnel(s).

Ainsi cette étude porte sur 763 BRSA. Elle sera prise en référence pour le suivi du secteur au cours du temps.

Dans ce rapport, les différents produits seront étudiés par famille, et par segment de marché (marque nationale (MN), marques de distributeurs (MDD), hard discount (HD)). Pour le segment marques de distributeurs les produits d'entrée de gamme, correspondant aux produits premiers prix ont également été identifiés.

1.1 Données de consommation et place dans l'alimentation

A partir des données de l'enquête individuelle et nationale de consommation française menée en 2005-2007 sur un échantillon représentatif de la population française, l'enquête INCA2⁴, et de la table de composition nutritionnelle des aliments du Ciqua⁵, les contributions des BRSA⁶ aux différents nutriments d'intérêt ont été calculées : le tableau 1 présente les contributions des produits aux apports nutritionnels.

³ Produit vendu à la fois en bouteille d'1L et en cannette de 33cl

⁴ Afssa (2009). Étude Individuelle Nationale des Consommations Alimentaires 2 (INCA 2). www.anses.fr

⁵ Afssa (2008). *Table de composition nutritionnelle des aliments Ciqua 2008*. www.anses.fr/TableCIQUAL

⁶ Pour calculer les contributions des BRSA, seules les catégories de produits dans INCA2 correspondant strictement aux BRSA ont été prises en compte (les jus et les sirops ont été exclus par exemple).

Tableau 1: Contributions des BRSA aux apports nutritionnels moyens de la population française.

	Adultes (n=1918)			Enfants entre 11 et 17 ans (n=874)			Enfants entre 3 et 10 ans (n=570)		
Apports et consommation en g/jour	Apports des produits type "BRSA"	Apports totaux	Contribution des BRSA (%)	Apports des produits type "BRSA"	Apports totaux	Contribution des BRSA (%)	Apports des produits type "BRSA"	Apports totaux	Contribution des BRSA (%)
Consommation	70,9	2744,2	3%	112,4	1914,8	6%	72,9	1624,1	4%
Energie (kcal/jour)	23,7	2161,6	1%	40,4	1911,3	2%	28,4	1658,9	2%
Glucides	5,6	229,0	2%	9,8	224,7	4%	10,1	191,3	5%
Sucres	5,5	95,0	6%	9,7	99,4	10%	10,9	97,9	11%
Fibres	0,0	17,5	0%	0,0	14,0	0%	0,0	11,4	0%

Source INCA2-Afssa

D'après l'étude INCA2, les BRSA représentent 3% de la consommation totale des adultes et de 4 à 6% de celle des enfants. Selon la sous-population d'étude, ces produits représentent également entre 6 et 11% des apports en sucres.

De par leur contribution aux apports en sucres, notamment pour les enfants, il apparaît donc intéressant de suivre les produits de ce secteur.

1.2 Modes d'obtention des données recueillies

Les données utilisées pour cette étude sont uniquement des données d'étiquetage dont 94% ont été recueillies entre 2009 et 2010. Elles proviennent de plusieurs sources (Figure1) :

- visites en magasins réalisées par les équipes de l'Oqali (45%) ;
- d'autres sources, comme l'apport volontaire d'emballages (28%) ;
- données envoyées par les industriels (20%) ;
- données fournies par les distributeurs (7%).

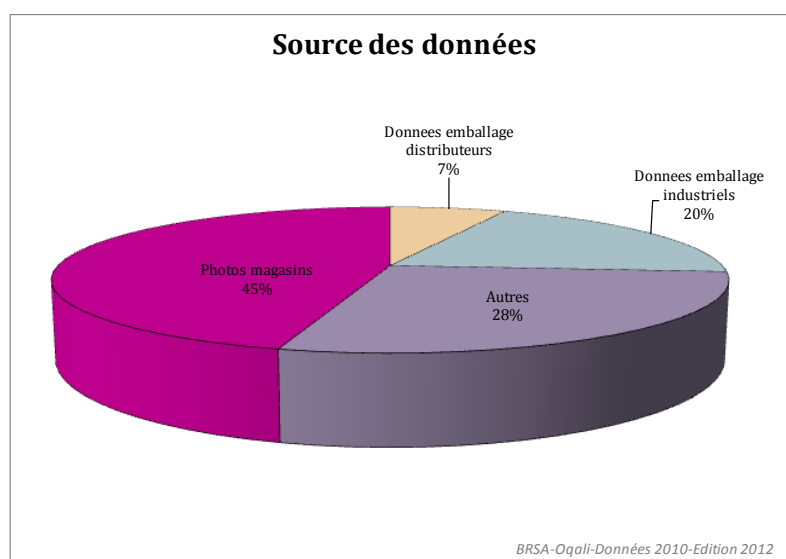


Figure 1 : Provenance des données d'étiquetage recueillies pour le secteur BRSA.

1.3 Nomenclature des produits

En concertation avec les professionnels du secteur, les 763 BRSA étudiées ont été réparties en 18 familles appartenant chacune à l'une des 2 catégories suivantes, déterminées en fonction des teneurs en sucres :

- les boissons à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$;
- les boissons à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$.

La valeur de 2,5g/100ml a été choisie car il s'agit d'un seuil réglementaire défini dans l'annexe du rectificatif au règlement (CE) n°1924/2006⁷ pour l'accès à l'allégation « faible teneur en sucres ». Une telle subdivision des BRSA en deux catégories selon la teneur en sucres se justifie en outre par la répartition des produits par famille en fonction de ce critère (Annexe 3).

Le tableau 2 présente les familles de BRSA :

Tableau 2 : Définition des familles de BRSA étudiées

Famille	Catégorie	Définition
Eaux aromatisées	à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=52 ; 7%)	eaux, gazeuses ou non, aromatisées
	à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=42 ; 6%)	
Boissons au thé	à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=25 ; 3%)	boissons à base d'extraits de thé, gazeuses ou plates, aromatisées ou non
	à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=66 ; 9%)	
Colas	à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=59 ; 8%)	boissons parfum cola, aromatisées ou non
	à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=35 ; 5%)	
Limonades	à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=35 ; 5%)	boissons à base d'eau gazeuse et d'arômes (quels qu'ils soient, citron ou autres)
	à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=72 ; 9%)	
Tonics et bitters	à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=5 ; 1%)	boissons gazéifiées ou non, amères, aromatisées ou non
	à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=19 ; 2%)	
Boissons énergisantes	à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=7 ; 1%)	boissons contenant des ingrédients excitants (caféine, taurine, guarana, ...)
	à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=21 ; 3%)	
Boissons aux fruits	à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=49 ; 6%)	boissons, gazeuses ou non, contenant du jus de fruits
	GAZEUSES à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=83 ; 11%)	
	PLATES à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=136 ; 18%)	
Boissons aux fruits à teneur en fruits $> 50\%$	à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=30 ; 4%)	teneur en jus et purée de fruits cumulés $> 50\%$
Boissons aux légumes et/ou fruits	à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=12 ; 2%)	boissons contenant au moins 1 légume (carotte par exemple) et dont la teneur en jus et purée de légumes et/ou fruits $> 50\%$
Boissons pour le sport	à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=15 ; 2%)	les boissons dont la composition nutritionnelle est particulièrement adaptée à l'effort sportif

⁷ Rectificatif au règlement (CE) no 1924/2006 du Parlement européen et du Conseil (20/12/2006) concernant les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires.

La figure 2 présente la répartition des 763 produits étudiés, par famille.

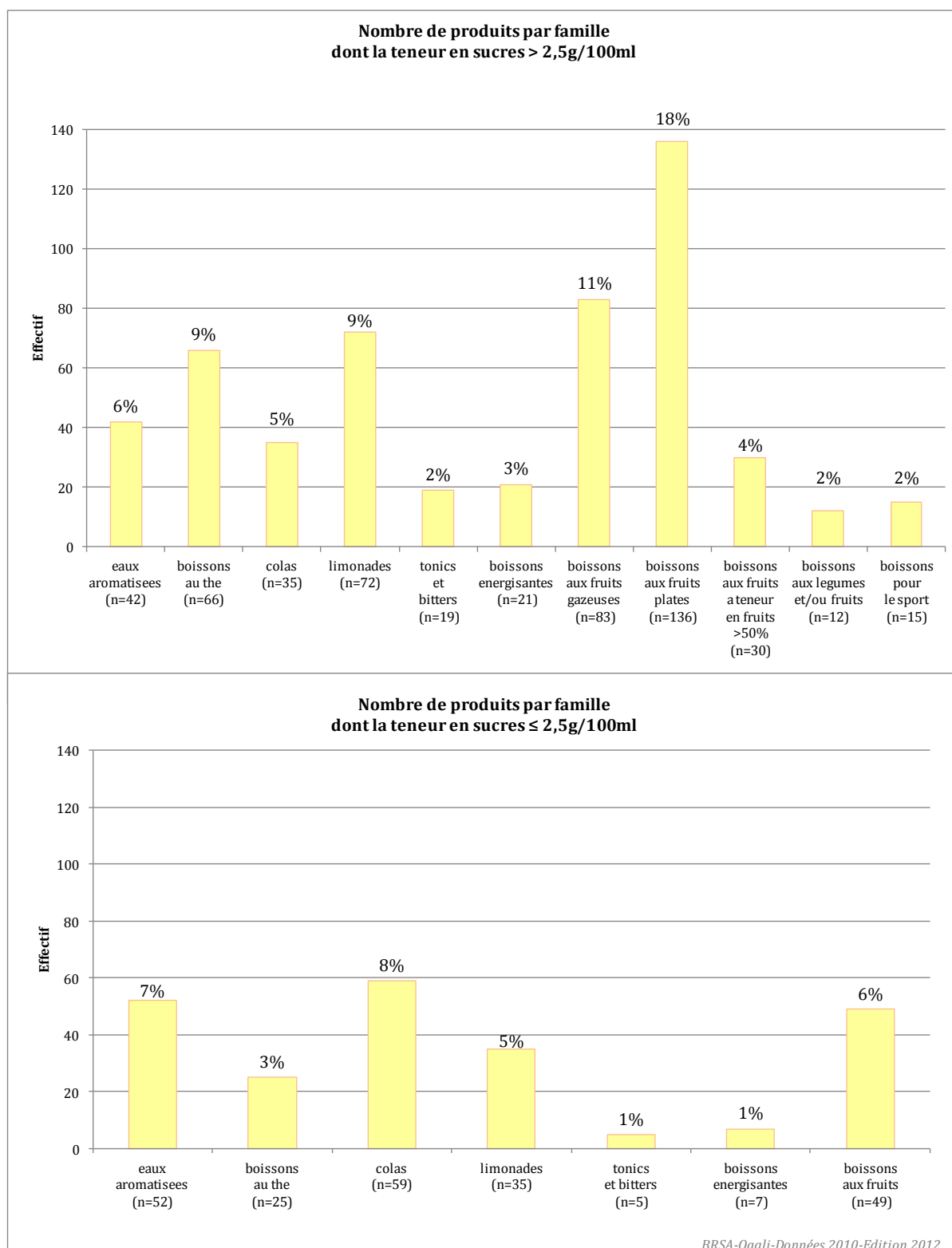


Figure 2 : Nombre de produits par famille pour le secteur des BRSA.

Parmi les 763 produits recueillis, les boissons aux fruits plates à teneur en sucres > 2,5g/100ml sont les plus fréquentes (18% des produits, n=136), suivies des boissons aux fruits gazeuses à teneur en sucres > 2,5g/100ml (11%, n=83). Les tonics et bitters à teneur en sucres ≤ à 2,5g/100ml ainsi que les boissons énergisantes à teneur en sucres ≤ à 2,5g/100ml, sont les familles les moins représentées (1% des produits).

1.4 Couverture⁸ du secteur

A partir des données de Kantar Worldpanel⁹ (octobre 2009 à septembre 2010), les parts de marché des produits ont pu être calculées en consolidant le marché des « Brsa-Jus » d'une part (duquel ont été retirés les jus et nectars ainsi que les boissons concentrées pulpées) et le marché des « eaux » d'autre part (duquel ont été supprimées les eaux natures).

Ainsi, les BRSA prises en compte lors de cette étude couvrent⁸ au minimum 78% du marché du secteur en volume.

Cependant, cette couverture⁸ est à relativiser du fait que :

- certains produits retrouvés sur le marché ne peuvent pas être attribués précisément à une ligne de la base communiquée par Kantar Worldpanel (taux d'attribution¹⁰ de 72%). Ainsi 28% des produits de cette étude n'ont pas pu être attribués à une part de marché ;
- à l'inverse, des produits présents dans la base de données Kantar Worldpanel ne sont pas retrouvés sur le marché.

La couverture⁸ du secteur ainsi calculée est donc sous-estimée.

1.5 Répartition des produits par niveau de segmentation

La comparaison du nombre de références par segment de marché entre les données utilisées pour cette étude (Figure 3a) et les données du secteur entier (d'après Kantar Worldpanel) (Figure 3b) montre que l'ensemble des segments est couvert. Cependant, les marques nationales semblent être légèrement sous-estimées dans la base de données de l'Oqali. A l'inverse, les produits des marques de distributeurs, du hard discount et des marques de distributeurs entrée de gamme sont surestimés dans la base de données Oqali par rapport au nombre de références présentes dans Kantar Worldpanel.

Cependant, il faut noter que 16% des références présentes dans Kantar Worldpanel sont des produits dits « autres marques non distributeurs ». Cette part importante de produits difficilement identifiables peut recouvrir des produits de marques nationales mais aussi des produits à marques très spécifiques issus des marques de distributeurs ou du hard- discount.

⁸ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel.

⁹ Kantar World panel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

¹⁰ Ratio de l'effectif des produits identifiés par l'Oqali versus l'effectif total de produits du marché retracé par Kantar Worldpanel.

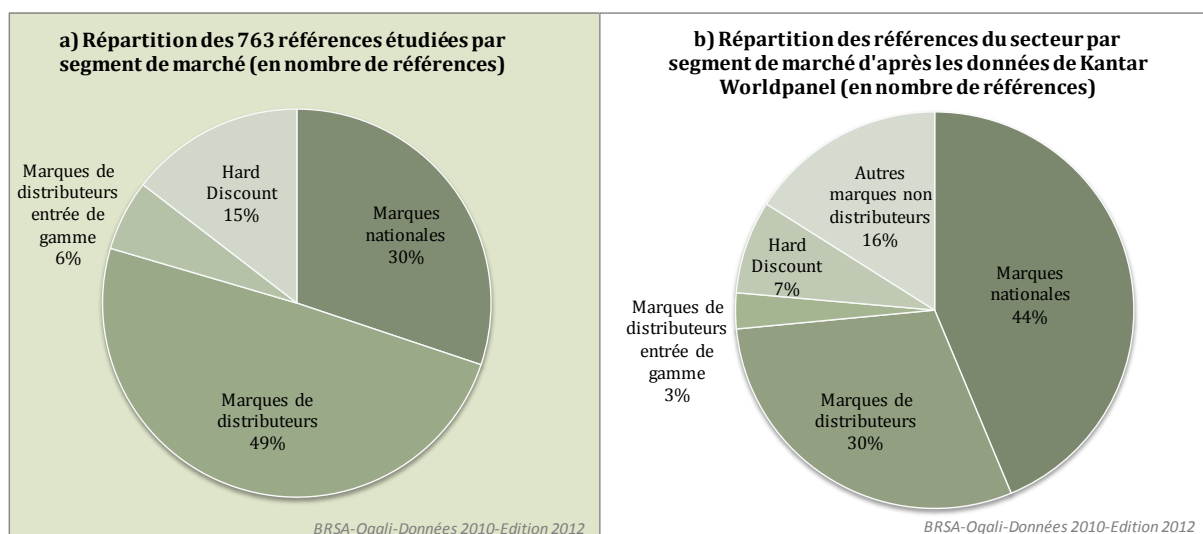


Figure 3 : Répartition des BRSA par segment de marché, en nombre de références, pour les 763 produits considérés par l'Oqali (a) et au sein du secteur entier d'après les données Kantar Worldpanel (b).

La comparaison des produits constituant cette étude, avec le marché entier, a également été effectuée en considérant, toujours par segment de marché, les parts de marché en volume (Figure 4).

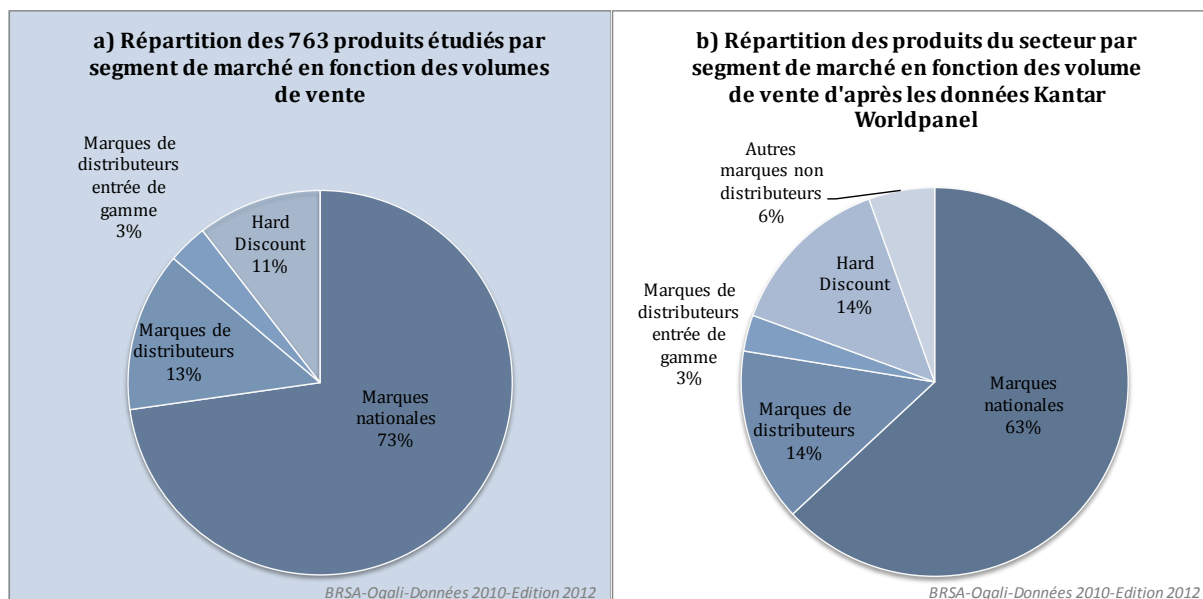


Figure 4 : Répartition des BRSA par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali (a) et au sein du secteur entier d'après les données Kantar Worldpanel (b).

Le profil des figures 4a et 4b est très proche, mettant en avant la bonne représentativité du secteur via les 763 produits recueillis : les produits présentant les plus fortes parts de marché sont présents dans la base Oqali. Comme pour le nombre de références, les produits « autres marques non distributeurs », difficilement identifiables, représentent une part non négligeable des volumes de vente (6%), expliquant en partie les différences de profil observées entre Kantar Worldpanel et la base Oqali.

Parmi les 763 produits étudiés : 49% sont issus des marques de distributeurs (n=377), 30% des marques nationales (n=230), 15% du hard discount (n=111) et 6% des marques de distributeurs entrée de gamme (n=45) (Figure 5).

La répartition entre segments de marché est variable selon les familles de produits (Figure 5) avec :

- des produits de marques de distributeurs entrée de gamme, absents des eaux aromatisées, des tonics et bitters et des boissons énergisantes (quelle que soit leur teneur en sucres) ainsi que des boissons aux légumes et des boissons pour le sport ;
- les tonics et bitters à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ ainsi que les boissons énergisantes à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ qui sont les seules familles à ne présenter aucun produit issu du segment hard discount. Pour rappel, ces familles sont également les deux plus faibles en termes d'effectifs (5 et 7 produits respectivement).

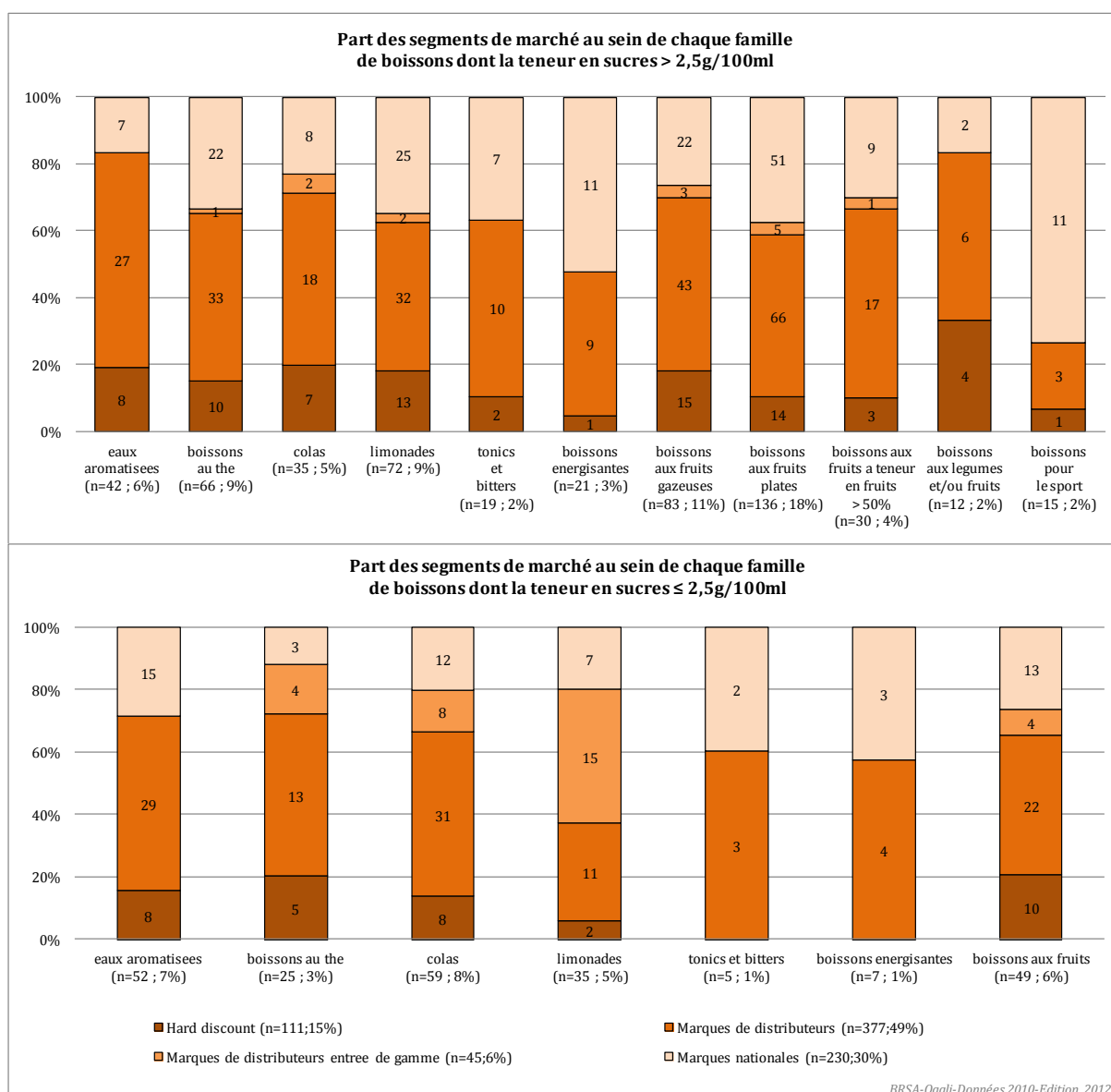


Figure 5 : Répartition des produits entre segments de marché pour les différentes familles de BRSA

2. ETIQUETAGE

2.1 Suivi des paramètres de l'étiquetage

Parmi les informations présentes sur les étiquettes des produits, 8 paramètres nutritionnels ont été suivis (Figure 6) (la définition de ces différents paramètres est reprise dans le lexique en fin de rapport. Les traitements statistiques réalisés sur ces paramètres sont également décrits dans le rapport méthodologique 2009) :

- les étiquetages nutritionnels (n=698 ; 91%);
- les allégations nutritionnelles au sens des libellés exacts de l'annexe du rectificatif du Règlement (CE) No 1924/2006¹¹ (n=238 ; 31%) ;
- les allégations de santé, selon une nomenclature interne (décrite dans le lexique) en l'absence de réglementation définitive à ce sujet (n=30 ; 4%) ;
- les repères nutritionnels (n=436 ; 57%) ;
- les recommandations de consommation (n=80; 10%) ;
- les adjonctions de vitamines et minéraux, qui correspondent au regroupement des produits enrichis et restaurés (n=89 ; 12%);
- les portions indiquées et leurs tailles (n=508 ; 67%);
- la présence de valeurs nutritionnelles à la portion (différente de 100ml) (n=300 ; 36%).

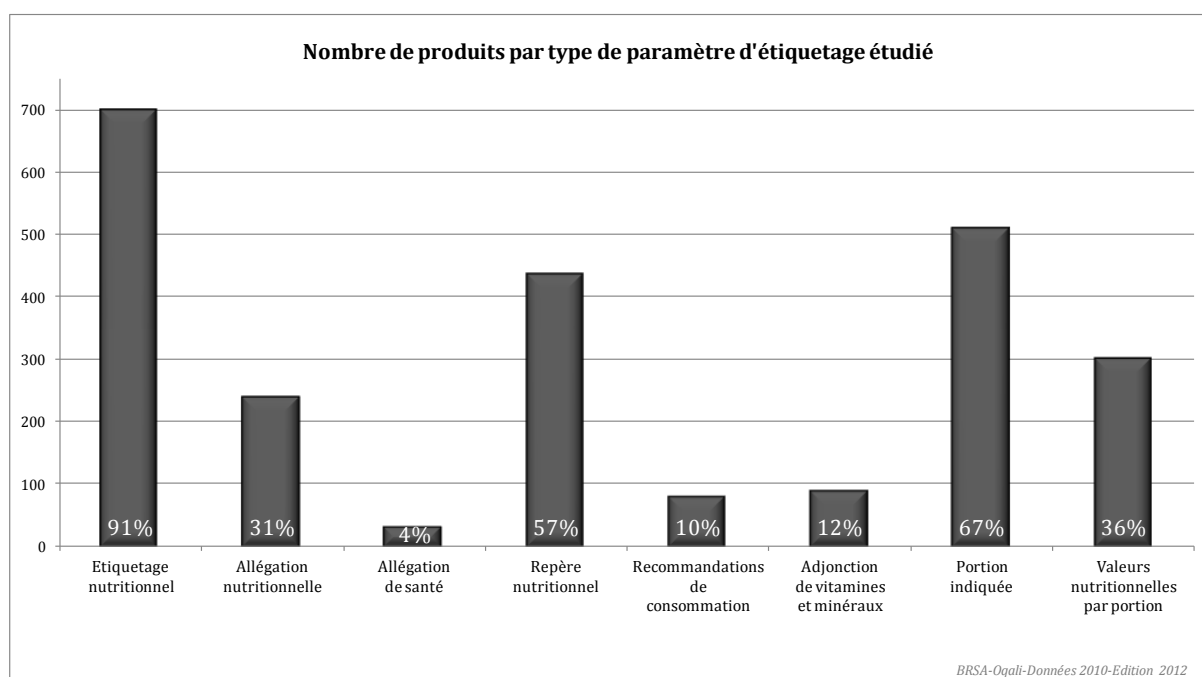


Figure 6 : Principaux paramètres d'étiquetage suivis pour les BRSA.

¹¹ Rectificatif au règlement (CE) no 1924/2006 du Parlement européen et du Conseil (20/12/2006) concernant les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires.

Quand les tailles d'effectifs permettent l'utilisation de tests statistiques, les différences d'effectifs pour les variables qualitatives sont testées par un test du chi-2.

2.2 Groupes d'étiquetage nutritionnel

Les 763 BRSA présentent principalement un étiquetage nutritionnel de groupe 2 (n=362 ; 47%) puis de groupe 2+ (n=215 ; 28%) (Figure 7) (cf. lexique). Les produits présentant un étiquetage de groupe 2+ correspondent principalement à des produits étiquetant leur teneur en sel, en plus de leur teneur en sodium.

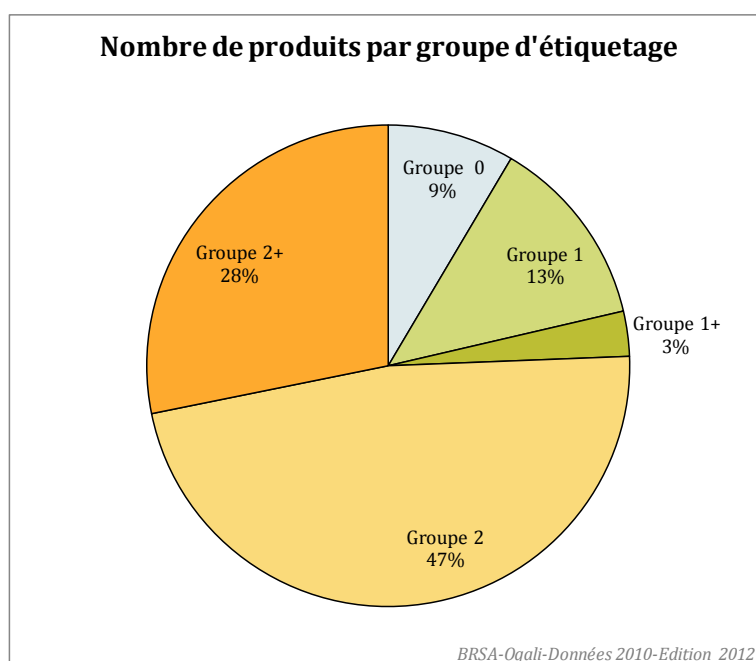


Figure 7 : Les groupes d'étiquetage nutritionnel au sein des BRSA.

91% des BRSA étudiées possèdent un étiquetage nutritionnel. 75% présentent un étiquetage nutritionnel détaillé (2/2+).

Les produits des 18 familles étudiées présentent une forte proportion d'étiquetage nutritionnel détaillé (groupe 2/2+) (Figure 8). Néanmoins, des produits sans étiquetage nutritionnel sont présents dans la quasi-totalité des familles avec un maximum de 23% de la famille pour les limonades à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$. Les boissons aux légumes et/ou aux fruits, les boissons pour le sport ainsi que les familles aux plus faibles effectifs (tonics et bitters à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ et boissons énergisantes à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$) ne présentent aucun produit sans étiquetage nutritionnel.

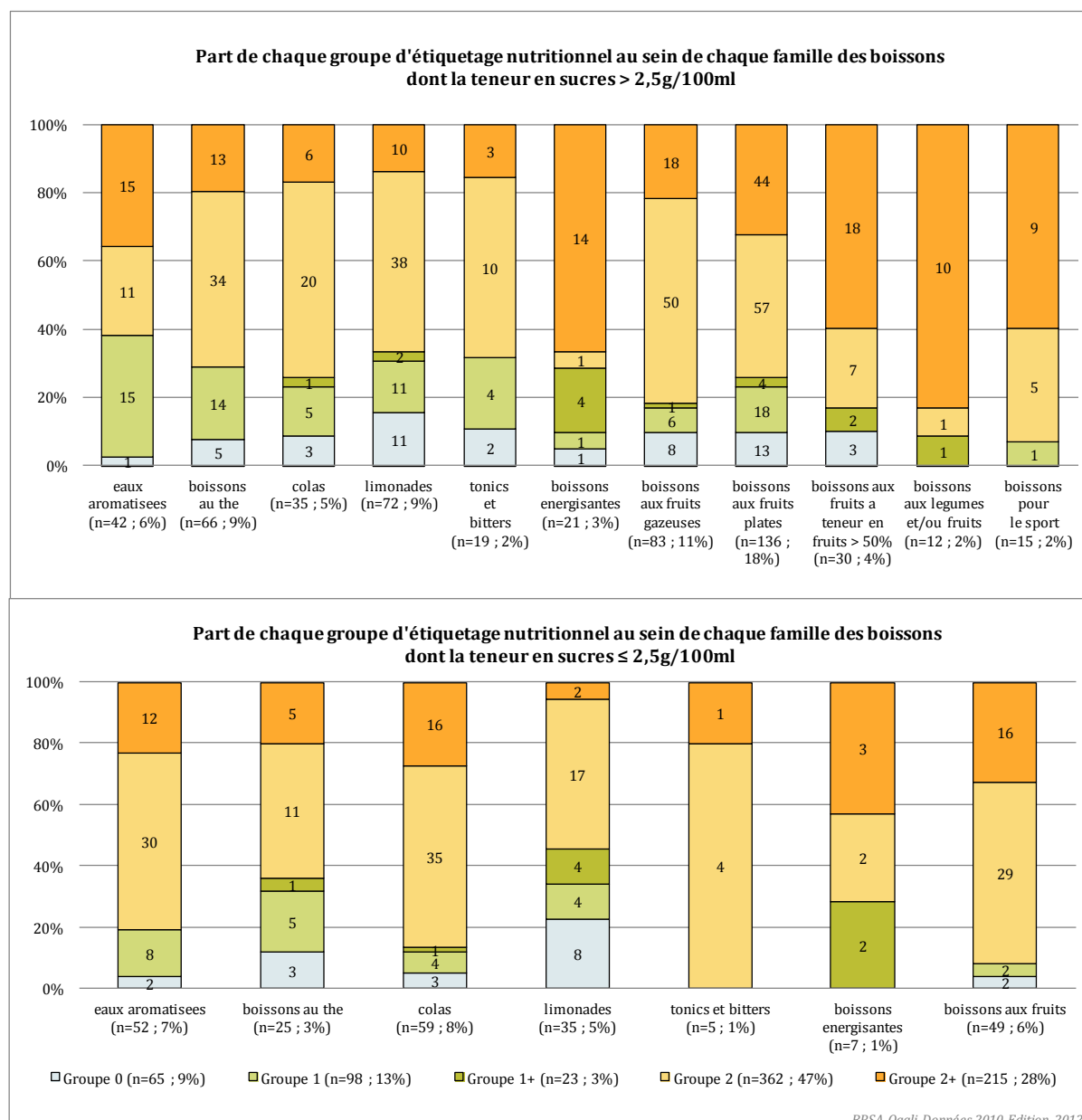


Figure 8: Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel en fonction des familles de BRSA.

La figure 9 présente la répartition des différents segments de marché en fonction des groupes d'étiquetage nutritionnel. Tous les segments de marché bénéficient d'un étiquetage nutritionnel détaillé (2/2+). En effet, l'étiquetage de type 2/2+ concerne 84% des marques nationales (n=143+51=194 sur 230, Figure 9), 80% des produits de marques de distributeurs (n=303 sur 377), 55% des produits de hard discount (n=61 sur 111) et 42% des produits de marques de distributeurs entrée de gamme (n=19 sur 45).

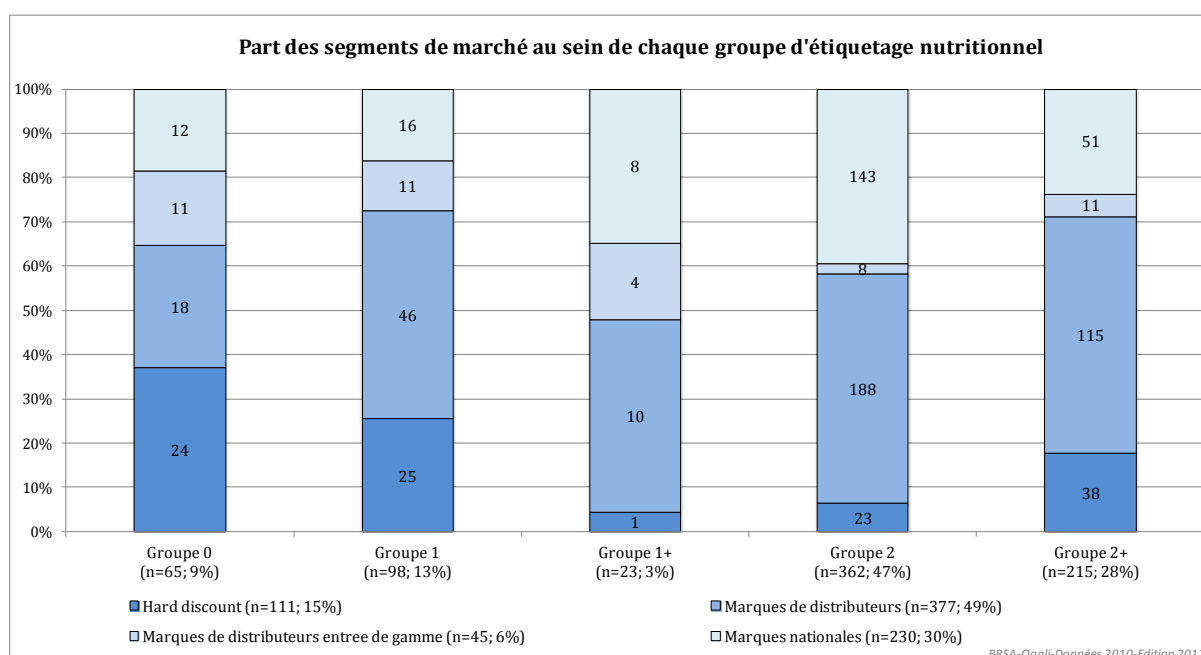


Figure 9 : Répartition des différents segments de marché en fonction du groupe d'étiquetage nutritionnel.

75% des produits du secteur des BRSA présentent un étiquetage nutritionnel détaillé de groupe 2/2+.
 Cet étiquetage nutritionnel détaillé est privilégié par l'ensemble des segments de marché.

2.3 Allégations nutritionnelles

Dans ce rapport, ont été considérées comme allégations nutritionnelles toutes les allégations identiques aux libellés présentés dans l'annexe du rectificatif au Règlement (CE) No 1924/2006.

Sur les 763 BRSA étudiées, 238 (soit 31%) présentent au moins une allégation nutritionnelle (Figure 10).

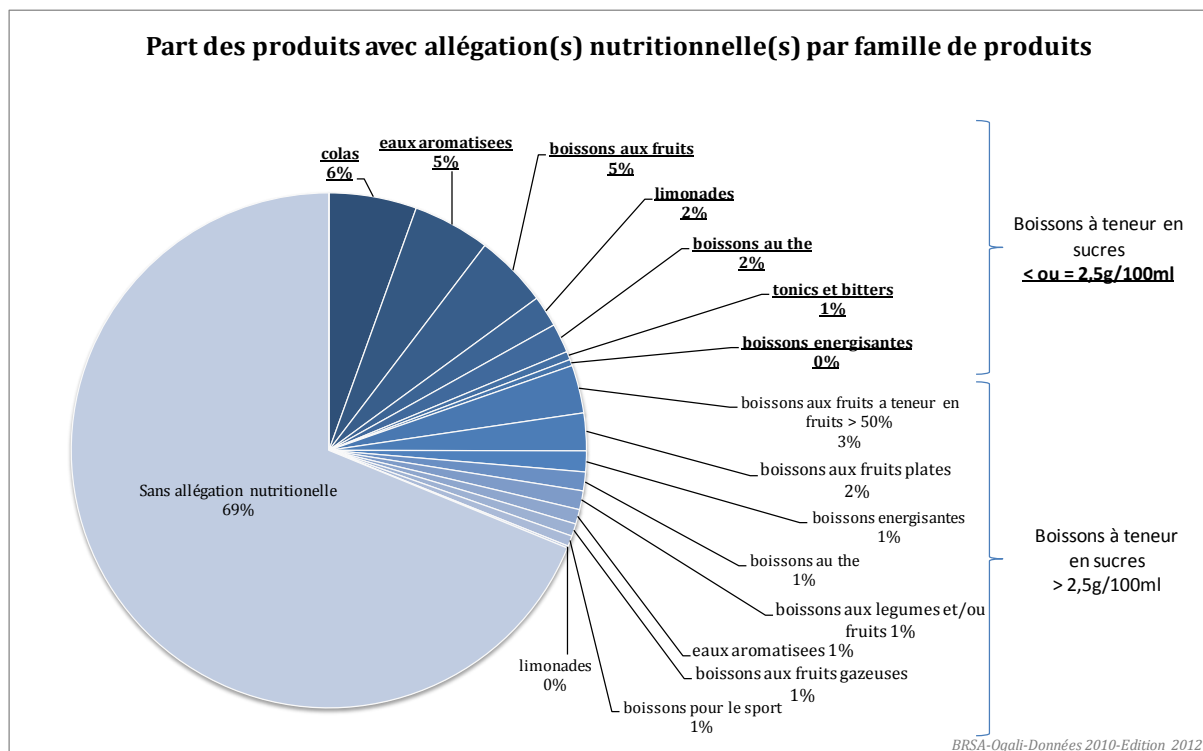


Figure 10: Fréquence des BRSA avec allégation(s) nutritionnelle(s).

La fréquence des produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) varie significativement entre les familles ($p < 0,0001$) (Figure 11) allant de 0% des produits pour la famille des colas à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ et les tonics et bitters à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ à 80% pour la famille des tonics et bitters à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ ($n=4$).

Au sein des boissons à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$, la fréquence de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) varie significativement entre les segments de marché pour la famille des boissons aux fruits à teneur en fruits $> 50\%$ avec une présence plus importante pour les marques de distributeurs ($n=14$; 47% des produits de la famille), puis pour les marques nationales ($n=5$; 17%), le hard discount ($n=3$; 10%) et les marques de distributeurs entrée de gamme ($n=1$; 3%).

Parmi les boissons à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$, la fréquence de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) varie significativement entre les segments de marché pour les eaux aromatisées, les colas et les boissons aux fruits. Les marques de distributeurs présentent les fréquences les plus importantes (38% de la famille des eaux ($n=20$) ; 39% de la famille des colas ($n=23$) ; 35% de la famille des boissons aux fruits ($n=17$)), suivies par les marques nationales (25% des eaux ($n=13$) ; 19% des colas ($n=11$) ; 24% des boissons aux fruits ($n=12$)), le hard discount (8% des eaux ($n=4$) ; 12% des colas ($n=7$) ; 12% des boissons aux fruits ($n=6$)) et les marques de distributeur entrée de gamme (2% des colas ($n=1$)).

Parmi les 238 produits présentant au moins une allégation nutritionnelle, 46% ($n=109$) sont des marques de distributeurs, puis 41% ($n=98$) des marques nationales (Figure 11).

Les marques nationales constituent le segment comprenant le plus de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) ($n=98$, 43% des marques nationales). Elles sont suivies par les marques de distributeurs ($n=109$, 29% des marques de distributeurs) et les produits de hard discount ($n=29$, 26% des produits hard discount).

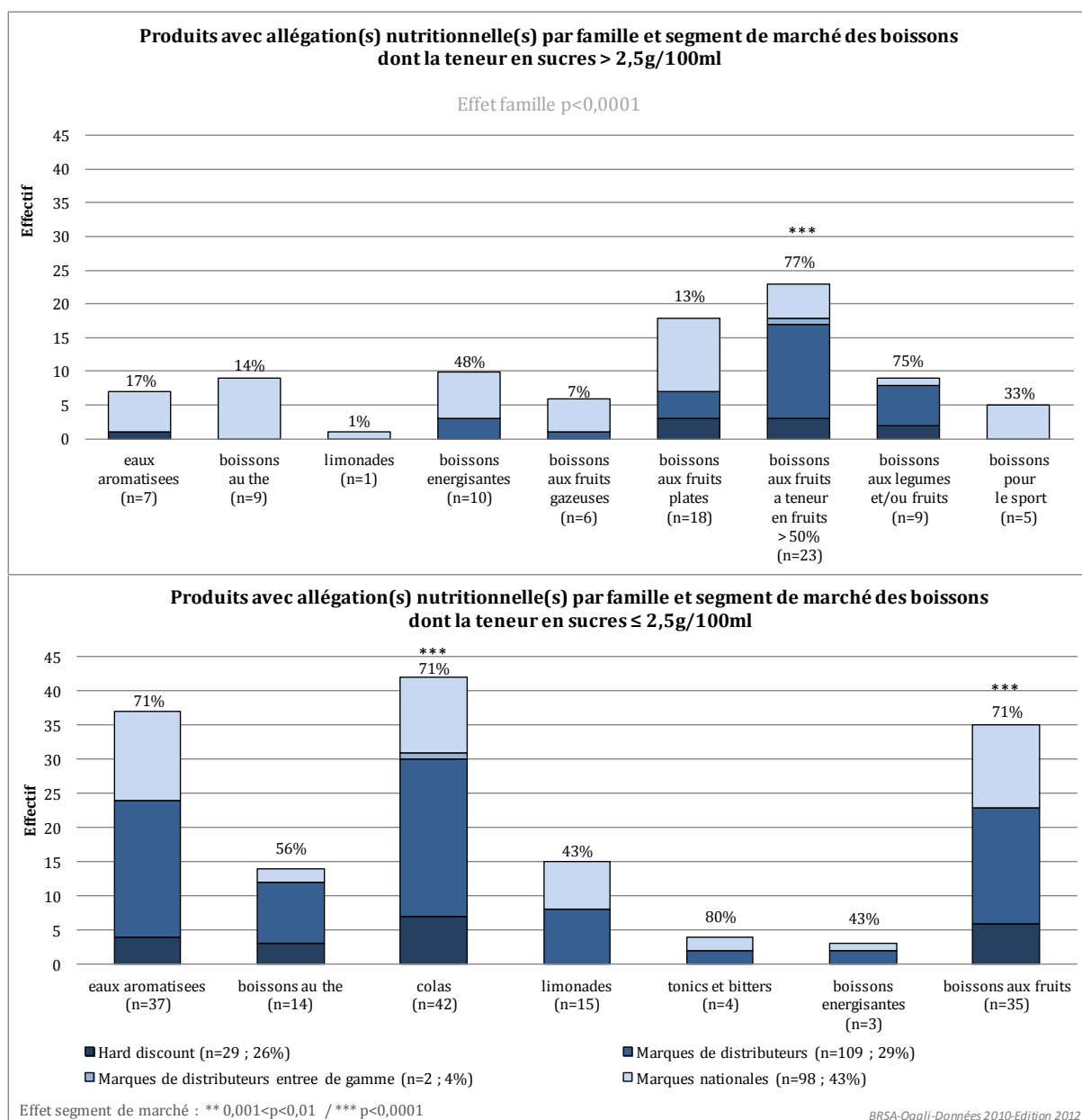


Figure 11 : Répartition des produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) par segment de marché au sein des familles de BRSA.

Le tableau 3 reprend la liste des principales allégations nutritionnelles retrouvées sur les BRSA étudiées.

Tableau 3: Liste des allégations nutritionnelles sur les BRSA étudiées.

Allégations nutritionnelles retrouvées parmi les 763 produits étudiés	Nombre de produits	% par rapport à l'ensemble des produits (n=763)
SANS APPORT ENERGETIQUE	71	9%
SANS SUCRES	57	7%
REDUIT EN SUCRES	44	6%
SANS SUCRES AJOUTES	42	6%
ENRICHI EN VITAMINES ET/OU MINERAUX	36	5%
SOURCE DE VITAMINES ET/OU MINERAUX	35	5%
FAIBLE VALEUR ENERGETIQUE	14	2%
RICHE EN VITAMINES ET/OU MINERAUX	9	1%
CONTIENT DE LA PROVITAMINE A	7	1%
RICHE EN FIBRES	5	1%
ALLEGE/LIGHT EN CALORIES	4	1%
FAIBLE TENEUR EN SUCRES	3	0%
A TENEUR GARANTIE EN VITAMINES ET/OU MINERAUX	3	0%
SOURCE DE FIBRES	3	0%
CONTIENT DES PLANTES ACTIVES	3	0%

31% des BRSA étudiées présentent au moins une allégation nutritionnelle, portant principalement sur les teneurs en sucres (61% des BRSA avec allégation nutritionnelle), la valeur énergétique (38%) et les vitamines et minéraux (36%). 43% des produits de marques nationales (n=98) présente une allégation nutritionnelle, puis 29% des marques de distributeurs (n=109) et 26% des produits de hard discount (n=29).

2.4 Allégations de santé

Sur les 763 BRSA étudiées, 30 (soit 4%) présentent au moins une allégation de santé (Figure 12). La majorité de ces produits fait partie des familles de boissons aux fruits à teneur en fruits > 50%, de boissons aux légumes et/ou fruits et de boissons pour le sport.

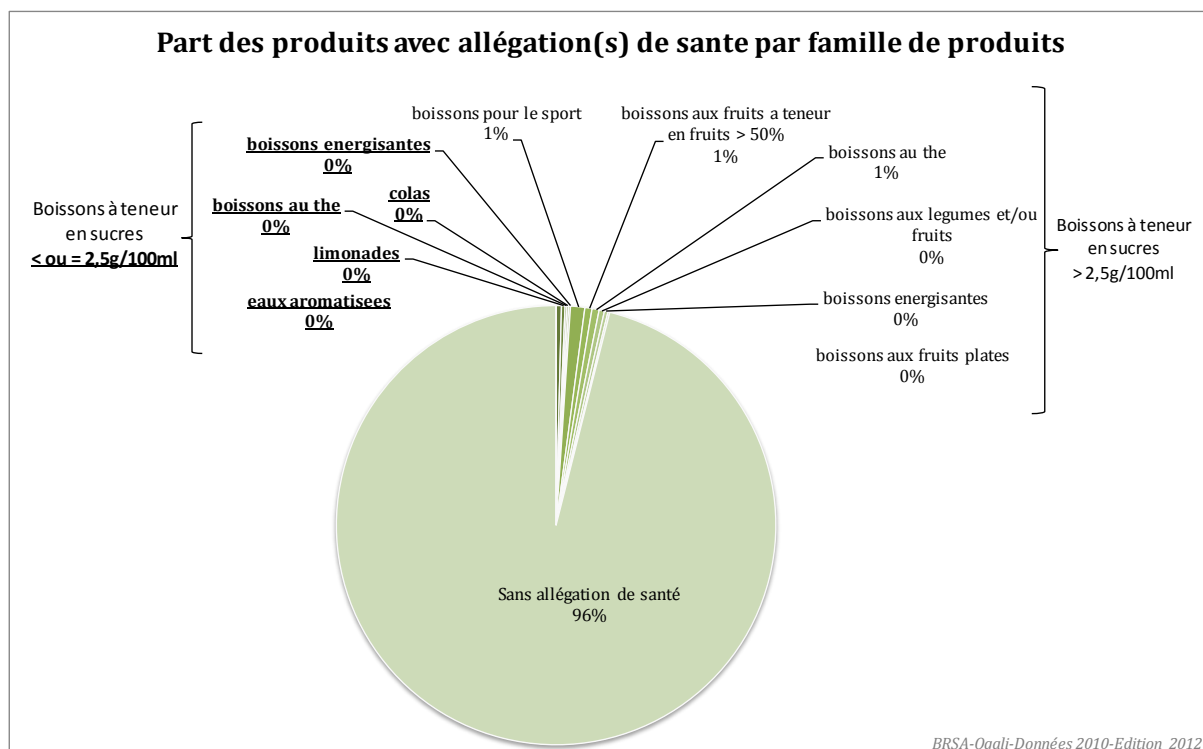


Figure 12 : Fréquence des BRSA avec allégation(s) de santé.

Les allégations de santé retrouvées portent par exemple sur l' « aide à soutenir l'effort musculaire » pour les boissons pour le sport et sur les effets de la vitamine C pour les boissons aux fruits et aux légumes (exemple : « la vitamine C a un effet antioxydant »).

2.5 Repères nutritionnels

Sur les 763 BRSA étudiées, 436 (soit 57%) présentent un repère nutritionnel (Figure 13).

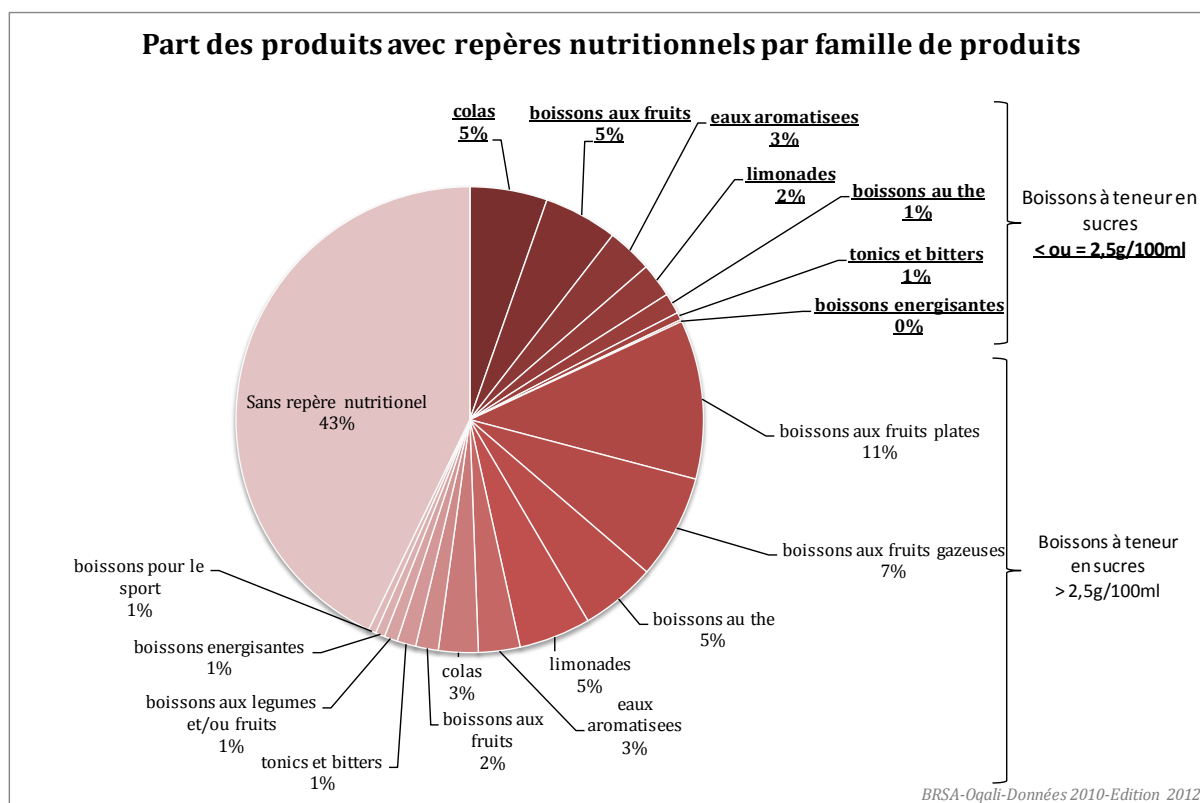


Figure 13 : Fréquence des BRSA avec repère(s) nutritionnel(s).

La fréquence de produits avec repère(s) nutritionnel(s) varie significativement entre les familles ($p < 0,0001$) (Figure 14) allant de 14% pour la famille des boissons énergisantes à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ ($n=1$) à 80% des produits pour les familles de tonics et bitters à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ ($n=4$) et les boissons aux fruits à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ ($n=39$).

Au sein de la famille des boissons à teneur en sucres > 2,5g/100ml :

- les eaux aromatisées, les boissons au thé, les colas, les boissons aux fruits gazeuses et les boissons aux fruits plates présentent des fréquences de produits avec repère(s) nutritionnel(s) qui varient significativement entre les segments de marché. Ces produits sont davantage présents dans les marques de distributeurs (respectivement 31%, 30%, 31%, 41% et 34% des familles) puis dans les marques nationales (respectivement 17%, 26%, 17%, 17% et 24%), les produits de hard discount (respectivement 5%, 3%, 9%, 6% et 4%) et les marques de distributeurs entrée de gamme (2% des thés, 3% des colas, 2% des boissons aux fruits gazeuses et 1% des boissons aux fruits plates).
- les limonades présentent des produits dont les fréquences varient également significativement entre les segments de marché mais avec une présence plus importante pour les marques nationales (n=18 ; 25% de la famille) puis pour les marques de distributeurs (n=16 ; 22%), le hard discount (n=3 ; 4%) et les marques de distributeurs entrée de gamme (n=1 ; 1%).

Au sein des boissons à teneur en sucres $\leq$ 2,5g/100ml, les familles des eaux aromatisées, des colas et des boissons aux fruits présentent des fréquences de produits avec repère(s) nutritionnel(s) qui varient significativement entre les segments de marché avec une présence plus importante dans les marques de distributeurs (29% de la famille des eaux (n=15) ; 41% de la famille des colas (n=24) ; 43% des boissons aux fruits (n=21)), puis dans les marques nationales (12% de la famille des eaux (n=6) ; 19% des colas (n=11) ; 22% des boissons aux fruits (n=11)), dans les produits de hard discount (6% de la famille des eaux (n=3) ; 7% des colas (n=4) ; 10% des boissons aux fruits (n=5)) et enfin dans les marques de distributeurs entrée de gamme (3% des colas (n=2) ; 4% des boissons aux fruits (n=2)).

Parmi les 436 produits qui présentent des repères nutritionnels, plus de la moitié (56%) sont des marques de distributeurs (n=243) et 33% sont des marques nationales (n=143) (Figure 14).

Les marques de distributeurs et les marques nationales sont les segments comprenant le plus de produits avec repères nutritionnels : 64% des marques de distributeurs (n=243 sur 377) et 62% des marques nationales (n=143 sur 230). Ensuite, 32% des produits hard discount (n=36) et 31% des marques de distributeurs entrée de gamme (n=14) présentent des repères nutritionnels.

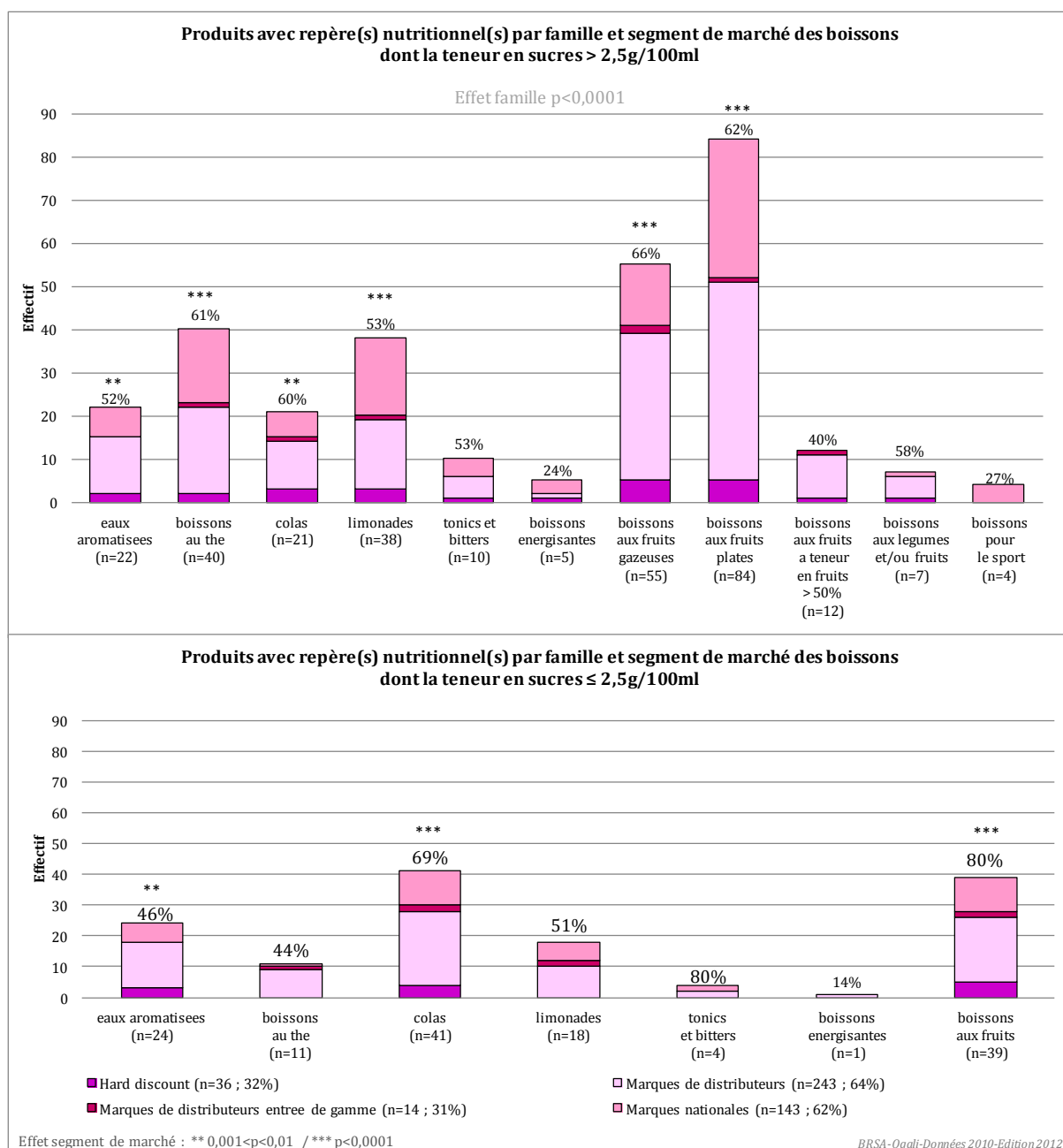


Figure 14 : Répartition des produits avec repère(s) nutritionnel(s) par segment de marché au sein des familles de BRSA.

Les nutriments les plus fréquemment cités dans les repères nutritionnels sont : la valeur énergétique (kcal), les sucres et les lipides (Figure 15).

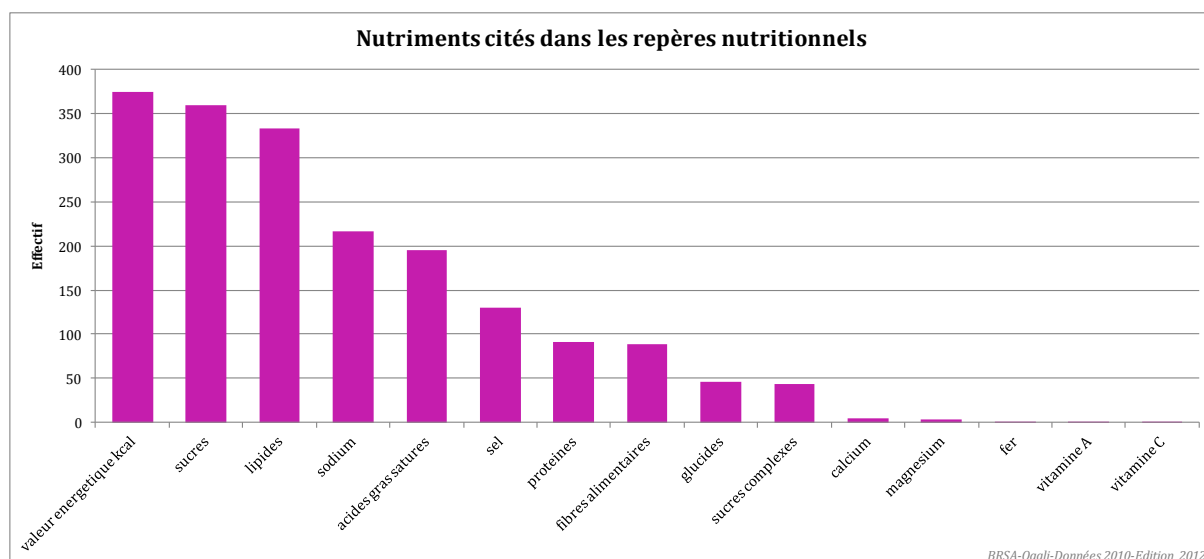


Figure 15: Nutriments les plus cités dans les repères nutritionnels retrouvés parmi les BRSA étudiées.

57% des BRSA présentent des repères nutritionnels. Ces repères sont retrouvés sur 64% des marques de distributeurs (n=243), 62% des marques nationales (n=143), 32% des produits hard discount (n=36) et 31% des marques de distributeurs entrée de gamme (n=14).

2.6 Recommandations de consommation

Sur les 763 BRSA, 80 (soit 10%) présentent au moins une recommandation de consommation (Figure 16).

Par exemple : « Idée goûter : 1 verre de soda orange (200ml) + 1 pomme (150g) + 3 petits beurre (25g) » ou « Idée apéritif : 1 verre de boisson gazeuse pamplemousse citron (20cl) + 1 poignée de pistache (25g) + 5 bâtonnets de concombre (50g) + sauce au yaourt (30g). » ou « Idée goûter : 1 verre de boisson au the aromatisée framboise (20cl) + 1 yaourt (125g) + 1 barre de céréales (20g) + 2 abricots (80g). »

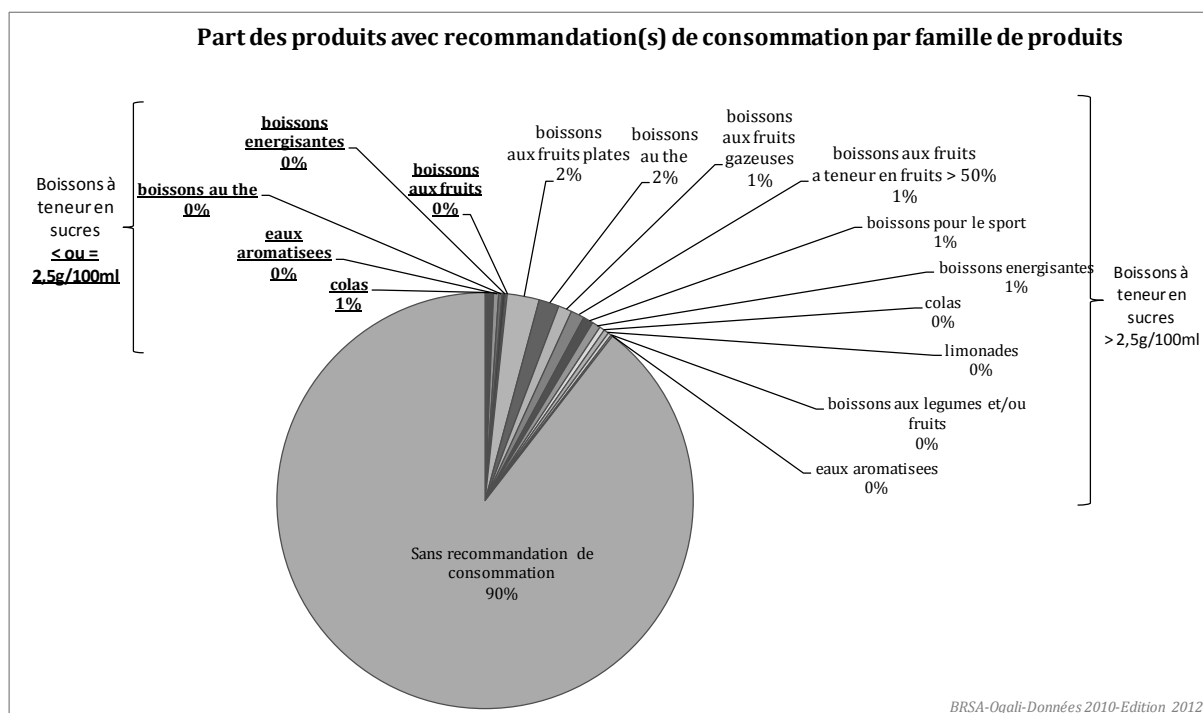


Figure 16 : Fréquence des BRSA avec recommandation(s) de consommation.

La fréquence des recommandations de consommation varie en fonction des familles (Figure 17) : de 2% des produits pour les familles des boissons aux fruits à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml (n=1 sur 49) ou les eaux aromatisées à teneur en sucres > 2,5g/100ml (n=1 sur 42) à 40% pour les boissons pour le sport (n=6 sur 15).

Les produits présentant des recommandations de consommation sont principalement des marques de distributeurs (n=65 soit 81% des produits présentant des recommandations de consommation), puis des marques nationales (n=13, 16%) (Figure 17).

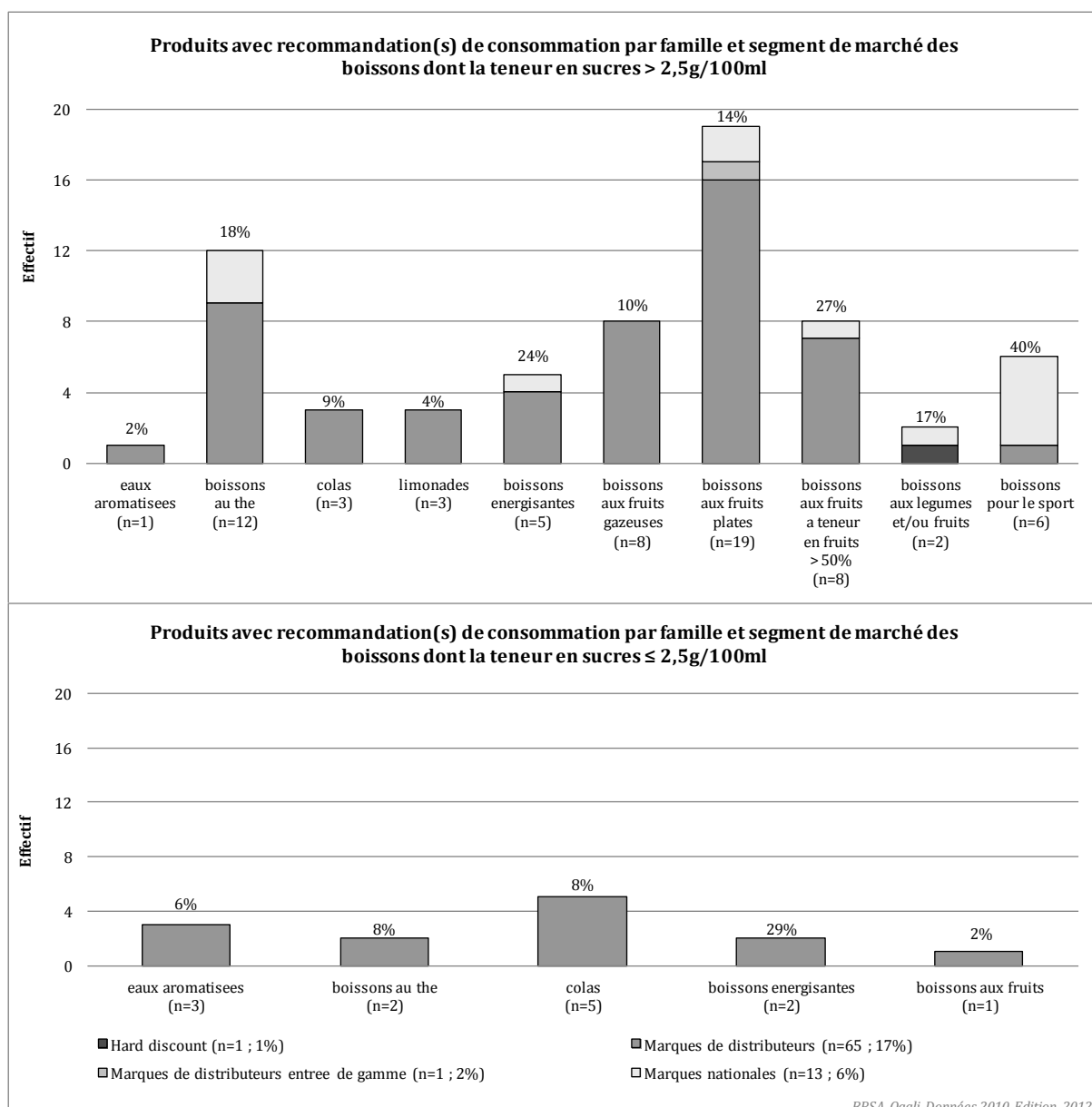


Figure 17 : Répartition des recommandations de consommation par segment de marché au sein des familles de BRSA.

Le segment des produits à marques de distributeurs est celui qui comprend le plus de recommandations de consommation (n=65 ; 17% des produits), suivi par celui des marques nationales (n=13 ; 6% des produits).

10% des BRSA présentent au moins une recommandation de consommation. Ces recommandations sont retrouvées sur 17% des produits de marques de distributeurs (n=65) ainsi que sur 6% des marques nationales (n=13).

2.7 Les adjonctions de vitamines et minéraux

Sur les 763 BRSA étudiées, 89 (soit 12%) présentent une adjonction de vitamines et/ou minéraux (Figure 18).

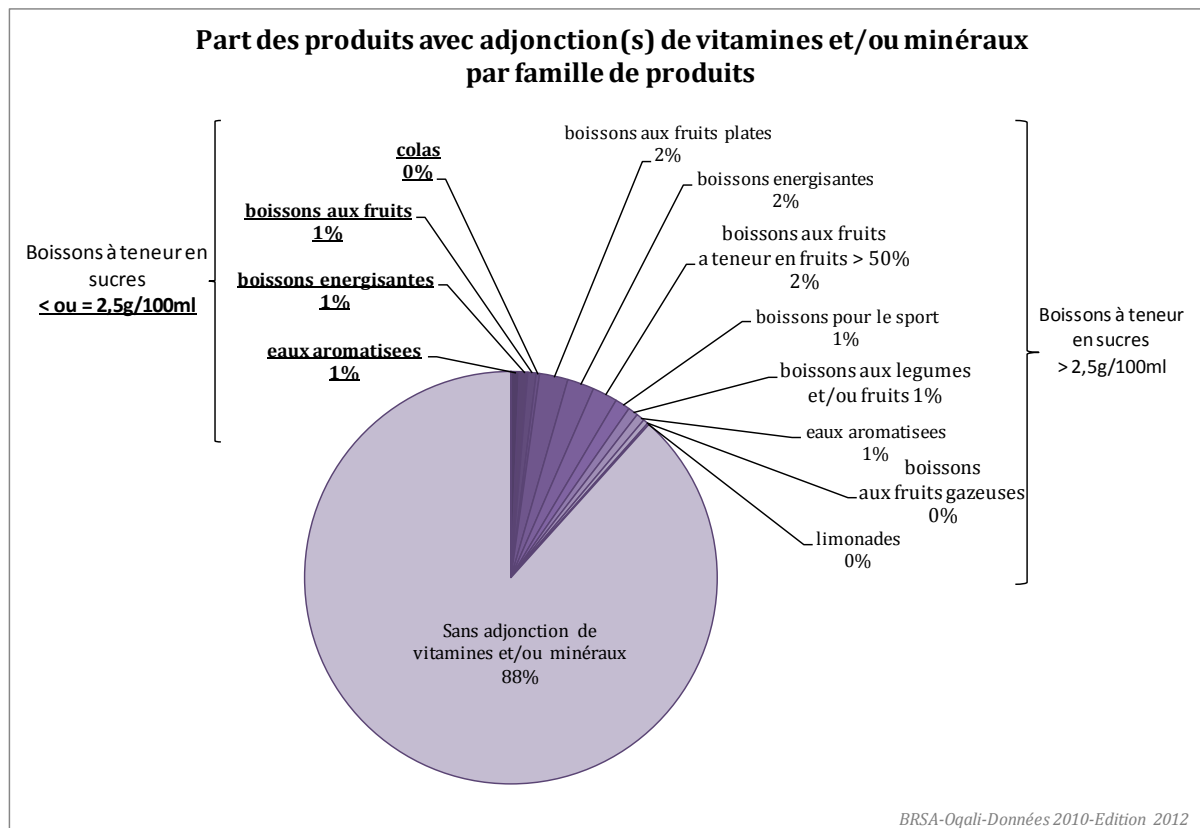


Figure 18: Fréquence des BRSA avec adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux

Toutes les familles ne contiennent pas de produits avec adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux (Figure 19). Les boissons au thé et les tonics et bitters par exemple, quelle que soit leur teneur en sucres, ne sont pas concernés par les adjonctions. La fréquence des adjonctions de vitamines et/ou minéraux varie en fonction des familles : de 1% des produits pour la famille des limonades à teneur en sucres $> 2,5g/100ml$ ($n=1$ sur 72) à 76% des produits pour les boissons énergisantes à teneur en sucres $> 2,5g/100ml$ ($n=16$ sur 21).

Les marques nationales constituent 55% des produits présentant des adjonctions de vitamines et/ou minéraux ($n=49$ sur 89), et les marques de distributeurs 33% ($n=29$) (Figure 19).

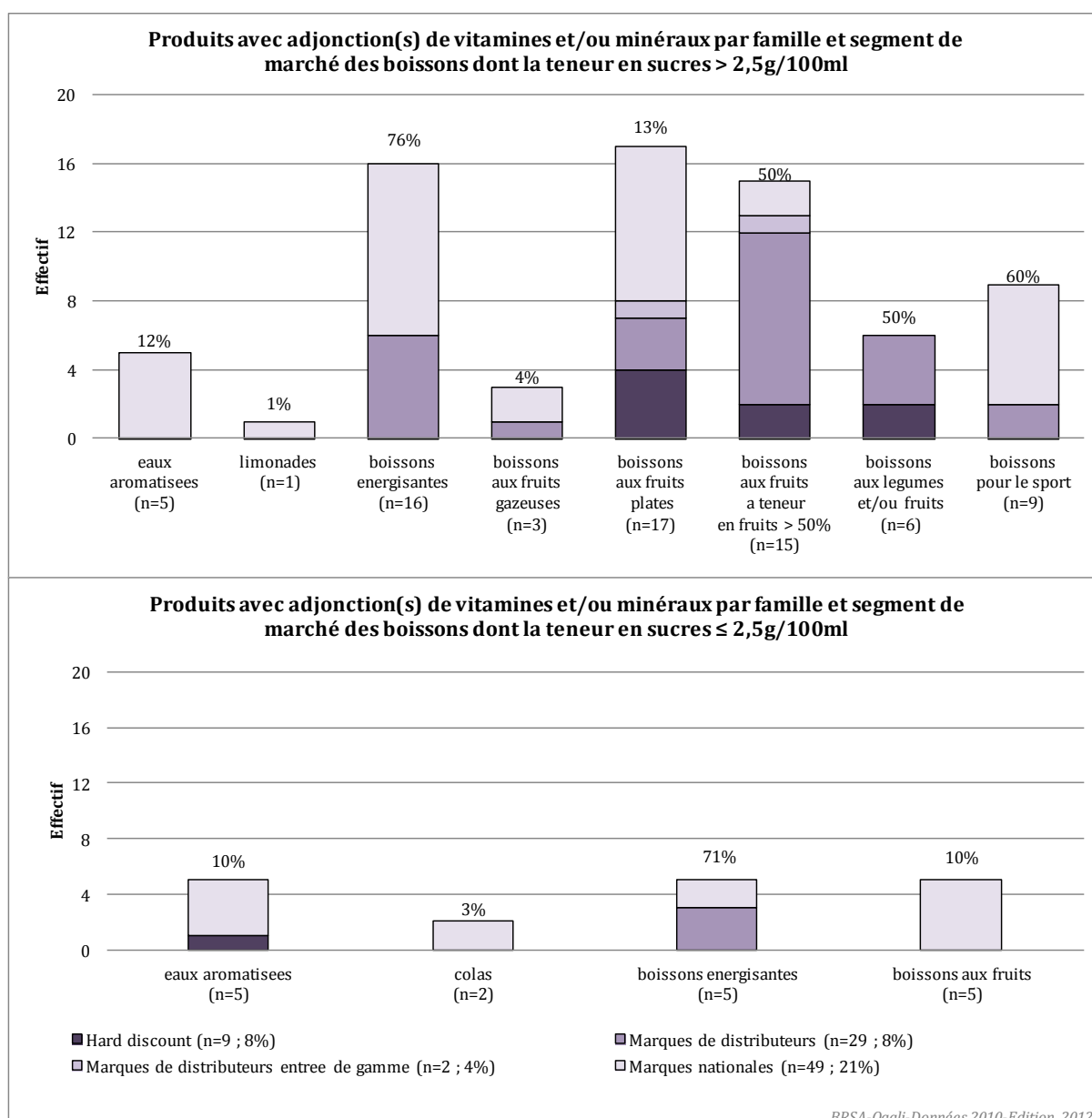


Figure 19: Répartition des adjonctions de vitamines et/ou minéraux par segment de marché au sein des familles de BRSA.

Le segment des marques nationales est celui qui comprend le plus de produits avec adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux (n=49, 21% des produits de marques nationales). Il est suivi par les segments des marques de distributeurs et du hard discount, qui comprennent 8% de produits avec adjonctions de vitamines et/ou minéraux (respectivement n=29 et n=9) et enfin le segment des marques de distributeurs entrée de gamme qui comporte 4% de produits avec adjonctions (n=2).

12% des BRSA présentent au moins une adjonction de vitamines et/minéraux. 21% des marques nationales sont des produits avec adjonction(s) (n=49), 8% des marques de distributeurs (n=29) et 8% des produits de hard discount (n=9) le sont également.

2.8 Les portions

2.8.1 Portions indiquées

Parmi les 763 BRSA, 508 produits (soit 67%) présentent une taille de portion indiquée. La présence de portion indiquée est variable en fonction des familles : de 14% pour la famille des boissons énergisantes à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=1 sur 7) à 82% pour la famille des boissons aux fruits à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=40 sur 49) (Figure 20).

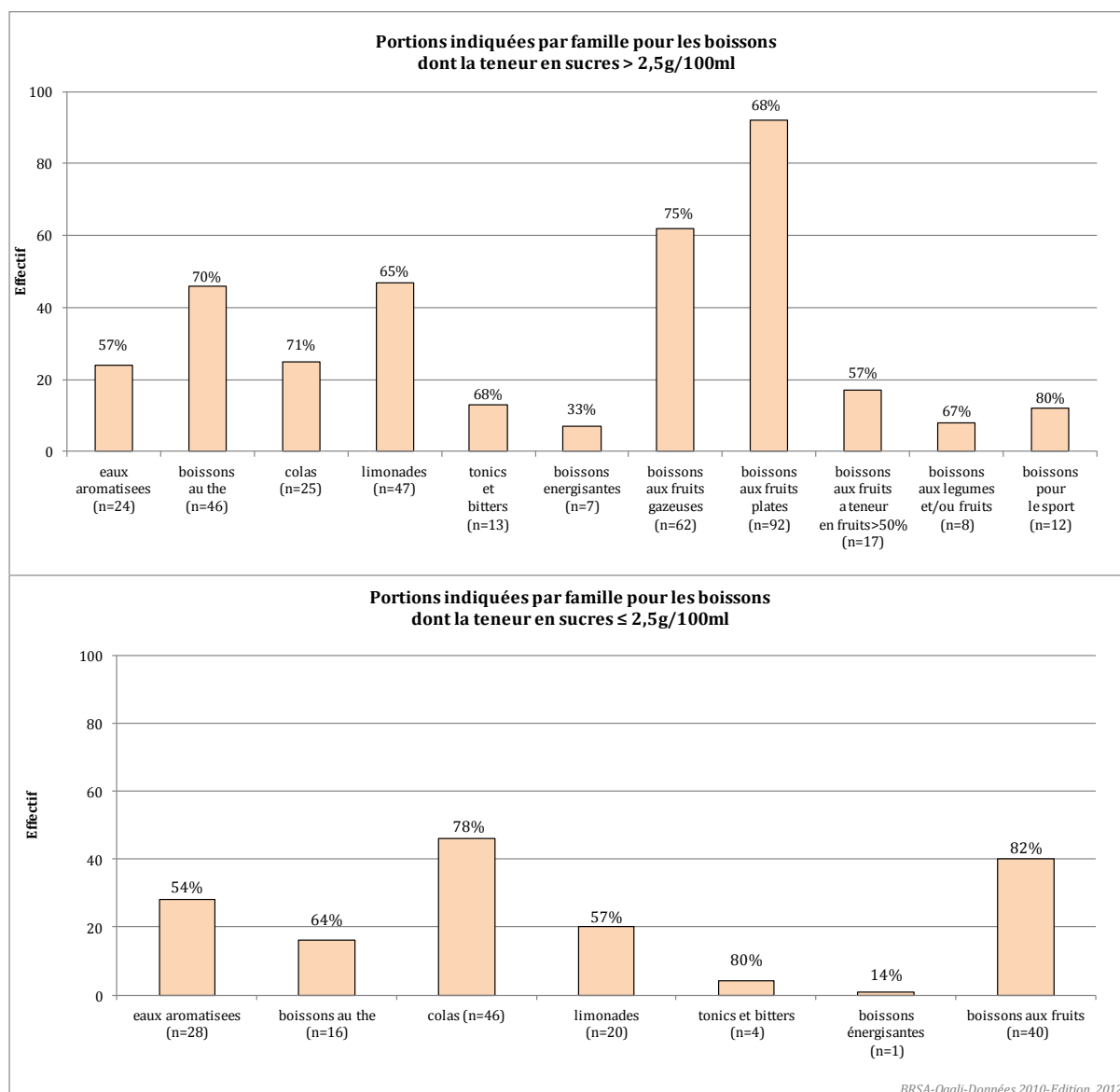


Figure 20 : Etude de la présence de portions indiquées par famille de produits.

Les portions indiquées retrouvées pour les BRSA vont de 100ml à 500ml de boisson (il existe 1 produit dont la portion indiquée est de 1L). :

- 65% des portions indiquées sont de 200 ml ;
- 21% des portions indiquées sont de 250 ml.

Ces portions sont environ équivalentes à un verre.

2.8.2 Valeurs nutritionnelles à la portion

Parmi les BRSA présentant un étiquetage nutritionnel, la présence de valeurs nutritionnelles pour une portion différente de 100ml a été étudiée : 275 produits (soit 36% des produits du secteur) présentent des valeurs nutritionnelles à la portion (différente de 100ml) (Figure 21).

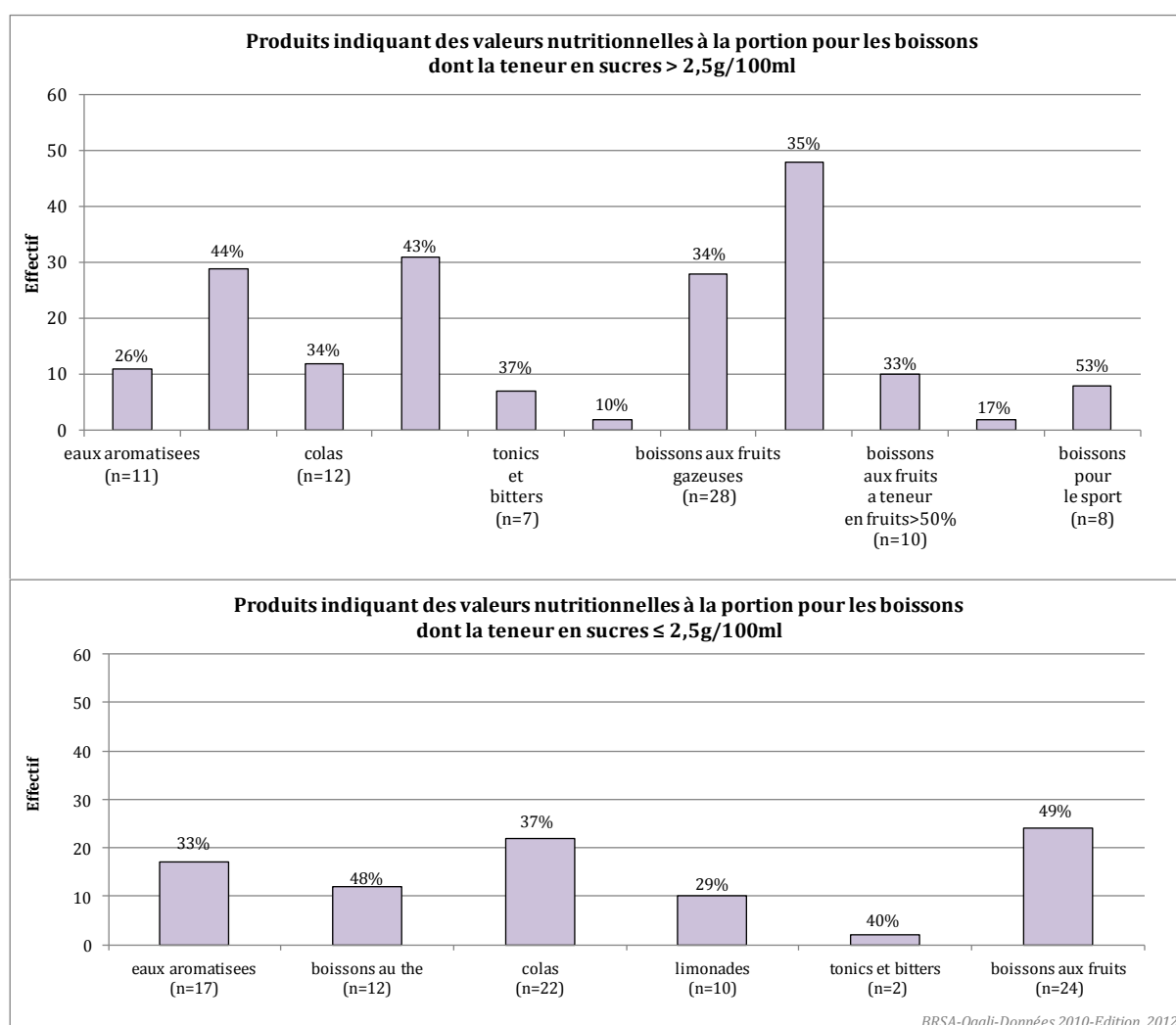


Figure 21 : Présence de valeurs nutritionnelles à la portion (différente de 100ml) pour les BRSA étudiées.

Après 100ml, la portion des valeurs nutritionnelles la plus fréquente est de 200ml (25% des cas), suivie de 250ml (9% cas). Les autres portions des valeurs nutritionnelles vont de 150ml à 500ml.

La présence de valeurs nutritionnelles à la portion, différente de 100ml, se retrouve dans toutes les familles de produits excepté les boissons énergisantes à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (qui ne sont représentées que par des cannettes sur lesquelles les valeurs nutritionnelles ne sont indiquées que pour une portion de 100ml). La fréquence de ces valeurs est variable selon les familles, allant de 10% pour la famille des boissons énergisantes à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ à 53% pour les boissons pour le sport.

67% des BRSA étudiées possèdent une portion indiquée, correspondant dans 65% des cas à des portions de 200ml (équivalent à un verre).

36% des produits du secteur présentent des valeurs nutritionnelles pour des portions différentes de 100ml. 25% sont exprimées pour 200ml de boisson.

3. VARIABILITE DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES

A partir des données disponibles sur l'étiquetage nutritionnel des produits, ce chapitre présente, de manière détaillée, la variabilité nutritionnelle par nutriment et pour une famille de produit donnée. Ceci afin de dresser, à partir des produits collectés, une photographie du secteur à t_0 et de pouvoir suivre les éventuelles évolutions de composition nutritionnelle dans le temps. Ainsi cette photographie à t_0 sera utilisée comme référence par la suite pour le suivi des évolutions dans ce secteur :

- au niveau de la famille afin d'identifier des évolutions possibles ;
- au niveau des segments de marché par famille afin de s'assurer que la variabilité n'est pas uniquement due à un effet segment de marché. Ceci permettra également de voir, dans le temps, si les évolutions ont porté sur l'ensemble des produits mis sur le marché ;
- en pondérant les produits par les parts de marché pour suivre dans le temps, comment ces éventuelles évolutions peuvent impacter ou non la structuration de l'offre.

Des tests statistiques ont été effectués pour l'étude des différences de composition nutritionnelle entre les familles de produits ainsi que pour l'étude des différences de composition nutritionnelle entre les segments de marché au sein d'une même famille de produits. Pour cela, un premier test non paramétrique de Kruskal Wallis a permis d'identifier les nutriments pour lesquels il y avait au moins une famille ou un segment de marché qui se différencie des autres. Puis, uniquement pour les résultats significatifs précédents, des tests statistiques effectués deux à deux (comparaisons multiples par un test de Wilcoxon avec ajustement de Bonferroni) permettent d'identifier les familles ou segments différents.

Ainsi, pour les graphiques et tableaux suivants, les moyennes sans aucune lettre commune (« a » d'une part, « b » d'autre part, par exemple) sont statistiquement et significativement différentes. Celles avec des lettres communes (ex : « b » et « a,b ») ne sont pas statistiquement différentes.

3.1 Variabilité nutritionnelle au sein du secteur et au sein des familles

La variabilité nutritionnelle au sein des familles de BRSA est présentée pour la valeur énergétique (en kcal/100ml), pour les glucides (en g/100ml) et pour les sucres (en g/100ml). Ces nutriments étant corrélés entre eux et à la valeur énergétique, les profils de variabilité sont quasiment similaires pour les trois paramètres. Les tests statistiques mettent en évidence qu'au moins l'une des familles de BRSA se distingue de façon significative des autres familles pour les trois paramètres testés. Les résultats des tests de comparaison deux à deux sont présentés dans le tableau récapitulatif des valeurs nutritionnelles. Les tests ont également été utilisés pour les fibres mais les variabilités des familles étant très faibles et peu représentatives, les résultats concernant les fibres ne sont présentés que dans le tableau récapitulatif.

❖ **Au sein des boissons à teneur en sucres > 2,5g/100ml :**

Les valeurs énergétiques moyennes sont comprises entre 16,9 kcal/100ml (eaux aromatisées) et 63,0 kcal/100ml (boissons aux légumes et/ou fruits) (Figure 22). Les variabilités observées sont relativement faibles, les coefficients de variation étant tous inférieurs à 30%. Elles sont toutefois différentes d'une famille à l'autre. En effet, les familles de boissons aux fruits (à teneur en fruits > 50%, aux fruits plates et aux légumes et/ou fruits) présentent de fortes variabilités liées à la diversité des teneurs en jus des boissons composant ces familles en comparaison avec les colas par exemple, dont la variabilité est très faible.

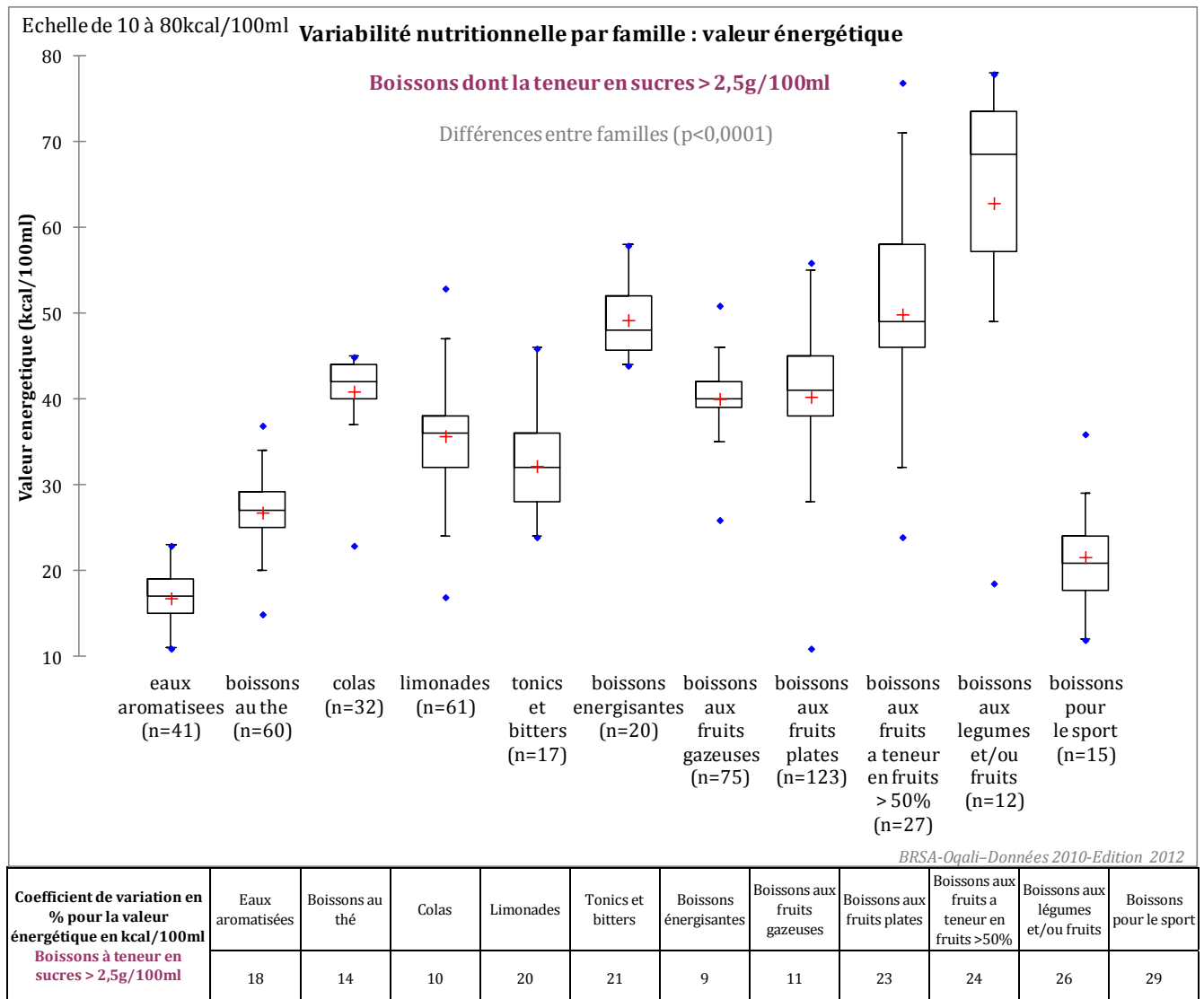


Figure 22 : Variabilité des valeurs énergétiques (kcal/100ml) au sein des BRSA étudiées dont la teneur en sucres > 2,5g/100ml.

❖ **Au sein des boissons à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$:**

L'échelle de valeurs est divisée par 3 par rapport aux boissons à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$. Les valeurs énergétiques moyennes sont comprises entre 0,8 kcal/100ml (colas) et 4,6 kcal/100ml (boissons aux fruits) (Figure 23). Les variabilités au sein des familles sont faibles à l'exception des boissons aux fruits et des boissons énergisantes. Les fortes valeurs des coefficients de variation ne reflètent pas l'homogénéité entre les familles car des valeurs extrêmes, éloignées de la moyenne des familles des eaux aromatisées et des colas notamment, contribuent à l'augmentation de ces coefficients.

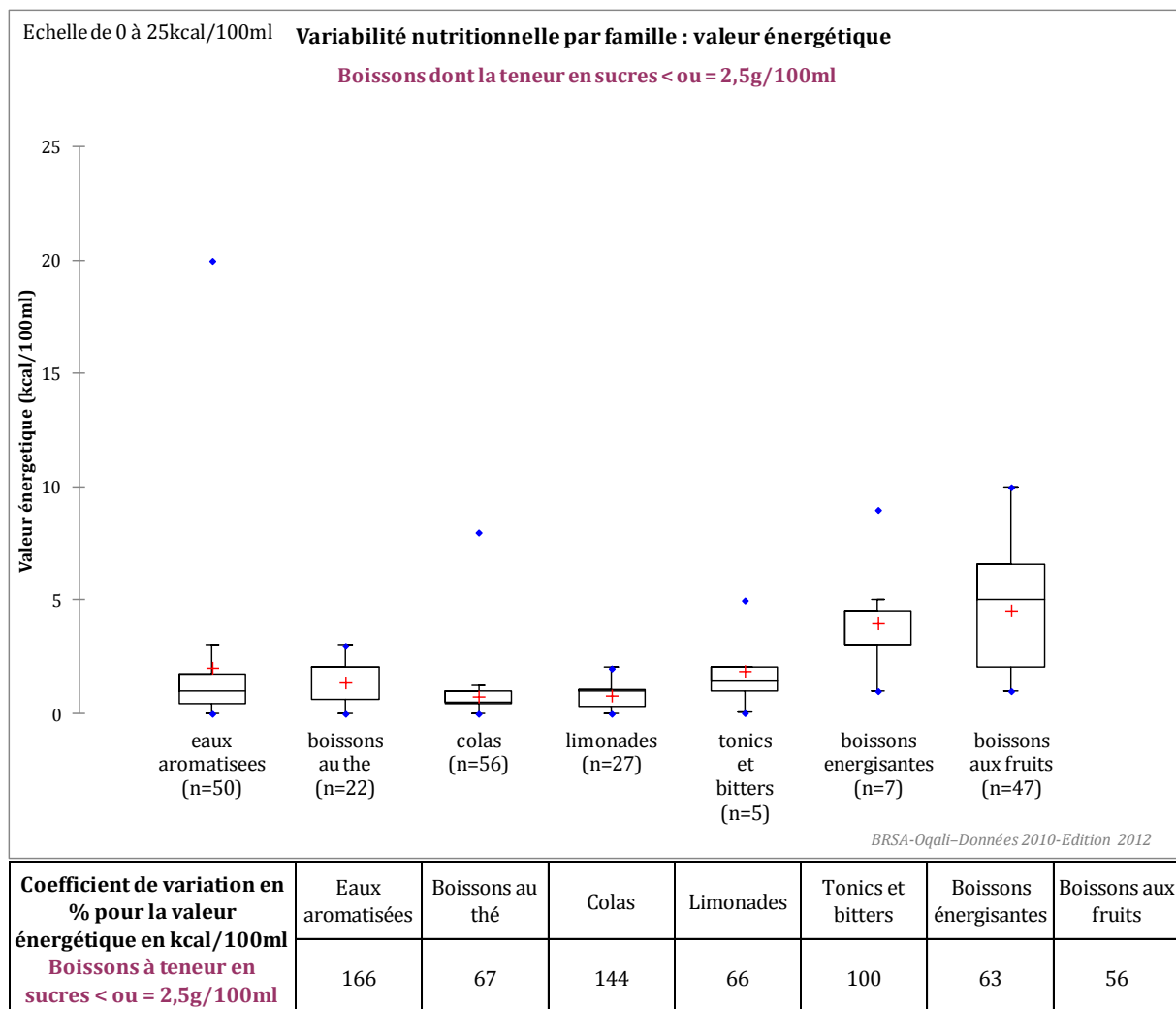


Figure 23 : Variabilité des valeurs énergétiques (kcal/100ml) au sein des BRSA étudiées dont la teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$.

❖ **Au sein des boissons à teneur en sucres > 2,5g/100ml :**

Les BRSA à teneur en sucres > 2,5g/100ml ont des teneurs moyennes en glucides hétérogènes, comprises entre 4,2g/100ml (eaux aromatisées) et 14,0g/100ml (boissons aux légumes) (Figure 24). Les boissons aux fruits plates et les boissons aux fruits gazeuses semblent toutefois présenter des valeurs proches.

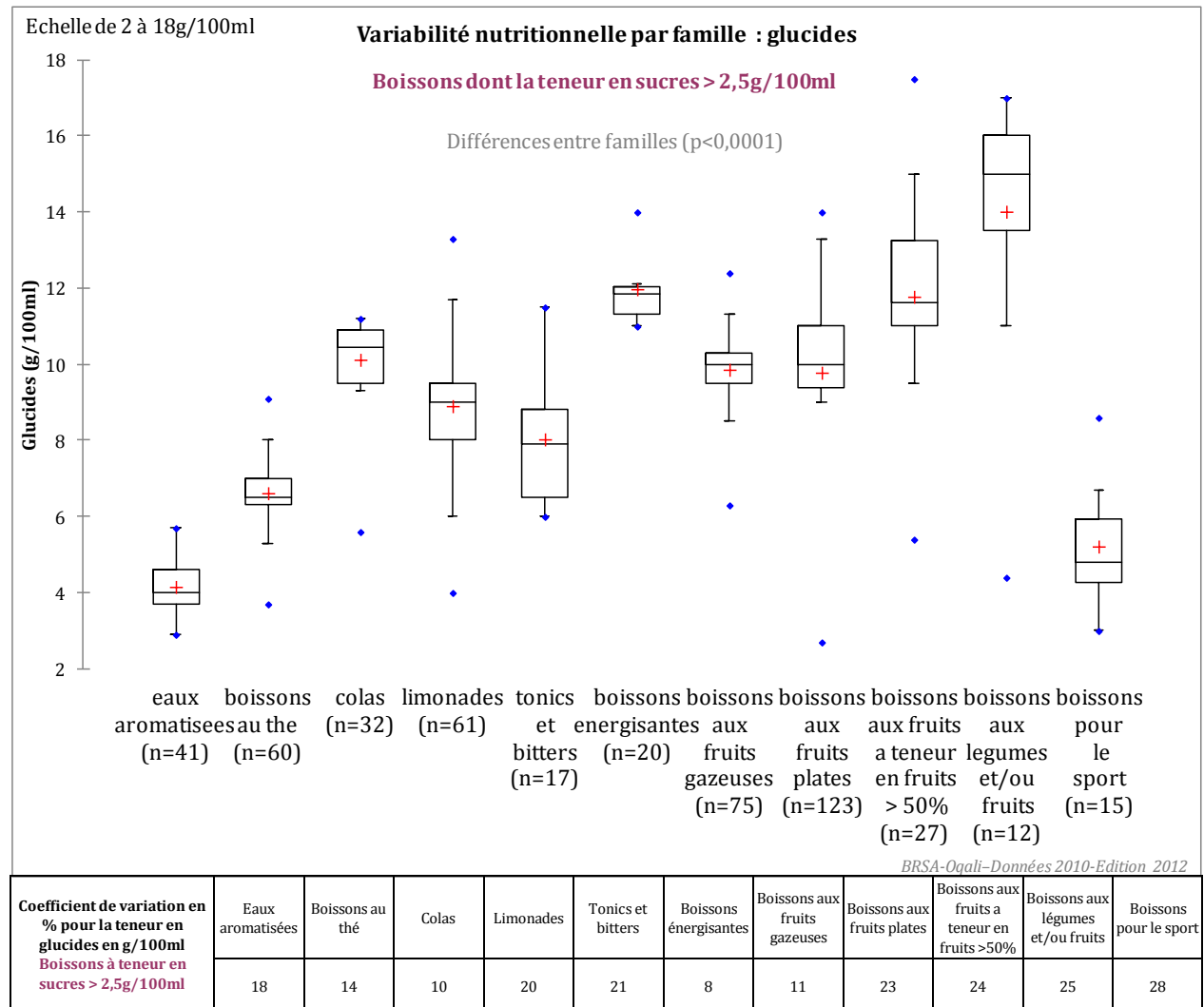


Figure 24 : Variabilité de la teneur en glucides (g/100ml) au sein des BRSA étudiées dont la teneur en sucres > 2,5g/100ml.

❖ **Au sein des boissons à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$:**

Les teneurs moyennes en glucides varient entre 0,1g/100ml ((limonades) et 1,0g/100ml (boissons aux fruits) (Figure 25). Elles sont plus homogènes entre les familles (entre 0 et 0,5g/100ml) sauf pour les boissons énergisantes et les boissons aux fruits dont les teneurs en glucides sont légèrement plus élevées. Pour la famille des boissons aux fruits, la teneur en glucides plus élevée s'explique par la présence de jus de fruits qui contiennent des sucres natifs.

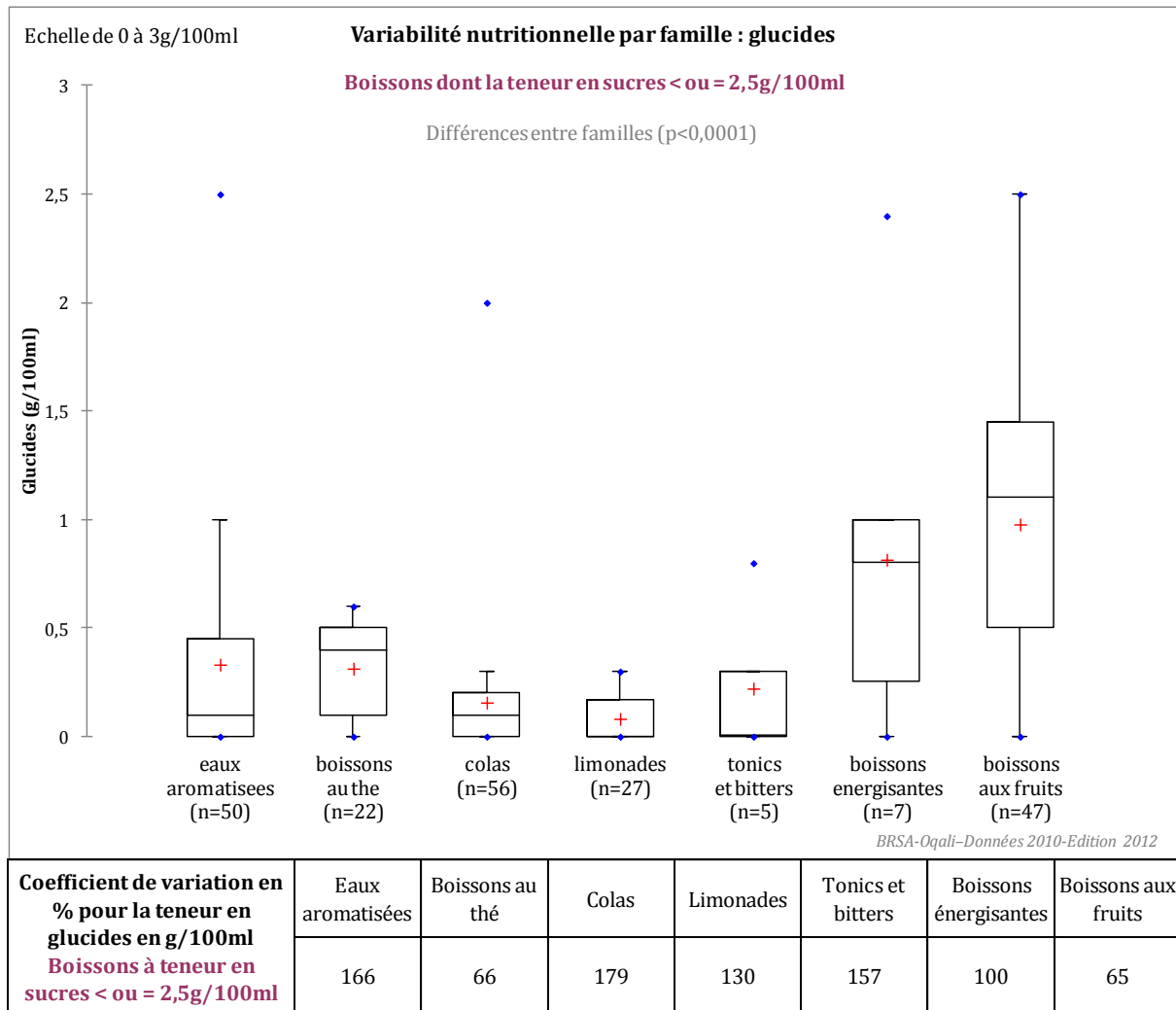


Figure 25 : Variabilité de la teneur en glucides (g/100ml) au sein des BRSA étudiées dont la teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$.

❖ **Au sein des boissons à teneur en sucres > 2,5g/100ml :**

Les teneurs en sucres de ces produits sont comprises entre 4,1g/100ml (eaux aromatisées) et 12,9g/100ml (boissons aux légumes) (Figure 26). La variabilité de la plupart des familles augmente du fait de la réduction des effectifs de boissons dont la teneur en sucres est connue. La diversité de produits qui composent la famille des limonades (dont la définition englobe l'ensemble des boissons gazéifiées aromatisées, quel que soit le parfum) peut expliquer en partie l'augmentation de la variabilité de la famille sur ce nutriment.

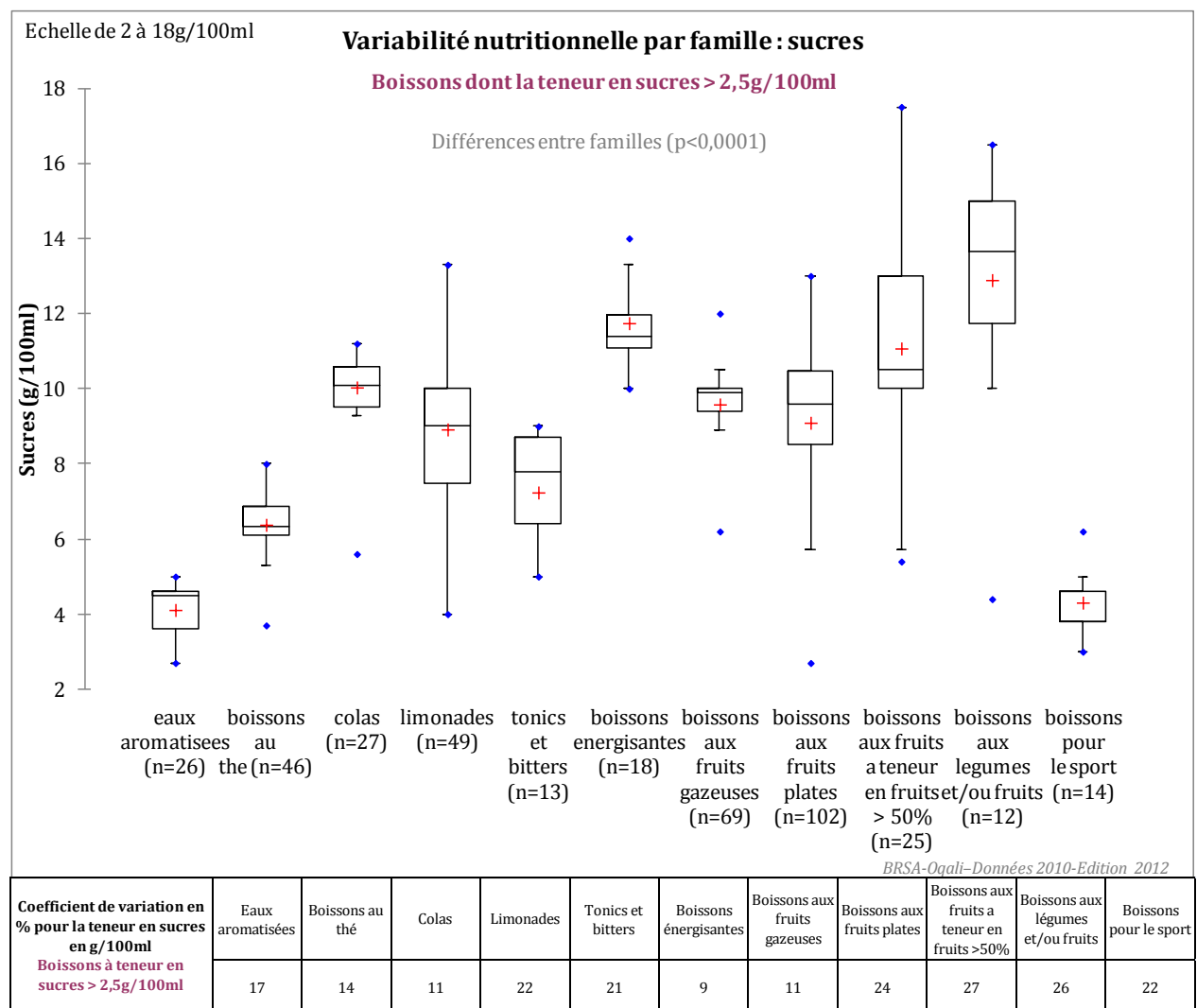


Figure 26 : Variabilité de la teneur en sucres (g/100ml) au sein des BRSA étudiées dont la teneur en sucres > 2,5g/100ml.

❖ **Au sein des boissons à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$:**

Les teneurs moyennes en sucres varient entre $0,1\text{g}/100\text{ml}$ (limonades) et $0,9\text{g}/100\text{ml}$ (boissons aux fruits) (Figure 27). Les boissons aux fruits se distinguent à la fois par leur forte variabilité (liée à la diversité des teneurs en jus) et leur teneur en sucres légèrement plus élevée.

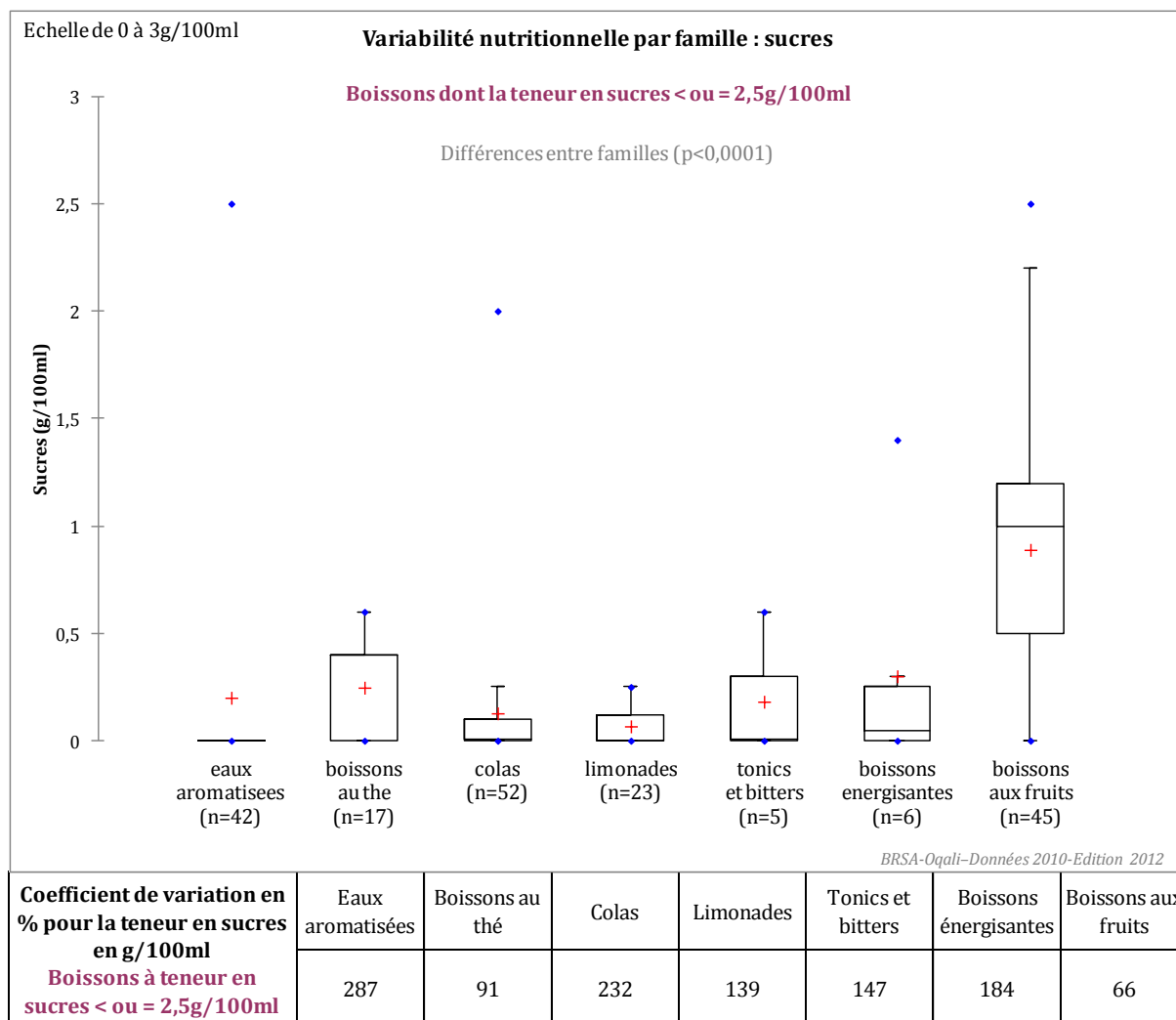


Figure 27 : Variabilité de la teneur en sucres ($\text{g}/100\text{ml}$) au sein des BRSA étudiées dont la teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$.

Le tableau 4 présente les **différences significatives de composition nutritionnelle entre les familles pour les teneurs des nutriments suivants : la valeur énergétique, les glucides, les sucres et les fibres**¹².

Tableau 4 : Variabilité nutritionnelle des BRSA : différences entre familles.

	Valeur énergétique			Glucides			Sucres			Fibres		
p Kruskal-Wallis ($\alpha=0,0125$)	p<0,0001			p<0,0001			p<0,0001			p<0,0001		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Eaux aromatisées à teneur en sucres < ou = à 2,5g/100ml	50	2,03 i, j	3,38	50	0,33 h,g	0,55	42	0,20 i	0,57	42	0,11 b	0,60
Boissons au thé à teneur en sucres < ou = à 2,5g/100ml	22	1,39 j	0,93	22	0,31 g	0,21	17	0,25 h	0,22	16	0,03 b	0,13
Colas à teneur en sucres < ou = à 2,5g/100ml	56	0,76 j	1,10	56	0,16 h	0,28	52	0,13 h,i	0,30	52	0,06 b	0,16
Limonades à teneur en sucres < ou = à 2,5g/100ml	27	0,80 j	0,53	27	0,08 h	0,11	23	0,07 h,i	0,09	22	0,03 b	0,11
Tonics et Bitters à teneur en sucres < ou = à 2,5g/100ml	5	1,89 h,i,j	1,88	5	0,22 f,h,g	0,35	5	0,18 g,h,i	0,27	5	0,02 b	0,04
Boissons énergisantes à teneur en sucres < ou = à 2,5g/100ml	7	4,00 h,i	2,52	7	0,82 f,h,g	0,82	6	0,30 g,h,i	0,55	6	0,02 b	0,04
Boissons aux fruits à teneur en sucres < ou = à 2,5g/100ml	47	4,56 h	2,54	47	0,98 f	0,63	45	0,89 g	0,59	45	0,07 b	0,17
Eaux aromatisées à teneur en sucres > à 2,5g/100ml	41	16,88 g	3,06	41	4,16 e	0,73	26	4,11 f	0,69	26	0,05 b	0,14
Boissons au thé à teneur en sucres > à 2,5g/100ml	60	26,87 e	3,81	60	6,62 d	0,94	46	6,38 d	0,87	46	0,07 b	0,17
Colas à teneur en sucres > à 2,5g/100ml	32	40,99 c	3,96	32	10,13 b	1,03	27	10,03 b	1,07	26	0,04 b	0,14
Limonades à teneur en sucres > à 2,5g/100ml	61	35,79 d	7,15	61	8,91 c	1,82	49	8,92 c,e	2,00	48	0,05 b	0,14
Tonics et Bitters à teneur en sucres > à 2,5g/100ml	17	32,29 d,e	6,68	17	8,04 c,d	1,69	13	7,24 d,e	1,54	13	0,05 b	0,14
Boissons énergisantes à teneur en sucres > à 2,5g/100ml	20	49,32 b	4,43	20	11,98 a	0,92	18	11,74 a	1,01	17	0,05 b	0,08
Boissons aux fruits gazeuses à teneur en sucres > à 2,5g/100ml	75	40,16 c	4,26	75	9,86 b	1,10	69	9,58 b	1,08	69	0,07 b	0,16
Boissons aux fruits plates à teneur en sucres > à 2,5g/100ml	123	40,37 c	9,20	123	9,79 b	2,24	102	9,09 b,c	2,19	103	0,06 b	0,12
Boissons aux fruits à teneur en fruits > 50%	27	49,99 a,b	12,08	27	11,78 a	2,85	25	11,07 a,b	3,03	25	0,56 a	0,75
Boissons aux légumes et/ou fruits	12	62,97 a	16,57	12	14,02 a	3,47	12	12,89 a	3,34	11	0,95 a	0,53
Boissons pour le sport	15	21,67 f	6,35	15	5,22 e	1,45	14	4,31 f	0,94	14	0,00 b	0,00

Les teneurs moyennes en fibres des familles autres que boissons aux fruits > 50% et boissons aux légumes sont des valeurs censurées. En effet, la majorité des produits étiquettent une teneur en fibres inférieure à un seuil (<0,5g/100ml par exemple), induisant ainsi un biais dans les moyennes par famille.

L'annexe 4 présente l'ensemble des statistiques descriptives par famille de produits ainsi que les teneurs moyennes en nutriments pondérées ou non par les parts de marché.

¹² Pour chaque famille, les différences entre les teneurs moyennes des nutriments d'intérêt ont été étudiées. Lorsque les moyennes du tableau 3 sont en violet, cela signifie qu'au moins une famille se différencie des autres. Les moyennes sans aucune lettre commune (« a » d'une part, « b » d'autre part, par exemple) sont statistiquement et significativement différentes. Celles avec des lettres communes (ex : « b » et « a,b ») ne sont pas statistiquement différentes.

En considérant les 763 produits de l'étude, des différences entre familles sont observées pour la valeur énergétique, les glucides, les sucres et les fibres. Les écarts observés sont principalement dus :

- à la définition des catégories selon la teneur en sucres des produits : les produits à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ présentent donc des valeurs énergétiques moyennes ainsi que des teneurs en glucides et en sucres plus faibles que les produits des familles à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$;
- au sein des produits à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$:
 - les boissons aux fruits à teneur en fruits $> 50\%$ et les boissons aux légumes et/ou fruits présentent les valeurs énergétiques moyennes ainsi que les teneurs en glucides et en sucres les plus élevées. En ce qui concerne les fibres, avec des teneurs plus élevées également, ces deux familles sont différentes de toutes les autres mais identiques entre elles ;
 - les boissons énergisantes se rapprochent des boissons aux fruits à teneur en fruits $> 50\%$ de par leur valeur énergétique moyenne, leurs teneurs en glucides et en sucres ;
 - les colas, les boissons aux fruits plates et les boissons aux fruits gazeuses ont des valeurs énergétiques moyennes ainsi que des teneurs en glucides et en sucres identiques. Elles se rapprochent des boissons aux fruits à teneur en fruits $> 50\%$ en ce qui concerne la teneur en sucres élevée des produits ;
 - les limonades et les tonics et bitters sont identiques en termes de valeurs énergétiques, de teneurs en glucides et en sucres et ces valeurs sont moyennes par rapport aux autres familles ;
 - les boissons au thé ne partagent des équivalences qu'avec les tonics et bitters. Ces familles sont identiques en ce qui concerne la valeur énergétique et les teneurs en glucides et en sucres des produits ;
 - les eaux aromatisées présentent des valeurs énergétiques moyennes ainsi que des teneurs en glucides et en sucres qui se situent dans la tranche basse par rapport aux autres familles. Les boissons pour le sport sont identiques aux eaux aromatisées en termes de teneur en glucides et en sucres ;
- au sein des produits à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$:
 - les boissons énergisantes ainsi que les boissons aux fruits se situent dans la tranche supérieure concernant les valeurs énergétiques, les teneurs en glucides et en sucres ;
 - les colas, les limonades et les tonics et bitters sont équivalents en termes de valeurs énergétiques, de teneurs en glucides et en sucres avec des valeurs plus faibles que les autres familles.

3.2 Variabilité nutritionnelle par segment au sein de chaque famille

Les tableaux 5 et 6 présentent, par famille de produits, les effectifs, moyennes et écarts-types par nutriment et segment de marché. Un premier test a permis d'identifier les nutriments pour lesquels il y avait au moins un segment de marché qui se différenciait des autres (valeurs en violet dans les tableaux 5 et 6). Puis, uniquement pour les résultats significatifs précédents, des tests statistiques effectués deux à deux (comparaisons multiples) ont permis d'identifier les segments de marchés différents. Les moyennes sans aucune lettre commune (« a » d'une part, « b » d'autre part) sont significativement différentes du point de vue statistique. Celles avec des lettres communes (ex : « b » et « ab ») ne sont pas significativement différentes.

Les tests ont été réalisés sur la valeur énergétique, les glucides et les sucres. La différence par segment de marché concernant les fibres n'a été testée que pour les familles qui en contiennent, à savoir les boissons aux fruits à teneur en fruits >50% et les boissons aux légumes et/ou fruits. Pour les autres familles, le p de Kruskal-Wallis est remplacé par NT = Non Testé.

Des différences significatives de composition nutritionnelle entre segments de marché ont été mises en évidence uniquement pour deux familles (Tableaux 5 et 6) :

- les colas à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$;
- les boissons aux fruits gazeuses à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$.

Aucune différence significative n'a été mise en évidence pour les autres familles, présentées dans l'annexe 5. Cependant, les effectifs faibles pour ces dernières ne permettent pas de conclure sur une absence de différence entre segments de marché.

Colas à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml (Tableau 5)

Il existe une différence statistiquement significative entre segments de marché pour les glucides et les sucres. Pour ces nutriments, les produits de marques nationales se distinguent des marques de distributeurs en présentant des teneurs en glucides et en sucres plus élevées. Aucune différence significative entre segment n'est observée pour la valeur énergétique.

Tableau 5 : Variabilité nutritionnelle des colas à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml : différence entre segment de marché.

Colas à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml	p Kruskal-Wallis (α=0,0167)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique (kcal)	0,8671	12	1,15	2,19	29	0,63	0,47	7	0,69	0,40	8	0,73	0,80	56	0,76
Glucides	0,0099	12	0,19 a	0,57	29	0,15 b	0,13	7	0,12 a,b	0,13	8	0,16 a,b	0,15	56	0,16
Sucres	0,0166	12	0,18 a	0,58	29	0,11 b	0,14	4	0,11 a,b	0,13	7	0,12 a,b	0,19	52	0,13
Fibres	NT	12	0,00	0,00	29	0,10	0,21	4	0,00	0,00	7	0,00	0,00	52	0,06

Boissons aux fruits gazeuses à teneur en sucres > 2,5g/100ml (Tableau 6)

Il existe une différence statistiquement significative entre segments de marché pour les glucides et les sucres. Pour ces nutriments, les produits de marques de distributeurs se distinguent des marques nationales avec des teneurs en glucides et en sucres plus élevées. Aucune différence significative entre segment n'est observée pour la valeur énergétique.

Tableau 6 : Variabilité nutritionnelle des boissons aux fruits gazeuses à teneur en sucres > 2,5g/100ml : différence entre segment de marché.

Boissons aux fruits gazeuses à teneur en sucres > 2,5g/100ml	p Kruskal-Wallis (α=0,0167)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique (kcal)	0,1032	22	38,33	5,24	43	40,70	3,10	2	40,00	0,00	8	42,08	5,95	75	40,13
Glucides	0,013	22	9,35 b	1,41	43	10,04 a	0,77	2	9,85 a,b	0,21	8	10,35 a,b	1,39	75	9,86
Sucres	0,0007	21	8,92 b	1,41	39	9,84 a	0,67	2	9,85 a,b	0,21	7	10,06 a,b	1,20	69	9,58
Fibres	NT	21	0,02	0,04	39	0,12	0,20	2	0,05	0,07	7	0,01	0,04	69	0,07

Les variations de teneurs en sucres des familles ci-dessus (-0,07g et -0,92g) ont été extrapolées à l'ensemble des boissons et rapportées à la consommation totale en sucres (voir Tableau 1). Le delta d'apport en sucres ainsi observé, est compris entre -0,05% et -0,7% pour les adultes et entre -0,05% et -1% pour tous les enfants. Les différences de composition nutritionnelle entre segments de marché ont donc des impacts limités en termes d'apport nutritionnel.

4. CARTOGRAPHIES PAR FAMILLE

Les cartographies permettent de présenter la structuration de l'offre, à partir des produits collectés, en intégrant les caractéristiques nutritionnelles. L'objectif de cette représentation est de voir lors de futures études comment cette structuration de l'offre peut éventuellement évoluer dans le temps.

Pour chaque famille, ces cartographies (Annexe 6) présentent les teneurs en sucres et la valeur énergétique (ou les teneurs en sucres et en fibres pour les familles de boissons aux fruits à teneur en fruits >50% et les boissons aux légumes et/ou fruits) de chacun des produits. **Seuls les produits qui possèdent à la fois une teneur en sucres et une valeur énergétique (ou à la fois une teneur en sucres et en fibres) étiquetées sont considérés.** Chaque point correspond donc à un produit de la famille étudiée. Pour chacune d'elles, les segments de marché sont distingués par une couleur différente.

5. TRAITEMENTS SUPPLEMENTAIRES

Cette partie porte sur les additifs et les matières sucrantes les plus fréquemment rencontrés dans les BRSA.

Il s'agit donc, pour ces deux catégories d'ingrédients, de :

- Dresser un état des lieux dans les BRSA : quels sont ces additifs et matières sucrantes ? Sont-ils présents dans toutes les familles ? A quelle fréquence ?
- Etudier l'occurrence simultanée des additifs ou des matières sucrantes par famille de produits

5.1 Etude des additifs

5.1.1 Etude des additifs, toutes fonctions confondues

D'après le règlement (CE) No 1333/2008 sur les additifs alimentaires¹³, « on entend par « **additif alimentaire** » : toute substance habituellement non consommée comme aliment en soi et non utilisée comme ingrédient caractéristique dans l'alimentation, possédant ou non une valeur nutritive, et dont l'adjonction intentionnelle aux denrées alimentaires, dans un but technologique, au stade de leur fabrication, transformation, préparation, traitement, conditionnement, transport ou entreposage a pour effet, ou peut raisonnablement être estimée avoir pour effet, qu'elle devient elle-même ou que ses dérivés deviennent, directement ou indirectement, un composant de ces denrées alimentaires. »

Dans cette étude, seuls les additifs sous la forme « E xxx » ont été retenus. Ils ont été classés dans les catégories suivantes :

- les colorants ;
- les édulcorants ;
- les autres, dont les fonctions, potentiellement multiples (conservateurs, acidifiants, correcteurs d'acidité, etc.), ne sont pas toujours identifiables selon les produits.

¹³ RÈGLEMENT (CE) No 1333/2008 DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 16 décembre 2008 sur les additifs alimentaires (Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)

L'examen des listes d'ingrédients des 763 BRSA met en évidence que **92% des BRSA contiennent au moins un additif**. Sur les 81 additifs rencontrés dans l'ensemble des produits étudiés, le tableau 7 présente les dix additifs les plus fréquents, en premier lieu l'acide citrique, relevé dans 76% des produits.

Tableau 7 : Liste des 10 additifs les plus fréquemment rencontrés dans les BRSA étudiés

Top 10 des additifs relevés dans la base	Fonction de l'additif	Nombre de produits contenant l'additif	Proportion vs total produits (n=763)
E330 : ACIDE CITRIQUE	correcteur d'acidite	580	76%
E300 : ACIDE ASCORBIQUE	correcteur d'acidite	262	34%
E950 : ACESULFAME K	edulcorant ; exhausteur de gout	220	29%
E951 : ASPARTAME	edulcorant ; exhausteur de gout	180	24%
E331 : CITRATES DE SODIUM	correcteur d'acidite	144	19%
E202 : SORBATE DE POTASSIUM	conservateur	122	16%
E445 : ESTERS GLYCERIQUE DE RESINE DE BOIS	émulsifiant ; stabilisant	109	14%
E150D : CARAMEL AU SULFITE D' AMMONIUM	colorant	109	14%
E338 : ACIDE PHOSPHORIQUE	correcteur d'acidite	93	12%
E414 : GOMME D' ACACIA	épaississant ; stabilisant ; émulsifiant	75	10%

Concernant le nombre d'additifs présents dans les produits, la figure 28 illustre le fait que **65% des BRSA contiennent au moins 3 additifs et que 45% en contiennent au moins 4**.

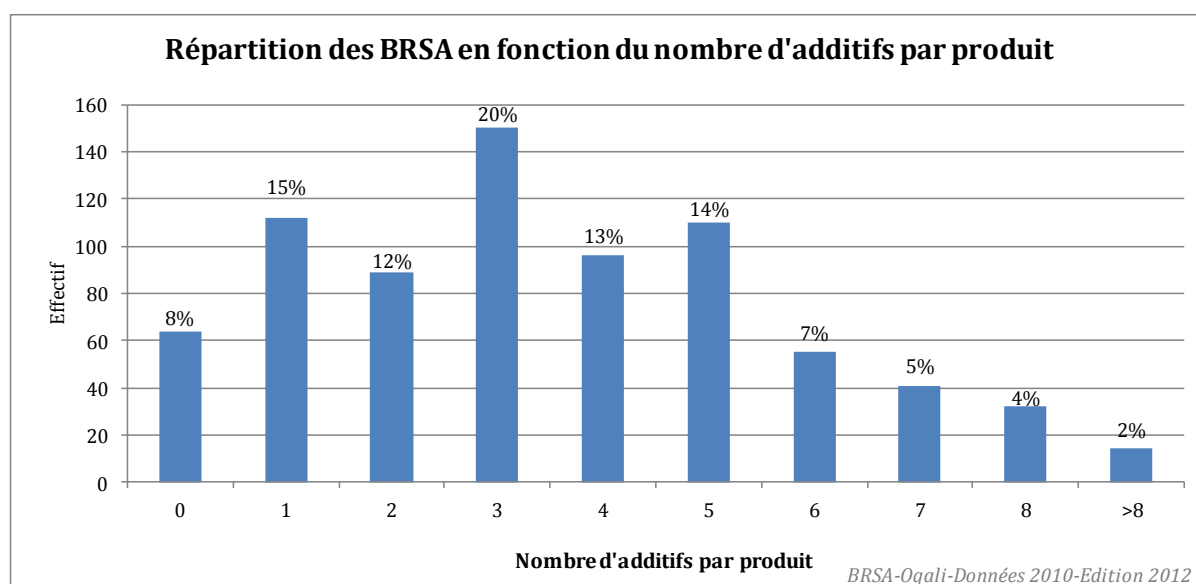


Figure 28 : Répartition des 763 BRSA en fonction du nombre d'additifs par produit

Le tableau 8 présente le nombre de produits contenant au moins un additif par famille, puis les nombres moyens, minimum et maximum d'additifs dans les produits par famille. En dehors des boissons aux légumes et/ou fruits (dont 25% contiennent au moins un additif), des boissons aux fruits à teneur en fruits > 50% (53%), et des eaux aromatisées à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml (77%), la proportion de produits avec additifs est supérieure à 90% pour toutes les familles.

Les nombres moyens d'additifs par produit les plus élevés se retrouvent au sein des familles des boissons pour le sport (6,5 additifs par produit en moyenne), des boissons énergisantes à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml (6,4) et des boissons aux fruits à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml (6,4).

Tableau 8 : Occurrences d'additifs dans les familles de BRSA

Etude par famille des produits ayant au moins 1 additif	Nombre de produits ayant au moins 1 additif	% vs total famille	Nombre moyen d'additifs par produit	Nombre minimum d'additifs par produit	Nombre maximum d'additifs par produit
eaux aromatisées a teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml (n=52)	40	77%	3,1	1	8
boissons au the a teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml (n=25)	25	100%	4,9	1	7
colas a teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml (n=59)	59	100%	5,3	3	10
limonades a teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml (n=35)	35	100%	5,5	3	9
tonics et bitters a teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml (n=5)	5	100%	4,2	3	8
boissons énergisantes a teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml	7	100%	6,4	5	8
boissons aux fruits a teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml (n=49)	47	96%	6,4	2	12
eaux aromatisées a teneur en sucres > 2,5g/100ml (n=42)	41	98%	1,9	1	6
boissons au the a teneur en sucres > 2,5g/100ml (n=66)	64	97%	3,0	1	7
colas a teneur en sucres > 2,5g/100ml (n=35)	33	94%	2,2	2	5
limonades a teneur en sucres > 2,5g/100ml (n=72)	72	100%	2,9	1	9
tonics et bitters a teneur en sucres > 2,5g/100ml (n=19)	17	89%	2,5	1	6
boissons énergisantes a teneur en sucres > 2,5g/100ml	20	95%	3,8	1	6
boissons aux fruits gazeuses a teneur en sucres >	79	95%	4,2	1	8
boissons aux fruits plates a teneur en sucres > 2,5g/100ml	123	90%	3,5	1	8
boissons aux fruits a teneur en fruits > 50% (n=30)	16	53%	1,9	1	4
boissons aux legumes et/ou fruits (n=12)	3	25%	2,0	1	4
boissons pour le sport (n=15)	15	100%	6,5	3	9

La figure 29 présente la répartition des BRSA contenant au moins un additif selon la teneur en sucres. Dans chacune des catégories de teneur en sucres ($>$ ou $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$), **plus de 90% des boissons présentent au moins un additif.**

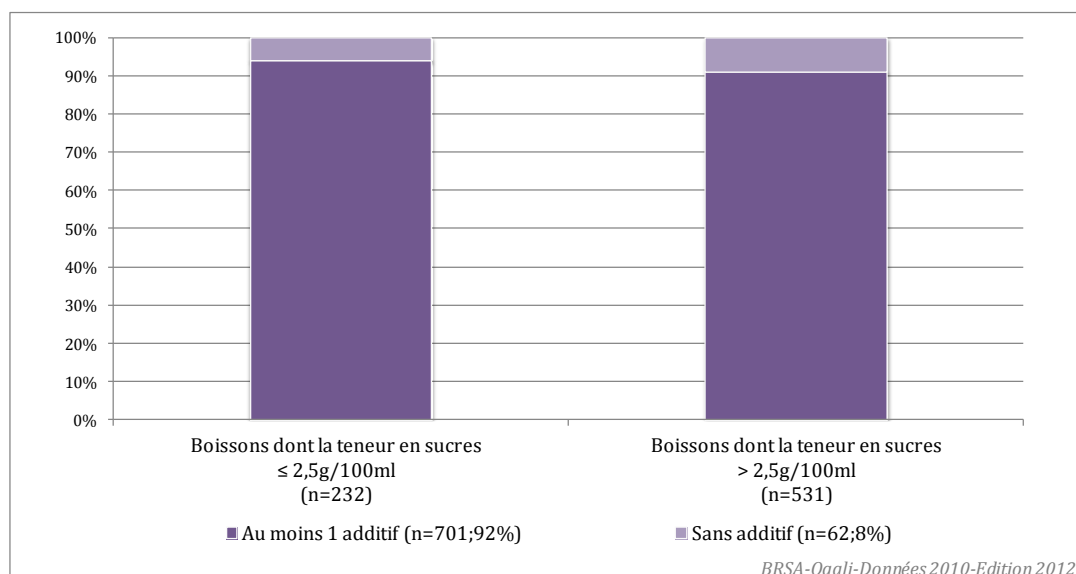


Figure 29 : Répartition des 763 BRSA avec ou sans additif selon la catégorie ($>$ ou $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$)

Tous les segments de marché sont concernés par la présence d'additifs (Figure 30) : 98% des marques de distributeurs entrée de gamme (n=44), 93% des marques de distributeurs (n=352), 90% des marques nationales (n=208) et 87% des produits de hard discount (n=97). Les marques de distributeur représentent environ la moitié des produits de chacune des catégories : 49% des boissons à teneur $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=107) et 51% des boissons à teneur $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=245).

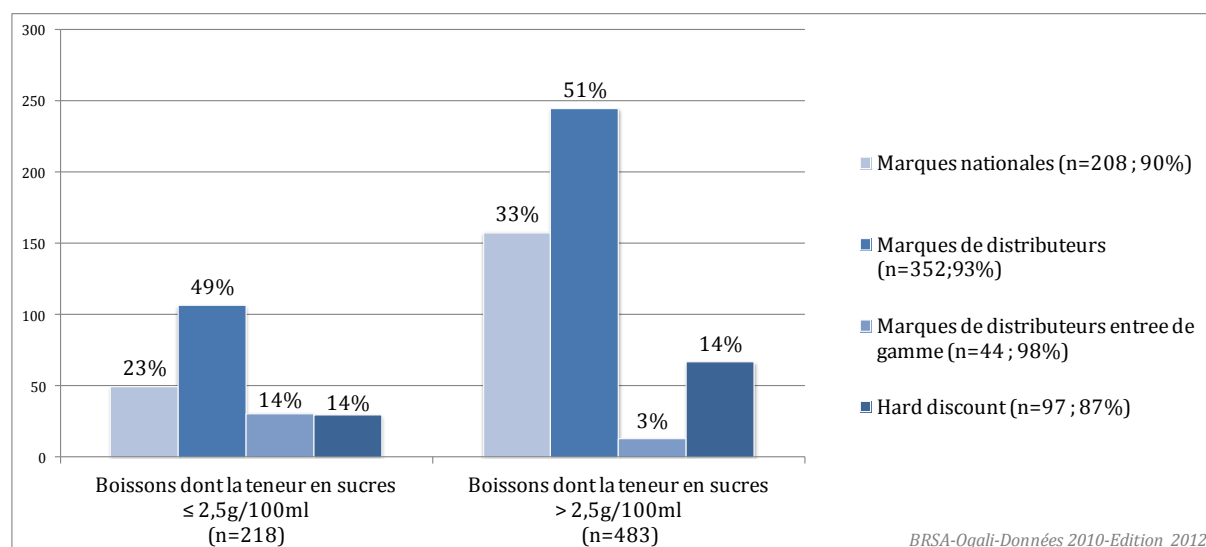


Figure 30 : Répartition des BRSA contenant au moins un additif en fonction de la catégorie ($>$ ou $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$) et des segments de marché

5.1.2 Etude des colorants

Dans les 763 BRSA étudiées, les colorants représentent 36% des additifs rencontrés (soit 29 colorants différents). **46% des BRSA contiennent au moins un colorant** (n=353).

Le tableau 9 présente les dix colorants les plus fréquemment rencontrés dans les BRSA, le premier étant le caramel au sulfite d'ammonium, retrouvé par exemple dans les colas.

Tableau 9 : Liste des 10 colorants les plus fréquemment rencontrés dans les BRSA étudiées

Top 10 des colorants relevés dans les BRSA	Nombre de produits contenant le colorant	% vs total produits (n=763)
E150D : CAMEL AU SULFITE D'AMMONIUM	109	14%
E160A(II) : BETA-CAROTENE	47	6%
E160C : EXTRAIT DE PAPRIKA CAPSANTHEINE CAPSORUBINE	39	5%
E161B: LUTEINE	33	4%
E120 : COCHENILLE ACIDE CARMINIQUE CARMINES	32	4%
E110 : JAUNE ORANGE S	30	4%
E129 : ROUGE ALLURA AC	18	2%
E150A : CAMEL ORDINAIRE	17	2%
E102 : TARTRAZINE	17	2%
E163 : ANTHOCYANES	17	2%

La figure 31 présente le nombre de produits contenant 0, 1, 2 ou 3 colorants. **Parmi les BRSA qui contiennent des colorants (n=353), 72% des produits n'en contiennent qu'un** (n=254). 25% en contiennent deux (n=87).

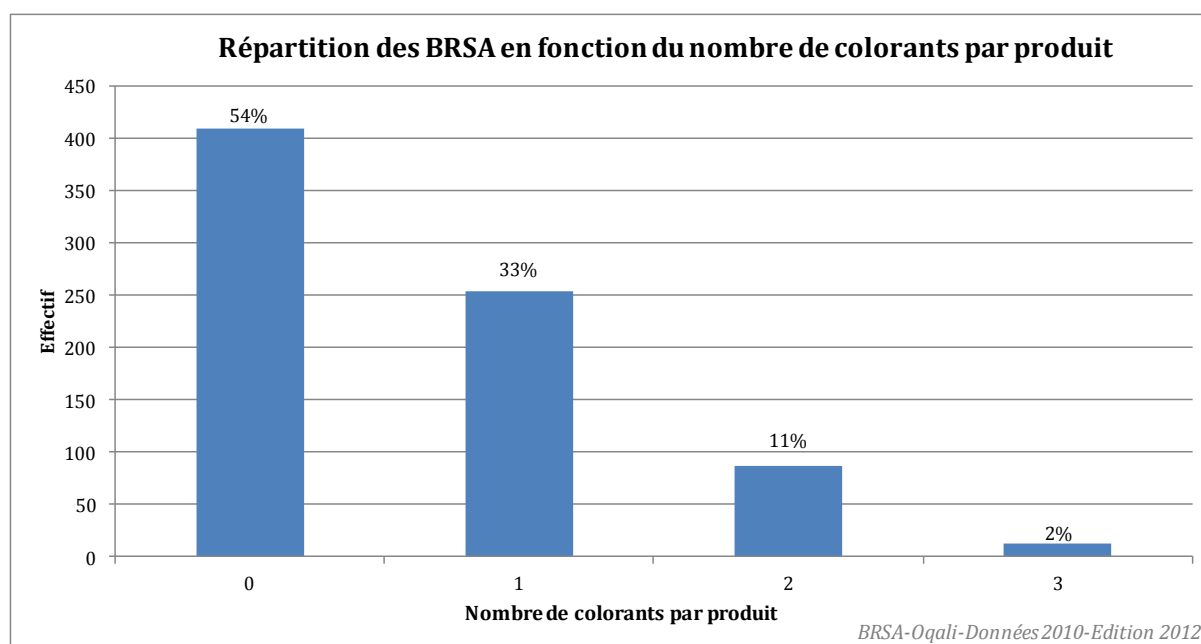


Figure 31 : Répartition des 763 BRSA en fonction du nombre de colorants par produit

Le tableau 10 présente le nombre de produits contenant au moins un colorant par famille, puis les nombres moyens, minimum et maximum de colorants dans les produits par famille. Les proportions de produits avec colorants par famille varient de 0% pour les boissons aux légumes et/ou fruits à 100% pour les colas à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ et les boissons énergisantes à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$.

Les nombres moyens de colorants par produit sont sensiblement les mêmes d'une famille à une autre, compris entre 1 et 1,6.

Tableau 10 : Occurrences de colorants par famille de BRSA

Etude par famille des produits ayant au moins 1 colorant	Nombre de produits	% vs total famille	Nombre moyen de colorants par produits	Nombre minimum de colorants par produit	Nombre maxium de colorants par produit
eaux aromatisées a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=52)	2	4%	1,5	1	2
boissons au the a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=25)	5	20%	1,0	1	1
colas a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=59)	59	100%	1,1	1	2
limonades a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=35)	16	46%	1,6	1	3
tonics et bitters a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=5)	0	0%	0	0	0
boissons énergisantes a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=7)	7	100%	1,3	1	2
boissons aux fruits a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=49)	25	51%	1,4	1	3
eaux aromatisées a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=42)	2	5%	1,0	1	1
boissons au the a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=66)	5	8%	1,2	1	2
colas a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=35)	33	94%	1,0	1	1
limonades a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=72)	25	35%	1,6	1	3
tonics et bitters a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=19)	4	21%	1,5	1	2
boissons énergisantes a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=21)	17	81%	1,4	1	2
boissons aux fruits gazeuses a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=83)	57	69%	1,4	1	3
boissons aux fruits plates a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=136)	80	59%	1,5	1	3
boissons aux fruits a teneur en fruits $> 50\%$ (n=30)	6	20%	1,0	1	1
boissons aux légumes et/ou fruits (n=12)	0	0%	0,0	0	0
boissons pour le sport (n=15)	10	67%	1,1	1	2

5.1.3 Etude des édulcorants

235 produits sur 763 BRSA (31%) sont concernés par la présence d'au moins un édulcorant intense. Les six édulcorants intenses (désignés dans ce rapport par *édulcorants*) rencontrés dans les BRSA sont présentés dans le tableau 11 :

Tableau 11 : Liste des édulcorants rencontrés dans les BRSA étudiées

Edulcorants rencontrés dans les BRSA	Nombre de produits contenant l'édulcorant	% vs total produits (n=763)
E950: ACESULFAME K	220	29%
E951: ASPARTAME	180	24%
E955: SUCRALOSE	50	7%
E954: SACCHARINE ET SES SELS DE NA-K ET DE CA	36	5%
E952: ACIDE CYCLAMIQUE ET SES SELS DE NA ET DE CA	24	3%
REBAUDIOSIDE A	3	0%

Parmi les édulcorants, l'acesulfame K et l'aspartame sont les plus fréquents. Les données collectées sur la période 2009-2010 ne rendent pas encore compte de l'utilisation croissante du Rébaudioside A dont l'emploi a été autorisé récemment.

La figure 32 présente le nombre de produits contenant 0, 1, 2, 3 ou 4 édulcorants. **Parmi les BRSA qui contiennent des édulcorants (n=235), 78% en contiennent deux (n=183).**

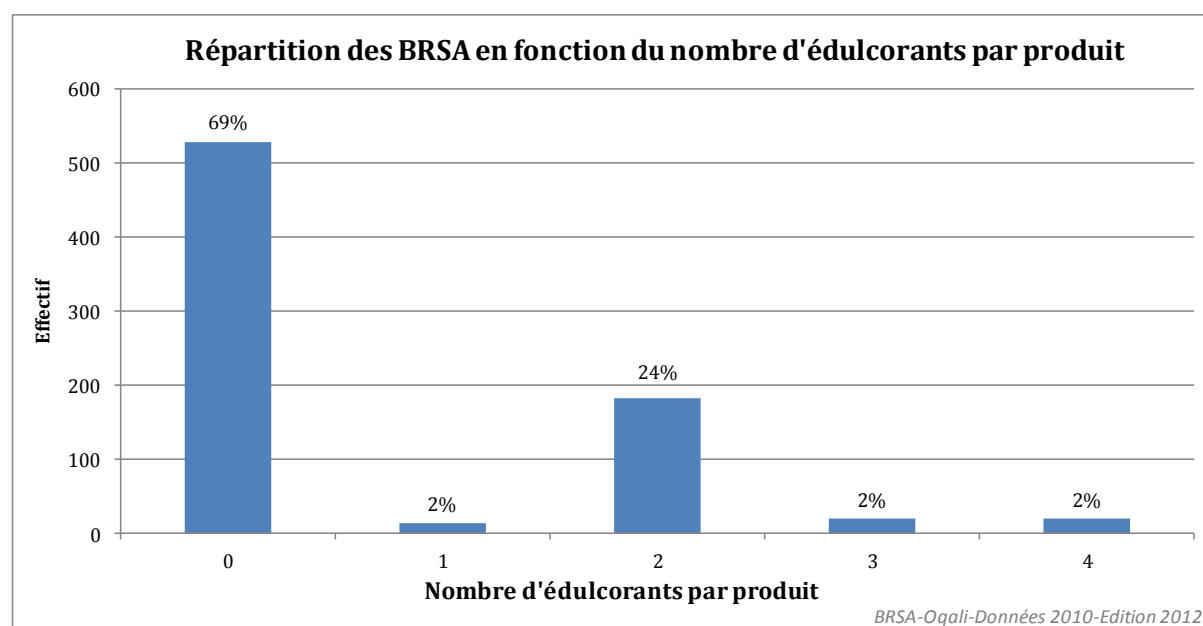


Figure 32 : Répartition des 763 BRSA en fonction du nombre d'édulcorants par produit

Le tableau 12 présente le nombre de produits contenant au moins un édulcorant par famille, puis les nombres moyens, minimum et maximum d'édulcorants dans les produits par famille.

Pour les boissons à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$, à l'exception des eaux aromatisées (dont 38% des produits contiennent au moins un édulcorant), toutes les familles comprennent plus de 90% de produits avec au moins un édulcorant. Les nombres moyens d'édulcorants sont compris entre 1,9 pour les eaux aromatisées et 2,6 pour les limonades.

Au sein des boissons à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$, la proportion de produits contenant au moins un édulcorant varie de 0% pour les boissons aux légumes et les eaux aromatisées, à 40% pour les boissons pour le sport. Les nombres moyens d'édulcorants par produit sont compris entre 1 pour les boissons énergisantes et 2,3 pour les limonades.

Tableau 12 : Occurrences d'édulcorants par famille de BRSA

Etude par famille des produits contenant au moins 1 édulcorant	Nombre de produits	% vs total famille	Nombre moyen d'édulcorants par produit	Nombre minimum d'édulcorants par produit	Nombre maximum d'édulcorants par produit
eaux aromatisées a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=52)	20	38%	1,9	1	2
boissons au the a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=25)	23	92%	2,0	2	2
colas a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=59)	59	100%	2,3	1	4
limonades a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=35)	35	100%	2,6	1	4
tonics et bitters a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=5)	5	100%	2,4	2	3
boissons énergisantes a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=7)	7	100%	2,4	2	4
boissons aux fruits a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=49)	46	94%	2,1	1	3
eaux aromatisées a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=42)	0	0%	0,0	0	0
boissons au the a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=66)	1	2%	3,0	3	3
colas a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=35)	3	9%	1,3	1	2
limonades a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=72)	12	17%	2,3	1	4
tonics et bitters a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=19)	5	26%	2,0	2	2
boissons énergisantes a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=21)	2	10%	1,0	1	1
boissons aux fruits gazeuses a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=83)	3	4%	2,0	2	2
boissons aux fruits plates a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=136)	5	4%	1,4	1	2
boissons aux fruits a teneur en fruits $> 50\%$ (n=30)	3	10%	2,0	2	2
boissons aux légumes et/ou fruits (n=12)	0	0%	0,0	0	0
boissons pour le sport (n=15)	6	40%	2,0	2	2

5.1.4 Etude de la co-occurrence d'additifs dans les BRSA

La figure 33 présente, par famille, le nombre de produits contenant :

- aucun additif ;
- un type d'additifs (colorants, édulcorants ou autres) ;
- une combinaison d'au moins deux types d'additifs (colorants et autres ou édulcorants et autres ; il n'existe aucun produit combinant uniquement des colorants et des édulcorants sans aucun autre type d'additif) ;
- une combinaison d'au moins trois types d'additifs (colorants, édulcorants et autres).

Les produits sans additif représentent 8% du secteur des BRSA (n=64). Ils sont présents dans toutes les familles de boissons à teneur en sucres > 2,5g/100ml à l'exception des limonades et des boissons pour le sport et représentent 9% (n=50 sur 531) des produits de cette catégorie. Dans les boissons à teneur ≤ 2,5g/100ml, ils ne se retrouvent que dans les eaux aromatisées et les boissons aux fruits et représentent 6% de cette catégorie (n=14 sur 232).

Les colorants seuls (n=2) et les édulcorants seuls (n=4 ; 1% des produits du secteur) sont peu utilisés. Les premiers se retrouvent dans les boissons aux fruits plates et les boissons à teneur en fruits > 50% et les seconds se retrouvent dans les boissons aux fruits à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml et les boissons à teneur en fruits > 50%.

Les « autres » seuls représentent 32% des produits du secteur (n=247) et 91% d'entre eux se trouvent dans les boissons à teneur en sucres > 2,5g/100ml (n=225 sur 247). Ils sont très utilisés dans les eaux aromatisées (n=39 ; 93% de la famille) et dans les boissons au thé (n=59 ; 89% de la famille). Ces produits représentent 42% de la catégorie (n=225 sur 531).

La co-occurrence de colorants et d'autres types d'additifs représente 28% des produits du secteur (n=215) et se retrouve à 99% dans les boissons à teneur en sucres > 2,5g/100ml (n=214 sur 215). Elle constitue 40% des produits de la catégorie (n=214 sur 531) et apparaît dans toutes les familles sauf les boissons aux légumes et/ou fruits. 86% des produits de la famille des colas présentent cette combinaison.

La co-occurrence d'édulcorants et d'autres types d'additifs se retrouve dans 12% des produits du secteur (n=95) et 84% des produits présentant cette combinaison apparaissent dans les boissons à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml (n=80 sur 95). Au sein de cette catégorie, la co-occurrence « édulcorants et autres » concerne 34% des produits (n=80 sur 232) dont 100% des tonics et bitters.

La combinaison des colorants, édulcorants et autres types d'ingrédients représente 18% des produits du secteur (n=136). Elle se retrouve à hauteur de 83% dans les boissons à teneur en

sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=113 sur 136). Au sein de cette catégorie, 100% des colas et des boissons énergisantes présentent cette combinaison. Ainsi 49% des produits de cette catégorie présentent la combinaison de colorants, édulcorants et autres (n=113 sur 232) contre 4% pour la catégorie des boissons à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$.

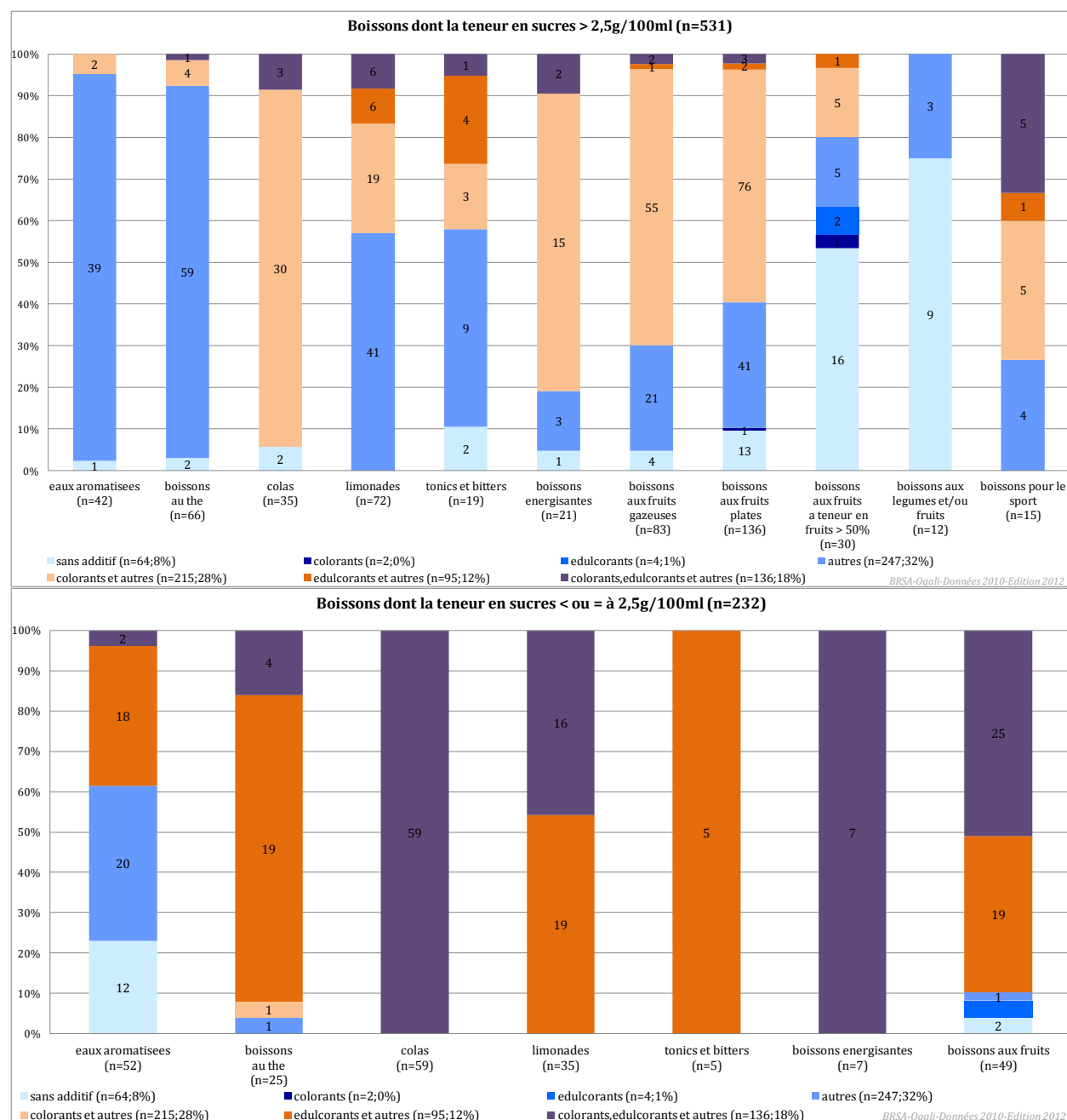


Figure 33 : Co-occurrences d'additifs par famille de BRSA

5.2 Etude des matières sucrantes

5.2.1 Etude des sucres, sirops et édulcorants

Les matières sucrantes ont été classées selon les catégories suivantes :

- les sucres ;
- les sirops ;
- les édulcorants.

L'examen des matières sucrantes dans les 763 BRSA met en évidence que **91% des BRSA contiennent au moins une matière sucrante.**

Le tableau 13 présente les 21 matières sucrantes telles que rencontrées dans les BRSA étudiées. Elles seront regroupées par nature (sucre, sirop ou édulcorant) pour la suite de l'étude.

Tableau 13 : Liste des matières sucrantes rencontrées dans les BRSA étudiées

Liste des matières sucrantes relévées dans les listes d'ingrédients des BRSA	Nature de la matière sucrante	Nombre de produits	% vs total produits (n=763)
SUCRE	sucre	446	58%
E950: ACESULFAME K	édulcorant	220	29%
E951: ASPARTAME	édulcorant	180	24%
SIROP DE GLUCOSE-FRUCTOSE	sirop	87	11%
E955: SUCRALOSE	édulcorant	50	7%
E954: SACCHARINE ET SES SELS DE NA-K ET DE CA	édulcorant	36	5%
E952: ACIDE CYCLAMIQUE ET SES SELS DE NA ET DE CA	édulcorant	24	3%
SIROP DE SUCRE INVERTI	sirop	23	3%
FRUCTOSE	sucre	19	2%
SUCRE DE CANNE	sucre	10	1%
SACCHAROSE	sucre	9	1%
DEXTROSE	sucre	8	1%
SIROP DE GLUCOSE	sirop	7	1%
GLUCOSE	sucre	6	1%
SIROP DE FRUCTOSE	sirop	5	1%
SIROP DE SUCRE DE CANNE	sirop	4	1%
REBAUDIOSIDE A	édulcorant	3	0%
SIROP DE SUCRE CAMELISE	sirop	3	0%
SIROP DE SUCRES EXTRAITS DE FRUITS	sirop	3	0%
SUCRE CAMELISE	sucre	3	0%
SIROP DE GLUCOSE DESHYDRATE	sirop	1	0%

D'après le tableau 13, 67% des produits contiennent des édulcorants, 66% des produits contiennent des sucres et 17% des produits contiennent des sirops.

La figure 34 présente la répartition des BRSA en fonction du nombre de matières sucrantes par produit. **80% des produits contiennent une ou deux matières sucrantes.** Parmi les BRSA contenant des matières sucrantes (695), 54% n'en contiennent qu'une (n=372) et 34% en contiennent deux (n=234).

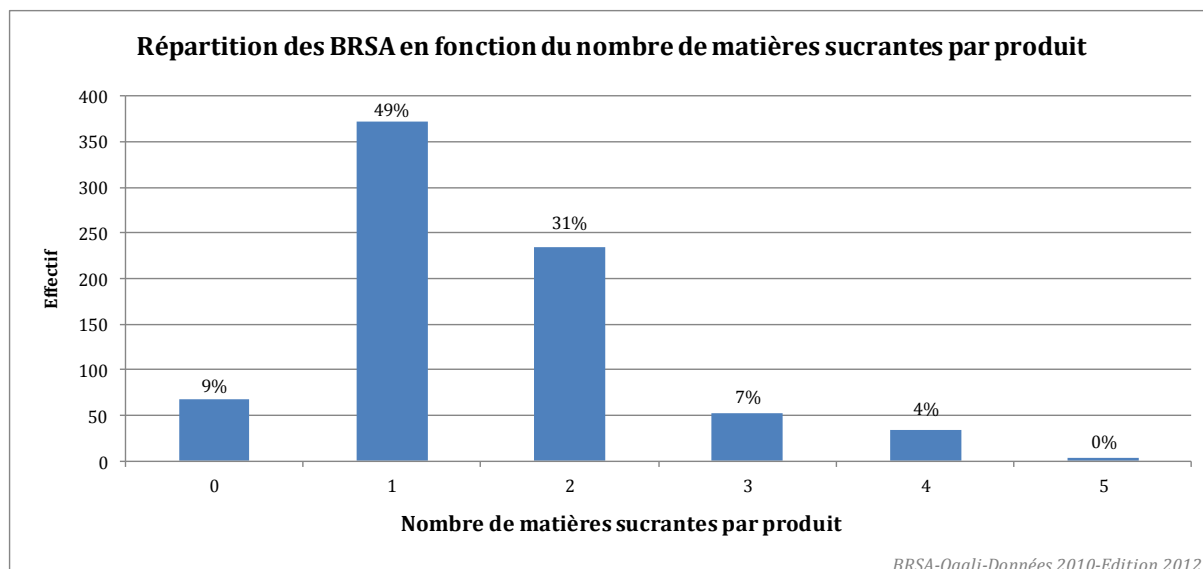


Figure 34 : Répartition des 763 BRSA en fonction du nombre de matières sucrantes par produit

Le tableau 14 présente le nombre de produits contenant au moins une matière sucrante par famille, puis les nombres moyens, minimum et maximum de matières sucrantes dans les produits par famille.

A l'exception des eaux aromatisées à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (dont 56% des produits contiennent au moins une matière sucrante), des boissons à teneur en fruits $> 50\%$ (43%) et des boissons aux légumes et/ou fruits (0%), la proportion de produits contenant des matières sucrantes par famille est supérieure à 90% pour l'ensemble des familles.

Les nombres moyens de matières sucrantes par produit sont plus élevés pour les boissons à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ avec un maximum de 2,9 matières sucrantes par produit en moyenne pour les boissons énergisantes (n=7).

Tableau 14 : Occurrences de matières sucrantes dans les BRSA

Etude par famille des produits contenant au moins 1 matière sucrante	Nombre de produits	% vs total famille	Nombre moyen de matières sucrantes par produit	Nombre minimum de matières sucrantes par produit	Nombre maximum de matières sucrantes par produit
eaux aromatisées a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=52)	29	56%	1,7	1	2
boissons au the a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=25)	23	92%	2,2	2	3
colas a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=59)	59	100%	2,3	2	4
limonades a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=35)	35	100%	2,6	1	4
tonics et bitters a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=5)	5	100%	2,6	2	4
boissons énergisantes a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=7)	7	100%	2,9	2	5
boissons aux fruits a teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=49)	49	100%	2,1	1	3
eaux aromatisées a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=42)	41	98%	1,4	1	3
boissons au the a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=66)	62	94%	1,1	1	4
colas a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=35)	34	97%	1,1	1	3
limonades a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=72)	72	100%	1,6	1	4
tonics et bitters a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=19)	18	95%	2,0	1	4
boissons énergisantes a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=21)	20	95%	2,0	1	3
boissons aux fruits gazeuses a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=83)	79	95%	1,2	1	3
boissons aux fruits plates a teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (n=136)	134	99%	1,4	1	4
boissons aux fruits a teneur en fruits $> 50\%$ (n=30)	13	43%	1,5	1	3
boissons aux légumes et/ou fruits (n=12)	0	0%	0,0	0	0
boissons pour le sport (n=15)	15	100%	2,7	1	5

5.2.2 Etude des co-occurrences de matières sucrantes

La figure 35 présente, par famille, le nombre de produits contenant :

- aucune matière sucrante ;
- un type de matières sucrantes (sucres, sirops ou édulcorants) ;
- une combinaison de deux types de matières sucrantes (sucres et sirops, sucres et édulcorants, sirops et édulcorants) ;
- une combinaison de trois types de matières sucrantes (sucres, sirops et édulcorants).

Les boissons sans matière sucrante représentent 9% des produits du secteur (n=68). 63% d'entre elles se retrouvent dans les boissons à teneur en sucres > 2,5g/100ml (n=43 sur 68), principalement dans les boissons aux légumes et/ou fruits (où elles constituent la totalité des produits) et dans les boissons aux fruits à teneur en fruits > 50% (où elles représentent plus de la moitié des produits de la famille). Dans les boissons à teneur en fruits ≤ 2,5g/100ml, les produits sans matière sucrante se retrouvent dans les eaux aromatisées (à hauteur de 44% de la famille, n=23) et dans les boissons au thé (à hauteur de 8%, n=2)

Les sucres seuls sont présents dans 46% des produits du secteur (n=354) et se retrouvent majoritairement dans les boissons à teneur en sucres > 2,5g/100ml. En effet, 98% des boissons avec sucres seuls se trouvent dans cette catégorie (n=347 sur 354). Ces boissons concernent toutes les familles de produits à teneur en sucres > 2,5g/100ml (à l'exception des boissons aux légumes et/ou fruits) et représentent 65% des produits de la catégorie (n=347 sur 531). Dans les boissons à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml, seules les eaux aromatisées (n=5) et les boissons aux fruits (n=2) présentent des produits avec des sucres seuls.

Les édulcorants seuls sont présents dans 25% des produits du secteur (n=188) et 97% d'entre eux se retrouvent dans les boissons à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml (n=183 sur 188). Toutes les familles de cette catégorie comprennent des produits avec édulcorants seuls qui représentent 79% de la totalité des boissons de la catégorie (n=183 sur 232). Au sein des boissons à teneur en sucres > 2,5g/100ml, seules les familles des limonades, des boissons aux fruits plates ainsi que des boissons à teneur en fruits > 50% comprennent respectivement 2, 1 et 2 produits avec édulcorants seuls.

Les sirops seuls sont présents dans 4% des produits du secteur (n=27) et principalement dans les boissons à teneur en sucres > 2,5g/100ml (85% d'entre eux, n=23 sur 27). Ils ne représentent que 4% des produits de la catégorie (n=23 sur 531).

La co-occurrence de sucres et de sirops se retrouve dans 10% des produits du secteur (n=79) et 99% de ces produits appartiennent à la catégorie des boissons à teneur en sucres > 2,5g/100ml (n=78 sur 79) et notamment aux boissons énergisantes (38% de la famille, n=8 sur 21). Dans cette catégorie, la co-occurrence de sucres et de sirops se retrouve dans 15% des produits. Seules les eaux aromatisées présente également cette combinaison dans la catégorie des boissons à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml (n=1).

La co-occurrence de sucres et d'édulcorants apparaît dans 3% des produits du secteur (n=25). 84% des produits présentant cette combinaison de matières sucrantes se retrouvent dans les boissons à teneur en sucres > 2,5g/100ml (n=21 sur 25).

La combinaison de sirops et d'édulcorants représente 1% des produits du secteur (n=8). Ces derniers sont tous compris dans les boissons à teneur en sucres $\leq$ 2,5g/100ml au sein des familles des boissons au thé (n=5), des boissons énergisantes (n=1) et des boissons aux fruits (n=2).

La co-occurrence de sucres, sirops et édulcorants se retrouve dans 2% des produits du secteur (n=14). Ces produits appartiennent tous à la catégorie des boissons à teneur en sucres > 2,5g/100ml.



Figure 35 : Co-occurrences de matières sucrantes par famille de BRSA

92% des BRSA contiennent au moins un additif et le plus fréquent est l'acide citrique, présent dans 76% des produits. **65% des BRSA contiennent au moins trois additifs et 45% en contiennent au moins quatre.** Toutes les familles et tous les segments de marché sont concernés.

46% des BRSA contiennent au moins un colorant. Parmi les BRSA qui contiennent des colorants (n=353), **72% des produits n'en contiennent qu'un** (n=254). Toutes les familles sont concernées à l'exception des tonics et bitters à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ et des boissons aux légumes et/ou fruits.

31% des produits contiennent au moins un édulcorant. Parmi les BRSA qui contiennent des édulcorants (n=235), **78% en contiennent deux** (n=183). Les eaux aromatisées à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ ainsi que les boissons aux légumes et/ou fruits ne comprennent aucun produit avec des édulcorants.

Les boissons à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ combinent les édulcorants, les colorants et d'autres types d'additifs (type acidifiants, conservateurs, etc.) dans 49% des cas, et les édulcorants et « autres » dans 34% des cas.

Les boissons à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ font majoritairement intervenir les « autres » types d'additifs (47% des produits de la catégorie), éventuellement combinés aux colorants (40% des produits).

Les boissons sans additif apparaissent principalement dans les boissons aux légumes et/ou fruits, dans les boissons aux fruits à teneur en fruits $> 50\%$ et dans les eaux aromatisées à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (57% des produits sans additif).

91% des BRSA contiennent au moins une matière sucrante. 67% des produits contiennent des édulcorants, 66% contiennent des sucres et 17% des sirops. **80% des produits contiennent une ou deux matières sucrantes.** Seules les boissons aux légumes ne comprennent aucun produit contenant des matières sucrantes.

Les boissons à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ utilisent principalement les édulcorants seuls (79% des produits de la catégorie).

Les boissons à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ font majoritairement intervenir les sucres seuls (65% des produits), pouvant être combinés à des sirops (15%).

Les produits sans matière sucrante apparaissent principalement dans les boissons aux légumes et/ou fruits, dans les boissons aux fruits à teneur en fruits $> 50\%$ et dans les eaux aromatisées à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (76% des produits sans matière sucrante).

6. CONCLUSIONS

L'étude du secteur comprend 763 produits, prélevés entre 2009 et 2010 et répartis en 18 familles en fonction de la teneur en sucres des produits. 11 premières familles de boissons sont constituées de produits dont la teneur en sucres est $> 2,5\text{g}/100\text{ ml}$: les eaux aromatisées, les boissons au thé, les colas, les limonades, les tonics et bitters, les boissons énergisantes, les boissons aux fruits gazeuses, les boissons aux fruits plates, les boissons aux fruits à teneur en fruits $> 50\%$, les boissons aux légumes et/ou fruits et les boissons pour le sport. 7 autres familles regroupent des produits dont les teneurs en sucres sont $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$: les eaux aromatisées, les boissons au thé, les colas, les limonades, les tonics et bitters, les boissons énergisantes et les boissons aux fruits. La valeur de $2,5\text{g}/100\text{ml}$ a notamment été choisie car il s'agit d'un seuil réglementaire défini dans l'annexe du rectificatif au règlement (CE) n°1924/2006¹⁴ pour l'accès à l'allégation « faible teneur en sucres ».

L'ensemble des produits étudiés couvre¹⁵ au moins 78% du marché des BRSA en volume.

6.1 Conclusions sur les paramètres d'étiquetage

Parmi les 763 produits collectés, 91% présentent un étiquetage nutritionnel. 75% des produits possèdent un étiquetage nutritionnel détaillé de groupe 2/2+ et 16% de groupe 1/1+. L'ensemble des segments de marché privilégie l'étiquetage nutritionnel détaillé de groupe 2/2+, avec 84% des marques nationales concernées, 80% des marques de distributeurs, 55% des produits du hard discount et 42% des produits de marques de distributeurs entrée de gamme (soit respectivement 194, 303, 61 et 19 produits).

31% des BRSA étudiées présentent au moins une allégation nutritionnelle (n=238). Ces allégations sont retrouvées sur 43% des produits de marques nationales (n=98), 29% des marques de distributeurs (n=109) et 26% des produits de hard discount (n=29).

Sur les 763 BRSA, 30 (soit 4%) présentent une allégation de santé.

Les repères nutritionnels, présents sur 57% des BRSA étudiées, sont retrouvés sur 64% des marques de distributeurs (n=243), 62% des marques nationales (n=143), 32% des produits de hard discount (n=36) et 31% des marques de distributeurs entrée de gamme (n=14).

10% des BRSA présentent une recommandation de consommation. Ces recommandations sont retrouvées sur 17% des produits de marques de distributeurs étudiés (n=65), ainsi que sur 6% des marques nationales (n=13).

¹⁴ Rectificatif au règlement (CE) no 1924/2006 du Parlement européen et du Conseil (20/12/2006) concernant les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires.

¹⁵ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel.

Les adjonctions de vitamines et/ou minéraux, présentes dans 12% des BRSA, sont retrouvées dans 21% des marques nationales (n=49) et 8% des marques de distributeurs et de hard discount (respectivement n=29 et n=9).

67% des BRSA possèdent une portion indiquée, correspondant dans 65% des cas à 200ml. De plus, 36% des produits présentent, en plus des valeurs nutritionnelles pour 100ml, des valeurs nutritionnelles à la portion (25% sont exprimées pour 200ml de produit).

6.2 Conclusions sur les valeurs nutritionnelles

D'après cette étude et en considérant les 763 produits collectés, les variabilités intra-familles sont relativement homogènes à l'exception des familles de boissons aux fruits, qui semblent caractérisées par de plus fortes variabilités, liées à la diversité des teneurs en jus que contiennent les boissons de ces familles. De plus, il existe des différences significatives de composition nutritionnelle entre les familles de produits pour la valeur énergétique, les glucides, les sucres et les fibres. Les écarts observés sont principalement dus aux deux catégories de produits.

Par ailleurs, pour les familles au sein des produits à teneur en sucres > 2,5g/100ml :

- les boissons aux fruits à teneur en fruits > 50% et les boissons aux légumes présentent des teneurs en fibres plus élevées que les autres familles mais identiques entre elles ;
- les boissons aux fruits à teneur en fruits > 50%, les boissons aux légumes et/ou fruits, et les boissons énergisantes présentent les teneurs en glucides et en sucres les plus élevées du secteur. Les familles des colas, ainsi que des boissons aux fruits gazeuses et des boissons aux fruits plates sont identiques entre elles et présentent également des teneurs élevées ;
- les limonades et les tonics et bitters sont identiques en termes de valeurs énergétiques, de teneurs en glucides et en sucres. Ces valeurs sont moyennes par rapport aux autres familles ;
- les eaux aromatisées présentent en moyenne des valeurs énergétiques, ainsi que des teneurs en glucides et en sucres qui se situent dans la tranche basse par rapport aux autres familles. Les boissons pour le sport sont identiques aux eaux aromatisées en termes de teneur en glucides et en sucres.

Pour les familles au sein des produits à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml :

- les boissons énergisantes ainsi que les boissons aux fruits se situent dans la tranche supérieure concernant les valeurs énergétiques, les teneurs en glucides et en sucres ;
- les colas, les limonades et les tonics et bitters sont équivalents en termes de valeurs énergétiques, de teneurs en glucides et en sucres. Ces valeurs sont plus faibles que les autres familles.

Des différences significatives ont également été mises en évidence entre marques nationales et marques de distributeurs pour les familles :

- des colas à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ pour lesquelles les teneurs en glucides et en sucres sont plus élevées dans les produits de marques nationales que dans les produits de marques de distributeurs ;
- des boissons aux fruits gazeuses pour lesquelles, à l'inverse, les teneurs en glucides et en sucres sont plus élevées dans les marques de distributeurs que dans les marques nationales.

Toutefois l'impact nutritionnel de ces différences est relativement faible.

6.3 Conclusions sur les ingrédients

92% des BRSA contiennent au moins un additif et le plus fréquent est l'acide citrique, présent dans 76% des produits. 65% des BRSA contiennent au moins trois additifs et 45% en contiennent au moins quatre. Toutes les familles et tous les segments de marché sont concernés.

46% des BRSA contiennent au moins un colorant. Parmi les BRSA qui contiennent des colorants (n=353), 72% des produits n'en contiennent qu'un (n=254). Toutes les familles sont concernées à l'exception des tonics et bitters à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ et des boissons aux légumes et/ou fruits.

31% des produits contiennent au moins un édulcorant. Parmi les BRSA qui contiennent des édulcorants (n=235), 78% en contiennent deux (n=183). Les eaux aromatisées à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ ainsi que les boissons aux légumes et/ou fruits ne comprennent aucun produit avec des édulcorants.

Les boissons à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ combinent les édulcorants, les colorants et d'autres types d'additifs (type acidifiants, conservateurs, etc.) dans 49% des cas, et les édulcorants et « autres » dans 34% des cas.

Les boissons à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ font majoritairement intervenir les « autres » types d'additifs (47% des produits de la catégorie), éventuellement combinés aux colorants (40% des produits).

Les boissons sans additif apparaissent principalement dans les boissons aux légumes et/ou fruits, dans les boissons aux fruits à teneur en sucres $> 50\%$ et dans les eaux aromatisées à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (57% des produits sans additif).

91% des BRSA contiennent au moins une matière sucrante. 67% des produits contiennent des édulcorants, 66% contiennent des sucres et 17% des sirops. 80% des produits contiennent une ou deux matières sucrantes. Seules les boissons aux légumes ne comprennent aucun produit contenant des matières sucrantes.

Les boissons à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ utilisent principalement les édulcorants seuls (79% des produits de la catégorie).

Les boissons à teneur en sucres $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ font majoritairement intervenir les sucres seuls (65% des produits), pouvant être combinés à des sirops (15%).

Les produits sans matière sucrante apparaissent principalement dans les boissons aux légumes et/ou fruits, dans les boissons aux fruits à teneur en fruits $> 50\%$ et dans les eaux aromatisées à teneur en sucres $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ (76% des produits sans matière sucrante).

6.4 Perspectives

Les BRSA étant fortement contributrices aux apports en sucres, notamment chez les enfants, les axes d'amélioration possibles pour ces produits portent sur la diminution de la teneur en sucres.

Les boissons les plus sucrées présentent des profils très divers et les teneurs en sucres dépendent fortement de la famille à laquelle ces boissons appartiennent. Il pourrait être envisagé de diminuer la teneur en sucres, notamment dans les familles aux teneurs élevées, et ce de façon progressive afin d'habituer le consommateur aux évolutions organoleptiques des produits.

Toutefois, une partie des boissons est déjà positionnée sur des teneurs en sucres réduites. Le marché des BRSA a évolué depuis une dizaine d'années dans le sens d'une diminution globale de la quantité de sucres dans les produits. Ont ainsi été développés de nouveaux produits avec des teneurs en sucres inférieures à celles des boissons sucrées classiques (boissons avec sucres et édulcorants ou boissons au goût moins sucré et sans édulcorant)¹⁶ et la part des boissons « light » représente aujourd'hui plus de 20% du marché des BRSA¹⁷. Certains industriels et distributeurs ont d'ailleurs choisi d'inscrire cette démarche dans une charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnel de façon à améliorer le profil des produits existants et de ceux à venir.

Les résultats de cette étude doivent toutefois être relativisés du fait que la couverture¹⁸ de marché pourrait encore être améliorée.

¹⁶ Rapport du groupe de travail PNNS sur les glucides – Etapes 1 et 2 du mandat – Mars 2007. Chapitre 3.3 : Boissons Rafraîchissantes (SNBR)

¹⁷ A partir de Kantar Worldpanel, marché des BRSA sans les eaux, les jus et nectars et les boissons concentrées pulpées.

¹⁸ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel.

Annexe 1 : Liste des traitements

Etude des étiquetages par famille (tests statistiques si justifiés)

Groupes d'étiquetage nutritionnel

Allégations nutritionnelles

Allégations de santé

Repères nutritionnels

Recommandations de consommation

Adjonctions de vitamines et minéraux

Portions indiquées

Valeurs nutritionnelles à la portion

Etude de la composition nutritionnelle étiquetée

Variabilité par famille (boîtes à moustaches et tests statistiques)

Variabilité par segment au sein de chaque famille (tests statistiques)

Cartographie pour chaque famille

Traitements supplémentaires

Etude des additifs

Etude des matières sucrantes

Annexe 2 : Lexique

Allégation

Tout message ou toute représentation, non obligatoire en vertu de la législation communautaire ou nationale, y compris une représentation sous la forme d'images, d'éléments graphiques ou de symboles, qu'elle qu'en soit la forme, qui affirme, suggère ou implique qu'une denrée alimentaire possède des caractéristiques particulières.

Allégation de santé

Toute allégation qui affirme, suggère ou implique l'existence d'une relation entre, d'une part, une catégorie de denrées alimentaires, une denrée alimentaire ou l'un de ses composants et, d'autre part, la santé. Il en existe deux types : les allégations de santé fonctionnelles (relatives à l'article 13 du règlement (CE) n° 1924/2006¹⁹) et les allégations de santé relatives à la réduction d'un risque de maladie ou se rapportant au développement et à la santé infantiles (relatives à l'article 14 du règlement (CE) n° 1924/2006).

Les allégations de santé fonctionnelles sont des allégations qui décrivent ou mentionnent le rôle d'un nutriment ou d'une autre substance dans :

- la croissance, le développement et les fonctions de l'organisme ;
- les fonctions psychologiques ou comportementales ;
- l'amaigrissement, le contrôle du poids, une réduction de la sensation de faim, l'accentuation de la sensation de satiété ou la réduction de la valeur énergétique du régime alimentaire.

Allégation nutritionnelle

Toute allégation qui affirme, suggère ou implique qu'une denrée alimentaire possède des propriétés nutritionnelles bénéfiques particulières de par l'énergie (valeur calorique) qu'elle: i) fournit, ii) fournit à un degré moindre ou plus élevé, ou iii) ne fournit pas, et/ou de par les nutriments ou autres substances qu'elle : i) contient, ii) contient en proportion moindre ou plus élevée, ou iii) ne contient pas.

En particulier, dans les rapports sectoriels effectués par l'Oqali, ont été considérées comme « allégations nutritionnelles » toutes les allégations remplissant les conditions d'utilisation des annexes du règlement (CE) n°1924/2006 et du règlement (UE) n°116/2010²⁰ actuellement en vigueur.

¹⁹ Rectificatif au règlement (CE) no 1924/2006 du Parlement européen et du Conseil (20/12/2006) concernant les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires.

²⁰ Règlement (UE) no 116/2010 de la commission du 9 février 2010 modifiant le règlement (CE) no 1924/2006 du parlement européen et du conseil en ce qui concerne la liste des allégations nutritionnelles.

Etiquetage nutritionnel

Toute information apparaissant sur l'étiquette relative à la valeur énergétique et aux nutriments suivants : protéines, glucides, lipides, fibres alimentaires, sodium, vitamines et sels minéraux (énumérés à l'annexe de la directive 90/496/CEE du Conseil²¹, lorsqu'ils sont présents en quantité significative conformément à ladite annexe). La réglementation prévoit deux groupes d'étiquetage :

- **le groupe 1** : présence de la valeur énergétique et des valeurs nutritionnelles pour les protéines, les glucides et les lipides ;
- **le groupe 2** : présence de la valeur énergétique et des valeurs nutritionnelles pour les protéines, les glucides, les sucres, les lipides, les acides gras saturés, les fibres alimentaires et le sodium.

Dans les rapports sectoriels publiés par l'Oqali, des groupes d'étiquetage supplémentaires ont été pris en compte :

- **groupe 0** : absence de valeurs énergétiques et nutritionnelles ;
- **groupe 0+** : présence de la valeur énergétique ou des valeurs nutritionnelles pour une partie des nutriments du groupe 1 et/ou pour des micronutriments, selon les spécificités réglementaires de certains secteurs ;
- **groupe 1+** : présence de l'étiquetage du groupe 1 ainsi que l'étiquetage relatif aux qualités nutritionnelles d'un ou de plusieurs des éléments suivants : les glucides complexes, les polyols, les acides gras mono-insaturés, les acides gras polyinsaturés, le cholestérol, sels minéraux ou vitamines ;
- **groupe 2+** : présence de l'étiquetage du groupe 2 comprenant également l'étiquetage relatif aux qualités nutritionnelles d'un ou de plusieurs des éléments suivants : le sel, les glucides complexes, les polyols, les acides gras mono-insaturés, les acides gras polyinsaturés, le cholestérol, sels minéraux ou vitamines.

Famille de produits

Entité la plus fine sur laquelle sont réalisés les traitements. Les produits peuvent être regroupés au sein d'une même famille selon différents critères : la dénomination de vente, la technologie de fabrication, la recette, le positionnement marketing...

Incitation à l'activité physique

Dans les rapports sectoriels publiés par l'Oqali, les incitations à l'activité physique rassemblent tous les messages ayant une notion de durée ou de fréquence de l'exercice physique. Par exemple, « l'activité physique est indispensable pour votre forme et votre vitalité, pensez à bouger au moins 30 minutes chaque jour ».

²¹ Directive du conseil du 24 septembre 1990 relative à l'étiquetage nutritionnel des denrées alimentaires (90/496/CEE).

Portion indiquée

Les portions indiquées regroupent :

- les portions clairement inscrites dans une recommandation de consommation ;
- les portions figurant dans le tableau nutritionnel lorsque les valeurs nutritionnelles pour une portion différente de 100g sont exprimées.

Portions individuelles

Taille d'un sachet fraîcheur ou d'un paquet individuel présent dans un même emballage. Une portion individuelle peut correspondre à une unité de produit (cas des yaourts par exemple) ou à plusieurs unités de produit (cas des pochons individuels de biscuits secs pour le petit-déjeuner).

Produit

Pour l'Oqali, un produit correspond à une référence commercialisée et enregistrée dans la base. Il peut être identifié par un certain nombre de critères (le nom commercial, la marque, le code barre, la dénomination de vente, ...).

Recommandations de consommation

Ce sont toutes les recommandations relatives à l'accompagnement conseillé dans le cadre d'un repas équilibré (petit-déjeuner, déjeuner, goûter, apéritif, dîner). Généralement, elles informent le consommateur sur l'intégration du produit étudié dans une alimentation équilibrée mais peuvent également fournir des informations de base sur l'alimentation et la nutrition. Par exemple, des recommandations nutritionnelles générales sont du type : « nombre de portions recommandées par jour : au moins 5 portions de fruits et légumes ; 6 portions de pain, pâtes, riz, légumes secs ; 1 à 2 portions de viandes, poissons, œufs ; 3 produits laitiers ».

Repères nutritionnels

Les repères nutritionnels pris en compte dans le cadre de l'Oqali rassemblent toutes les icônes et tableaux de type % des RNJ (Repères Nutritionnels Journaliers), % des ANC (Apports Nutritionnels Conseillés), cadrans, cartouches, curseurs, échelles, nutri-pass ou camembert présentes sur l'emballage du produit. Ils symbolisent l'apport en kcal et/ou en nutriments d'une portion donnée du produit pour un type de consommateur (par exemple, adulte dont les besoins journaliers sont de 2000 kcal). Les AJR (Apports Journaliers Recommandés) sont pris en compte en tant que repères uniquement lorsqu'ils sont présentés sous forme de pictogrammes (échelles par exemple). Les AJR indiqués seulement dans le tableau nutritionnel ne sont donc pas considérés comme des repères nutritionnels.

Secteur

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

Segment de marché

Pour les traitements réalisés dans les études sectorielles, chaque secteur peut être divisé en 4 segments de marché :

- marques nationales (ou MN) : ce sont les produits de marque ;
- marques de distributeurs (ou MDD) : ce sont les produits à marques d'enseignes de la distribution et dont les caractéristiques ont été définies par les enseignes qui les vendent au détail ;
- marques hard discount (ou HD) : ce sont les produits vendus uniquement en magasin hard discount ;
- distributeurs spécialisés (DS) : définis comme les produits surgelés vendus en freezers centers et par les entreprises de vente à domicile.

Une ventilation plus fine et au cas par cas peut être utilisée afin de distinguer les produits en gammes :

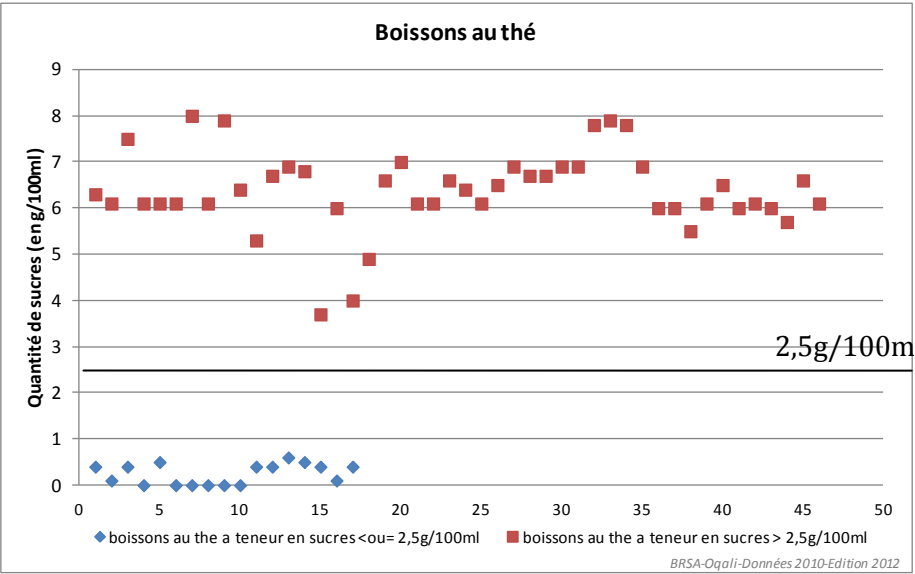
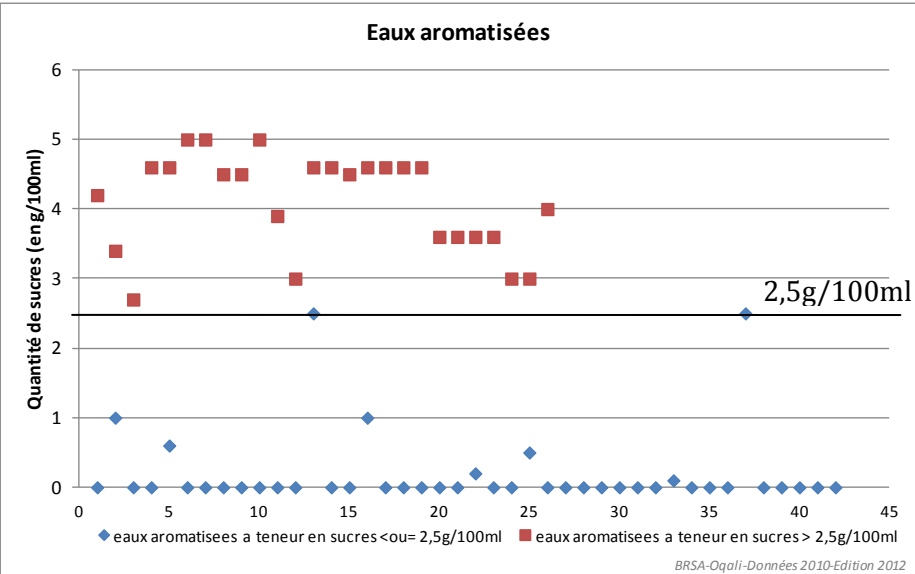
- cœur de marché (ou cm) : gamme par défaut ;
- entrée de gamme (ou eg) : produits souvent caractérisés par un prix moins élevé que la moyenne de la catégorie. Ils ont généralement un nom qui rappelle le fait d'être les produits les moins chers de la catégorie ;
- haut de gamme (ou hg) : produits le plus souvent caractérisés par un prix plus élevé que la moyenne de la catégorie. Peuvent appartenir à cette catégorie, par exemple, les produits issus de l'agriculture biologique.

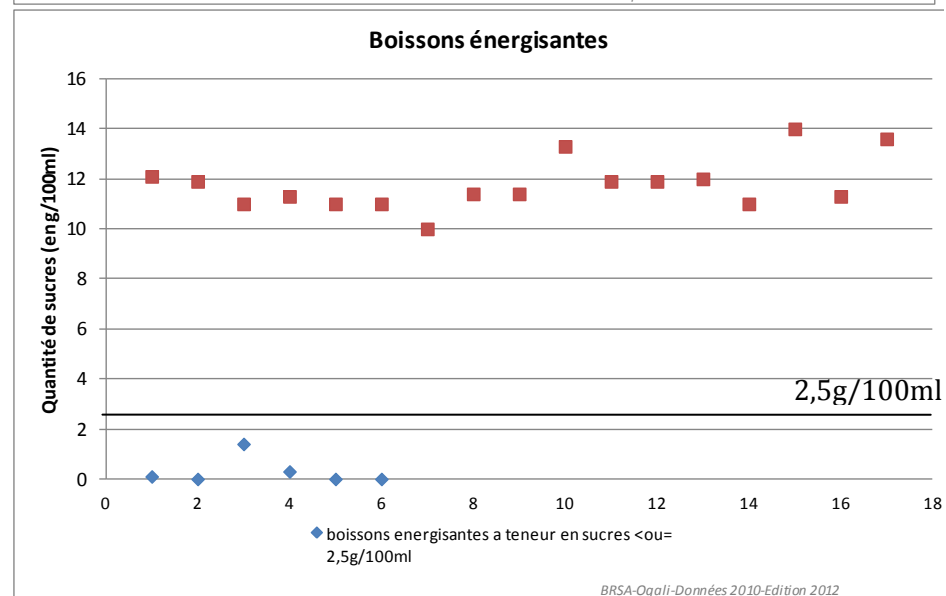
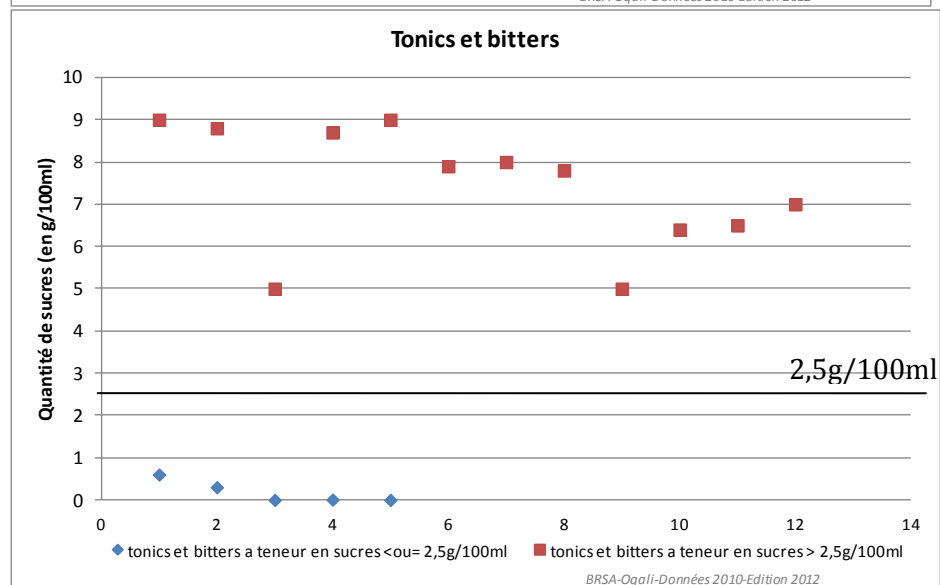
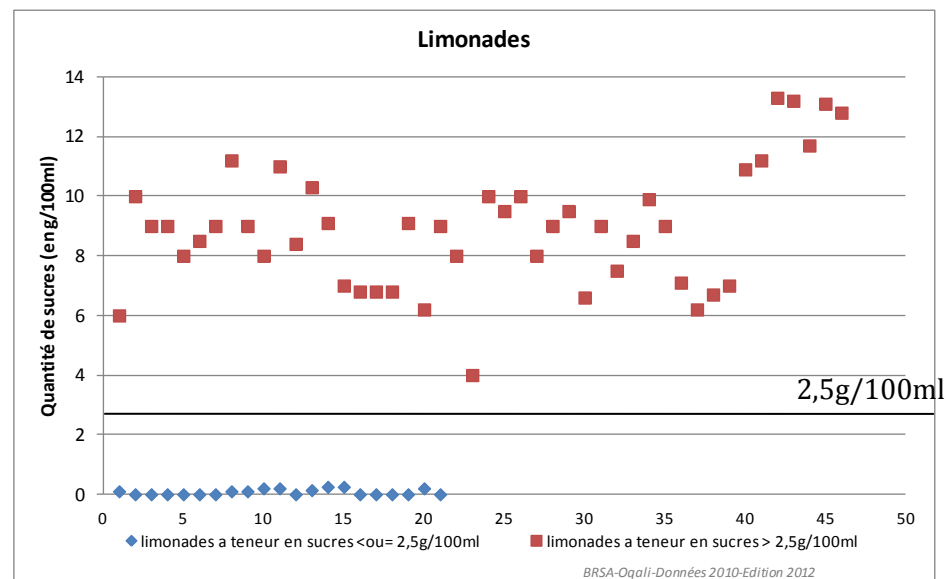
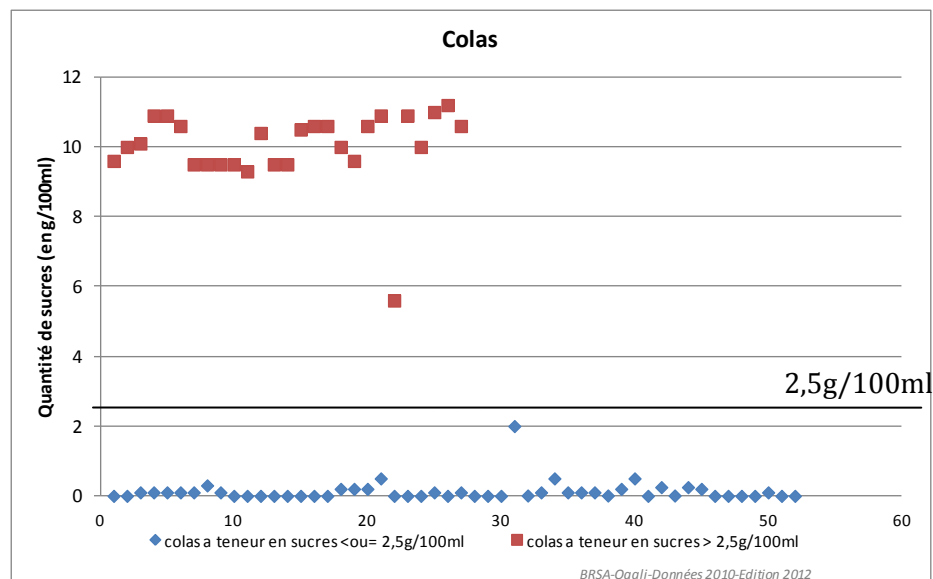
Cette segmentation plus fine permet de distinguer jusqu'à 9 segments de marché.

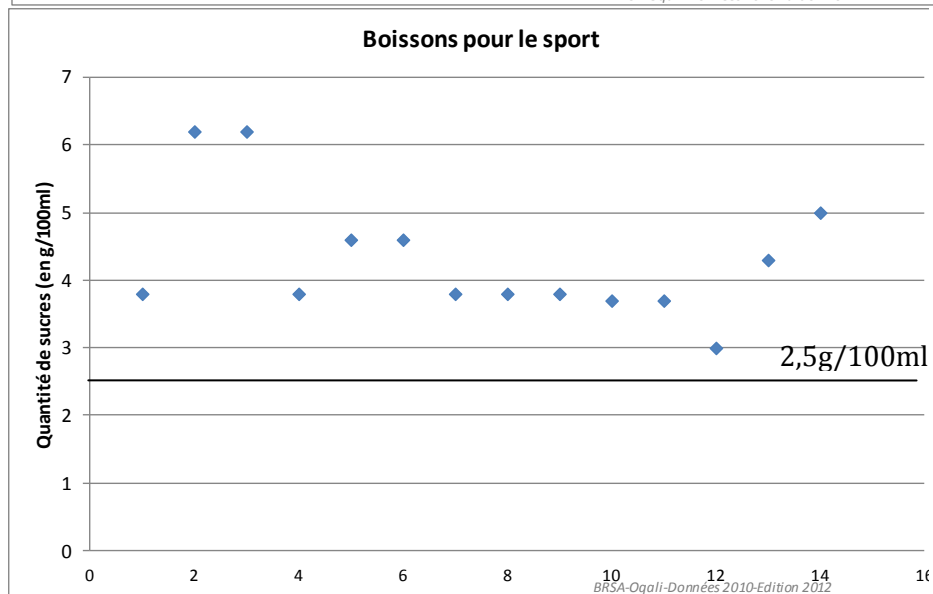
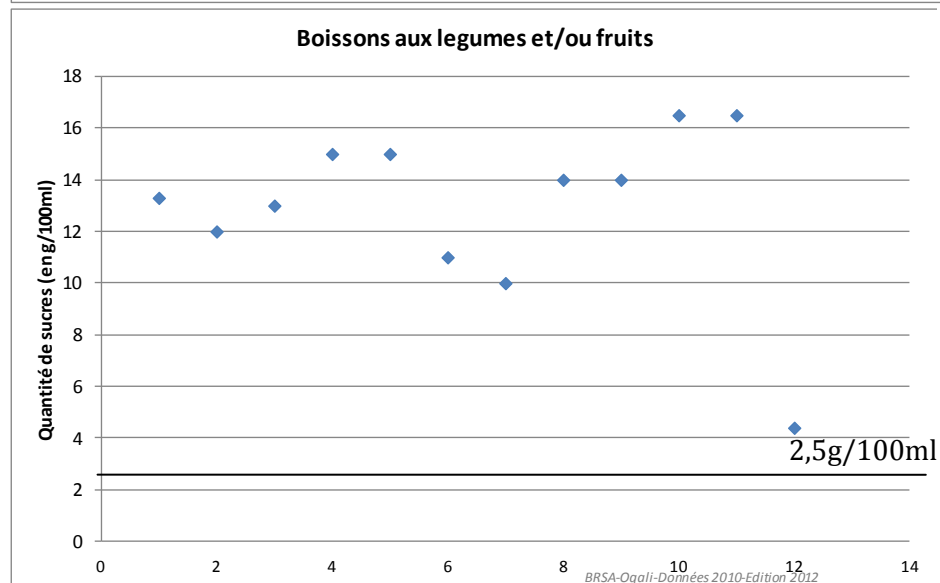
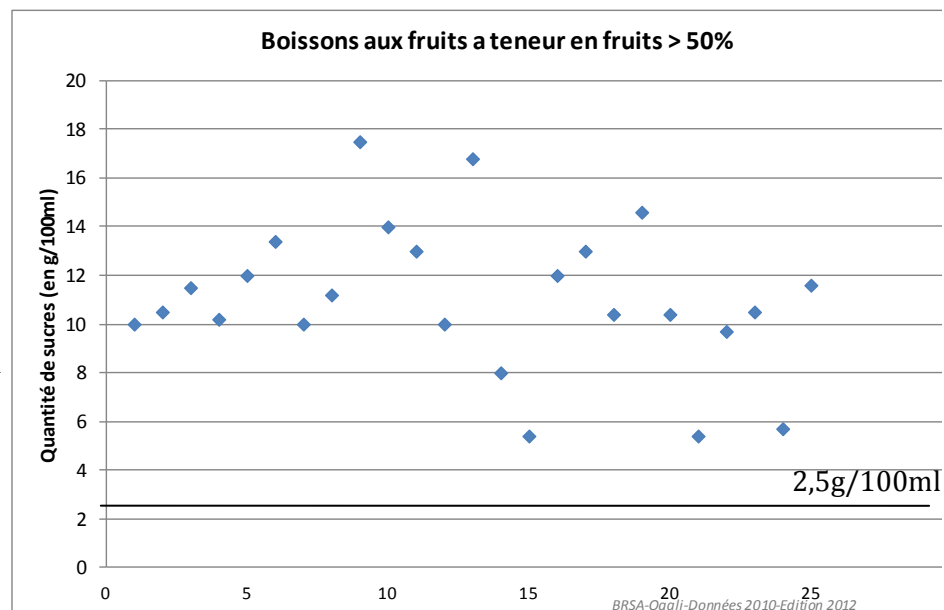
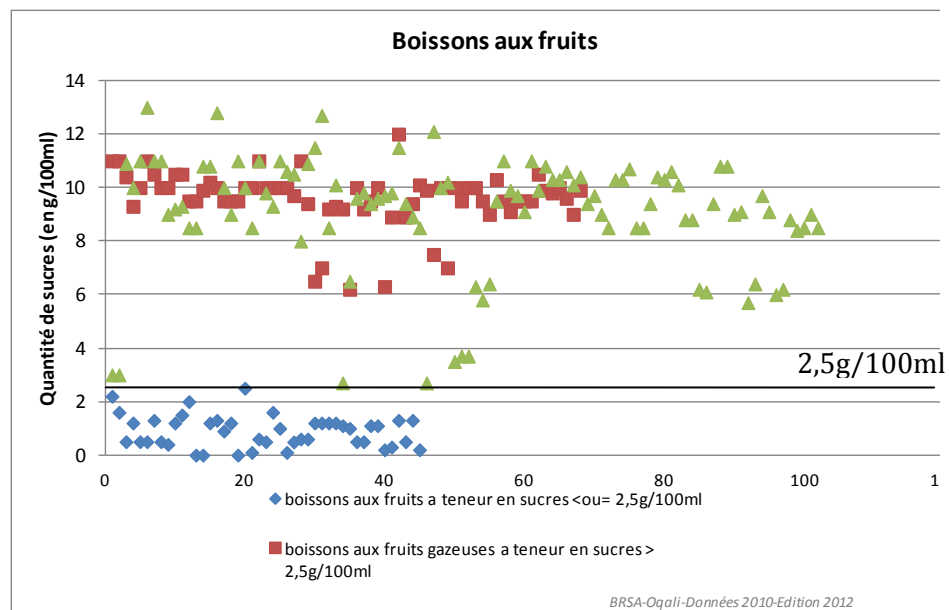
Valeurs nutritionnelles à la portion

Les valeurs nutritionnelles à la portion correspondent aux valeurs nutritionnelles présentes dans le tableau nutritionnel pour une portion donnée (portion individuelle et/ou portion indiquée), en complément des valeurs nutritionnelles aux 100g.

Annexe 3 : Représentation des teneurs en sucres par famille







Annexe 4 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits : statistiques descriptives

Les dix-huit tableaux suivants présentent, par famille de produits et par nutriment, les principales statistiques descriptives ainsi que les teneurs moyennes pondérées ou non par les parts de marché. Le nombre de produits inclus dans le calcul de la moyenne pondérée est plus faible que pour la moyenne non pondérée car seuls les produits pour lesquels une part de marché a pu être affectée (par référence = code barre) ont été considérés.

Les coefficients de variation permettent de mettre en avant les nutriments présentant la plus forte dispersion au sein d'une famille de produits.

Eaux aromatisées à teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)
Effectif	50	50	42
Min	0,00	0,00	0,00
Max	20,00	2,50	2,50
1er quartile	0,40	0,00	0,00
Mediane	1,00	0,10	0,00
3eme quartile	1,70	0,50	0,00
Moyenne	2,03	0,33	0,20
Ecart-type	3,38	0,55	0,57
Coefficient de variation en %	166,18	165,70	286,69
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	44	44	37
Moyenne pondérée par les parts de marché	1,26	0,28	0,18
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-37,78	-17,02	-11,42

Boissons au thé à teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)
Effectif	22	22	17
Min	0,00	0,00	0,00
Max	3,00	0,60	0,60
1er quartile	0,50	0,10	0,00
Mediane	2,00	0,40	0,40
3eme quartile	2,00	0,50	0,40
Moyenne	1,39	0,31	0,25
Ecart-type	0,93	0,21	0,22
Coefficient de variation en %	67,31	66,22	90,64
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	15	15	12
Moyenne pondérée par les parts de marché	1,42	0,26	0,24
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	2,12	-17,99	-1,44

Colas a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)
Effectif	56	56	52
Min	0,00	0,00	0,00
Max	8,00	2,00	2,00
1er quartile	0,38	0,00	0,00
Mediane	0,50	0,10	0,01
3eme quartile	1,00	0,20	0,10
Moyenne	0,76	0,16	0,13
Ecart-type	1,10	0,28	0,30
Coefficient de variation en %	144,14	178,60	231,68
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	42	42	38
Moyenne pondérée par les parts de marché	0,38	0,04	0,02
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-50,70	-76,45	-87,82

Limonades a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)
Effectif	27	27	23
Min	0,00	0,00	0,00
Max	2,00	0,30	0,25
1er quartile	0,30	0,00	0,00
Mediane	1,00	0,00	0,00
3eme quartile	1,10	0,20	0,14
Moyenne	0,80	0,08	0,07
Ecart-type	0,53	0,11	0,09
Coefficient de variation en %	66,11	130,00	139,33
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	24	24	20
Moyenne pondérée par les parts de marché	1,28	0,11	0,11
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	58,90	34,45	59,21

Tonics et bitters a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)
Effectif	5	5	5
Min	0,03	0,00	0,00
Max	5,00	0,80	0,60
1er quartile	1,00	0,00	0,00
Mediane	1,40	0,01	0,01
3eme quartile	2,00	0,30	0,30
Moyenne	1,89	0,22	0,18
Ecart-type	1,88	0,35	0,27
Coefficient de variation en %	99,82	157,06	147,03
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	5	5	5
Moyenne pondérée par les parts de marché	1,40	0,02	0,02
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-25,64	-90,81	-90,72

Boissons énergisantes a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)
Effectif	7	7	6
Min	1,00	0,00	0,00
Max	9,00	2,40	1,40
1er quartile	3,00	0,01	0,00
Mediane	3,00	0,80	0,05
3eme quartile	5,00	1,00	0,30
Moyenne	4,00	0,82	0,30
Ecart-type	2,52	0,82	0,55
Coefficient de variation en %	62,92	100,00	183,79
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	5	5	4
Moyenne pondérée par les parts de marché	3,09	0,16	0,01
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-22,69	-80,16	-97,65

Boissons aux fruits a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)
Effectif	47	47	45
Min	1,00	0,00	0,00
Max	10,00	2,50	2,50
1er quartile	2,00	0,50	0,50
Mediane	5,00	1,10	1,00
3eme quartile	6,60	1,50	1,20
Moyenne	4,56	0,98	0,89
Ecart-type	2,54	0,63	0,59
Coefficient de variation en %	55,74	64,65	66,38
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	33	33	32
Moyenne pondérée par les parts de marché	4,48	0,95	0,93
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-1,82	-2,80	4,40

Eaux aromatisées a teneur en sucres > 2,5g/100ml	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)
Effectif	41	41	26
Min	11,00	2,90	2,70
Max	23,00	5,70	5,00
1er quartile	15,00	3,70	3,60
Mediane	17,00	4,00	4,50
3eme quartile	19,00	4,60	4,60
Moyenne	16,88	4,16	4,11
Ecart-type	3,06	0,73	0,69
Coefficient de variation en %	18,13	17,62	16,88
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	29	29	18
Moyenne pondérée par les parts de marché	16,69	4,13	4,03
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-1,10	-0,68	-2,00

Boissons au the a teneur en sucres > 2,5g/100ml	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)
Effectif	60	60	46
Min	15,00	3,70	3,70
Max	37,00	9,10	8,00
1er quartile	25,00	6,30	6,10
Mediane	27,00	6,50	6,35
3eme quartile	29,50	7,00	6,90
Moyenne	26,87	6,62	6,38
Ecart-type	3,81	0,94	0,87
Coefficient de variation en %	14,17	14,15	13,62
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	49	49	40
Moyenne pondérée par les parts de marché	28,61	6,94	6,68
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	6,47	4,81	4,71

Colas a teneur en sucres > 2,5g/100ml	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)
Effectif	32	32	27
Min	23,00	5,60	5,60
Max	45,00	11,20	11,20
1er quartile	40,00	9,50	9,50
Mediane	42,00	10,45	10,10
3eme quartile	44,00	10,90	10,60
Moyenne	40,99	10,13	10,03
Ecart-type	3,96	1,03	1,07
Coefficient de variation en %	9,67	10,16	10,62
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	27	27	23
Moyenne pondérée par les parts de marché	42,15	10,57	10,56
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	2,82	4,41	5,27

Limonades a teneur en sucres > 2,5g/100ml	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)
Effectif	61	61	49
Min	17,00	4,00	4,00
Max	53,00	13,30	13,30
1er quartile	32,00	8,00	7,50
Mediane	36,00	9,00	9,00
3eme quartile	38,00	9,50	10,00
Moyenne	35,79	8,91	8,92
Ecart-type	7,15	1,82	2,00
Coefficient de variation en %	19,99	20,42	22,41
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	48	48	40
Moyenne pondérée par les parts de marché	32,34	8,08	8,04
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-9,62	-9,32	-9,79

Tonics et bitters a teneur en sucres > 2,5g/100ml	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)
Effectif	17	17	13
Min	24,00	6,00	5,00
Max	46,00	11,50	9,00
1er quartile	28,00	6,50	6,40
Mediane	32,00	7,90	7,80
3eme quartile	36,00	8,80	8,70
Moyenne	32,29	8,04	7,24
Ecart-type	6,68	1,69	1,54
Coefficient de variation en %	20,68	20,98	21,27
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	14	14	12
Moyenne pondérée par les parts de marché	31,81	7,78	7,65
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-1,51	-3,23	5,63

Boissons energisantes a teneur en sucres > 2,5g/100ml	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)
Effectif	20	20	18
Min	44,00	11,00	10,00
Max	58,00	14,00	14,00
1er quartile	45,50	11,30	11,00
Mediane	48,00	11,85	11,40
3eme quartile	52,00	12,05	12,00
Moyenne	49,32	11,98	11,74
Ecart-type	4,43	0,92	1,01
Coefficient de variation en %	8,98	7,64	8,59
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	15	15	13
Moyenne pondérée par les parts de marché	46,08	11,22	11,19
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-6,57	-6,38	-4,71

Boissons aux fruits gazeuses a teneur en sucres > 2,5g/100ml	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)
Effectif	75	75	69
Min	26,00	6,30	6,20
Max	51,00	12,40	12,00
1er quartile	39,00	9,50	9,40
Mediane	40,00	10,00	9,90
3eme quartile	42,00	10,30	10,00
Moyenne	40,13	9,86	9,58
Ecart-type	4,26	1,10	1,08
Coefficient de variation en %	10,62	11,12	11,25
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	53	53	49
Moyenne pondérée par les parts de marché	40,84	9,95	9,85
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	1,76	0,83	2,84

Boissons aux fruits plates a teneur en sucres > 2,5g/100ml	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)
Effectif	123	123	102
Min	11,00	2,70	2,70
Max	56,00	14,00	13,00
1er quartile	38,00	9,40	8,50
Mediane	41,00	10,00	9,60
3eme quartile	45,00	11,00	10,50
Moyenne	40,37	9,79	9,09
Ecart-type	9,20	2,24	2,19
Coefficient de variation en %	22,78	22,89	24,11
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	85	85	74
Moyenne pondérée par les parts de marché	40,11	9,63	9,24
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-0,65	-1,64	1,57

Boissons aux fruits a teneur en fruits > 50%	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)	Fibres (g/100ml)
Effectif	27	27	25	25
Min	24,00	5,40	5,40	0,00
Max	77,00	17,50	17,50	2,60
1er quartile	46,00	11,00	10,00	0,00
Mediane	49,00	11,60	10,50	0,30
3eme quartile	61,20	13,50	13,00	0,50
Moyenne	49,99	11,78	11,07	0,56
Ecart-type	12,08	2,85	3,03	0,75
Coefficient de variation en %	24,17	24,17	27,38	134,70
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	17	17	16	16
Moyenne pondérée par les parts de marché	41,55	9,85	9,26	0,43
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-16,89	-16,40	-16,38	-22,57

Boissons aux legumes et/ou fruits	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)	Fibres (g/100ml)
Effectif	12	12	12	11
Min	18,60	4,40	4,40	0,00
Max	78,00	17,00	16,50	2,00
1er quartile	56,50	13,35	11,50	0,50
Mediane	68,50	15,00	13,65	1,00
3eme quartile	74,00	16,00	15,00	1,10
Moyenne	62,97	14,02	12,89	0,95
Ecart-type	16,57	3,47	3,34	0,53
Coefficient de variation en %	26,31	24,76	25,88	55,11
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	6	6	6	5
Moyenne pondérée par les parts de marché	59,68	13,38	11,81	1,48
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-5,21	-4,52	-8,35	54,81

Boissons pour le sport	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)
Effectif	15	15	14
Min	12,00	3,00	3,00
Max	36,00	8,60	6,20
1er quartile	15,00	3,80	3,80
Mediane	20,80	4,80	3,80
3eme quartile	26,00	6,40	4,60
Moyenne	21,67	5,22	4,31
Ecart-type	6,35	1,45	0,94
Coefficient de variation en %	29,29	27,72	21,88
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	7	7	6
Moyenne pondérée par les parts de marché	22,71	5,32	3,80
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	4,79	1,92	-11,73

Annexe 5 : Variabilité nutritionnelle par segment de marché, par famille de produits : statistiques descriptives

Eaux aromatisées à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml

Eaux aromatisées à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml	p Kruskal-Wallis (α=0,0167)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Hard Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Constituants (g/100ml)												
Valeur énergétique (kcal)	0,2205	15	0,96	0,72	29	2,23	2,66	6	3,75	7,97	50	2,03
Glucides	0,0333	15	0,17	0,35	29	0,40	0,65	6	0,40	0,40	50	0,33
Sucres	0,0304	15	0,01	0,05	23	0,29	0,74	4	0,38	0,48	42	0,20
Fibres	NT	15	0,01	0,03	23	0,03	0,11	4	1,03	1,92	42	0,11

Boissons au thé à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml

Boissons au thé à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml	p Kruskal-Wallis (α=0,0167)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Constituants (g/100ml)															
Valeur énergétique (kcal)	0,0597	3	0,67	0,58	13	1,61	0,93	3	2,00	0,00	3	0,53	0,92	22	1,39
Glucides	0,0401	3	0,07	0,06	13	0,35	0,20	3	0,50	0,00	3	0,23	0,21	22	0,31
Sucres	0,1456	2	0,05	0,07	11	0,29	0,22	1	0,50		3	0,13	0,23	17	0,25
Fibres	NT	1	0,00		11	0,05	0,15	1	0,00		3	0,00	0,00	16	0,03

Limonades à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml

Limonades à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml	p Kruskal-Wallis (α=0,0167)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Constituants (g/100ml)															
Valeur énergétique (kcal)	0,0231	7	1,17	0,52	11	0,54	0,59	8	0,91	0,18	1	0,33		27	0,80
Glucides	0,2428	7	0,04	0,08	11	0,06	0,08	8	0,15	0,14	1	0,01		27	0,08
Sucres	0,0539	7	0,03	0,08	11	0,06	0,09	5	0,14	0,11				23	0,07
Fibres	NT	7	0,00	0,00	10	0,05	0,16	5	0,02	0,04				22	0,03

Tonics et bitters à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml

Tonics et bitters à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml	p Kruskal-Wallis (α=0,0167)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Constituants (g/100ml)									
Valeur énergétique (kcal)	0,4353	2	3,20	2,55	3	1,01	0,99	5	1,89
Glucides	1	2	0,40	0,57	3	0,10	0,17	5	0,22
Sucres	1	2	0,30	0,42	3	0,10	0,17	5	0,18
Fibres	NT	2	0,05	0,07	3	0,00	0,00	5	0,02

Boissons énergisantes à teneur en sucres ≤ 2.5g/100ml

Boissons énergisantes à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml	p Kruskal-Wallis (α=0,0167)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Constituants (g/100ml)									
Valeur énergétique (kcal)	0,2464	3	5,67	3,06	4	2,75	1,26	7	4,00
Glucides	0,8643	3	0,97	1,27	4	0,70	0,47	7	0,82
Sucres	0,536	3	0,57	0,74	3	0,03	0,06	6	0,30
Fibres	NT	3	0,00	0,00	3	0,03	0,06	6	0,02

Boissons aux fruits à teneur en sucres ≤ 2.5g/100ml

Boissons aux fruits à teneur en sucres ≤ 2,5g/100ml	p Kruskal-Wallis (α=0,0167)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Constituants (g/100ml)															
Valeur énergétique (kcal)	0,6283	13	4,66	2,39	22	4,70	2,64	4	3,00	2,83	8	4,80	2,62	47	4,56
Glucides	0,2639	13	0,87	0,68	22	1,05	0,54	4	0,53	0,86	8	1,18	0,65	47	0,98
Sucres	0,0748	13	0,84	0,66	22	0,90	0,49	2	0,00	0,00	8	1,15	0,63	45	0,89
Fibres	NT	13	0,00	0,00	22	0,09	0,20	2	0,00	0,00	8	0,16	0,21	45	0,07

Eaux aromatisées à teneur en sucres > 2.5g/100ml

Eaux aromatisées à teneur en sucres > 2,5g/100ml	p Kruskal-Wallis (α=0,0167)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Hard Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Constituants (g/100ml)												
Valeur énergétique (kcal)	0,0859	7	18,57	1,13	27	16,85	3,30	7	15,29	2,75	44	16,88
Glucides	0,1869	7	4,50	0,26	27	4,14	0,80	7	3,87	0,68	41	4,16
Sucres	0,1373	7	4,50	0,26	16	3,95	0,75	3	4,07	0,92	26	4,11
Fibres	NT	7	0,00	0,00	16	0,07	0,17	3	0,07	0,06	26	0,05

Boissons au thé à teneur en sucres > 2.5g/100ml

Boissons au thé à teneur en sucres > 2,5g/100ml	p Kruskal-Wallis (α=0,0167)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Constituants (g/100ml)															
Valeur énergétique (kcal)	0,1175	19	26,59	4,64	31	26,23	2,67	1	27,00		9	29,67	4,61	60	32,57
Glucides	0,1206	19	6,47	1,19	31	6,51	0,61	1	6,40		9	7,33	1,11	60	6,62
Sucres	0,3119	17	6,39	1,24	25	6,30	0,51	1	6,40		3	6,97	1,00	46	6,38
Fibres	NT	17	0,00	0,00	25	0,12	0,22	1	0,00		3	0,07	0,06	46	0,07

Colas à teneur en sucres > 2.5g/100ml

Colas à teneur en sucres > 2,5g/100ml	p Kruskal-Wallis (α=0,0167)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Constituants (g/100ml)															
Valeur énergétique (kcal)	0,096	8	42,95	1,20	17	41,12	2,23	2	38,50	2,12	5	38,42	8,89	32	40,99
Glucides	0,0221	8	10,78	0,25	17	10,09	0,61	2	9,40	0,14	5	9,48	2,23	32	10,13
Sucres	0,0187	7	10,74	0,25	14	10,02	0,55	2	9,40	0,14	4	9,15	2,43	27	10,03
Fibres	NT	7	0,00	0,00	13	0,08	0,19	2	0,00	0,00	4	0,00	0,01	26	0,04

Limónades à teneur en sucres > 2.5g/100ml

Limónades à teneur en sucres > 2,5g/100ml	p Kruskal-Wallis (α=0,0167)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Constituants (g/100ml)															
Valeur énergétique (kcal)	0,9099	22	36,41	10,78	29	35,86	3,62	1	34,00		9	34,22	5,33	61	35,79
Glucides	0,8041	22	8,98	2,77	29	8,98	0,87	1	8,40		9	8,54	1,32	61	8,91
Sucres	0,7594	21	8,96	2,84	24	9,00	0,94	1	8,40		3	8,13	1,98	49	8,92
Fibres	NT	21	0,00	0,02	23	0,09	0,19	1	0,00		3	0,07	0,06	48	0,05

Tonics et bitters à teneur en sucres > 2.5g/100ml

Tonics et bitters à teneur en sucres > 2,5g/100ml	p Kruskal-Wallis (α=0,0167)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Hard Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Constituants (g/100ml)												
Valeur énergétique (kcal)	0,4000	6	35,00	9,19	9	30,11	4,88	2	34,00	2,83	17	32,29
Glucides	0,4535	6	8,58	2,37	9	7,57	1,26	2	8,50	0,71	17	8,04
Sucres	0,3289	4	7,15	1,07	7	6,93	1,86	2	8,50	0,71	13	7,24
Fibres	NT	4	0,03	0,05	7	0,01	0,04	2	0,25	0,35	13	0,05

Boissons énergisantes à teneur en sucres > 2.5g/100ml

Boissons énergisantes à teneur en sucres > 2,5g/100ml	p Kruskal-Wallis (α=0,0167)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Hard Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Constituants (g/100ml)												
Valeur énergétique (kcal)	0,3535	11	50,16	4,33	8	48,31	4,89	1	48,00		20	49,32
Glucides	0,5588	11	11,96	0,81	8	11,99	1,16	1	12,10		20	11,98
Sucres	0,4879	10	11,51	0,85	7	12,03	1,26	1	12,10		18	11,74
Fibres	NT	10	0,04	0,10	6	0,05	0,05	1	0,10		17	0,05

Boissons aux fruits plates à teneur en sucres > 2.5g/100ml

Boissons aux fruits plates à teneur en sucres > 2,5g/100ml	p Kruskal-Wallis (α=0,0167)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Constituants (g/100ml)															
Valeur énergétique (kcal)	0,5636	46	39,47	11,63	60	41,27	5,85	5	39,40	2,41	12	39,75	13,80	123	40,37
Glucides	0,1789	46	9,39	2,81	60	10,13	1,44	5	9,56	0,38	12	9,69	3,29	123	9,79
Sucres	0,0466	35	8,44	2,63	53	9,65	1,58	4	8,45	0,33	10	8,69	3,10	102	9,09
Fibres	NT	36	0,03	0,07	53	0,06	0,14	4	0,05	0,06	10	0,12	0,14	103	0,06

Boissons aux fruits à teneur en fruits > 50%

Boissons aux fruits à teneur en fruits > 50%	p Kruskal-Wallis (α=0,0125)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard Discount			Effectif total	Moyenne générale
		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Constituants (g/100ml)															
Valeur énergétique (kcal)	0,2573	8	53,84	10,45	15	49,87	13,48	1	45,00		3	42,00	8,66	27	49,99
Glucides	0,1487	8	12,70	2,07	15	11,78	3,29	1	10,40		3	9,80	2,08	27	11,78
Sucres	0,2697	8	12,24	2,39	14	10,91	3,27	1	10,40		2	7,85	3,04	25	11,07
Fibres	0,0772	8	0,36	0,91	14	0,73	0,71	1	0,20		2	0,30	0,28	25	0,56

Boissons aux légumes et/ou fruits

Boissons aux légumes et/ou fruits	p Kruskal-Wallis ($\alpha=0,0125$)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Hard Discount			Effectif total	Moyenne générale
Constituants (g/100ml)		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique (kcal)	0,3749	2	44,30	36,35	6	64,33	10,56	4	70,25	8,58	12	62,97
Glucides	0,2098	2	9,70	7,50	6	14,33	1,97	4	15,70	1,61	12	14,02
Sucres	0,183	2	9,20	6,79	6	12,67	2,07	4	15,08	1,67	12	12,89
Fibres	0,511	2	0,75	1,06	5	0,96	0,61	4	1,05	0,06	11	0,95

Boissons pour le sport

Boissons pour le sport	p Kruskal-Wallis ($\alpha=0,0167$)	Marques nationales			Marques de distributeurs			Hard Discount			Effectif total	Moyenne générale
Constituants (g/100ml)		N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET	N	Moyenne	ET		
Valeur énergétique (kcal)	0,2621	11	20,83	4,89	3	20,00	7,21	1	36,00		15	21,67
Glucides	0,2615	11	4,98	1,04	3	4,97	1,76	1	8,60		15	5,22
Sucres	1	11	4,36	0,97	3	4,10	1,01				14	4,31
Fibres	NT	11	0,00	0,00	3	0,00	0,00				14	0,00

Annexe 6 : Cartographies par famille

