



ETUDE DE L'EVOLUTION DU SECTEUR DES CONFITURES ENTRE 2009 ET 2010

Oqali

Section de
l'OBSERVATOIRE
DE L'ALIMENTATION



ÉDITION 2012

SOMMAIRE

SYNTHESE	10
PRESENTATION DU SECTEUR.....	12
1. Modes d'obtention des données recueillies	12
2. Nomenclature des aliments	14
3. Couverture du secteur	15
4. Répartition des produits par niveau de segmentation.....	16
PARTIE 1 : ETUDE DU SECTEUR DES CONFITURES EN 2010	17
1. Présentation du secteur en 2010.....	17
2. Etiquetage	19
2.1 Suivi des paramètres de l'étiquetage	19
2.2 Groupes d'étiquetage nutritionnel.....	21
2.3 Allégations nutritionnelles	24
2.4 Repères nutritionnels.....	26
2.5 Recommandations de consommation.....	28
2.6 Portions indiquée et valeurs nutritionnelles à la portion	29
2.6.1 Portions indiquées	29
2.6.2 Valeurs nutritionnelles à la portion.....	30
3. Variabilité des teneurs en sucres étiquetées.....	32
3.1 Variabilité de la teneur en sucres au sein du secteur et au sein des familles.....	34
3.2 Variabilité de la teneur en sucres par segment au sein de chaque famille.....	37
4. Cartographies par famille.....	39
PARTIE 2 : ETUDE DE L'EVOLUTION DU SECTEUR DES CONFITURES ENTRE 2009 ET 2010....	45
1. Présentation de l'évolution du secteur entre 2009 et 2010.....	45
2. Etiquetage	50
2.1 Suivi des paramètres de l'étiquetage	50
2.2 Groupes d'étiquetage nutritionnel.....	51
2.3 Allégations nutritionnelles	52

2.4	Repères nutritionnels.....	54
2.5	Recommandations de consommation.....	55
2.6	Portions indiquées et valeurs nutritionnelles à la portion	56
2.6.1	Portions indiquées	56
2.6.2	Valeurs nutritionnelles à la portion	57
2.7	Focus sur l'étiquetage des produits ayant évolué entre 2009 et 2010	59
3.	Variabilité des teneurs en sucres étiquetées	61
3.1	Variabilité des teneurs en sucres au sein du secteur et au sein des familles	62
3.1.1	Variabilité des teneurs en sucres au sein du secteur	62
3.1.2	Variabilité des teneurs en sucres au sein des familles	64
3.1.3	Focus sur les variabilités des teneurs en sucres au sein des produits appariés	70
3.2	Focus sur la variabilité de la teneur en sucres par segment au sein de chaque famille	73
4.	Cartographies par famille	79
CONCLUSIONS.....		84
1.	Conclusions sur l'étude du secteur 2010	84
1.1	Conclusions sur les paramètres d'étiquetage	84
1.2	Conclusions sur les valeurs nutritionnelles	85
2.	Conclusions sur l'étude de l'évolution du secteur entre 2009 et 2010	86
2.1	Conclusions sur les paramètres d'étiquetage	86
2.2	Conclusions sur les valeurs nutritionnelles	87
PERSPECTIVES		89

Liste des figures

Figure 1: Comparaison des sources de données du secteur des « confitures » entre 2009 et 2010.	13
Figure 2: Comparaison de la répartition des produits du secteur des « confitures » par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali et au sein du secteur entier d'après les données Kantar Worldpanel.....	16
Figure 3 : Nombre de produits par famille pour le secteur des « confitures » en 2010 (n=466). 17	
Figure 4 : Répartition des produits entre segments de marché pour les différentes familles étudiées en 2010 pour le secteur des « confitures », en nombre de références.	18
Figure 5 : Principaux paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des « confitures » en 2010.	20
Figure 6: Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel en fonction des familles étudiées. 21	
Figure 7 : Répartition des différents segments de marché en fonction du groupe d'étiquetage nutritionnel pour le secteur des « confitures » en 2010.	22
Figure 8 : Répartition des produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) par segment de marché au sein des familles du secteur des « confitures » en 2010.	24
Figure 9 : Répartition des produits avec repère(s) nutritionnel(s) par segment de marché au sein des familles du secteur des « confitures » en 2010.....	26
Figure 10 : Répartition des produits avec recommandation(s) de consommation par segment de marché au sein des familles du secteur des « confitures » en 2010.....	28
Figure 11 : Répartition des produits présentant une portion indiquée par segment de marché au sein des familles du secteur des « confitures » en 2010.....	29
Figure 12 : Répartition des produits présentant des valeurs nutritionnelles à la portion par segment de marché au sein des familles du secteur des « confitures » en 2010.	30
Figure 13 : Variabilité des teneurs en sucres ou sucres brix (g/100g) des familles du secteur des « confitures » en 2010.	34
Figure 14 : Teneurs en sucres brix et valeurs énergétique de la famille des confitures, gelées ou marmelades, pondérées par les parts de marché en 2010.	40
Figure 15 : Teneurs en sucres brix et valeurs énergétiques de la famille des préparations de fruits, pondérées par les parts de marché en 2010.....	41
Figure 16 : Teneurs en sucres et valeurs énergétiques de la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées, pondérées par les parts de marché en 2010.....	42
Figure 17 : Teneurs en sucres et valeurs énergétiques de la famille des préparations aux fruits, pondérées par les parts de marché en 2010.....	43

Figure 18 : Teneurs en sucres brix et valeurs énergétiques de la famille des crèmes de marrons ou pruneaux, pondérées par les parts de marché en 2010.....	44
Figure 19 : Décomposition de l'offre du secteur des « confitures » en 2010 en produits manquants en 2009, produits retirés du marché, produits identiques, évolutions de produits et produits nouveaux par famille.....	46
Figure 20 : Décomposition de l'offre du secteur des « confitures » en 2010 en produits manquants en 2009, produits retirés du marché, produits identiques, évolutions de produits et produits nouveaux par segment de marché.....	47
Figure 21 : Comparaison du nombre de produits par famille entre 2009 et 2010 pour le secteur des « confitures ».....	48
Figure 22 : Comparaison de la répartition des produits entre segments de marché pour les différentes familles étudiées entre 2009 et 2010 pour le secteur des « confitures », en nombre de références.....	49
Figure 23 : Comparaison des principaux paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des « confitures » en 2009 et 2010.....	50
Figure 24 : Comparaison du nombre de produits par groupe d'étiquetage et par famille pour le secteur des « confitures » entre 2009 et 2010.....	51
Figure 25 : Comparaison de la répartition des produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) par famille pour le secteur des « confitures » entre 2009 et 2010.....	52
Figure 26 : Comparaison de la répartition des produits avec repère(s) nutritionnel(s) par famille pour le secteur des « confitures » entre 2009 et 2010.....	54
Figure 27 : Comparaison de la répartition des produits présentant une portion indiquée par famille pour le secteur des « confitures » entre 2009 et 2010.....	56
Figure 28 : Comparaison de la répartition des produits présentant des valeurs nutritionnelles à la portion par famille pour le secteur des « confitures » entre 2009 et 2010.....	57
Figure 29 : Nombre de produits par type d'évolution entre 2009 et 2010 sur l'ensemble des produits ayant évolué entre 2009 et 2010.....	60
Figure 30 : Variabilité de la teneur en sucres ou sucres brix en g/100g des familles du secteur des « confitures » par année.....	62
Figure 31 : Variabilité de la teneur en sucres brix au sein de la famille des confitures, gelées ou marmelades par sous-groupe.....	65
Figure 32 : Variabilité de la teneur en sucres brix au sein de la famille des préparations de fruits par sous-groupe.....	66
Figure 33 : Variabilité de la teneur en sucres au sein de la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées par sous-groupe.....	67

Figure 34 : Variabilité de la teneur en sucres au sein de la famille des préparations aux fruits par sous-groupe.	68
Figure 35 : Variabilité de la teneur en sucres ou sucres brix des produits appariés entre 2009 et 2010 par famille.	70
Figure 36 : Variabilité de la teneur en sucres brix par segment de marché et par année au sein de la famille des confitures, gelées ou marmelades.	74
Figure 37 : Variabilité de la teneur en sucres brix par segment de marché et par année au sein de la famille des préparations de fruits.	75
Figure 38 : Variabilité de la teneur en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées.	76
Figure 39 : Variabilité de la teneur en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille des préparations aux fruits.	77
Figure 40 : Barycentres par segment de marché et par année des teneurs en sucres brix et de la valeur énergétique de la famille des fruits au jus de fruits pondérées par les parts de marché. .	80
Figure 41 : Barycentres par segment de marché et par année des teneurs en sucres brix et de la valeur énergétique de la famille des préparations de fruits pondérées par les parts de marché.	81
Figure 42 : Barycentres par segment de marché et par année des teneurs en sucres et de la valeur énergétique de la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées pondérées par les parts de marché.	82
Figure 43 : Barycentres par segment de marché et par année des teneurs en sucres et de la valeur énergétique de la famille des préparations aux fruits pondérées par les parts de marché.	83

Liste des tableaux

Tableau 1 : Variabilité nutritionnelle du secteur des « confitures ».	36
Tableau 2 : Variabilité nutritionnelle de la famille des confitures, gelées ou marmelades : différences entre segments de marché.....	37
Tableau 3 : Variabilité nutritionnelle de la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées : différences entre segments de marché.	37
Tableau 4 : Statistiques descriptives et évolution des teneurs en sucres ou sucres brix par famille de produit entre 2009 et 2010	63
Tableau 5 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par famille et par sous-groupe.	69
Tableau 6 : Nombres de produits présentant une diminution ou une augmentation de la teneur en sucres ou sucres brix, ou des teneurs en sucres ou sucres brix identiques par famille.....	71
Tableau 7 : Statistiques descriptives et évolutions des teneurs en sucres des produits appariés entre 2009 et 2010 dont les valeurs nutritionnelles ont été modifiées entre les deux années (quel que soit le nutriment), par famille de produit.	71
Tableau 8 : Statistiques descriptives de la teneur en sucres brix par segment de marché, par année et par sous-groupe pour la famille des confitures, gelées ou marmelades.....	74
Tableau 9 : Statistiques descriptives de la teneur en sucres brix par segment de marché, par année et par sous-groupe pour la famille des préparations de fruits.....	75
Tableau 10 : Statistiques descriptives de la teneur en sucres par segment de marché, par année et par sous-groupe pour la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées.....	76
Tableau 11 : Statistiques descriptives de la teneur en sucres par segment de marché, par année et par sous-groupe pour la famille des préparations aux fruits.....	77
Tableau 12 : Statistiques descriptives de la teneur moyenne en sucres brix non pondérée et pondérée par les parts de marché par segment de marché et par année pour la famille des fruits au jus de fruits.....	80
Tableau 13 : Statistiques descriptives de la teneur moyenne en sucres brix non pondérée et pondérée par les parts de marché par segment de marché et par année pour la famille des préparations de fruits.....	81
Tableau 14 : Statistiques descriptives de la teneur moyenne en sucres non pondérée et pondérée par les parts de marché par segment de marché et par année pour la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées.....	82
Tableau 15 : Statistiques descriptives de la teneur moyenne en sucres non pondérée et pondérée par les parts de marché par segment de marché et par année pour la famille des préparations aux fruits.....	83

Liste des annexes

Annexe 1 : Liste des traitements	90
Annexe 2 : Lexique	91
Annexe 3 : Variabilite nutritionnelle par famille de produits : statistiques descriptives pour 100g	95
Annexe 4 : Variabilite nutritionnelle par famille de produits : differences par segment de marche	98

SYNTHESE

L'étude de l'évolution du secteur des « confitures » compare les paramètres de l'étiquetage et les teneurs en sucres entre 339 produits en 2009 (t₀) et 378 produits en 2010 (t₁). Les produits du secteur sont répartis en 5 familles, définies principalement sur la teneur en sucres, règlementée pour certaines : les confitures gelées ou marmelades, les préparations de fruits, les confitures, gelées ou marmelades allégées, les préparations aux fruits et les crèmes de marrons ou pruneaux. L'ensemble des produits étudiés en 2010 couvre¹ au minimum 70% du marché des « confitures » en volume.

Concernant l'**évolution de l'offre**, la proportion de produit issus des familles les moins sucrées (confitures, gelées ou marmelades allégées et préparation aux fruits) a augmenté, passant de 22 à 26% du secteur entre 2009 et 2010. Par segment de marché, la proportion de produits de marques nationales a légèrement augmenté entre les deux années d'étude.

Les **paramètres de l'étiquetage** ont peu évolué entre 2009 et 2010 (Figure A). La présence d'étiquetage nutritionnel et de repères nutritionnels a légèrement augmenté tandis que les autres paramètres d'étiquetage sont restés stables. Seule la présence d'allégation nutritionnelle a significativement augmenté, de 18 à 25%, notamment via la famille des préparations de fruits.

La proportion de produits avec un étiquetage nutritionnel de groupe 2/2+ a augmenté (de 33% en 2009 à 41% en 2010) au détriment de ceux du groupe 1/1+.

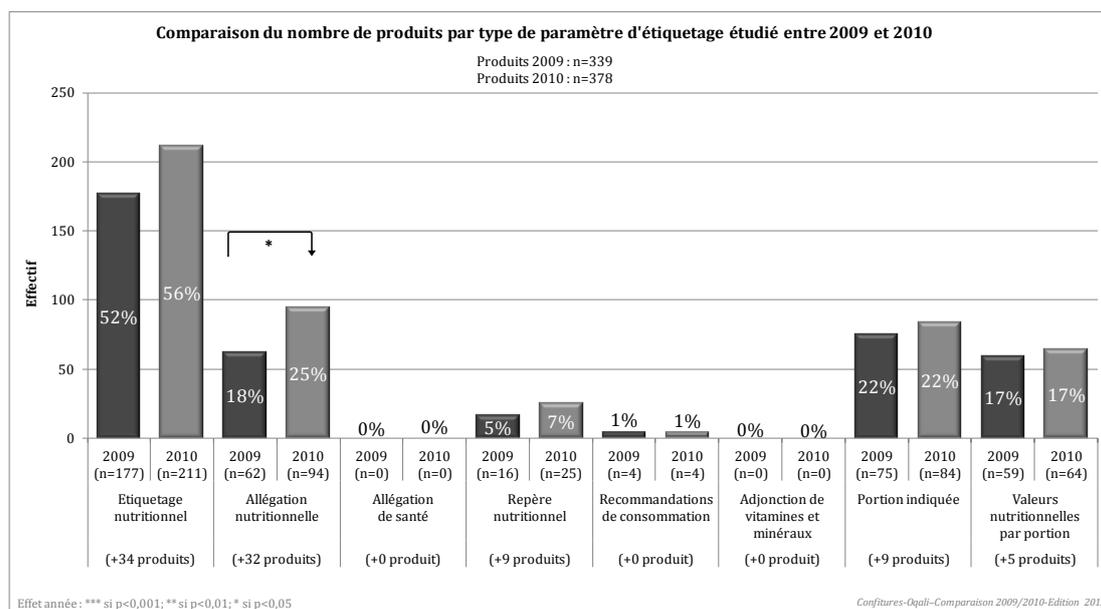


Figure A : Comparaison des principaux paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des « confitures » en 2009 et 2010.

Concernant l'**évolution des valeurs nutritionnelles**, les teneurs en sucres des familles des confitures, gelées ou marmelades, des préparations de fruits et des crèmes de marrons ou pruneaux ont été suivies en sucres brix² ; pour les confitures, gelées ou marmelades allégées et les préparations aux fruits, la teneur en sucres est issue des tableaux de valeurs nutritionnelles.

¹ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel.

² Teneur totale en sucres en g/100g correspondant à la valeur réfractométrique du produit fini à 20°C.

Les teneurs moyennes en sucres brix des familles des confitures, gelées ou marmelades et des crèmes de marrons ou pruneaux n'ont pas évolué (Figure B). Celles des autres familles ont légèrement diminué. Plus de la moitié des produits de la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées a évolué dans le sens d'une diminution significative des teneurs en sucres. Celle-ci peut cependant être liée à l'application progressive du rectificatif au Règlement (CE) n°1924/2006, qui impose aux produits allégés une réduction de 30% de la teneur en sucres par rapport à un produit standard et non plus 25% (les produits réduits à 25% n'étant plus autorisés en 2010 mais pouvant encore se trouver sur le marché en 2009).

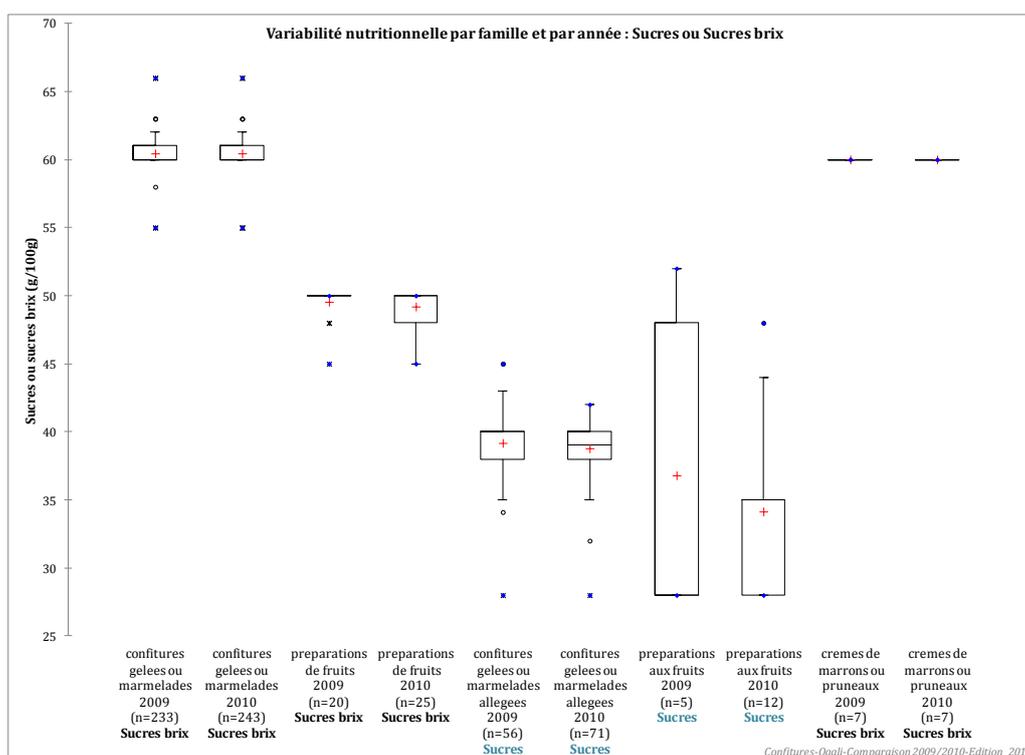


Figure B : Variabilité de la teneur en sucres ou sucres brix en g/100g des familles du secteur des « confitures » par année.

Par segment de marché, les teneurs moyennes en sucres des marques de distributeurs ont tendance à diminuer dans les familles des préparations de fruits, des confitures, gelées ou marmelades allégées et des préparations aux fruits. A l'inverse, les teneurs des marques nationales ont tendance à augmenter dans la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées et dans les préparations aux fruits.

Malgré le court laps de temps sur lequel l'étude a été conduite, une première tendance du secteur a été mise en évidence quant à la diminution des teneurs en sucres des produits (notamment au sein des confitures, gelées ou marmelades allégées) et à l'amélioration de l'offre (principalement par l'apparition de nouveaux produits dans les familles les moins sucrées ou par une diminution de teneur en-dessous du seuil minimal entraînant un changement de famille). Bien que des améliorations semblent difficiles au sein des familles des confitures, gelées ou marmelades et des crèmes de marrons ou pruneaux du fait de la réglementation sur leur teneur minimale en sucres brix, celles-ci pourraient être rapprochées de la valeur inférieure. Concernant les préparations de fruits, les teneurs en sucres pourraient être davantage diminuées en développant par exemple les produits allégés.

L'ensemble des résultats de l'étude est détaillé dans le rapport *Etude de l'évolution du secteur des confitures entre 2009 et 2010 - Oqali - Edition 2012*.

Ce rapport a pour vocation de présenter le secteur des « confitures » du point de vue de la qualité nutritionnelle, aussi bien aux professionnels qu'aux pouvoirs publics et consommateurs. Les points discutés doivent donc être adaptés à tous ces types de lecteurs. Les différents déterminants de la qualité nutritionnelle des « confitures » sont étudiés ainsi que l'information nutritionnelle apportée par les emballages.

Ce rapport contient :

- une présentation du secteur ;
- un état des lieux du secteur des « confitures » en 2010 (Partie 1) ;
- une étude de l'évolution des produits entre 2009 et 2010 (Partie 2).

Les données ayant servi de référence pour 2009 sont issues du rapport sur l'état des lieux du secteur en 2009 (publié par l'Oqali en 2010).

PRESENTATION DU SECTEUR

En 2009, l'étude a porté sur 339 produits de type « confitures » ; en 2010 elle porte sur 466 produits soit 127 produits supplémentaires (liés en partie à l'intégration de nouveaux distributeurs).

Dans ce rapport, les produits seront étudiés par famille et selon trois segments de marché : les marques nationales (MN), les marques de distributeurs (MDD) et le hard discount (HD). Les produits de marques de distributeurs entrée de gamme (MDDeg, équivalents aux premiers prix) seront également distingués.

1. MODES D'OBTENTION DES DONNEES RECUEILLIES

En 2010 comme en 2009, les données recueillies proviennent de plusieurs sources (Figure 1) :

- visites en magasins réalisées par les équipes de l'Oqali (44%) ;
- données fournies par les distributeurs (31%) ;
- données envoyées par les industriels (16%) ;
- d'autres sources, comme l'apport volontaire d'emballages (9%).

La part de chaque source a évolué entre 2009 et 2010, et principalement celle des données provenant des distributeurs. Cet écart s'explique par la mise en place de partenariats avec de nouveaux distributeurs (de marques de distributeurs et de hard discount) entre les deux années d'étude et ainsi, une plus grande disponibilité de leurs données en 2010.

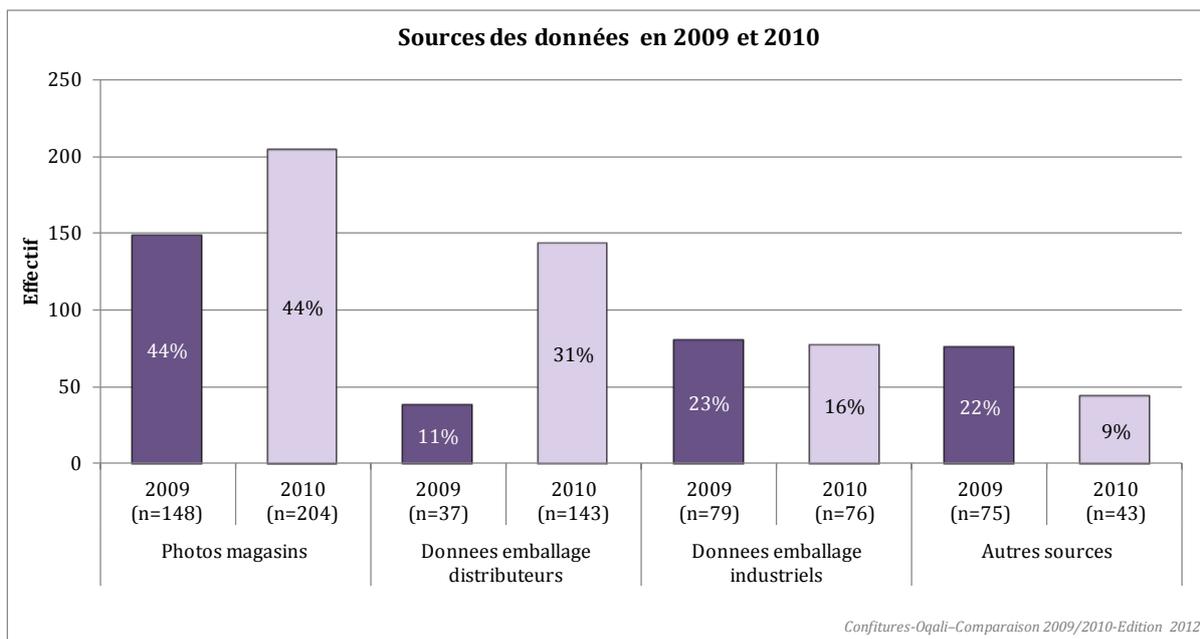


Figure 1: Comparaison des sources de données du secteur des « confitures » entre 2009 et 2010.

Il a été décidé de ne pas tenir compte des produits nouvellement disponibles en marques de distributeurs dans la partie du rapport concernant l'évolution du marché (cf. Partie 2 : étude de l'évolution du secteur des « confitures » entre 2009 et 2010). En effet, ces produits, qui manquaient aux effectifs de 2009, augmentent maintenant de façon artificielle les effectifs de 2010, et ce en quantité importante pour les marques de distributeurs (cf. Partie 2). De plus, les caractéristiques en termes de paramètres d'étiquetage et de valeurs nutritionnelles de ces produits étant très différentes de la moyenne du secteur, il a semblé préférable de ne pas les inclure dans la comparaison des données entre 2009 et 2010 afin de ne pas biaiser l'interprétation. Les caractéristiques des produits concernés par le nouveau partenariat au sein du hard discount n'ont pas justifié de les traiter à part.

Tous ces produits seront toutefois pris en compte pour l'état des lieux du secteur sur l'année 2010 (cf. Partie 1). Grâce à une meilleure couverture³ du marché, ils permettent d'en améliorer la représentativité.

³ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel.

2. NOMENCLATURE DES ALIMENTS

Certaines dénominations du secteur des « confitures » relèvent de catégories réglementaires⁴.

Ainsi :

- une « **confiture** » est le mélange, porté à la consistance gélifiée appropriée, de sucres, de pulpe et/ou de purée d'une ou de plusieurs espèces de fruits et d'eau⁵. Elle doit contenir au moins 55% de sucres et 35% de fruits, voire moins pour certains fruits (ex : 25% pour groseille, cassis, coing...);
- une « **confiture extra** » est le mélange de sucres, de pulpe non concentrée d'une ou plusieurs espèces de fruits et d'eau⁶. Le pourcentage minimum de fruits est de 45%, voire moins pour certains fruits (ex : 35% pour groseille, cassis, coing...);
- la « **gelée** » est le mélange suffisamment gélifié de sucres et du jus et/ou d'extraits aqueux d'une ou plusieurs espèces de fruits. La quantité de jus et/ou d'extrait aqueux utilisée n'est pas inférieure à celle fixée pour la fabrication de la confiture;
- la « **gelée extra** » ne peut contenir une quantité de jus de fruits et/ou d'extrait aqueux inférieure à celle fixée pour la fabrication de la confiture extra;
- la « **marmelade** » est le mélange d'eau, de sucres, et d'un ou plusieurs produits suivants obtenus à partir d'agrumes : pulpes, purées, jus, extraits aqueux et écorces. La quantité d'agrumes minimale est de 20%;
- la « **crème de marrons** » est le mélange d'eau, de sucres et de purée de marrons. La quantité de purée de marrons minimale est de 38%;
- la « **crème de pruneaux** » est le mélange de sucres et de purée de pruneaux. La quantité de pruneaux (à 23% d'humidité maximum) minimale est de 40%.

⁴ Directive 2001/113/CE du Conseil (20/12/2001) relative aux confitures, gelées et marmelades de fruits, ainsi qu'à la crème de marrons, destinées à l'alimentation humaine et Décret n°85-872 modifié (14/08/1985) portant application de la loi du 1er août 1905 sur les fraudes et falsifications en matière de produits ou de services en ce qui concerne les confitures, gelées et marmelades de fruits et autres produits similaires. Les ingrédients autorisés dans ces produits y sont listés.

⁵ La confiture d'agrumes peut être obtenue à partir du fruit entier, coupé en lamelles et/ou en tranches.

⁶ La confiture extra de cynorhodons et celle sans pépins de framboises, de mûres, de cassis, de myrtilles et de groseilles peuvent être obtenues entièrement ou partiellement à partir de purée non concentrée de ces fruits. La confiture d'agrumes extra peut être obtenue à partir du fruit entier, coupé en lamelles et/ou en tranches.

La classification du secteur des « confitures » comporte 5 familles, aux définitions élaborées en concertation avec le secteur et fondées principalement sur la teneur en sucres :

- les **confitures, gelées ou marmelades** standards (extra ou non) ;
- les **confitures, gelées ou marmelades allégées** en sucres présentant une teneur en sucres réduite d'au moins 30 % par rapport aux confitures, gelées ou marmelades standards ;
- entre ces deux dénominations, les **préparations de fruits** qui présentent un taux de sucres trop élevé pour la dénomination « confiture allégée en sucres » et trop faible pour la dénomination « confiture ». Il s'agit également de mélanges de sucres, de pulpe et/ou de purée d'une ou de plusieurs espèces de fruits et d'eau⁷ ;
- les **préparations aux fruits** qui sont les mélanges de sucres, de pulpes et/ou de purées de fruits, concentrées ou non, et d'autres ingrédients tels que jus concentrés de fruits, lait, céréales, arômes (naturels ou artificiels)... ;
- les **crèmes de marrons ou pruneaux** qui sont regroupées au sein de la même famille, compte tenu de leurs effectifs limités et de leurs similitudes.

3. COUVERTURE⁸ DU SECTEUR

A partir des données de Kantar Worldpanel⁹ (janvier 2010 à décembre 2010), les parts de marché des produits ont pu être calculées en considérant le marché des « Confitures ».

Ainsi, les produits de type « confitures » pris en compte lors de cette étude couvrent⁸ au minimum 70% 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 89%). Ainsi, 11% 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.

⁷ et les autres ingrédients autorisés pour les confitures.

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

⁹ Kantar Worldpanel : 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.

4. REPARTITION DES PRODUITS PAR NIVEAU DE SEGMENTATION

La comparaison des parts de marché, en volume par segment de marché, entre les 466 produits recueillis par l'Oqali pour cette étude et les données du secteur entier (d'après Kantar Worldpanel) (Figure 2) montre une répartition selon les segments quasiment identique. Les marques de distributeurs entrée de gamme semblent être légèrement surestimées dans la base de données de l'Oqali par rapport au marché Kantar Worldpanel. A l'inverse, les produits des marques nationales sont très légèrement sous-estimés. Les proportions de produits de marques de distributeurs et de hard discount sont identiques dans les deux bases.

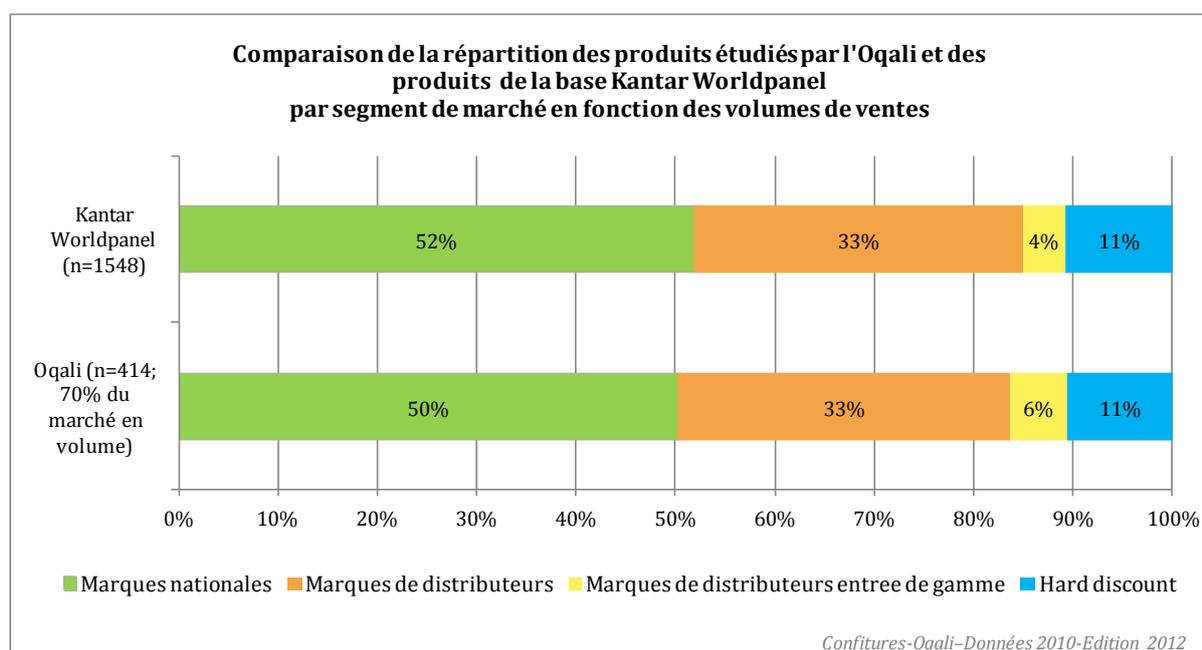


Figure 2: Comparaison de la répartition des produits du secteur des « confitures » par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali et au sein du secteur entier d'après les données Kantar Worldpanel.

PARTIE 1 : ETUDE DU SECTEUR DES CONFITURES EN 2010

1. PRESENTATION DU SECTEUR EN 2010

Cette étude porte sur 466 produits de type « confitures ».

La figure 3 présente la répartition de ces produits par famille.

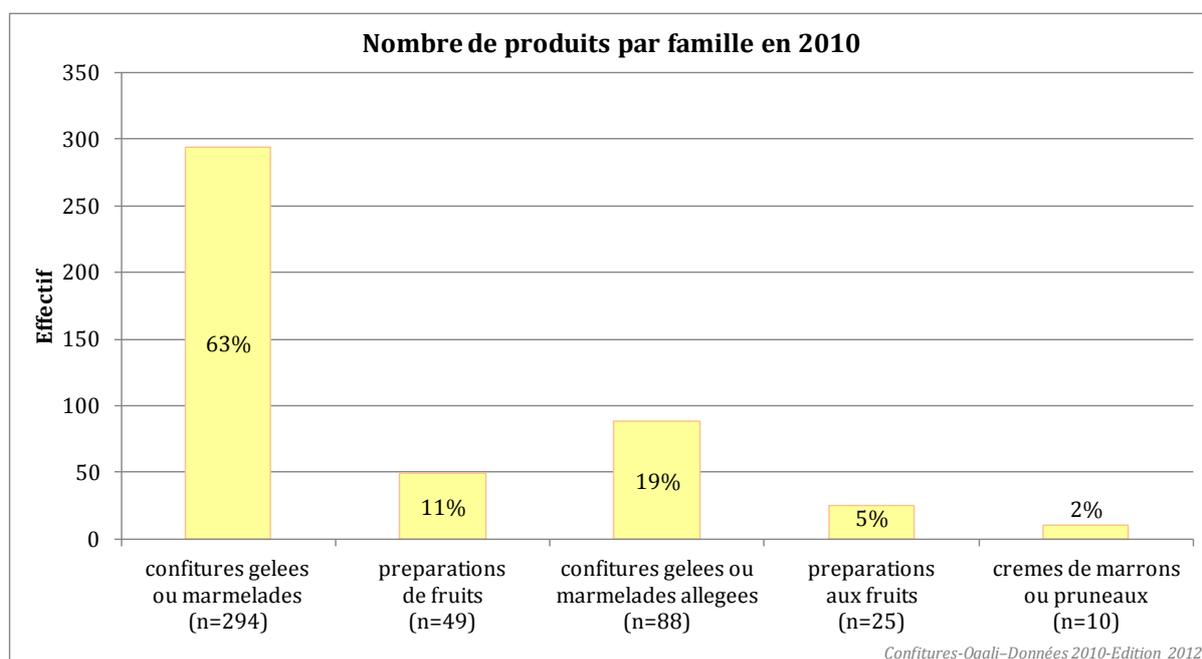


Figure 3 : Nombre de produits par famille pour le secteur des « confitures » en 2010 (n=466).

La famille des confitures, gelées ou marmelades est la plus fréquente et représente 63% des produits du secteur étudié (n=294). Elle est suivie par les familles des confitures, gelées ou marmelades allégées (n=88 ; 19%) et des préparations de fruits (n=49 ; 11%). Enfin les familles des préparations aux fruits (n=25 ; 5%) et des crèmes de marrons ou pruneaux (n=10 ; 2%) sont très peu représentées.

Parmi les 466 produits étudiés en 2010, la répartition entre segments de marché est variable selon les familles (Figure 4) avec :

- des produits de hard discount absents au sein des familles des préparations de fruits et des préparations aux fruits ;
- des produits de marques de distributeurs entrée de gamme présents uniquement dans la famille des confitures, gelées ou marmelades ;
- des produits de marques de distributeurs et de marques nationales présents dans les cinq familles.

La famille des préparations de fruits se caractérise par 98% de produits de marques de distributeurs. La famille des préparations aux fruits est constituée, quant à elle, de 92% de produits de marques nationales.

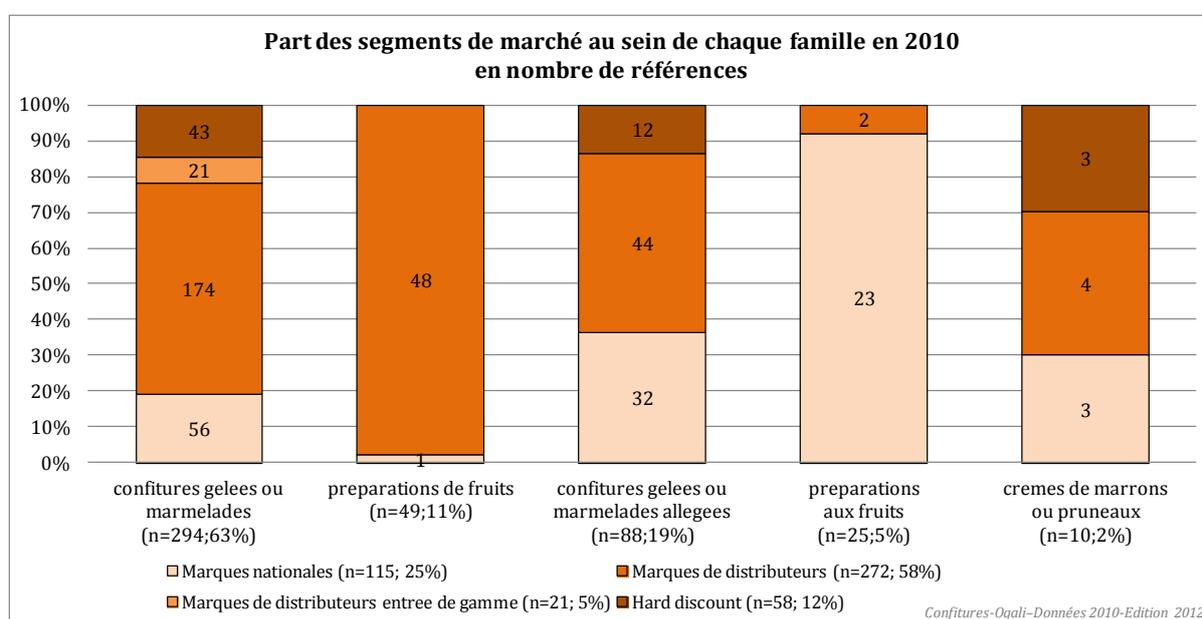


Figure 4 : Répartition des produits entre segments de marché pour les différentes familles étudiées en 2010 pour le secteur des « confitures », en nombre de références.

Ainsi, parmi les 466 produits étudiés en 2010 :

- 58% sont des marques de distributeurs (n=272) ;
- 25% des marques nationales (n=115) ;
- 12% des marques de hard discount (n=58) ;
- 5% des marques de distributeurs entrée de gamme (n=21).

Parmi les produits du secteur des « confitures » étudiés, la famille des confitures, gelées ou marmelades est majoritaire (63% des produits du secteur).

Au sein des cinq familles, les marques de distributeurs (58%) ainsi que les marques nationales (25%) sont les segments les plus fréquents.

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 (la définition de ces différents paramètres est reprise dans le lexique en annexe 2, les traitements statistiques réalisés sur ces paramètres sont également décrits dans le rapport méthodologique 2009) :

- les étiquetages nutritionnels (n=249 ; 53%) ;
- les allégations nutritionnelles au sens des libellés exacts de l'annexe du rectificatif au Règlement (CE) No 1924/2006¹¹ (n=111; 24%) ;
- les allégations de santé, selon une nomenclature interne (décrite dans le lexique) en l'absence de réglementation définitive à ce sujet (n=0 ; 0%) ;
- les repères nutritionnels (n=52 ; 11%) ;
- les recommandations de consommation (n=16 ; 3%) ;
- les adjonctions de vitamines et/ou minéraux, qui correspondent au regroupement des produits enrichis et restaurés (n=0 ; 0%) ;
- les portions indiquées et leurs tailles (n=117 ; 25%) ;
- la présence de valeurs nutritionnelles à la portion (différente de 100g) (n=90; 19%).

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.

La figure 5 reprend les fréquences de chacun des paramètres étudiés.

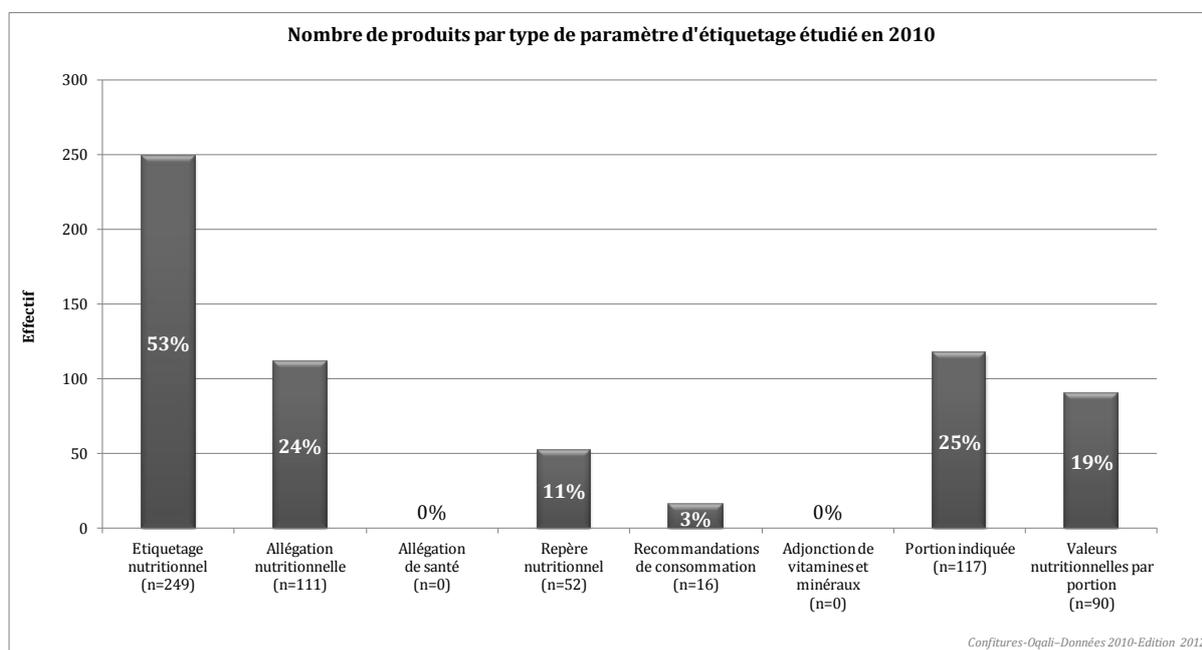


Figure 5 : Principaux paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des « confitures » en 2010.

Parmi les 466 produits étudiés, 53% présentent un étiquetage nutritionnel. Les tailles de portions indiquées, les allégations nutritionnelles ainsi que les valeurs nutritionnelles à la portion sont présentes sur respectivement 25, 24 et 19% des produits. 11% des produits présentent des repères nutritionnels et 3% des recommandations de consommation.

Enfin, aucun produit du secteur ne possède d'allégation de santé ou d'adjonction de vitamines et/ou minéraux. Ces deux paramètres ne seront donc pas traités dans la suite du rapport.

Les différences d'effectifs pour les variables qualitatives sont testées par un test du Chi-2.

2.2 Groupes d'étiquetage nutritionnel

Trois des cinq familles du secteur des « confitures » ont l'obligation d'étiqueter leur teneur en sucres :

- d'une part, les confitures, gelées ou marmelades ainsi que les crèmes de marrons doivent faire apparaître sur leur emballage la teneur totale en sucres en grammes pour 100 grammes ; celle-ci correspond à la valeur réfractométrique du produit fini déterminée à 20°C¹² (degrés brix). Cela explique en partie la présence et la proportion de produits de groupe 0+ qui correspond à l'étiquetage des sucres brix (Figure 6) ;
- d'autre part, les confitures, gelées ou marmelades allégées, dont l'allégation porte sur le sucre, doivent présenter un étiquetage de groupes 2 ou 2+.

Ainsi, les groupes d'étiquetage nutritionnel les plus représentés sont le groupe 0+ (n=205 ; 44%) et le groupe 2+ (n=123 ; 26%) (cf. lexique en annexe 2). Les produits du groupe 2+ étiquettent principalement, en plus de leur teneur en sodium, leur teneur en sel.

53% des produits du secteur des « confitures » étudiés en 2010 possèdent un étiquetage nutritionnel ; 38% présentent un étiquetage nutritionnel détaillé (2/2+).

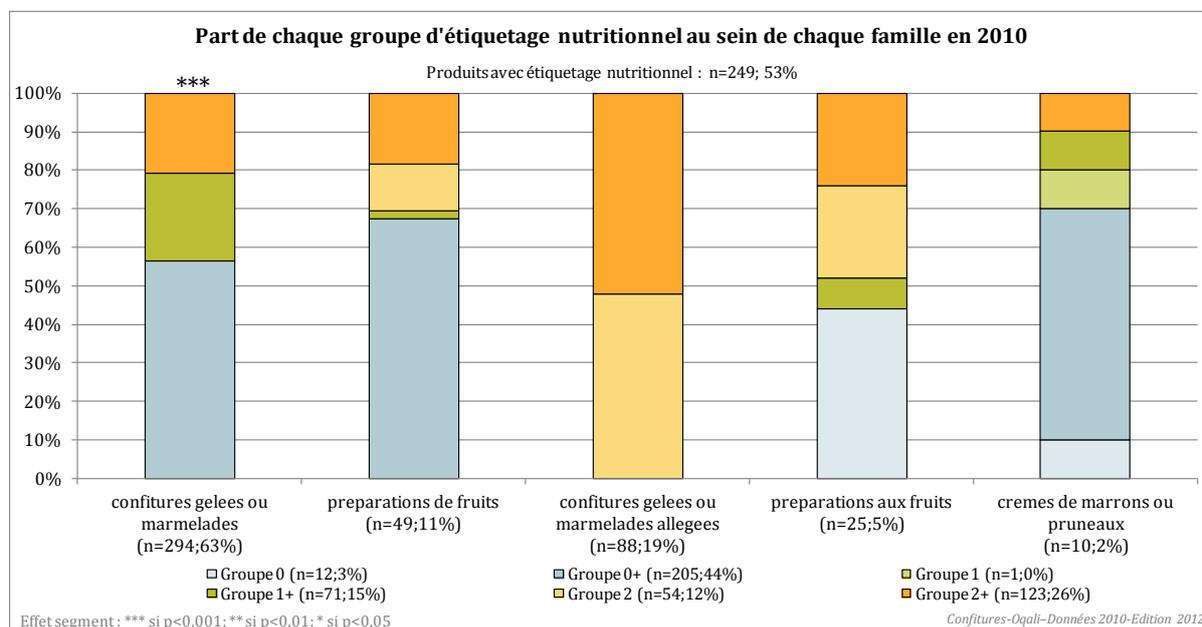


Figure 6: Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel en fonction des familles étudiées.

¹² Moyennant une tolérance de plus ou moins 3 degrés réfractométriques. Cf Directive 2001/113/CE du Conseil (20/12/2001) relative aux confitures, gelées ou marmelades de fruits, ainsi qu'à la crème de marrons, destinées à l'alimentation humaine et Décret n°85-872 modifié (14/08/1985) portant application de la loi du 1^{er} août 1905 sur les fraudes et falsifications en matière de produits ou de services en ce qui concerne les confitures, gelées ou marmelades de fruits et autres produits similaires.

Ainsi, les 205 produits avec un étiquetage nutritionnel de groupe 0+ sont répartis dans les familles des confitures, gelées ou marmelades et des crèmes de marrons ou pruneaux, mais également dans les préparations de fruits. En proportion, la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées compte le plus de produits avec un étiquetage nutritionnel de groupe 2+ (52%) (Figure 6). Par ailleurs, 12 produits ne présentent pas d'étiquetage nutritionnel ; ils sont majoritaires au sein de la famille des préparations aux fruits.

La fréquence de produits appartenant à un groupe d'étiquetage varie significativement suivant les segments de marché pour la famille des confitures, gelées ou marmelades. Plus précisément, les marques nationales (96%), le hard discount (58%) et les marques de distributeurs (48%) ont tendance à présenter une majorité de produits de groupe 0/0+, contrairement aux marques de distributeurs entrée de gamme (19%) pour cette famille.

La figure 7 présente la répartition des différents segments de marché en fonction des groupes d'étiquetage nutritionnel. Parmi les 466 produits étudiés, 42% des marques de distributeurs (n=113) présentent un étiquetage nutritionnel détaillé de groupe 2/2+ ainsi que 38% des marques nationales (n=44), 33% des produits issus du hard discount (n=19) et 5% des marques de distributeurs entrée de gamme (n=1).

Un seul produit issu du hard discount possède un étiquetage de groupe 1.

60% des produits de marques nationales (n=69) et 43% des produits de marques de distributeurs (n=118) ne présentent pas d'étiquetage nutritionnel (groupe 0/0+).

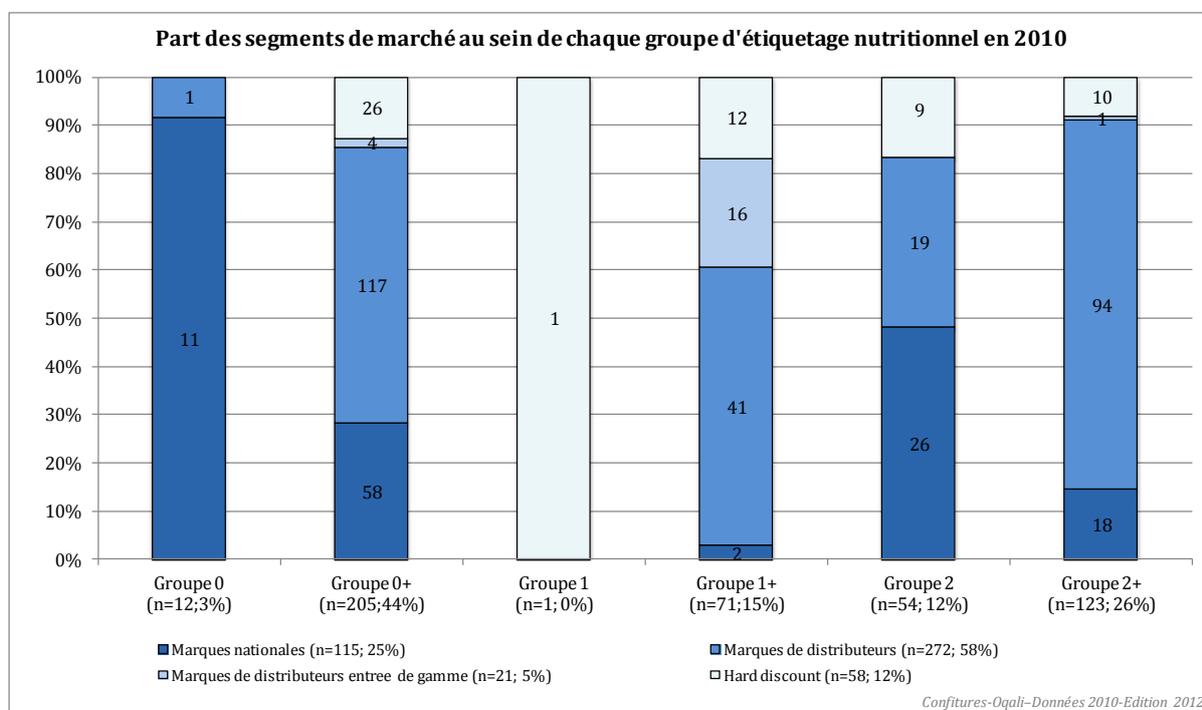


Figure 7 : Répartition des différents segments de marché en fonction du groupe d'étiquetage nutritionnel pour le secteur des « confitures » en 2010.

53% des 466 produits du secteur des « confitures » étudiés en 2010 présentent un étiquetage nutritionnel. 38% d'entre eux possèdent un étiquetage nutritionnel détaillé (groupe 2/2+). Les produits présentant un étiquetage nutritionnel de groupe 0+ sont majoritaires (44%), en raison de la réglementation qui s'applique aux confitures, gelées ou marmelades et aux crèmes de marrons ou pruneaux.

En accord avec leur définition et la présence d'allégations nutritionnelles concernant les teneurs en sucres, les confitures, gelées ou marmelades allégées présentent toutes un étiquetage nutritionnel de groupe 2/2+.

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.

Parmi les 466 produits étudiés, 111 (soit 24%), répartis dans les familles des préparations de fruits, des confitures gelées ou marmelades allégées et des préparations aux fruits, présentent au moins une allégation nutritionnelle (Figure 8).

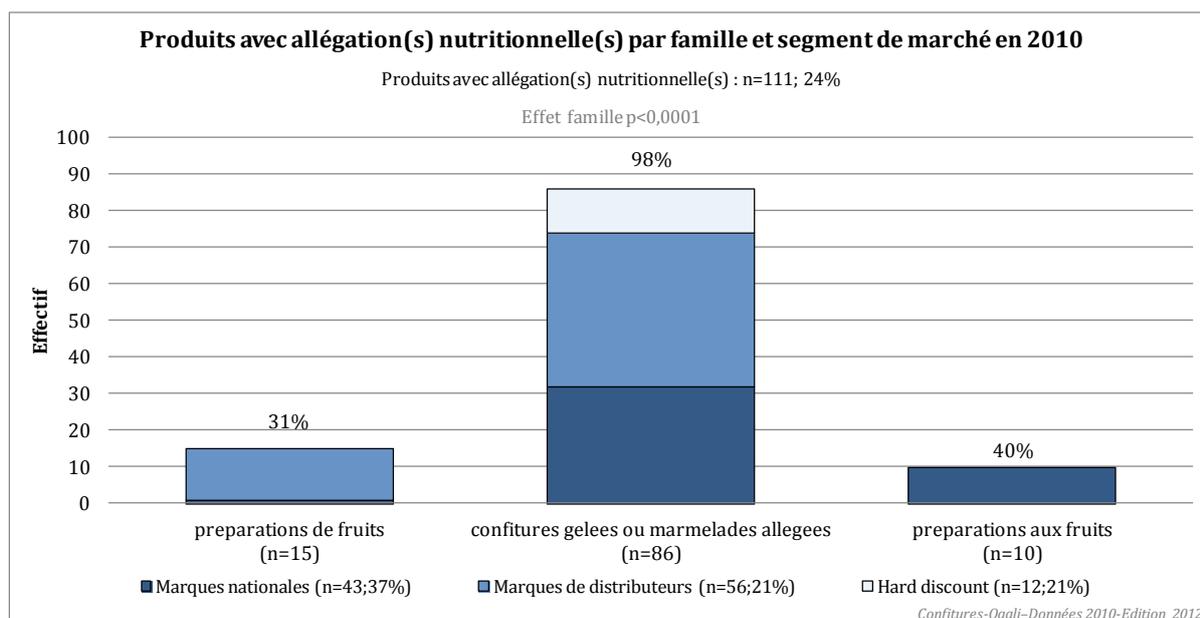


Figure 8 : Répartition des produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) par segment de marché au sein des familles du secteur des « confitures » en 2010.

La fréquence des produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) varie significativement entre les familles ($p < 0,0001$). La famille des confitures, gelées ou marmelades allégées présente 98% de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) ($n = 86$). Les familles des préparations aux fruits ($n = 10$) et des préparations de fruits ($n = 15$) en présentent respectivement 40 et 31%.

Dans la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées, 2 produits dont la dénomination de vente est « confiture, gelée ou marmelades allégée », présentent la mention « à teneur en glucides réduite » mais pas d'allégation nutritionnelle telle que définie dans l'annexe du rectificatif au Règlement (CE) No 1924/2006.

En proportion et par segment de marché, 37% des marques nationales ($n = 43$) présentent une allégation nutritionnelle ainsi que 21% des marques de distributeurs ($n = 56$) et 21% des produits issus du hard discount ($n = 12$).

Les allégations nutritionnelles du secteur portent exclusivement sur la teneur en sucres (réduction ou sans ajout) pour les trois familles concernées.

24% des produits du secteur des « confitures » présentent au moins une allégation nutritionnelle (n=111). Ils sont répartis dans les familles des préparations de fruits, des confitures gelées ou marmelades allégées et des préparations aux fruits. La fréquence des produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) varie significativement entre les familles (de 31% pour les préparations de fruits à 98% pour les confitures, gelées ou marmelades allégées). Les allégations nutritionnelles portent exclusivement sur la teneur en sucres.

En proportion et par segment de marché, 37% des marques nationales présentent une allégation nutritionnelle ainsi que 21% des marques de distributeurs et 21% des produits issus du hard discount.

2.4 Repères nutritionnels

Parmi les 466 produits étudiés en 2010, 11% (n=52) présentent un repère nutritionnel (Figure 9). Ceux-ci sont répartis dans les familles des confitures, gelées ou marmelades, des préparations de fruits, des confitures, gelées ou marmelades allégées et des crèmes de marrons ou pruneaux.

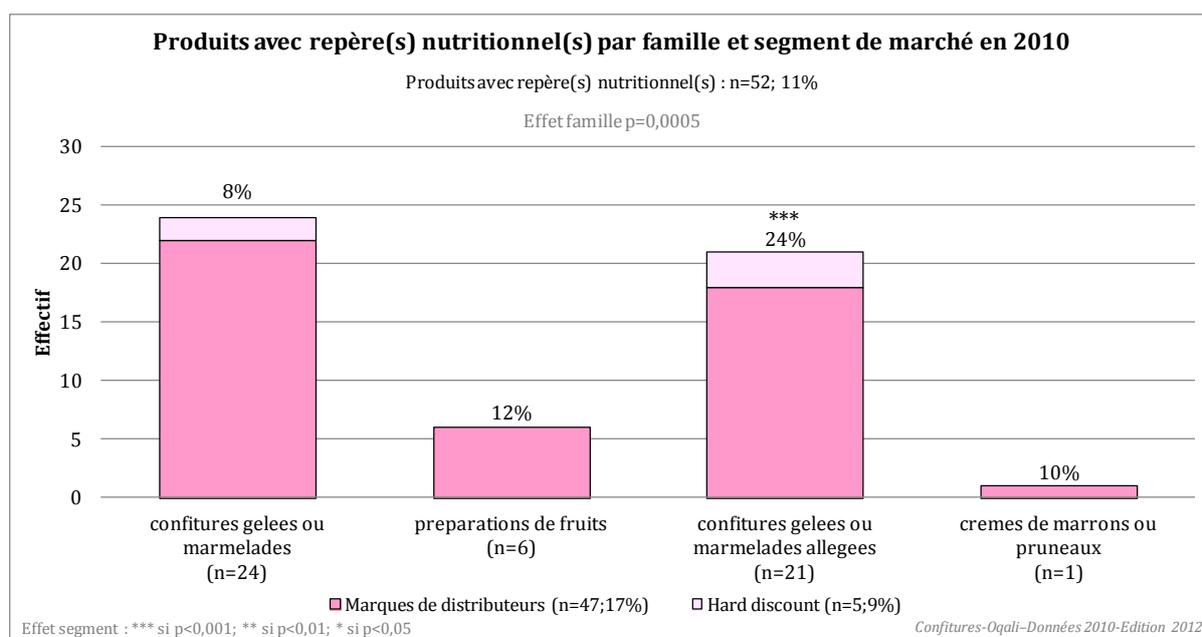


Figure 9 : Répartition des produits avec repère(s) nutritionnel(s) par segment de marché au sein des familles du secteur des « confitures » en 2010.

La fréquence de produits avec repère(s) nutritionnel(s) varie significativement entre les familles (p=0,0005). La famille des confitures, gelées ou marmelades allégées présente le plus de repères nutritionnels (n=21 ; 24%). Les familles des préparations de fruits, des crèmes de marrons ou pruneaux et des confitures, gelées ou marmelades présentent respectivement 12% (n=6), 10% (n=1 ; faible effectif de la famille) et 8% (n=24) de produits avec repère(s) nutritionnel(s).

Pour la famille des confitures, gelées et marmelades allégées, la présence de repères nutritionnels varie significativement entre segments de marché (p<0,001) : 41% des produits de marques de distributeurs et 25% des produits issus du hard discount présentent des repères nutritionnels.

Au sein du secteur, en proportion et par segment de marché, 17% des produits de marques de distributeurs (n=47) présentent un repère nutritionnel ainsi que 9% des produits du hard discount (n=5). Les produits de marques nationales et de marques de distributeurs entrée de gamme ne présentent pas de repères nutritionnels.

11% des produits étudiés présentent des repères nutritionnels (n=52). La fréquence de produits avec repère(s) nutritionnel(s) varie significativement entre les familles (de 0% pour les préparations aux fruits à 24% pour les confitures, gelées ou marmelades allégées).

Ces repères nutritionnels sont retrouvés sur 17% des marques de distributeurs et sur 9% des produits du hard discount. Ils sont absents sur les marques nationales et les marques de distributeurs entrée de gamme.

La fréquence de produits avec repère(s) nutritionnel(s) varie significativement entre segments au sein de la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées (de 0% pour les produits de marques nationales à 41% pour les marques de distributeurs).

2.5 Recommandations de consommation

Parmi les 466 produits du secteur, 3% (n=16) présentent au moins une recommandation de consommation (Figure 10). Par exemple : « *au petit-déjeuner, un produit céréalier associé à 1 à 2 cuillères à café de confiture vous apporte l'énergie pour recharger vos batteries après la nuit et bien démarrer la journée* ». Les recommandations de consommation sont réparties dans les familles des confitures, gelées ou marmelades, des préparations de fruits et des confitures, gelées ou marmelades allégées.

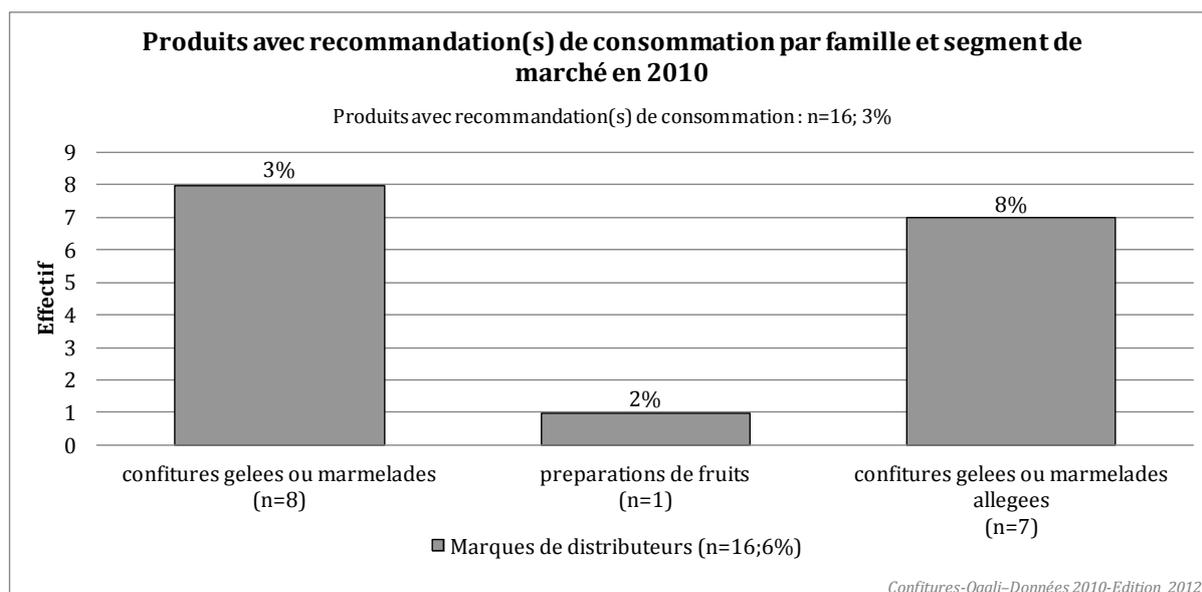


Figure 10 : Répartition des produits avec recommandation(s) de consommation par segment de marché au sein des familles du secteur des « confitures » en 2010.

Les familles des confitures, gelées ou marmelades allégées (n=7), des confitures, gelées ou marmelades (n=8) et des préparations de fruits (n=1) présentent respectivement 8%, 3% et 2% de produits avec recommandation(s) de consommation.

En proportion et par segment de marché, 6% des produits de marques de distributeurs présentent des recommandations de consommation. Les autres segments de marché (marques nationales, marques de distributeurs entrée de gamme et hard discount) n'en présentent pas.

3% des produits étudiés présentent au moins une recommandation de consommation. Celles-ci sont retrouvées au sein des confitures, gelées ou marmelades, des préparations de fruits et des confitures, gelées ou marmelades allégées.

Ces recommandations de consommation sont retrouvées sur 6% des produits des marques de distributeurs et sont absentes des autres segments de marché.

2.6 Portions indiquée et valeurs nutritionnelles à la portion

2.6.1 Portions indiquées

Sur l'ensemble du secteur étudié, 25% des produits (n=117) présentent une taille de portion indiquée (Figure 11).

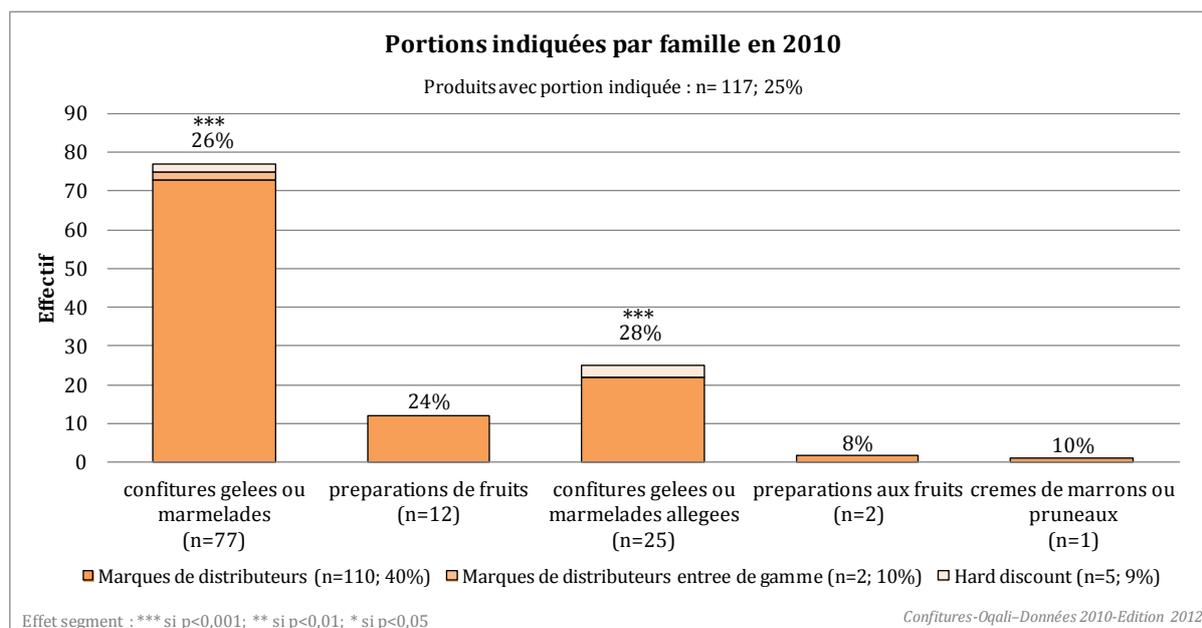


Figure 11 : Répartition des produits présentant une portion indiquée par segment de marché au sein des familles du secteur des « confitures » en 2010.

Les familles des confitures, gelées ou marmelades, des confitures, gelées ou marmelades allégées et des préparations de fruits comprennent respectivement 28% (n=25), 26% (n=77) et 24% (n=12) de produits avec une taille de portion indiquée. Les familles des crèmes de marrons ou pruneaux et des préparations aux fruits en présentent respectivement 10% (n=1) et 8% (n=2).

La présence d'une taille de portion indiquée varie significativement ($p < 0,001$) entre segments de marché pour les familles des confitures, gelées ou marmelades et des confitures, gelées ou marmelades allégées.

Plus particulièrement, au sein de la famille des confitures, gelées ou marmelades, 42% des produits de marques de distributeurs, 10% des marques de distributeurs entrée de gamme et 5% des produits issus du hard discount présentent une taille de portion indiquée.

Concernant la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées, 50% des produits de marques de distributeurs et 25% des produits issus du hard discount présentent une taille de portion indiquée.

Au sein du secteur et en proportion, 40% (n=110) des produits de marques de distributeurs présentent une portion indiquée ainsi que 10% (n=2) des produits de marques de distributeurs entrée de gamme et 9% (n=5) des produits issus du hard discount. Les produits de marques nationales n'en présentent pas.

Parmi les 117 produits avec une portion indiquée :

- 55% des produits ont une portion de 30g ;
- 31% une portion de 25g ;
- 15% une portion de 20g.

2.6.2 Valeurs nutritionnelles à la portion

Pour l'ensemble du secteur étudié, 19% des produits (n=90) présentent des valeurs nutritionnelles à la portion (Figure 12).

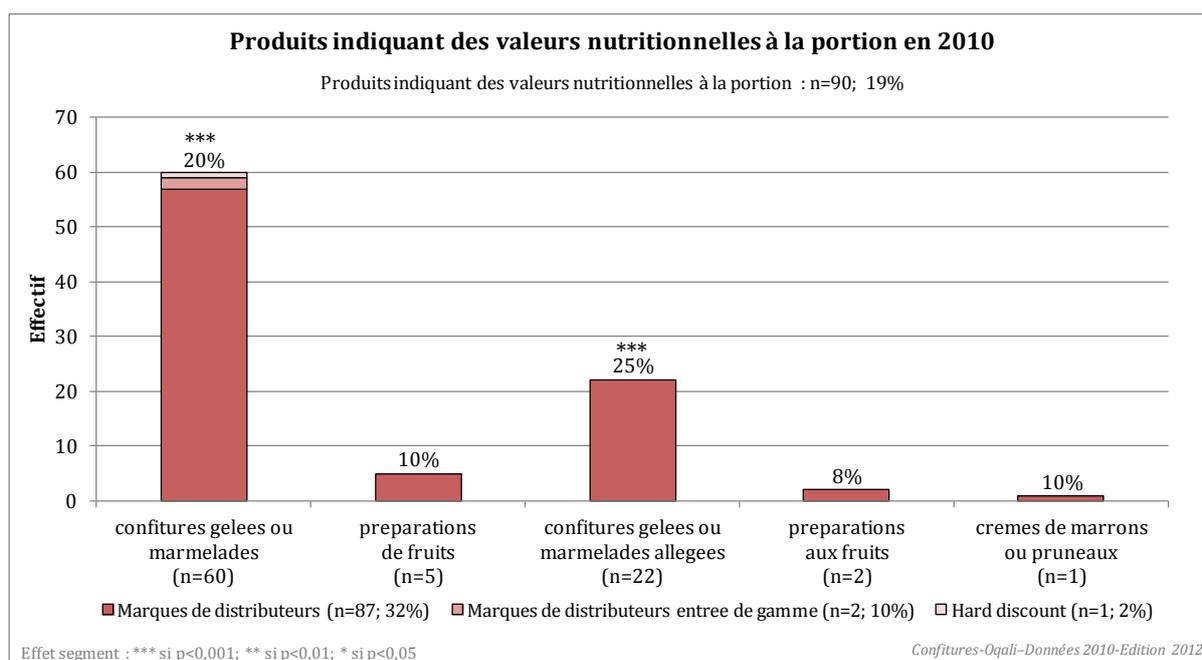


Figure 12 : Répartition des produits présentant des valeurs nutritionnelles à la portion par segment de marché au sein des familles du secteur des « confitures » en 2010.

Les familles des confitures, gelées ou marmelades allégées et des confitures, gelées ou marmelades présentent respectivement 25% (n=22) et 20% (n=60) de produits avec des valeurs nutritionnelles à la portion. Elles sont suivies des familles des préparations de fruits (n=5 ; 10%), des crèmes de marrons ou pruneaux (n=1 ; 10% ; faible effectif de la famille) puis des préparations aux fruits (n=2 ; 8%).

La présence de valeurs nutritionnelles à la portion varie significativement ($p < 0,001$) entre segments de marché pour les familles des confitures, gelées ou marmelades et des confitures, gelées ou marmelades allégées.

Plus particulièrement, au sein de la famille des confitures, gelées ou marmelades, 33% des produits de marques de distributeurs, 10% des marques de distributeurs entrée de gamme et 2% des produits issus du hard discount présentent une valeur nutritionnelle à la portion.

Concernant la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées, les marques de distributeurs présentent 50% de produits avec une valeur nutritionnelle à la portion. Les autres segments de marché n'en présentent pas.

Au sein du secteur, en proportion et par segment de marché, 32% des produits de marques de distributeurs ($n=87$) présentent des valeurs nutritionnelles à la portion ainsi que 10% des marques de distributeurs entrée de gamme ($n=2$) et 2% des produits issus du hard discount ($n=1$). Les marques nationales ne présentent pas de valeurs nutritionnelles à la portion.

25% des produits du secteur des « confitures » étudiés en 2010 possèdent une portion indiquée ($n=117$).

19% des produits présentent des valeurs nutritionnelles à la portion ($n=90$).

Les familles des confitures, gelées ou marmelades allégées et des confitures, gelées ou marmelades présentent le plus de produits avec une taille de portion indiquée (respectivement 28% et 26%) et avec des valeurs nutritionnelles à la portion (respectivement 25% et 20%). Au sein de ces deux familles, les fréquences de produits avec une taille de portion indiquée et avec des valeurs nutritionnelles à la portion varient significativement en fonction des segments de marché. Elles sont les plus élevées pour les marques de distributeurs.

En proportion et au sein du secteur, les marques de distributeurs présentent 40% de produits avec une taille de portion indiquée et 32% de produits avec des valeurs nutritionnelles à la portion. Les marques nationales ne présentent ni taille de portion indiquée ni valeur nutritionnelle à la portion.

3. VARIABILITE DES TENEURS EN SUCRES ETIQUETES

Suite à la publication de la Directive 2008/100/CE¹³ concernant l'étiquetage nutritionnel des denrées alimentaires, le calcul de la valeur énergétique des produits a été modifié pour y intégrer la valeur énergétique liée aux fibres alimentaires. Afin de ne pas pénaliser les produits déjà entrés en conformité en 2010 avec cette directive (et dont les valeurs énergétiques ont été revues à la hausse en conséquence), il a été décidé avec le secteur de limiter pour ce rapport l'étude des nutriments d'intérêt aux sucres, à partir des données disponibles sur l'étiquetage des produits.

Ce chapitre permet de dresser, dans un premier temps, une photographie du secteur à t₊₁ à partir de l'ensemble des produits collectés. Dans un second temps (cf. Partie 2), cette photographie sera comparée à celle de 2009 (année de référence, prise comme t₀) pour suivre les éventuelles évolutions de composition nutritionnelle dans le temps.

Les réglementations qui encadrent les produits du secteur des « confitures » imposent des contraintes différentes selon les familles en matière d'étiquetage de la teneur en sucres sur les produits. D'une part, les confitures, gelées ou marmelades ainsi que les crèmes de marrons ou pruneaux répondent à l'obligation de faire apparaître sur leur emballage la teneur totale en sucres en grammes pour 100 grammes ; celle-ci correspond à la valeur réfractométrique du produit fini déterminée à 20°C¹⁴ (degrés brix). D'autre part, les confitures, gelées ou marmelades allégées, dont l'allégation porte sur le sucre, doivent présenter un étiquetage de groupe 2 et indiquer la teneur en sucres du produit dans le tableau des valeurs nutritionnelles. Les deux unités peuvent parfois coexister. Pour finir, les préparations de fruits et les préparations aux fruits peuvent utiliser l'un ou l'autre des étiquetages, les deux ou aucun.

Pour ce rapport, il a semblé préférable de suivre une seule unité de sucres pour chacune des familles (sucres brix ou sucres issus du tableau des valeurs nutritionnelles) afin de garantir l'homogénéité des familles ainsi que des comparaisons pertinentes entre les produits. L'unité majoritairement utilisée dans chaque famille a été choisie de façon à assurer le suivi d'un maximum de produits par famille :

- les teneurs en sucres des confitures, gelées ou marmelades, des crèmes de marrons ou pruneaux et des préparations de fruits ont été suivies en **degrés brix**. En effet, la totalité des produits des deux premières familles l'indiquaient et la majorité des préparations de fruits également (les produits de cette famille qui ne présentaient pas l'information en degrés brix n'ont pas été pris en compte ; n=6) ;

¹³ Directive 2008/100/CE de la commission du 28 octobre 2008 modifiant la directive 90/496/CEE du Conseil relative à l'étiquetage nutritionnel des denrées alimentaires en ce qui concerne les apports journaliers recommandés, les coefficients de conversion pour le calcul de la valeur énergétique et les définitions.

¹⁴ Moyennant une tolérance de plus ou moins 3 degrés réfractométriques. Cf Directive 2001/113/CE du Conseil (20/12/2001) relative aux confitures, gelées ou marmelades de fruits, ainsi qu'à la crème de marrons, destinées à l'alimentation humaine et Décret n°85-872 modifié (14/08/1985) portant application de la loi du 1^{er} août 1905 sur les fraudes et falsifications en matière de produits ou de services en ce qui concerne les confitures, gelées ou marmelades de fruits et autres produits similaires.

- les teneurs en sucres des confitures, gelées ou marmelades allégées ainsi que celles des préparations aux fruits sont issues du **tableau des valeurs nutritionnelles**. L'ensemble des produits de la première famille présente cette information ainsi que la majorité des préparations aux fruits (les produits qui ne présentaient pas l'information n'ont pas été pris en compte ; n=2).

Dans la suite du rapport et pour simplifier la lecture, l'intitulé « sucres brix » fera référence aux mesures étudiées en degrés brix et « sucres » correspondra aux valeurs issues du tableau des valeurs nutritionnelles.

Dans cette partie, les unités entre les familles n'étant pas les mêmes, les tests statistiques pour l'étude des différences de teneurs en sucres entre familles n'ont pas été menés. En revanche, ont été réalisés les tests portant sur les différences de composition 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 s'il y avait au moins un segment de marché qui se différenciait 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) ont permis 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 de la teneur en sucres au sein du secteur et au sein des familles

Les produits suivis en sucres brix ont des teneurs moyennes de 49,2g/100g pour les préparations de fruits, 60,0g/100g pour les crèmes de marrons ou pruneaux et de 60,4g/100g pour les confitures, gelées ou marmelades (Figure 13). Les teneurs en sucres sont de 34,1g/100g pour les préparations aux fruits et de 38,5g/100g pour les confitures, gelées ou marmelades allégées.

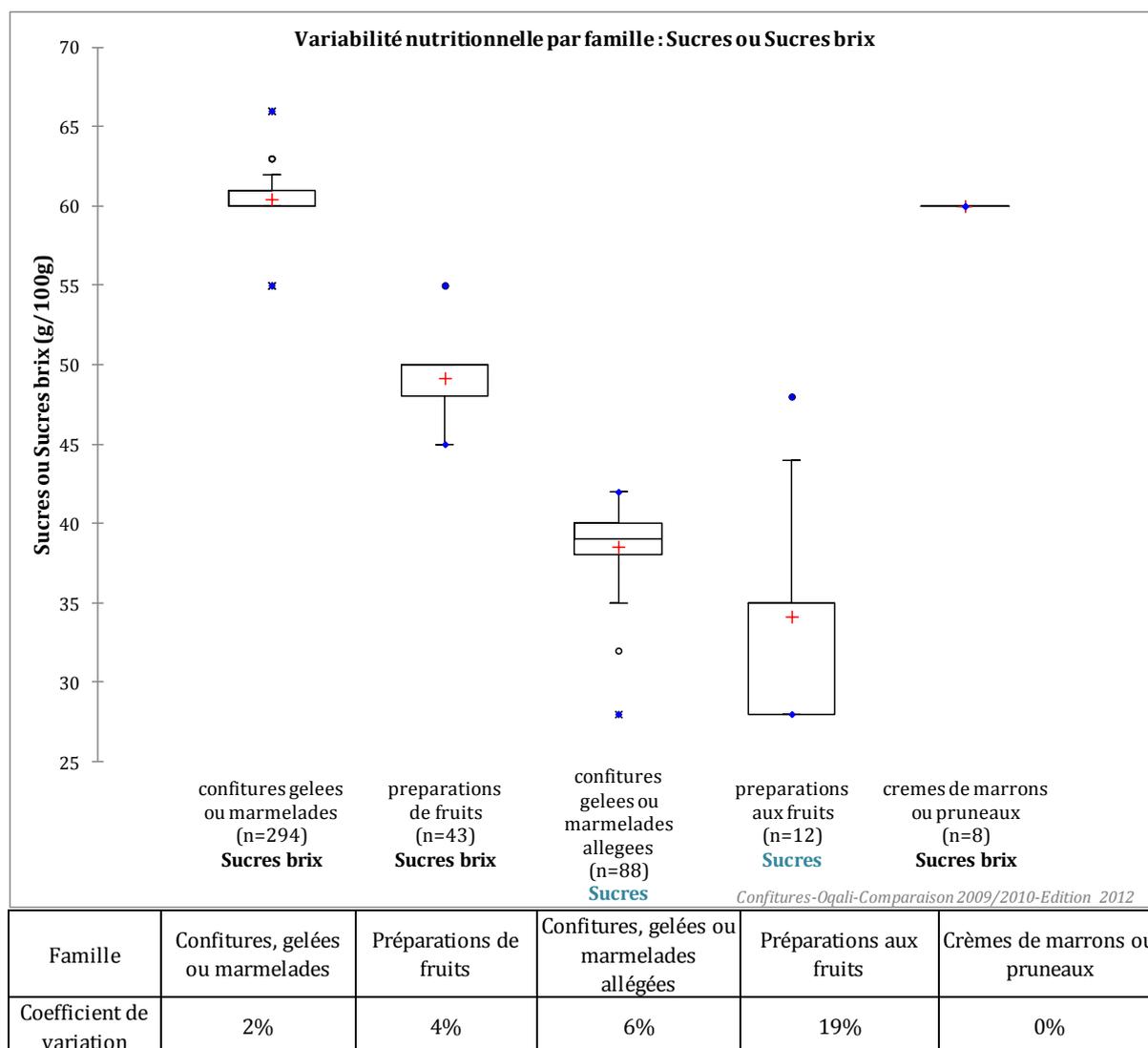


Figure 13 : Variabilité des teneurs en sucres ou sucres brix (g/100g) des familles du secteur des « confitures » en 2010.

Coefficients de variation

En raison de la réglementation qui les encadre, les familles des confitures, gelées ou marmelades et des crèmes de marrons ou pruneaux sont les plus homogènes (coefficients de variation respectivement de 2 et 0% ; attention aux faibles effectifs pour la famille des crèmes de marrons ou pruneaux). Viennent ensuite les préparations de fruits (4%) et les confitures, gelées ou marmelades (6%). Enfin, la famille des préparations aux fruits est la plus hétérogène (coefficient de 19%) car sa définition englobe une plus grande diversité de produits.

Variabilités

Concernant les produits suivis en sucres brix, la famille des crèmes de marrons ou pruneaux présente une variabilité des teneurs nulle car celles-ci sont identiques dans tous les produits (60g/100g). Les variabilités (sans les valeurs extrêmes) des teneurs en sucres au sein des familles des confitures, gelées ou marmelades et des préparations de fruits sont quasi-identiques (respectivement 11 et 10g/100g).

Concernant le suivi des teneurs en sucres, la variabilité la plus élevée est observée pour la famille des préparations aux fruits (20g/100g). Elle est de 14g/100g pour les confitures, gelées ou marmelades allégées.

Valeurs extrêmes

Dans la famille des confitures, gelées ou marmelades, les valeurs extrêmes supérieures correspondent à des marmelades ou des confitures à l'abricot. La valeur à la limite inférieure de la définition de la famille (55g/100g) est celle d'une confiture de mirabelle.

Les valeurs extrêmes supérieures de la famille des préparations de fruits correspondent à des produits contenant un ingrédient particulier comme du chocolat ou de l'amande.

Pour la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées, les produits aux teneurs inférieures contiennent du fructose.

La valeur extrême supérieure de la famille des préparations aux fruits correspond à un produit particulier contenant de la pomme et du caramel.

Différences entre familles

Les familles du secteur des « confitures » n'étant pas suivies avec les mêmes unités, le test statistique de différence entre les moyennes n'a pas été réalisé ; en effet, les résultats seraient faussés car les teneurs en sucres degrés brix sont globalement plus élevées que les teneurs en sucres (+2g/100g en moyenne). Toutefois, par définition réglementaire, les confitures, gelées ou marmelades ainsi que les crèmes de marrons ou pruneaux ont les teneurs en sucres les plus élevées du secteur. Viennent ensuite les préparations de fruits, les confitures, gelées ou marmelades et les préparations aux fruits. Cette observation est en accord avec la nomenclature adoptée, principalement basée sur la teneur en sucres des produits (sauf pour les préparations aux fruits).

Le tableau 1 présente les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en sucres ou sucres brix des familles du secteur des « confitures ».

Tableau 1 : Variabilité nutritionnelle du secteur des « confitures ».

Sucres ou Sucres brix (g/100g)	N	Moy	ET
Confitures, gelées ou marmelades (Sucres brix)	294	60,43	1,06
Préparations de fruits (Sucres brix)	43	49,16	1,84
Confitures, gelées ou marmelades allégées (Sucres)	88	38,54	2,16
Préparations aux fruits (Sucres)	12	34,14	6,44
Crèmes de marrons ou pruneaux (Sucres brix)	8	60,00	0,00

N=effectif ; Moy=moyenne; ET=écart type

L'annexe 3 présente l'ensemble des statistiques descriptives par famille de produits ainsi que les teneurs moyennes en sucres pondérées ou non par les parts de marché.

Entre les familles du secteur des « confitures », les confitures, gelées ou marmelades ainsi que des crèmes de marrons ou pruneaux ont des teneurs en sucres plus élevées. Viennent ensuite les préparations de fruits, les confitures, gelées ou marmelades allégées et les préparations aux fruits. Cette hiérarchie s'explique par les définitions des familles fondées principalement sur les teneurs en sucres.

Les variabilités intra-famille sont très faibles pour les familles réglementées comme les confitures, gelées ou marmelades et les crèmes de marrons ou pruneaux. A l'inverse, la variabilité est particulièrement importante pour la famille des préparations aux fruits, dont la définition inclut des produits plus hétérogènes.

3.2 Variabilité de la teneur en sucres par segment au sein de chaque famille

Les tableaux suivants présentent, par famille de produits et par segment de marché, les principales statistiques descriptives ainsi que les teneurs moyennes en sucres. Les statistiques grisées correspondent à des segments présentant des effectifs très faibles (1 ou 2 produits). Ainsi, il n'est pas pertinent de comparer ces moyennes à celles des autres segments.

Confitures, gelées ou marmelades (Tableau 2)

Il existe des différences significatives entre segments de marché pour la famille des confitures, gelées ou marmelades concernant les sucres brix.

Les teneurs en sucres brix sont significativement plus élevées pour les marques de distributeurs entrée de gamme et les produits de hard discount que pour les marques nationales et les marques de distributeurs.

Tableau 2 : Variabilité nutritionnelle de la famille des confitures, gelées ou marmelades : différences entre segments de marché.

Confitures, gelées ou marmelades	p Kruskal-Wallis ($\alpha=0,05$)	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
Sucres brix	< 0,0001	56	60,36 b	1,24	174	60,24 b	0,82	21	61,24 a	1,00	43	60,93 a	1,37	294	60,43

N=effectif ; ET=écart-type

Confitures, gelées ou marmelades allégées (Tableau 3)

Il existe des différences significatives entre segments de marché pour la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées concernant les sucres.

Les teneurs en sucres des produits de hard discount sont significativement plus élevées que celles des marques nationales.

Tableau 3 : Variabilité nutritionnelle de la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées : différences entre segments de marché.

Confitures, gelées ou marmelades allégées	p Kruskal-Wallis ($\alpha=0,05$)	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	
Sucres	0,0448	32	38,74 b	1,08	44	38,05 a,b	2,70					12	39,84 a	1,49	88	38,54

N=effectif ; ET=écart-type

Pour les autres familles (préparations de fruits, préparations aux fruits et crèmes de marrons ou pruneaux), l'étude de la composition nutritionnelle par segment n'a mis en évidence aucune différence significative. Les tableaux correspondants sont présentés en annexe 4.

Il existe une différence significative entre segments de marché pour les familles des confitures, gelées ou marmelades et pour les confitures, gelées ou marmelades allégées. Au sein de la famille des confitures, gelées ou marmelades, les teneurs en sucres brix des produits de hard discount et des marques de distributeurs entrée de gamme sont plus élevées que celles dans les marques nationales et les marques de distributeurs. Dans la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées, les teneurs en sucres des produits de hard discount sont supérieures aux teneurs des marques nationales.

4. CARTOGRAPHIES PAR FAMILLE

Les cartographies permettent de présenter la structuration de l'offre en 2010, à partir des produits collectés, en intégrant les caractéristiques nutritionnelles. Dans la deuxième partie du rapport, cette représentation permettra de voir comment cette structuration a évolué dans le temps entre 2009 et 2010.

Pour chaque famille, ces cartographies présentent les teneurs en sucres (ou en sucres brix) et les valeurs énergétiques (afin d'avoir une vue en deux dimensions) pondérées par les parts de marché de chacun des produits. **Seuls les produits qui possèdent à la fois une teneur en sucres ou en sucres brix (selon les familles) et une valeur énergétique étiquetée sont considérés.**

Chaque point correspond à un produit de la famille étudiée. Pour chacune d'elles, les segments de marché sont distingués par une couleur différente. Les diamètres des cercles englobant les points sont proportionnels aux parts de marchés des produits.

Le barycentre a été ajouté aux graphiques : il correspond à la moyenne pondérée par les parts de marché de tous les produits présentant une valeur énergétique ou une teneur en sucres (ou en sucres brix) et pas seulement ceux présentant simultanément les deux informations (points représentés sur les cartographies).

Confitures, gelées ou marmelades (Figure 14)

44% des produits de la famille des confitures, gelées ou marmelades étiquettent, à la fois, leur valeur énergétique et leur teneur en sucres brix.

La famille des confitures, gelées ou marmelades se caractérise par des produits avec des teneurs en sucres brix comprises entre 55 et 62g/100g. Le barycentre est influencé par des produits à forte part de marché caractérisés par des teneurs en sucres brix élevées. Deux produits de marques de distributeurs et un produit issu du hard discount avec de faibles teneurs en sucres brix se distinguent du groupe principal. Ceux-ci sont à base de fraise/goyave, de mirabelle ou de fruits rouges. La famille des confitures, gelées ou marmelades étant celle contenant le plus de sucres ajoutés, les différences observées ne peuvent toutefois pas s'expliquer par un effet fruit.

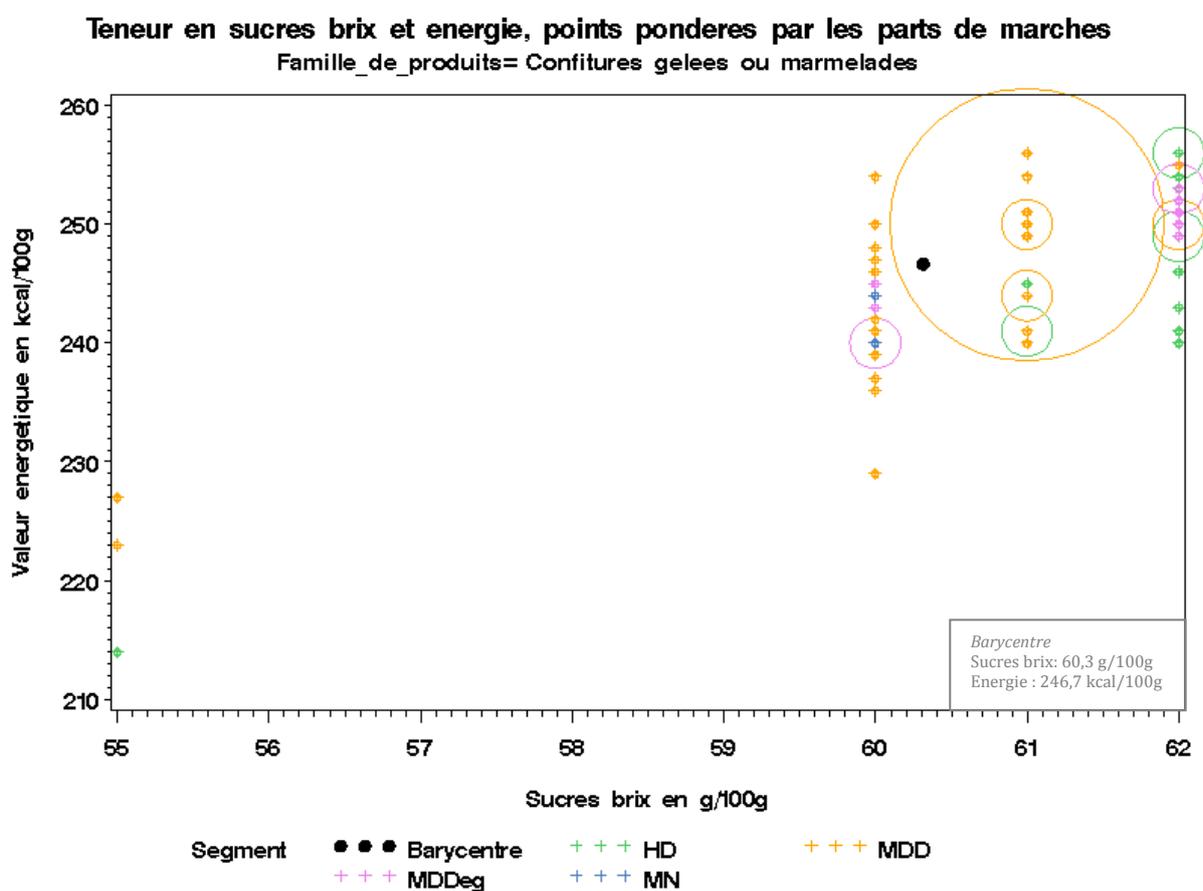


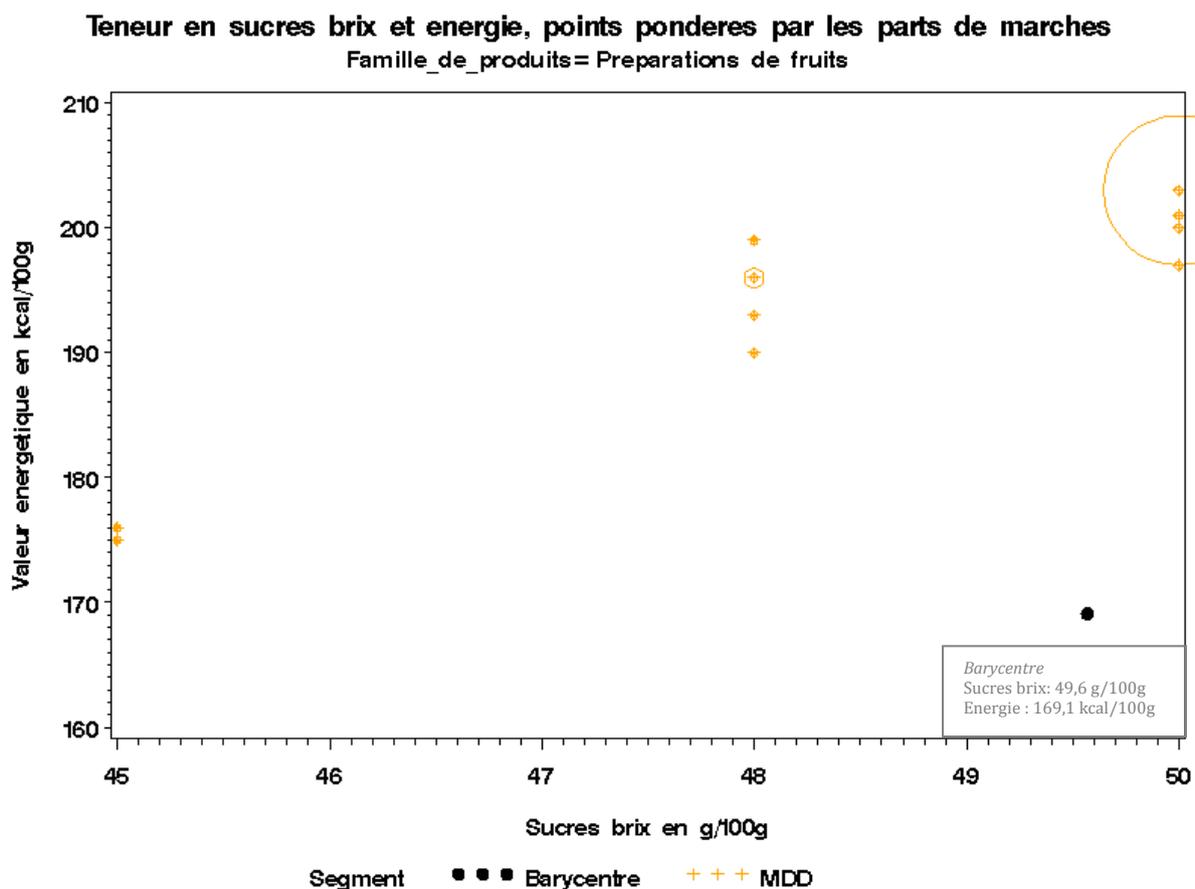
Figure 14 : Teneurs en sucres brix et valeurs énergétique de la famille des confitures, gelées ou marmelades, pondérées par les parts de marché en 2010.

Préparations de fruits (Figure 15)

20% des produits de la famille des préparations de fruits étiquettent, à la fois, leur valeur énergétique et leur teneur en sucres brix.

Les produits de la famille des préparations de fruits se caractérisent par des teneurs en sucres brix comprises entre 45 et 50g/100g. Comme il a été vu précédemment, cette famille est composée presque exclusivement de produits de marques de distributeurs. Le barycentre est influencé par des produits à forte part de marché avec des teneurs en sucres brix élevées. Les deux produits avec les valeurs extrêmes inférieures contiennent de la cerise griotte et/ou du brugnion.

La valeur énergétique du barycentre, inférieure à celles des produits représentés sur la cartographie, est influencée par des produits à forte part de marché caractérisés par de faibles valeurs énergétiques et ne possédant pas de teneurs en sucres brix et donc non représentés sur la cartographie. En effet le barycentre correspond à la moyenne pondérée par les parts de marché de tous les produits présentant une valeur énergétique ou une teneur en sucres brix, et pas seulement ceux présentant simultanément les deux informations.



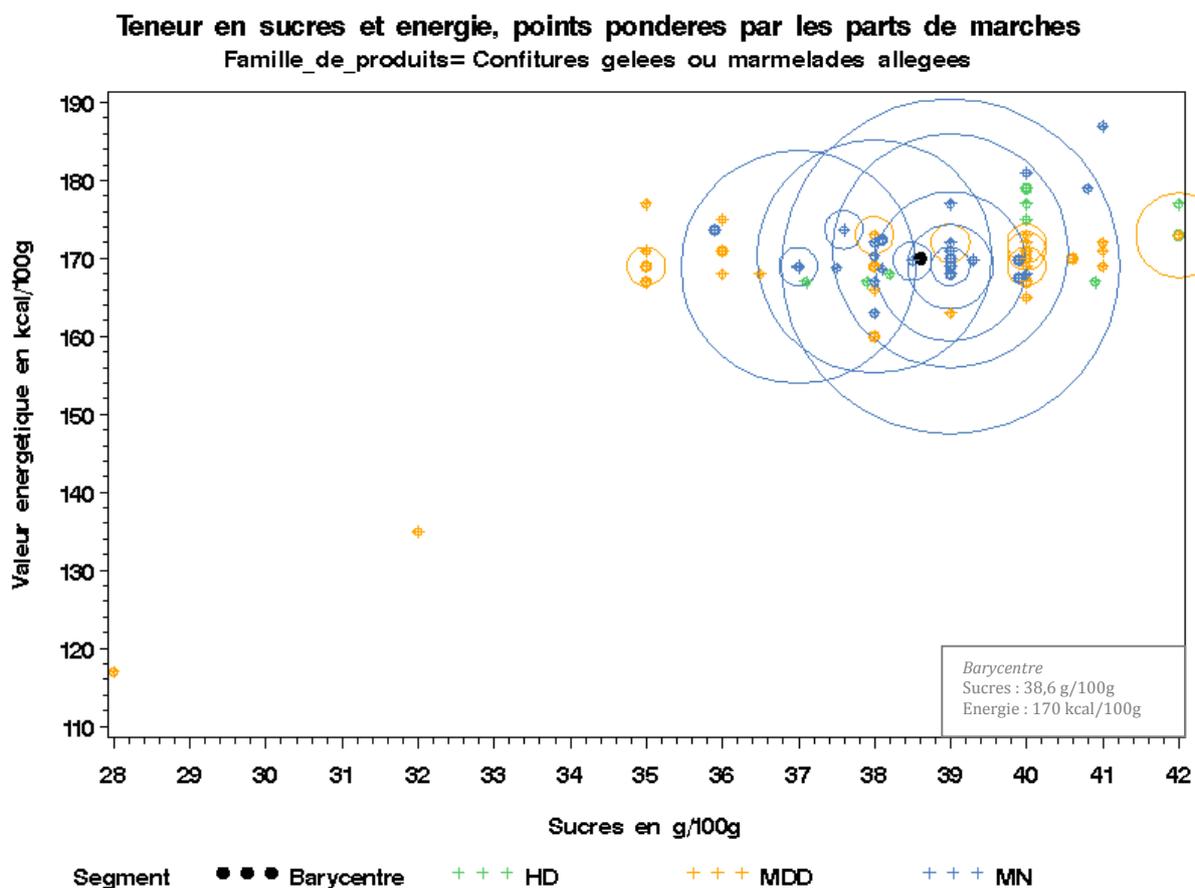
Confitures-Oqali-Données 2010-Edition 2012

Figure 15 : Teneurs en sucres brix et valeurs énergétiques de la famille des préparations de fruits, pondérées par les parts de marché en 2010.

Confitures, gelées ou marmelades allégées (Figure 16)

Tous les produits de la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées étiquettent, à la fois, leur valeur énergétique et leur teneur en sucres.

Les teneurs en sucres des produits de la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées sont comprises entre 28 et 42g/100g. La majorité des produits, incluant les produits à forte part de marché de marques nationales et le barycentre, a toutefois des teneurs en sucres comprises entre 35 et 42g/100g. Deux produits de marques de distributeurs se distinguent par des teneurs en sucres plus faibles. Les produits aux teneurs en sucres inférieures contiennent du fructose.



Confitures-Oqali-Données 2010-Edition 2012

Figure 16 : Teneurs en sucres et valeurs énergétiques de la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées, pondérées par les parts de marché en 2010.

Préparations aux fruits (Figure 17)

48% des produits de la famille des préparations aux fruits étiquettent, à la fois, leur valeur énergétique et leur teneur en sucres.

La famille des préparations aux fruits se caractérise par des produits avec des teneurs en sucres hétérogènes et comprises entre 28 et 48g/100g. Le barycentre est fortement influencé par des produits de marques nationales à forte part de marché et dont les teneurs en sucres sont faibles au sein de la famille (environ 28g/100g). Un second groupe de produits de marques nationales se caractérise par des teneurs en sucres proche de 35g/100g. Enfin, deux produits de marques de distributeurs se distinguent par des teneurs en sucres élevées (>44g/100g). Ceux-ci correspondent à des produits particuliers contenant de la pomme et du caramel ou du cassis et de la violette.

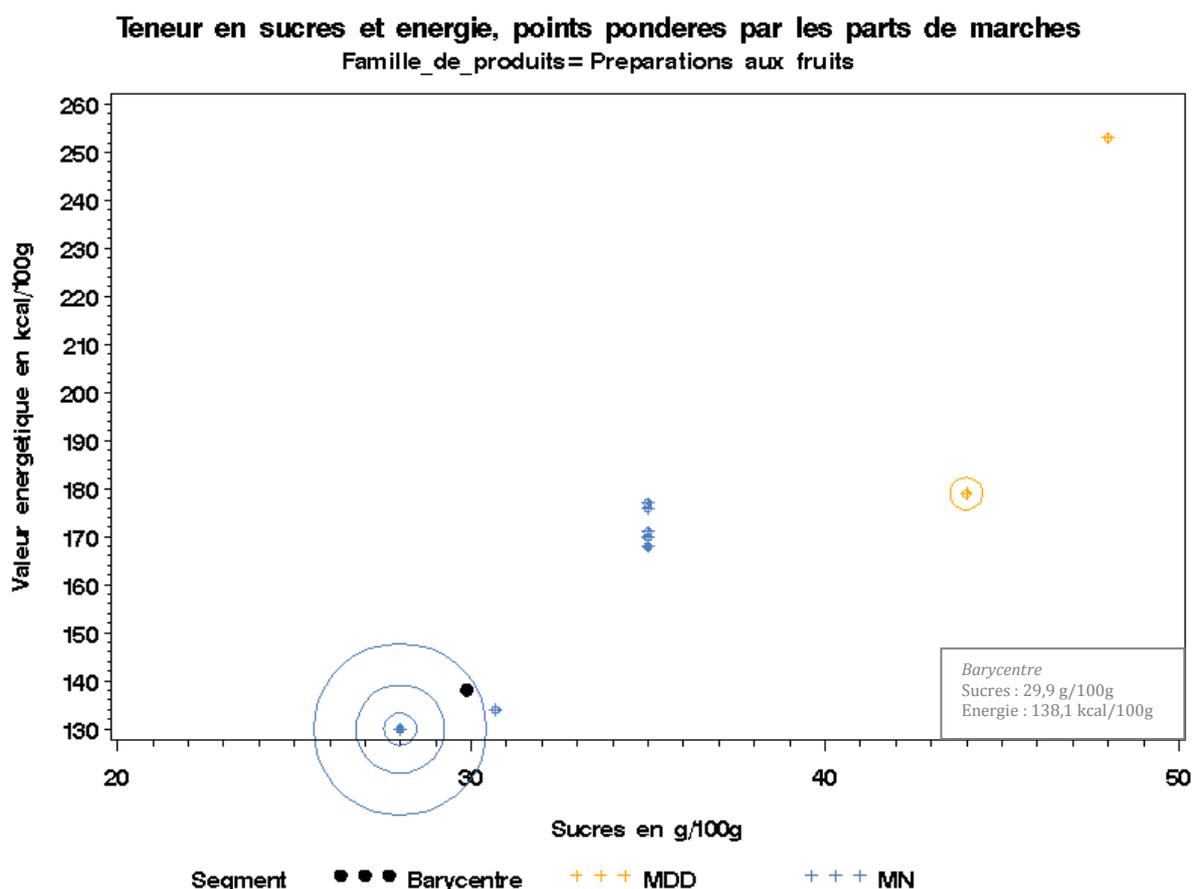


Figure 17 : Teneurs en sucres et valeurs énergétiques de la famille des préparations aux fruits, pondérées par les parts de marché en 2010.

Crèmes de marrons ou pruneaux (Figure 18)

Il est difficile de conclure sur la cartographie de la famille des crèmes de marron ou pruneaux en raison du faible nombre de produits dans la famille (n=10) et du faible nombre de produits étiquetant à la fois une teneur en sucres brix et une valeur énergétique (n=2).

Le barycentre se caractérise par un teneur en sucres brix de 60g/100g.

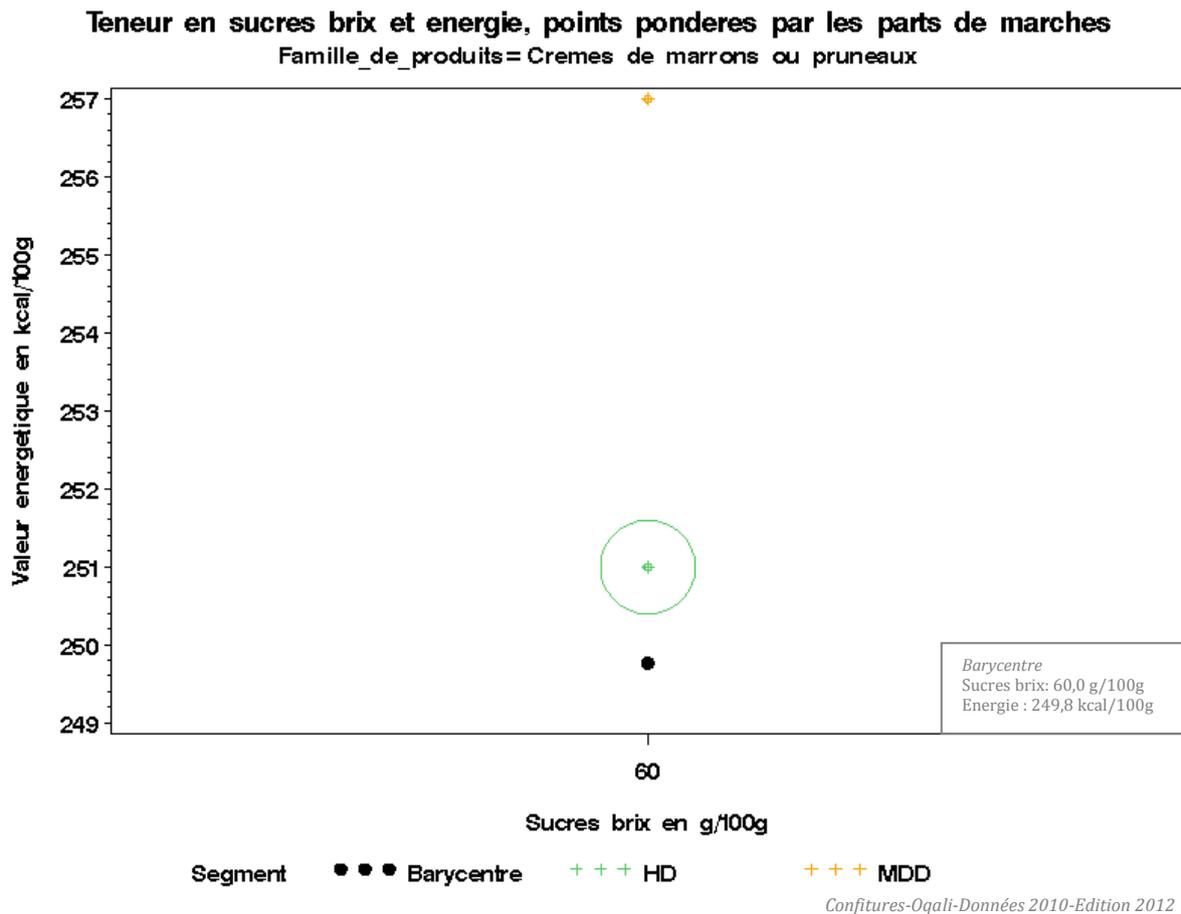


Figure 18 : Teneurs en sucres brix et valeurs énergétiques de la famille des crèmes de marrons ou pruneaux, pondérées par les parts de marché en 2010.

PARTIE 2 : ETUDE DE L'EVOLUTION DU SECTEUR DES CONFITURES ENTRE 2009 ET 2010

1. PRESENTATION DE L'EVOLUTION DU SECTEUR ENTRE 2009 ET 2010

Organisée comme la Partie 1, cette partie, sur l'étude de l'évolution du secteur, portera sur la comparaison des paramètres de l'étiquetage suivis par l'Oqali entre 2009 et 2010. Elle présentera ensuite les tests d'évolution de teneurs moyennes en sucres entre les deux années par famille de produits et par segment de marché. Enfin, une cartographie de ces évolutions de moyennes, pondérées par les parts de marché des produits, sera réalisée par famille et par segment de marché.

Avant d'entrer dans l'étude de comparaison à proprement parler, et dans le but d'avoir une meilleure représentation de la répartition des données en 2010 par rapport à 2009, les produits ont été classés selon les sous-groupes suivants :

- **Produits manquants en 2009** : produits absents de la base Oqali en 2009 (mais en partie déjà présents sur le marché) et nouvellement disponibles dans la base en 2010. Ces produits ne sont pas pris en compte dans l'étude de l'évolution pour ne pas biaiser les interprétations ;
- **Produits retirés** du marché : produits présents sur le marché en 2009 mais absents en 2010 ;
- **Produits identiques** : produits présents sur le marché à la fois en 2009 et en 2010, et dont ni l'emballage ni les valeurs nutritionnelles n'ont été modifiés ;
- **Produits évolués** : produits présents sur le marché en 2009 et également en 2010 mais dans une version évoluée, impliquant un changement de l'emballage (informations générales, portions), et/ou des repères nutritionnels, et/ou des allégations et/ou de la composition (valeurs nutritionnelles ou listes d'ingrédients) ;
- **Produits nouveaux** : produits absents sur le marché en 2009 et présents en 2010.

Ceux-ci pourront être désignés par le terme « **sous-groupes** » dans la suite du rapport.

Les graphiques ci-dessous représentent la répartition de ces différents sous-groupes par famille de produits (Figure 19) et par segment de marché (Figure 20).

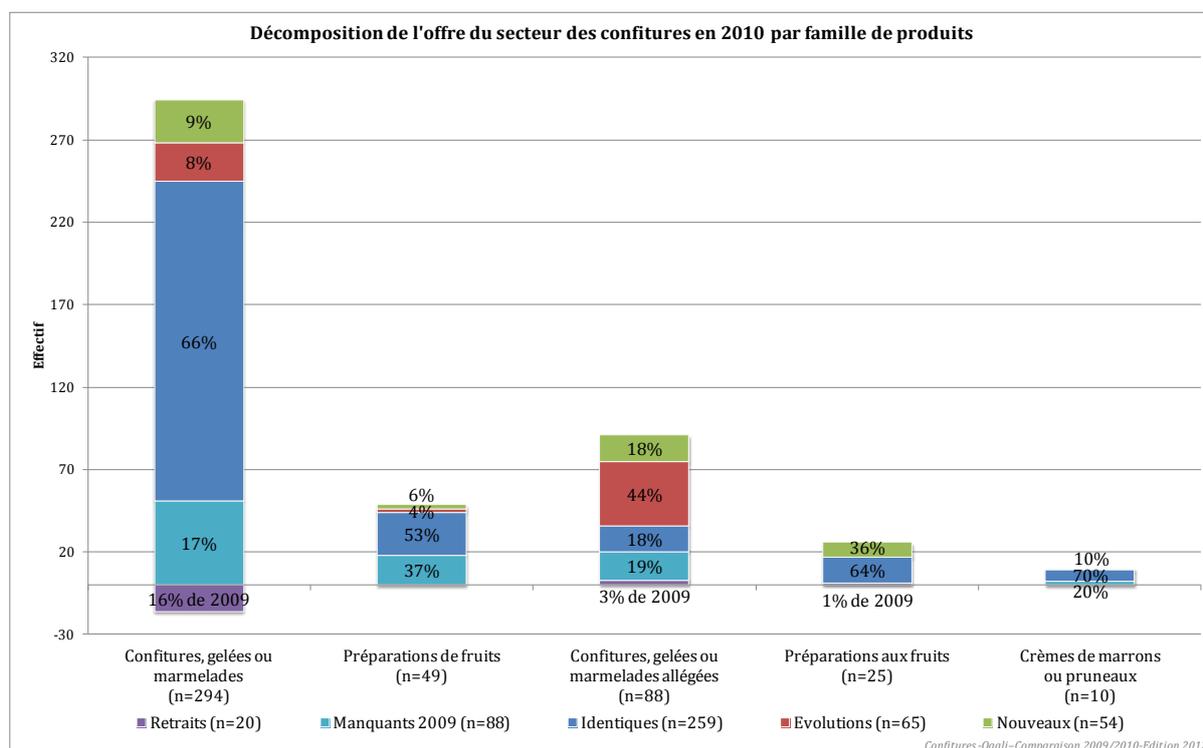


Figure 19 : Décomposition de l'offre du secteur des « confitures » en 2010 en produits manquants en 2009, produits retirés du marché, produits identiques, évolutions de produits et produits nouveaux par famille.

Les produits qualifiés de « **manquants 2009** » représentent 19% des produits constituant l'offre en 2010 (n=88 sur 466) et jusqu'à 37% de la famille des préparations de fruits. Ce nombre de produits non négligeable dans les effectifs de 2010 impacterait fortement les interprétations d'évolutions et justifie leur retrait.

Sur l'ensemble du secteur (n=466), les produits identiques entre 2009 et 2010 représentent 56% de l'offre en 2010 (n=259), les évolutions 14% (n=65) et les nouveaux produits 12% (n=54).

Les familles du secteur des « confitures » à l'exception des confitures, gelées ou marmelades allégées sont principalement constituées de **produits identiques** entre les deux années. La famille des confitures, gelées ou marmelades en présente la proportion la plus élevée avec 66% de son effectif total. Elle contient également le plus de produits retirés du marché par rapport à 2009 (16%).

La famille des confitures, gelées ou marmelades allégées présente elle le plus de **produits ayant évolué** entre 2009 et 2010 (44%). Les préparations aux fruits n'en comprennent aucun.

La proportion de **produits nouveaux** est la plus élevée dans la famille des préparations aux fruits (36%) mais ils apparaissent dans chacune des familles à l'exception des crèmes de marrons ou pruneaux.

La figure 20 représente la répartition des différents sous-groupes par segment de marché.

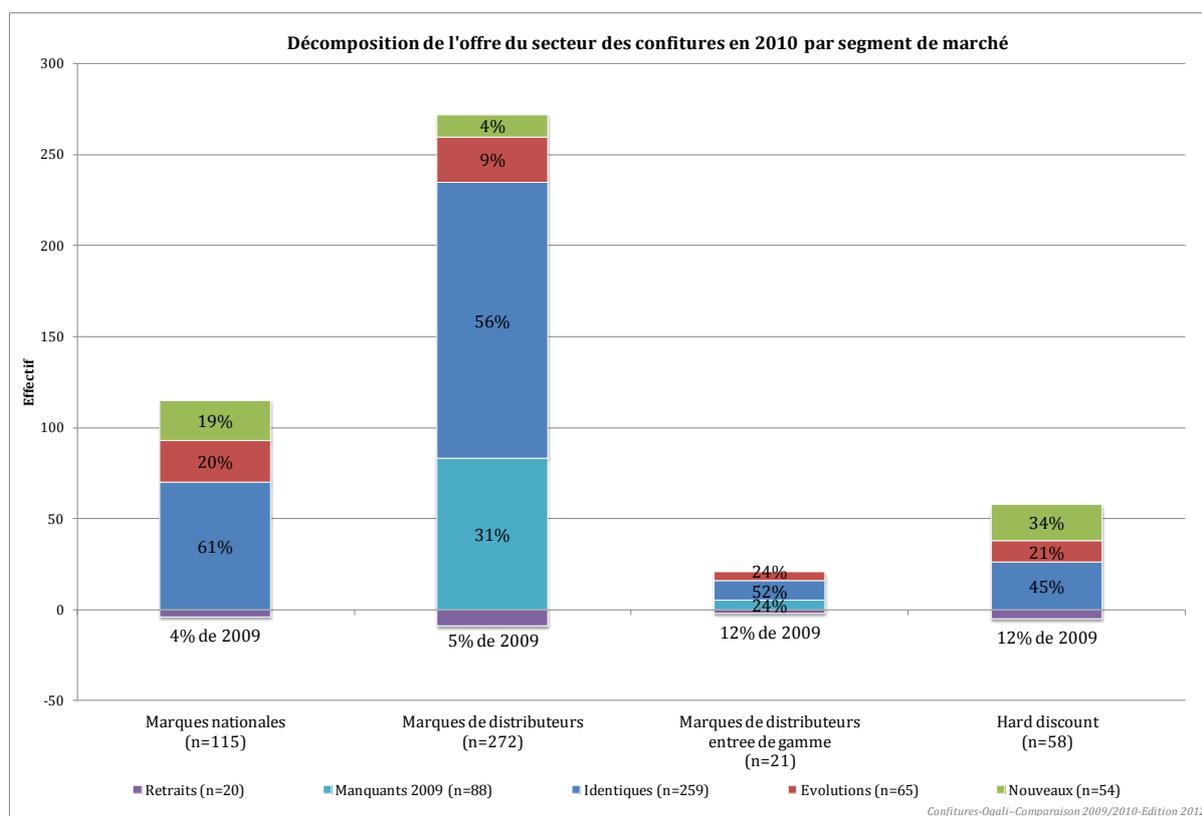


Figure 20 : Décomposition de l'offre du secteur des « confitures » en 2010 en produits manquants en 2009, produits retirés du marché, produits identiques, évolutions de produits et produits nouveaux par segment de marché.

Les produits qualifiés de « **manquants en 2009** » sont spécifiquement issus des marques de distributeurs et des marques de distributeurs entrée de gamme. Leur poids est donc important dans ces deux segments de marché en 2010 (respectivement 31% et 24%).

Les marques nationales présentent la proportion la plus élevée de **produits identiques** entre les deux années (61%). Le hard discount en présente le moins (45%).

Tous les segments de marché sont constitués d'environ 20% de **produits ayant évolué**, excepté les marques de distributeurs (9%).

Les marques nationales présentent 19% de **produits nouveaux** en 2010 tandis que les marques de distributeurs entrée de gamme n'en présentent pas. La proportion de produits nouveaux pour le hard discount (34%) s'explique par le nouveau partenariat établi entre l'Oqali et un acteur de ce segment entre les deux années d'étude. Les caractéristiques des produits concernés n'ont pas justifié de traiter ces produits à part, contrairement aux nouveaux produits de marques de distributeurs.

Pour rappel, dans les parties qui suivent, l'étude de comparaison sur le secteur des « confitures » entre 2009 et 2010 porte sur les données 2009 et 2010 sans les produits de marques de distributeurs nouvellement disponibles en 2010. Toutes les comparaisons prennent donc en compte : les produits retirés du marché entre 2009 et 2010 (n=20), les produits identiques (n=259), les produits ayant évolué (n=65) et les nouveaux produits (n=54).

Les graphiques ci-dessous (Figures 21 et 22) présentent la répartition par famille et par segment de marché des 339 produits de 2009 et des 378 produits de 2010.

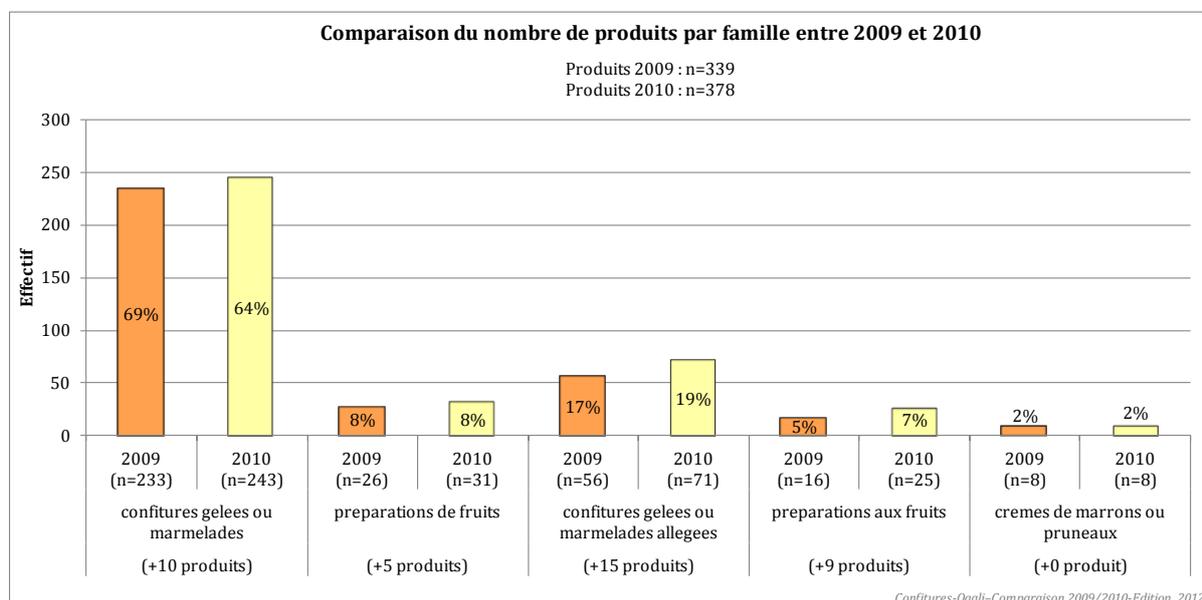


Figure 21 : Comparaison du nombre de produits par famille entre 2009 et 2010 pour le secteur des « confitures ».

L'effectif du secteur des « confitures » pour l'étude d'évolution a augmenté de 39 produits en 2010.

La répartition des produits par famille a légèrement évolué entre 2009 et 2010. La proportion des produits appartenant à la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées est passée de 17 à 19% ; elle est celle dont l'effectif a le plus augmenté entre 2009 et 2010 (+15 produits). La proportion de produit appartenant à la famille des préparations aux fruits a augmenté de 5 à 7% entre 2009 et 2010. A l'inverse, la proportion des confitures, gelées ou marmelades a diminué de 69 à 64%. Les proportions de produits des familles des préparations de fruits et des crèmes de marrons ou pruneaux sont restées stables (respectivement 8 et 2%).

La famille des confitures, gelées ou marmelades reste la plus représentée en 2010 (64% du secteur).

Entre 2009 et 2010, la répartition entre segments de marché du secteur des « confitures » évolue peu (Figure 22).

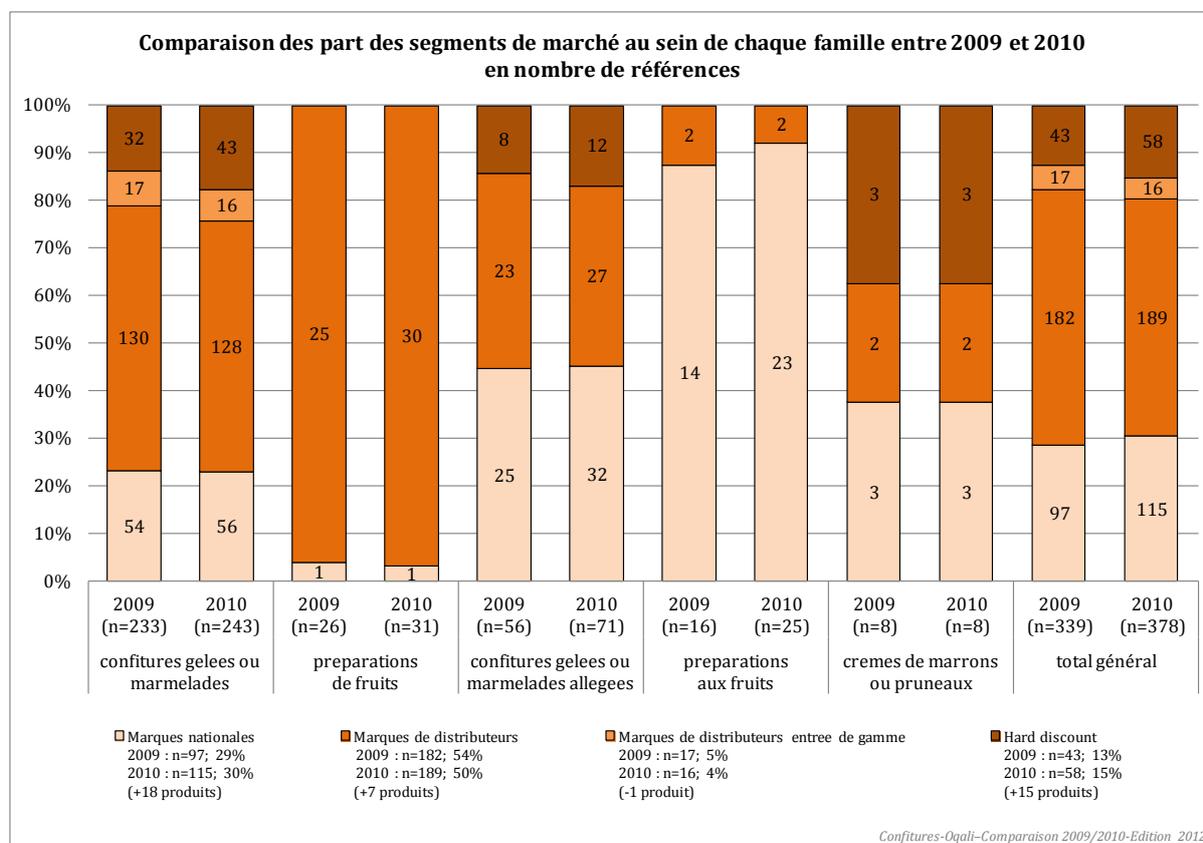


Figure 22 : Comparaison de la répartition des produits entre segments de marché pour les différentes familles étudiées entre 2009 et 2010 pour le secteur des « confitures », en nombre de références.

Globalement, les effectifs et proportions des marques nationales (2009 : n=97, 29% ; 2010 : n=115, 30%) et des produits issus du hard discount (2009 : n=43, 13% ; 2010 : n=58, 15%) ont légèrement augmenté en 2010. Inversement, les proportions de produits de marques de distributeurs (2009 : n=182, 54% ; 2010 : n=189, 50%) et de marques de distributeurs entrée de gamme (2009 : n=17, 5% ; 2010 : n=16, 4%) ont légèrement diminué en 2010.

Les répartitions des produits par famille et par segment de marché ont peu évolué entre 2009 et 2010.

D'une part, si la famille des confitures, gelées ou marmelades reste la plus représentée en 2010 (64% du secteur), les proportions de produits au sein des familles des confitures, gelées ou marmelades allégées et des préparations aux fruits ont augmenté (respectivement de 17 à 19% et de 5 à 7%) tandis que celle des confitures, gelées ou marmelades a diminué (de 69 à 64%). Les proportions des préparations de fruits et des crèmes de marrons ou pruneaux restent identiques (8 et 2%).

D'autre part, les proportions de produits de marques nationales ont légèrement augmenté.

2. ETIQUETAGE

2.1 Suivi des paramètres de l'étiquetage

Les paramètres de l'étiquetage suivis dans le cadre de l'étude de l'évolution du secteur sont les mêmes que ceux cités dans la partie sur l'état des lieux en 2010 (cf. Partie 1/2.1).

Des tests statistiques (Chi-2) ont été effectués pour mettre en évidence des évolutions significatives en termes d'effectifs de produits par paramètre entre les deux années. Lorsque cette différence est significative, elle est signifiée par une flèche entre les deux années.

La figure 23 reprend les fréquences de chacun des paramètres étudiés en 2009 et 2010.

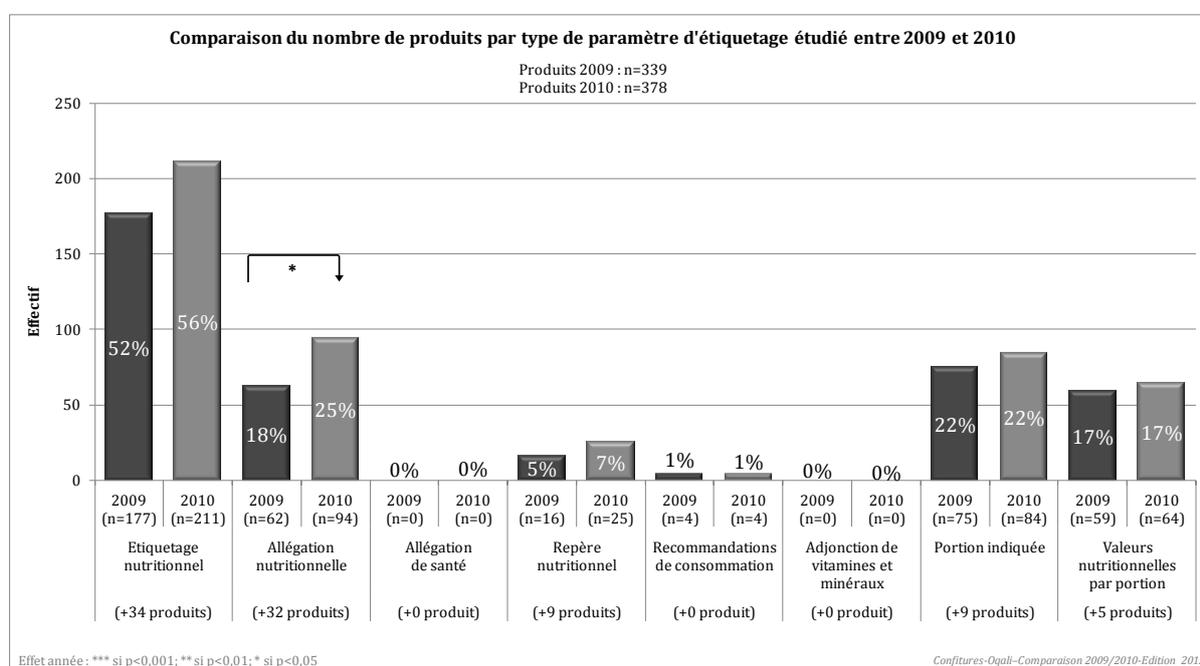


Figure 23 : Comparaison des principaux paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des « confitures » en 2009 et 2010.

Les produits du secteur des « confitures » ne possèdent ni allégation de santé ni adjonction de vitamines et/ou minéraux en 2009 et 2010. Ces paramètres ne seront donc pas présentés dans la suite de cette partie.

Les effectifs de produits ainsi que leur proportion par rapport à l'ensemble du secteur augmentent pour l'étiquetage nutritionnel (de 52 à 56% ; +34 produits), pour les allégations nutritionnelles (de 18 à 25% ; +32 produits) et pour les repères nutritionnels (de 5 à 7% ; +9 produits). Malgré une augmentation des effectifs, les proportions de produits restent stables pour les tailles de portions indiquées (22%), les valeurs nutritionnelles à la portion (17%) et les recommandations de consommations (1%).

Aucune différence significative n'a été mise en évidence pour les paramètres de l'étiquetage entre les effectifs de 2009 et 2010 sur l'ensemble du secteur.

2.2 Groupes d'étiquetage nutritionnel

La figure 24 présente, par famille, le nombre de produits par groupe d'étiquetage en 2009 et 2010.

La proportion de produits avec un étiquetage nutritionnel a augmenté entre 2009 et 2010 : 56% des produits présentent un étiquetage nutritionnel en 2010 (52% en 2009).

Les proportions de produits avec un étiquetage nutritionnel de groupe 0/0+ et de groupe 1/1+ ont légèrement diminué (respectivement de 48 à 44% et de 16 à 15%). Parmi les produits avec étiquetage nutritionnel de groupe 2/2+, les effectifs du groupe 2 ont diminué (de 33 à 14%) au profit de ceux des groupes 2+ (de 3 à 27%) et ce, dans toutes les familles.

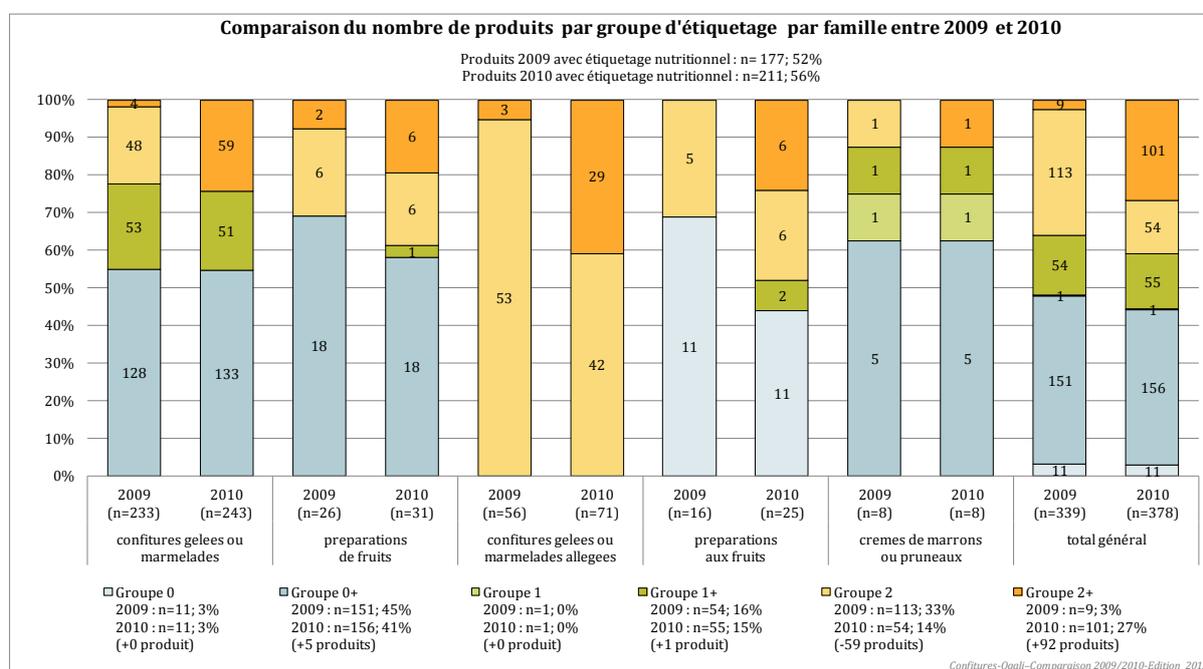


Figure 24 : Comparaison du nombre de produits par groupe d'étiquetage et par famille pour le secteur des « confitures » entre 2009 et 2010.

La proportion de produits avec étiquetage nutritionnel a légèrement augmenté entre 2009 et 2010 : 56% des produits présentent un étiquetage nutritionnel en 2010 contre 52% en 2009.

La proportion de produits avec un étiquetage nutritionnel de groupe 2/2+ augmente en 2010 (41% en 2010 contre 33% en 2009).

2.3 Allégations nutritionnelles

La figure 25 présente le nombre de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) en 2009 et 2010.

La fréquence de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) a significativement augmenté entre 2009 (62 ; 18%) et 2010 (94 ; 25%) ($p=0,033$). Cette augmentation est à rapprocher de celle observée sur les groupes d'étiquetage 2/2+ car les allégations nutritionnelles sur le secteur des « confitures » concernent principalement les sucres. Celles-ci sont présentes au sein des familles de préparations de fruits, de confitures, gelées ou marmelades allégées et de préparations aux fruits.

La proportion de produits avec allégations nutritionnelles au sein de la famille des préparations de fruits a significativement augmenté, en passant de 0% en 2009 à 48% en 2010 ($p<0,001$).

Pour la famille des préparations aux fruits, l'effectif et la proportion de produits avec allégations nutritionnelles augmentent entre 2009 et 2010 (de 38 à 40% ; +4 produits).

Concernant la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées, en accord avec sa définition, celle-ci possède 100% de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) en 2009. En 2010, la famille possède 97% de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) ($n=86$) en raison de 2 produits qui présentent la dénomination de vente « confiture, gelée ou marmelades allégées » et étiquettent la mention « à teneur en glucides réduite » qui ne rentre pas dans la définition des allégations nutritionnelles de l'annexe du rectificatif au Règlement (CE) No 1924/2006.

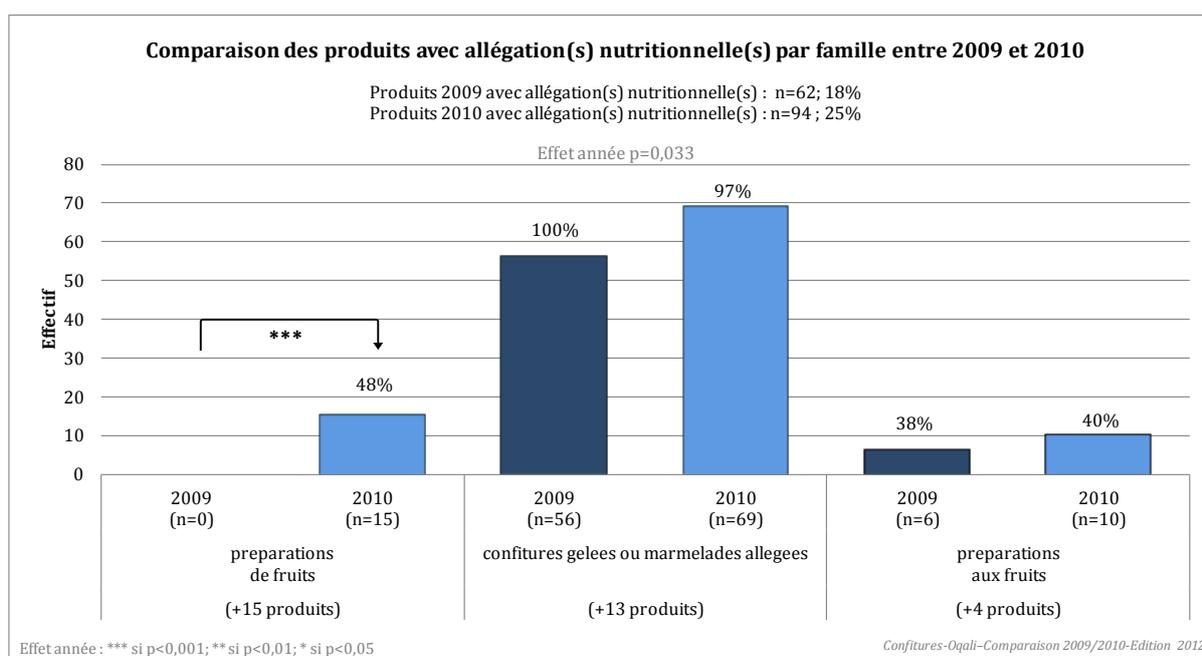


Figure 25 : Comparaison de la répartition des produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) par famille pour le secteur des « confitures » entre 2009 et 2010.

La proportion de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) a significativement augmenté entre 2009 et 2010, passant de 18 à 25%. Cette augmentation est à rapprocher de celle observée sur les groupes d'étiquetage (groupes 2/2+).

En accord avec leur définition, les produits de la famille de confitures, gelées ou marmelades allégées présentent le plus d'allégations nutritionnelles en 2010 comme en 2009.

La proportion de produits avec allégations nutritionnelles au sein de la famille des préparations de fruits a significativement augmenté entre 2009 et 2010 (de 0% à 48%).

2.4 Repères nutritionnels

La figure 26 présente les produits avec repère(s) nutritionnel(s) en 2009 et 2010.

La fréquence de produits avec repère(s) nutritionnel(s) a légèrement augmenté entre 2009 (n=16 ; 5%) et 2010 (n=25 ; 7%).

Les proportions de produits avec repère(s) nutritionnel(s) sont passées de 4 à 7% entre 2009 (n=10) et 2010 (n=17) pour la famille des confitures, gelées ou marmelades et de 5 à 6% entre 2009 (n=3) et 2010 (n=4) pour les confitures, gelées ou marmelades allégées. Les effectifs des préparations de fruits sont stables, cependant, en raison de l'augmentation de produits dans la famille en 2010 (+5 produits), la proportion de produits avec repère(s) nutritionnel(s) diminue en 2010 (de 12 à 10%). Un produit de la famille des crèmes de marrons ou pruneaux présentant des repères nutritionnels apparaît en 2010 ; en raison du faible effectif de la famille (n=10), celui-ci représente 13% de la famille.

La famille des préparations de fruits reste en 2010 celle comprenant le plus de produits avec repère(s) nutritionnel(s) (10%).

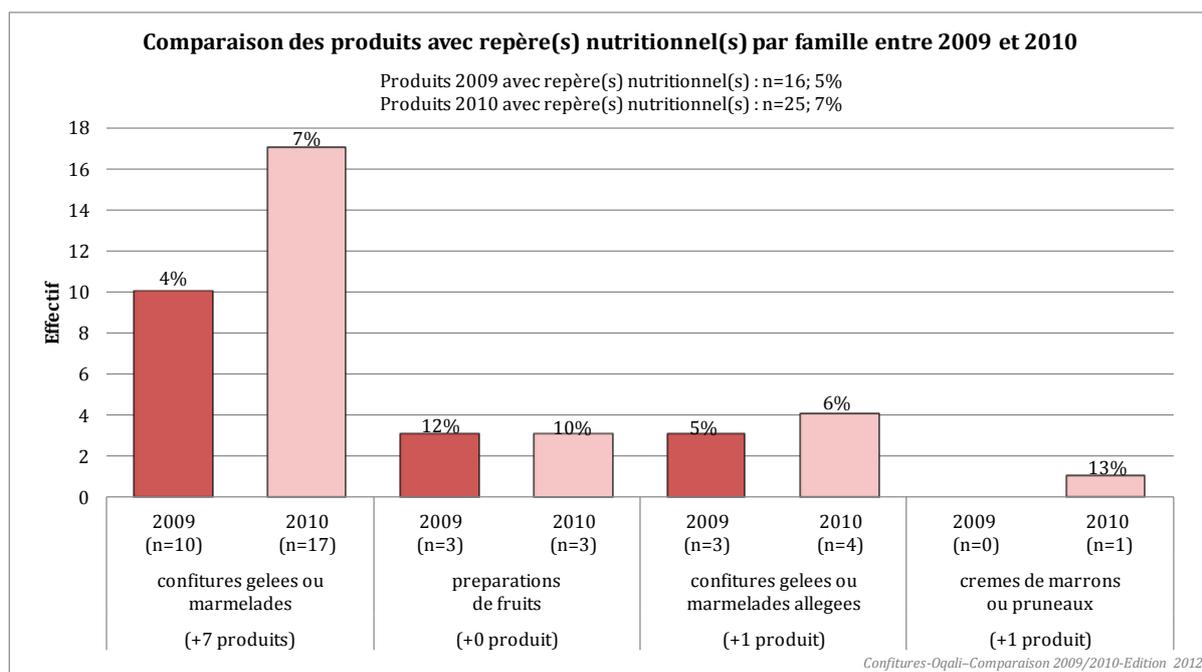


Figure 26 : Comparaison de la répartition des produits avec repère(s) nutritionnel(s) par famille pour le secteur des « confitures » entre 2009 et 2010.

La proportion de produits avec repère(s) nutritionnel(s) a légèrement augmenté entre 2009 (5%) et 2010 (7%).

En proportion, la famille des préparations de fruits reste la famille comprenant le plus de produits avec repère(s) nutritionnel(s) (10%), hors crèmes de marrons ou pruneaux.

2.5 Recommandations de consommation

La fréquence des produits avec au moins une recommandation de consommation est identique et très faible entre 2009 et 2010 (n=4 ; 1%).

Les produits avec recommandation(s) de consommation sont répartis en 2009 et en 2010 dans les familles des confitures, gelées ou marmelades (n=3) et des préparations de fruits (n=1).

La fréquence des produits avec recommandation(s) de consommation est identique entre 2009 et 2010 (n=4 ; 1%). Les produits avec recommandation(s) de consommation sont répartis dans les familles des confitures, gelées ou marmelades (n=3) et des préparations de fruits (n=1).

2.6 Portions indiquées et valeurs nutritionnelles à la portion

2.6.1 Portions indiquées

La proportion de produits avec une taille de portion indiquée est restée identique entre 2009 (n=75 ; 22%) et 2010 (n=84; 22%) (Figure 27).

Au sein des préparations de fruits, la proportion de produits présentant une taille de portion a augmenté entre 2009 (n=5 ; 19%) et 2010 (n=9 ; 29%).

Celle-ci est restée stable pour les familles des confitures, gelées ou marmelades (26% ; malgré une augmentation d'effectif de 4 produits) et des crèmes de marrons ou pruneaux (13%).

Concernant les confitures, gelées ou marmelades allégées et les préparations aux fruits, la proportion de produits a diminué (respectivement de 13 à 11% et de 13 à 8%).

La famille des préparations de fruits devient en 2010 la famille comprenant, en proportion, le plus de produits avec des tailles de portion indiquée (n=9 ; 29%) devant les confitures, gelées ou marmelades (n=64 ; 26%).

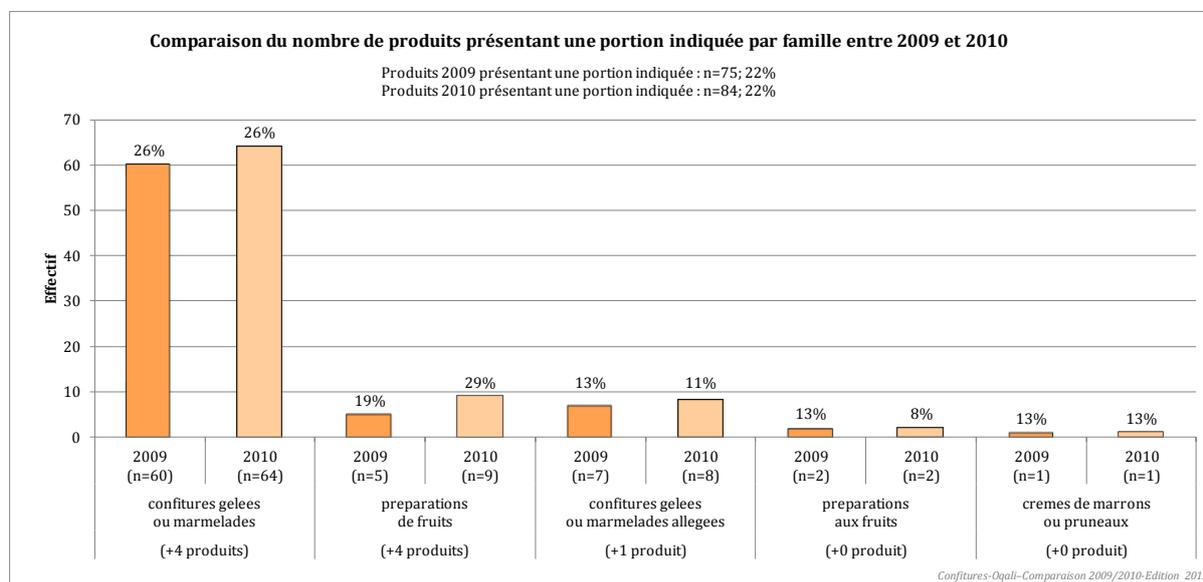


Figure 27 : Comparaison de la répartition des produits présentant une portion indiquée par famille pour le secteur des « confitures » entre 2009 et 2010.

2.6.2 Valeurs nutritionnelles à la portion

La proportion de produits étiquetant des valeurs nutritionnelles à la portion est restée identique entre 2009 (n=59 ; 17%) et 2010 (n=64 ; 17%) (Figure 28).

Malgré l'augmentation des effectifs de produits présentant des valeurs nutritionnelles à la portion au sein des familles des confitures, gelées ou marmelades, des confitures, gelées ou marmelades allégées et des crèmes de marrons ou pruneaux, les proportions restent identiques, et ce en raison de l'augmentation globale des effectifs des familles.

Au sein de la famille des préparations de fruits, les effectifs ainsi que la proportion de produits avec une valeur nutritionnelle à la portion augmente entre 2009 et 2010 de 4 à 16% (+4 produits).

Concernant la famille des préparations aux fruits, l'effectif reste constant (n=2) entre 2009 et 2010 et la proportion diminue de 13 à 8% du fait de l'augmentation de l'effectif de la famille.

La famille des confitures, gelées et marmelades reste en 2010 la famille comprenant le plus de produits avec des valeurs nutritionnelles à la portion. La famille des préparations de fruits devient en 2010, la seconde famille avec le plus de produits présentant des valeurs nutritionnelles à la portion.

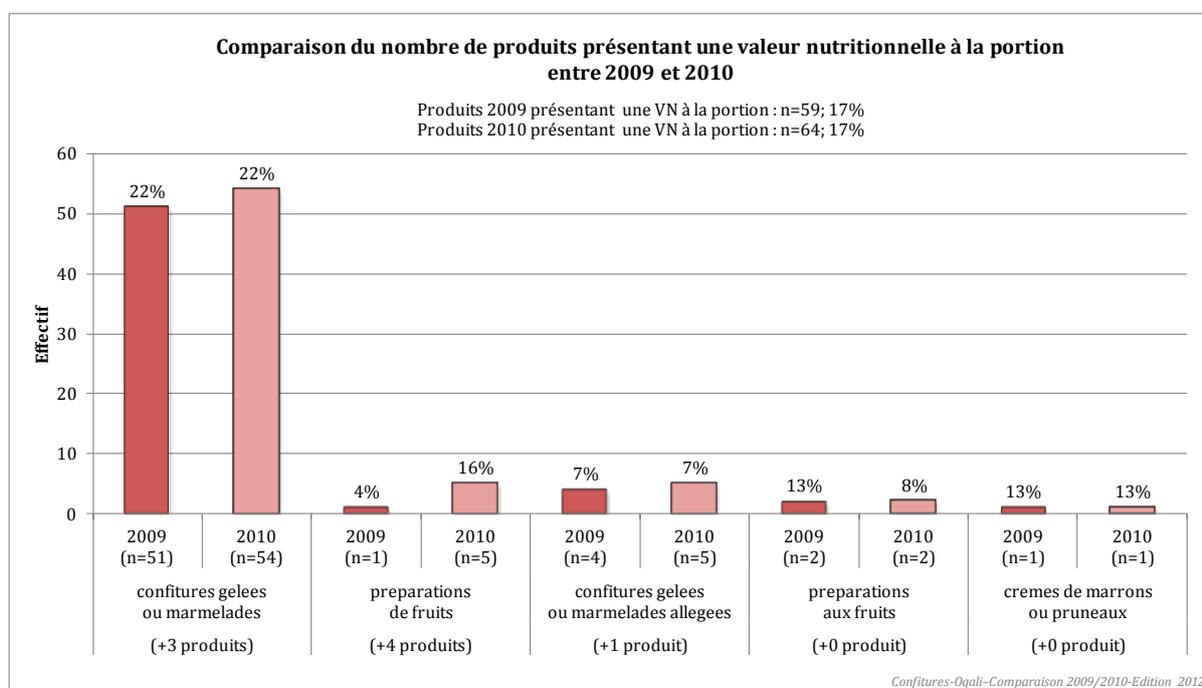


Figure 28 : Comparaison de la répartition des produits présentant des valeurs nutritionnelles à la portion par famille pour le secteur des « confitures » entre 2009 et 2010.

Les proportions de produits avec une taille de portion indiquée et avec des valeurs nutritionnelles à la portion sont restées stables entre 2009 et 2010 (respectivement 22 et 17%).

En proportion, la famille des préparations de fruits devient en 2010 la famille comprenant le plus de produits avec des tailles de portion indiquée (29%) devant les confitures, gelées ou marmelades (26%).

La famille des confitures, gelées et marmelades reste en 2010 la famille comprenant le plus de produits avec des valeurs nutritionnelles à la portion. La famille des préparations de fruits devient en 2010, la seconde famille avec le plus de produits présentant des valeurs nutritionnelles à la portion.

2.7 Focus sur l'étiquetage des produits ayant évolué entre 2009 et 2010

Suite à la comparaison des effectifs de produits pour chaque paramètre d'étiquetage entre 2009 et 2010, cette dernière partie se concentre sur les 65 produits présentant une évolution entre les deux années d'étude (cf. les « produits évolués » présentés dans l'introduction de la Partie 2.1 Présentation de l'évolution du secteur entre 2009 et 2010). L'objectif est de pouvoir identifier les paramètres de l'étiquetage les plus impactés dans les cas de révisions des produits.

Les évolutions peuvent faire intervenir un ou plusieurs des types de modifications suivants, repérés en comparant les emballages recueillis :

- les informations générales sur l'emballage (dénominations de vente, portions, poids, etc.) ;
- les repères nutritionnels ;
- les allégations (comprenant les allégations nutritionnelles et de santé mais aussi tous les messages de communication présents sur l'emballage tels que « sans conservateur » ou « au sucre de canne»);
- les valeurs nutritionnelles (une évolution des valeurs nutritionnelles peut être le résultat d'une reformulation du produit ou bien de nouvelles sources de données pour l'étiquetage du tableau des valeurs nutritionnelles ; elle peut être positive ou négative);
- la liste d'ingrédients.

Les modifications relatives aux informations générales, allégations et repères nutritionnels sont regroupées dans les évolutions de type information car elles concernent l'emballage du produit. Les modifications de valeurs nutritionnelles et de listes d'ingrédients sont classées dans les évolutions de type composition car elles portent sur le produit en lui-même.

La figure 29 présente les effectifs de produits faisant intervenir chaque type d'évolution en abscisse ; un produit peut être concerné par plusieurs types d'évolution. En bleu foncé sont identifiées les évolutions de type information et en bleu clair, celles de type composition. En dégradé de bleu, sont représentés les produits faisant intervenir à la fois au moins un élément de type information (informations générales, allégations, repères nutritionnels) et au moins un élément de composition (liste d'ingrédients ou valeurs nutritionnelles). Les proportions correspondent aux effectifs de chaque type par rapport à l'effectif total des évolutions (n=65).

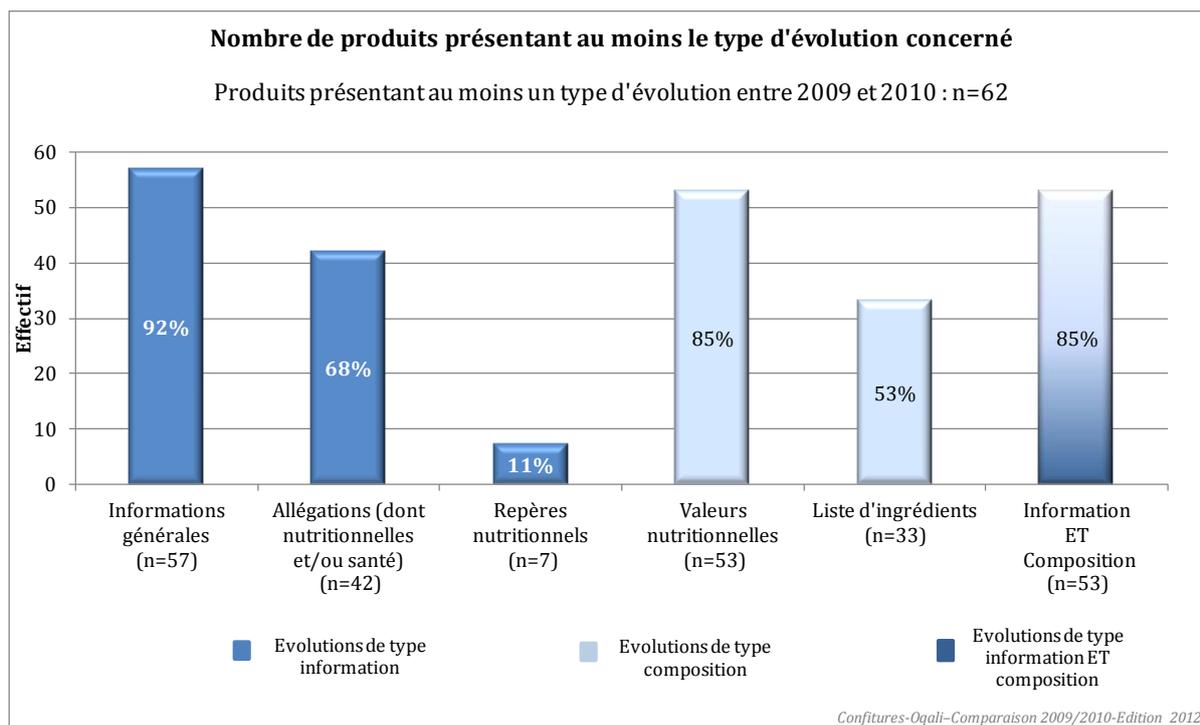


Figure 29 : Nombre de produits par type d'évolution entre 2009 et 2010 sur l'ensemble des produits ayant évolué entre 2009 et 2010.

Concernant les éléments d'information, 92% des produits ayant évolué entre 2009 et 2010 font intervenir au moins des modifications sur les informations générales, 68% des modifications sur les allégations (messages sur l'emballage dont allégations nutritionnelles et/ou de santé) et 11% sur les repères nutritionnels.

En termes de composition, 85% des produits évolués font intervenir au moins des modifications de valeurs nutritionnelles et 53% des modifications de la liste d'ingrédients.

Enfin, 85% des évolutions concernent des modifications conjointes d'information et de composition.

3. VARIABILITE DES TENEURS EN SUCRES ETIQUETES

Ce chapitre présente, à partir des données d'étiquetage recueillies, la variabilité des teneurs en sucres par famille de produits et par année. Pour rappel, l'étude de comparaison porte sur les données 2009 et 2010 sans les produits de marques de distributeurs nouvellement disponibles en 2010. Toutes les comparaisons prennent donc en compte : les produits retirés du marché (n=20), les produits identiques (n=259), les produits ayant évolué (n=65) et les nouveaux produits (n=54) (cf. introduction de la Partie 2. 1 Présentation de l'évolution du secteur entre 2009 et 2010).

L'objectif de cette étude de comparaison étant de permettre de caractériser au mieux les évolutions de teneurs, les variabilités sont présentées :

- au niveau des familles de produits pour observer les évolutions de chacune d'entre elles dans leur ensemble;
- au niveau des sous-groupes par famille, pour comparer les teneurs moyennes entre les produits retirés du marché, les produits identiques, les produits ayant évolué et les nouveaux produits, afin d'identifier sur quel sous-groupe l'effort a été réalisé ;
- au niveau des produits appariés entre 2009 et 2010 (au sein des évolutions de produits) pour préciser le sens des reformulations de produits en termes de teneurs en sucres;
- au niveau des segments de marché par famille pour voir si les segments de marché évoluent de la même façon;
- au niveau des sous-groupes par segment de marché et par famille pour identifier les efforts au niveau des segments de marché.

Une cartographie pondérant les produits par leur part de marché permettra enfin de suivre comment les évolutions de teneurs peuvent impacter la structuration de l'offre.

Des tests statistiques ont été effectués pour l'étude des différences de teneurs en sucres entre les années 2009 et 2010, par famille de produits, par segment de marché et par sous-groupe. Pour cela, le test non paramétrique de Kruskal Wallis a été utilisé ($\alpha = 5\%$). Dans le cas des produits appariés, les différences de teneurs en sucres entre les deux années ont été testées grâce au test des rangs signés (Wilcoxon).

Dans les graphiques, les évolutions significatives d'après les tests entre les teneurs moyennes en sucres sont signalées par une flèche entre les deux groupes testés. La valeur de la différence des teneurs est indiquée dans le sens suivant : [teneur du groupe en bout de flèche – teneur du groupe à l'origine de la flèche]. Toutes les combinaisons ont été testées ; l'absence de flèche indique que le test n'a pas mis en évidence de différence significative entre les teneurs moyennes en sucres des deux groupes concernés

3.1 Variabilité des teneurs en sucres au sein du secteur et au sein des familles

Les boxplots sont réalisés à partir des produits présentant une teneur en sucres ou sucres brix sur l'étiquetage telle que définie dans la Partie 1 du rapport : une teneur en sucres brix pour les confitures, gelées ou marmelades, les préparations de fruits et les crèmes de marrons ou pruneaux et une teneur en sucres pour les confitures, gelées ou marmelades allégées et les préparations aux fruits. En 2009 comme en 2010, n'ont pas été prises en compte pour le suivi les préparations de fruits ne présentant pas de teneurs en sucres brix ainsi que les préparations aux fruits ne présentant pas de teneurs en sucres.

3.1.1 Variabilité des teneurs en sucres au sein du secteur

La figure 30 présente la variabilité des teneurs en sucres des cinq familles du secteur des « confitures » par année.

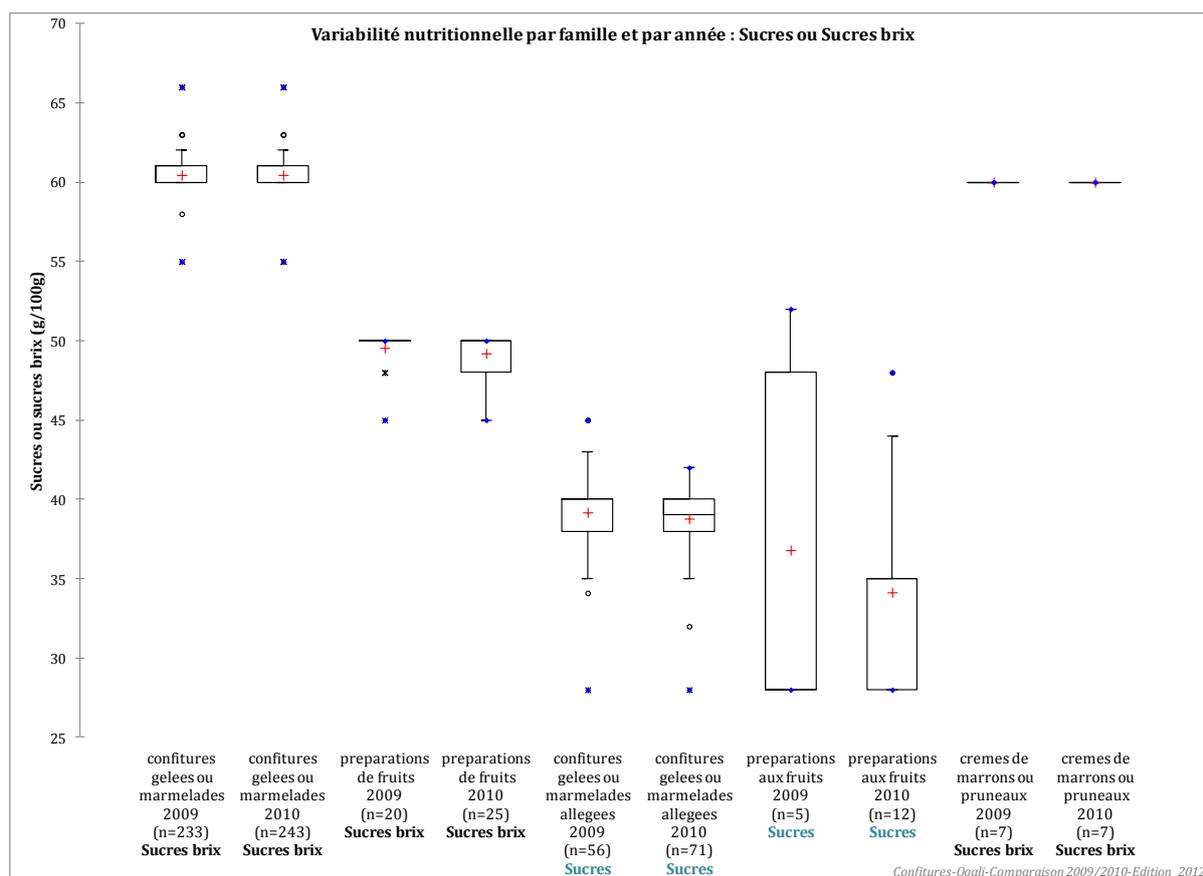


Figure 30 : Variabilité de la teneur en sucres ou sucres brix en g/100g des familles du secteur des « confitures » par année.

Au sein des familles, aucune différence significative n'a été mise en évidence entre les teneurs moyennes de 2009 et de 2010.

Variabilités

Les profils de variabilités des teneurs en sucres brix ainsi que les moyennes restent similaires entre les deux années pour les confitures, gelées ou marmelades, les préparations de fruits et les crèmes de marrons ou pruneaux. Pour les première et dernière familles citées, cela s'explique notamment par la réglementation les encadrant qui leur impose un seuil minimum de teneur en sucres brix.

Pour les familles des confitures, gelées ou marmelades allégées et des préparations aux fruits, si les teneurs moyennes n'ont pas diminué de façon significative, la variabilité des teneurs en sucres s'est toutefois réduite (de 3g/100g pour la première et de 4g/100g pour la seconde). En effet, pour les confitures, gelées ou marmelades allégées, les valeurs extrêmes supérieures correspondent à des produits dont les teneurs ont diminué entre les deux années. Dans le cas de la famille des préparations aux fruits, la valeur extrême supérieure correspond à un produit qui a été retiré du marché entre 2009 et 2010.

Le tableau 4 récapitule les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en sucres par famille de produits entre 2009 et 2010.

Tableau 4 : Statistiques descriptives et évolution des teneurs en sucres ou sucres brix par famille de produit entre 2009 et 2010

Sucres ou Sucres brix (g/100g)	2009			2010			Différences entre 2009 et 2010 (g/100g)	Evolution (en %)
	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
Confitures, gelées ou marmelades Sucres brix	233	60,45	1,10	243	60,45	1,14	0,00	0%
Préparations de fruits Sucres brix	20	49,55	1,23	25	49,20	1,50	-0,35	-1%
Confitures, gelées ou marmelades allégées Sucres	56	39,18	2,67	71	38,79	2,18	-0,39	-1%
Préparations aux fruits Sucres	5	36,80	12,13	12	34,14	6,44	-2,66	-7%
Crèmes de marrons ou pruneaux Sucres brix	7	60,00	0,00	7	60,00	0,00	0,00	0%

N = effectif; Moy = moyenne; ET = écart type

La famille des crèmes de marrons ou pruneaux comporte peu de produits. De plus, toutes les teneurs en sucres brix sont égales à 60g/100g en 2009 comme en 2010. L'étude d'évolution n'est donc pas pertinente sur cette famille qui ne sera pas présentée dans la suite du rapport.

3.1.2 Variabilité des teneurs en sucres au sein des familles

Pour approcher plus finement l'origine de l'évolution des teneurs en sucres entre les deux années au sein de chaque famille, les graphiques suivants présentent, par famille de produit, la variabilité des teneurs en sucres :

- des produits en 2009 ;
- des produits en 2010 ;
- des produits retirés du marché entre 2009 et 2010 ;
- des produits identiques entre les deux années ;
- des nouveaux produits ;
- des produits dont les valeurs nutritionnelles ont évolué.

Cette dernière catégorie correspond aux produits présentés dans le paragraphe 2.8 de la Partie 2, comme ayant fait évoluer leur « composition » ; toutefois, elle ne tient compte que de ceux ayant au moins modifié leur(s) valeur(s) nutritionnelle(s) (n=53). Ce sous-groupe comprend donc tous les produits dont les valeurs nutritionnelles ont pu évoluer, quels que soient les nutriments concernés par cette évolution. Seules les teneurs en sucres de ces produits sont suivies dans les graphiques ci-dessous, qu'elles aient évolué ou non. Le tableau 7 présente le nombre de produits dont l'évolution des valeurs nutritionnelles a effectivement concerné les sucres. Dans les graphiques suivants, les teneurs en sucres sont celles pour l'année 2010, soit après évolution des valeurs nutritionnelles.

Le tableau 5 présente les effectifs, moyennes, et écarts-types par famille.

Comme présenté en introduction de cette partie, des tests ont été menés par famille sur les différences de moyennes entre tous les sous-groupes. Des flèches mettent en évidence les résultats significatifs.

Confitures, gelées ou marmelades (Figure 31)

Cette famille étant règlementée concernant la teneur en degrés brix, il est difficile d'y apporter des améliorations et d'identifier des sous-groupes sur lesquels des efforts auraient pu être portés.

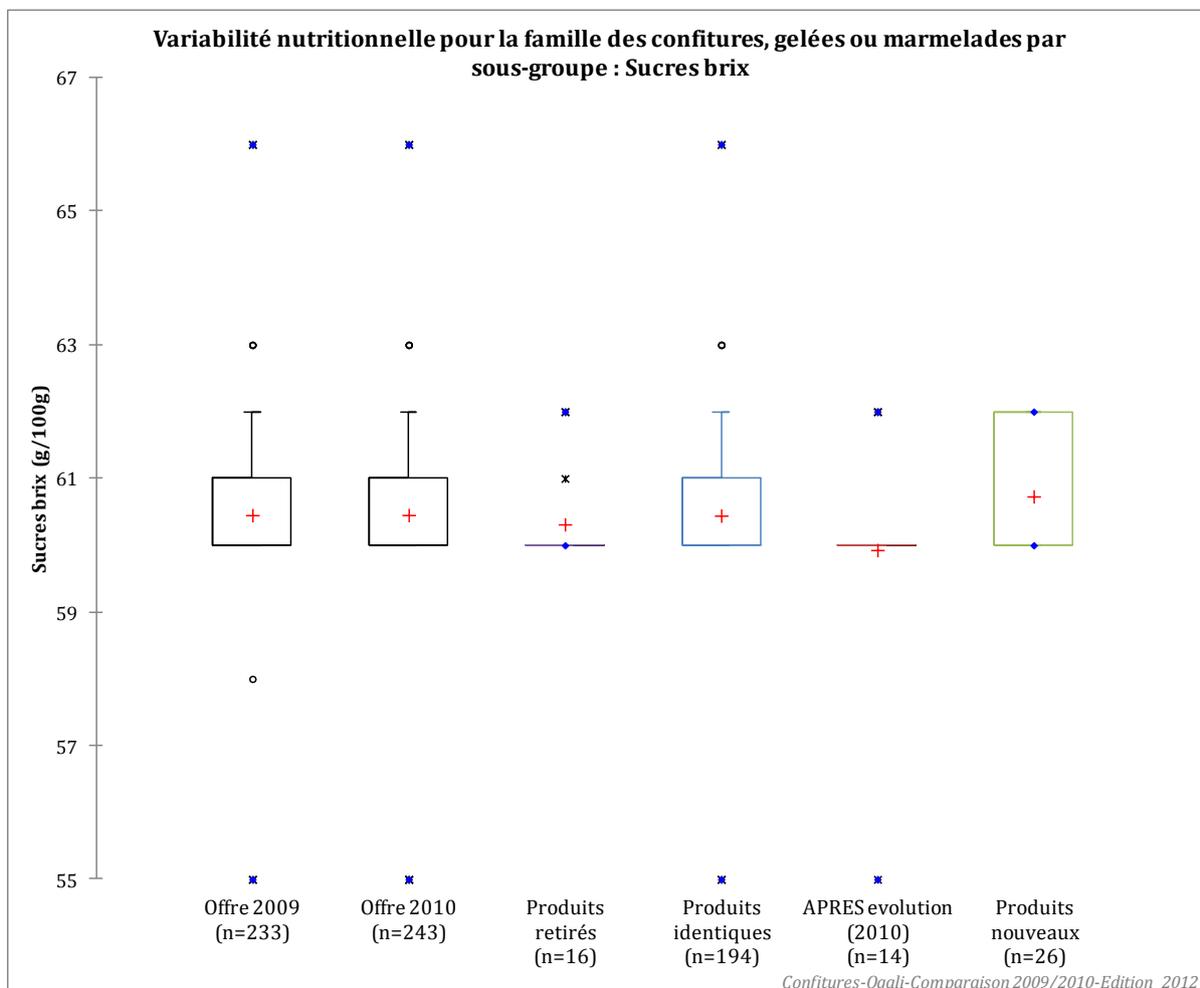


Figure 31 : Variabilité de la teneur en sucres brix au sein de la famille des confitures, gelées ou marmelades par sous-groupe.

Préparations de fruits (Figure 32)

Bien que les préparations de fruits soient constituées d'un important effectif de produits identiques entre les deux années, la moyenne des teneurs en sucres brix semble toutefois diminuer légèrement entre 2009 et 2010 (-0,4g/100g). Cette diminution s'explique en partie par les nouveaux produits de 2010, dont la teneur moyenne est inférieure à celle des autres sous-groupes. Elle s'explique également par l'apparition de 2 produits, appartenant à la famille des confitures en 2009 et qui ont évolué en préparations de fruits, dont les teneurs se trouvent dans la fourchette basse de celles de la famille.

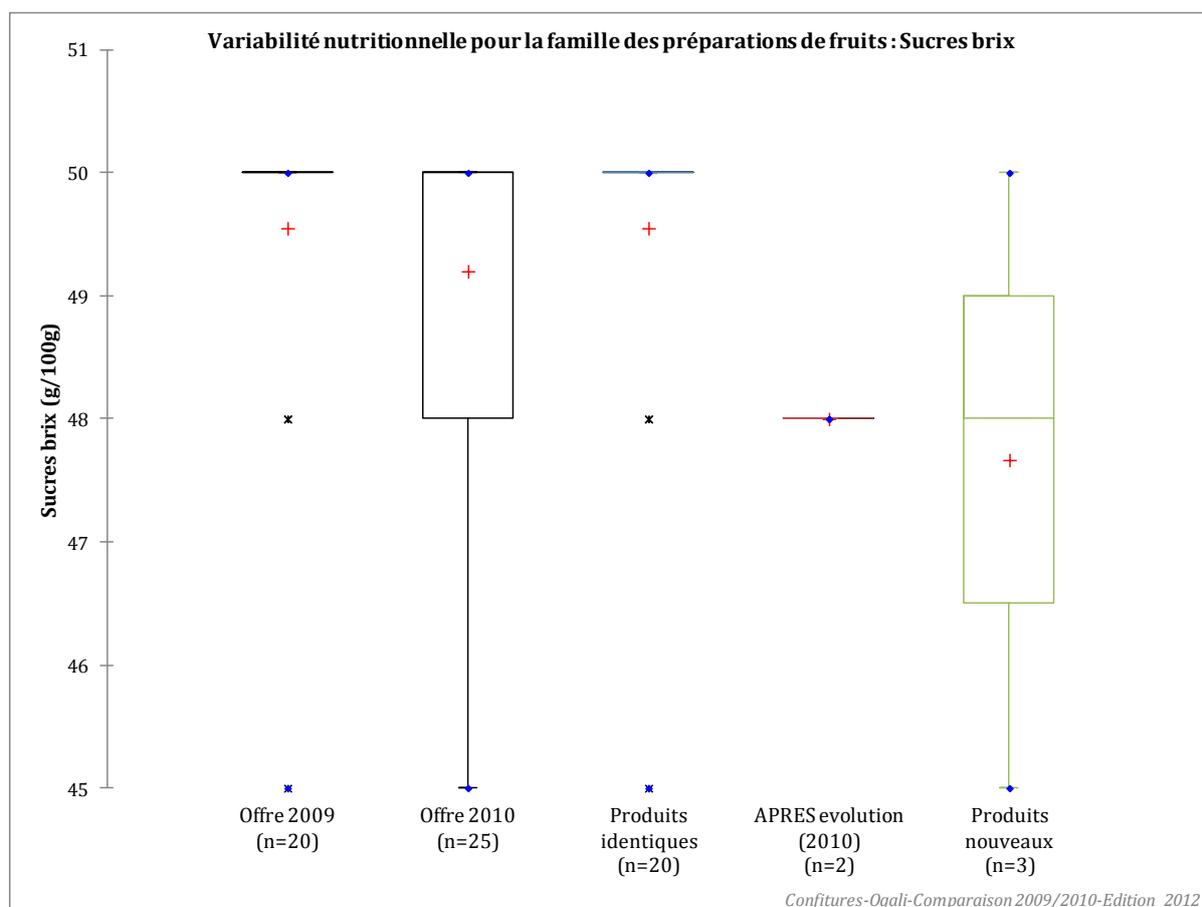


Figure 32 : Variabilité de la teneur en sucres brix au sein de la famille des préparations de fruits par sous-groupe.

Confitures, gelées ou marmelades allégées (Figure 33)

Les confitures, gelées ou marmelades allégées comptent le plus de produits dont les valeurs nutritionnelles ont évolué par rapport aux autres familles. Ces produits ayant évolué entre les deux années d'étude présentent en 2010 (soit APRES évolution) une teneur en sucres moyenne significativement inférieure à celle des produits en 2009 (-0,7g/100g). Plus précisément, la teneur en sucres moyenne du sous-groupe de produits APRES évolution est significativement inférieure (de 1,1g/100g) à celle des produits identiques entre 2009 et 2010. Une des explications de cette évolution peut être l'application progressive du rectificatif au Règlement (CE) n°1924/2006 concernant l'allégation « allégé en sucres », qui impose une réduction de 30% de la teneur en sucres par rapport à un produit standard (les produits réduits à 25% n'étant plus autorisés en 2010 mais pouvant encore se trouver sur le marché en 2009).

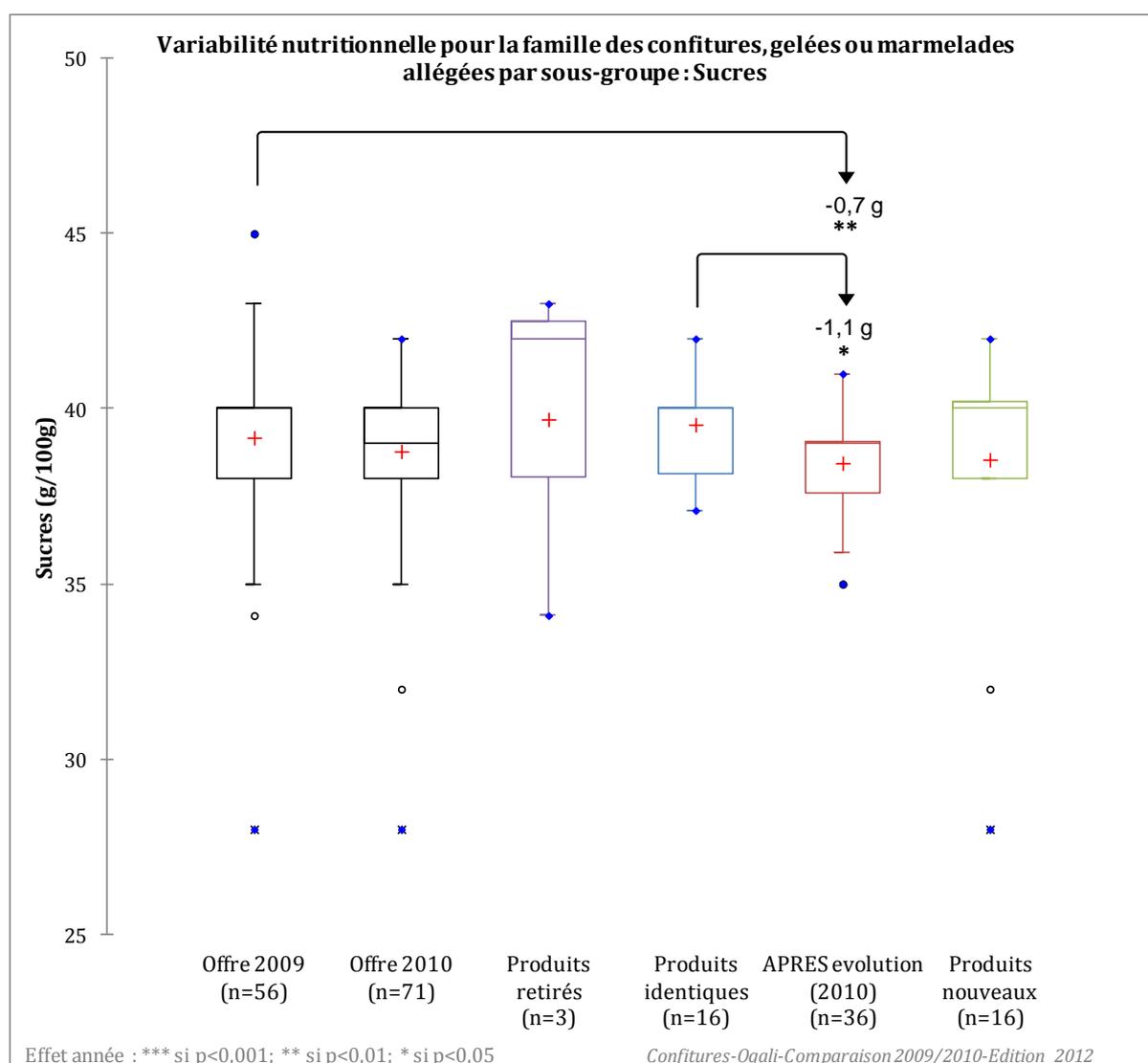


Figure 33 : Variabilité de la teneur en sucres au sein de la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées par sous-groupe.

Préparations aux fruits (Figure 34)

Pour la famille des préparations aux fruits, la moyenne semble diminuer légèrement entre 2009 et 2010 mais la différence d'effectif entre les deux années peut expliquer cette diminution. Les effectifs des autres sous-groupes sont trop faibles pour être commentés.

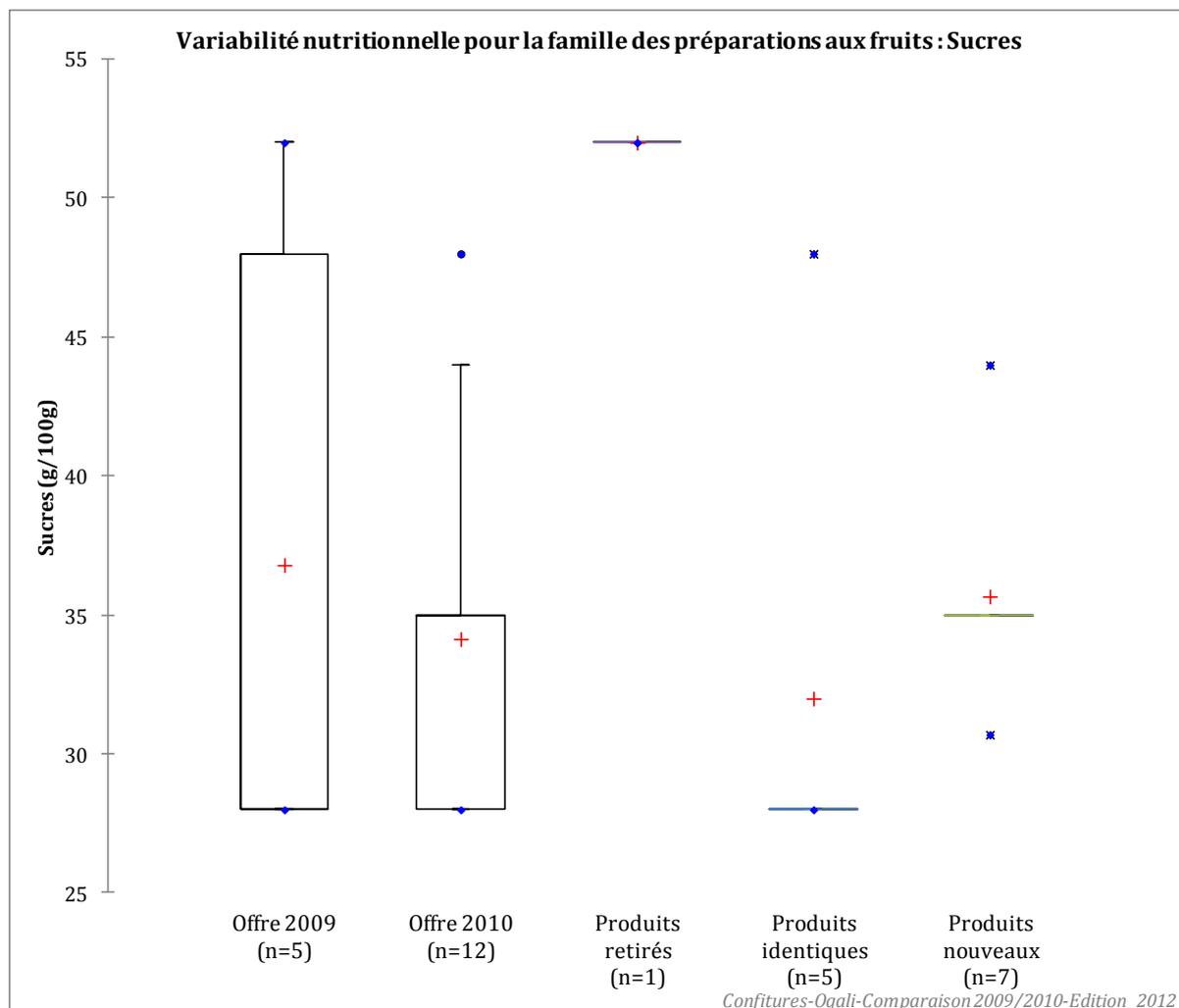


Figure 34 : Variabilité de la teneur en sucres au sein de la famille des préparations aux fruits par sous-groupe.

Le tableau 5 ci-dessous reprend les effectifs, moyennes et écarts-types par famille et par sous-groupe des données présentées dans les figures 31, 32, 33 et 34.

Tableau 5 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par famille et par sous-groupe.

Sucres ou Sucres brix (g/100g)	Produits retirés			Produits identiques			Evolutions			Nouveaux produits		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Confitures, gelées ou marmelades Sucres brix	16	60,31	0,70	194	60,44	1,13	14	59,93	1,59	26	60,73	0,92
Préparations de fruits Sucres brix				20	49,55	1,23	2	48,00	0,00	3	47,67	2,52
Confitures, gelées ou marmelades allégées Sucres	3	39,70	4,88	16	39,55	1,32	36	38,45	1,54	16	38,55	3,61
Préparations aux fruits Sucres	1	52,00	0,00	5	32,00	8,94				7	35,67	4,01

N=effectif; Moy=moyenne; ET=écart type

3.1.3 Focus sur les variabilités des teneurs en sucres au sein des produits appariés

Afin d'identifier au sein des produits présentant une évolution de valeur nutritionnelle, ceux dont l'évolution concerne les sucres et non pas un autre nutriment, le graphique suivant compare les teneurs en sucres de ces produits en 2009 (avant leur évolution de valeur nutritionnelle) et en 2010 (après leur évolution de valeur nutritionnelle) ; les produits sont dits « appariés ». Les effectifs sont contraints par la nécessité de présenter un étiquetage des sucres en 2009 et en 2010 (d'où des effectifs égaux entre les deux années mais différents des graphiques par sous-groupes ci-dessus, non contraints par l'appariement avec 2009). Les produits ayant changé de familles entre les deux années ne sont pas pris en compte (n=5). Pour le secteur des « confitures », seules les familles des confitures, gelées ou marmelades et des confitures, gelées ou marmelades allégées sont concernées par l'appariement de produits.

La figure 35 présente, par famille, la variabilité de la teneur en sucres des produits appariés entre 2009 et 2010.

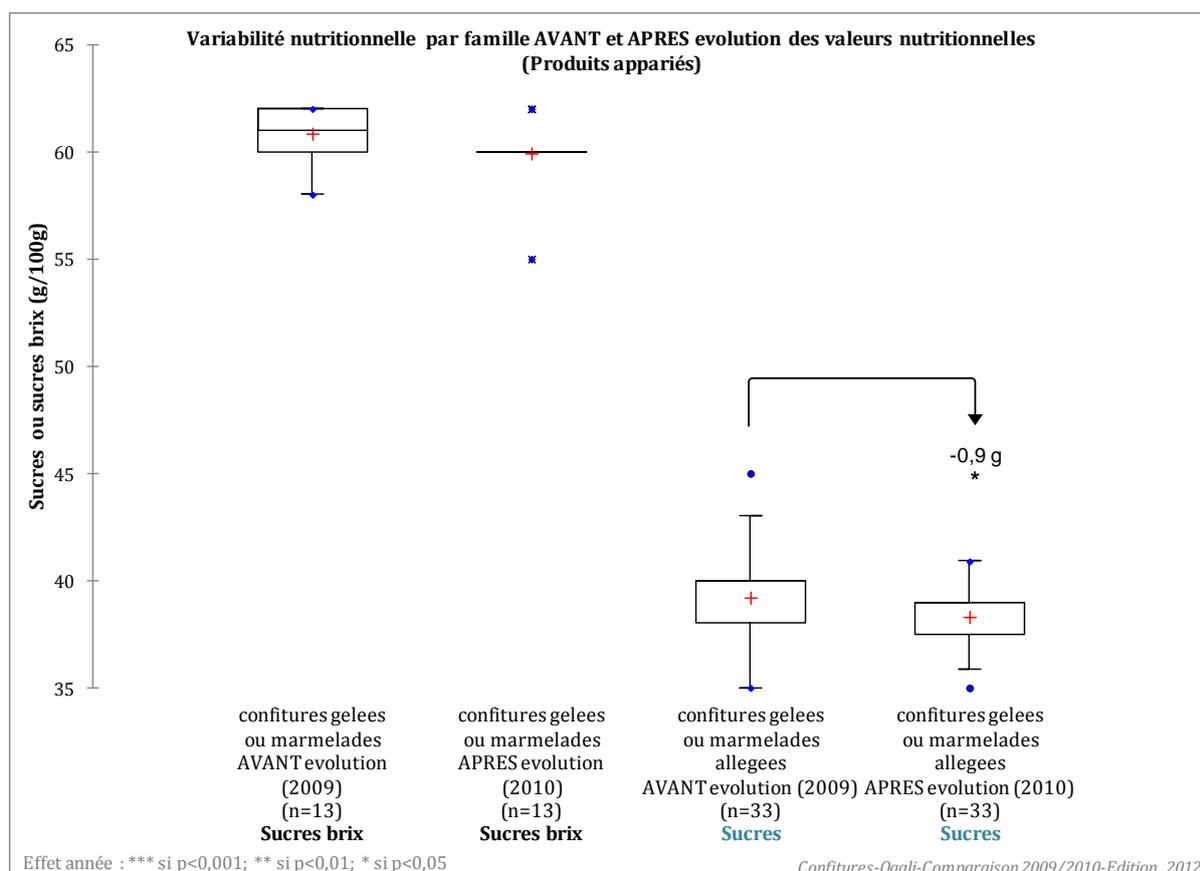


Figure 35 : Variabilité de la teneur en sucres ou sucres brix des produits appariés entre 2009 et 2010 par famille.

Les teneurs en sucres moyennes des produits au sein des familles des confitures, gelées ou marmelades allégées diminuent de façon significative entre 2009 et 2010 au sein des produits

appariés (de 0,9g/100g). Cette évolution peut être en partie liée à l'application progressive du rectificatif au Règlement (CE) n°1924/2006 imposant une réduction de 30% de la teneur en sucres par rapport à un produit standard et non plus 25%.

Le tableau 6 ci-dessous présente les effectifs de produits appariés dont la teneur en sucres a diminué, a augmenté ou est restée identique entre 2009 et 2010.

Tableau 6 : Nombres de produits présentant une diminution ou une augmentation de la teneur en sucres ou sucres brix, ou des teneurs en sucres ou sucres brix identiques par famille.

Effectifs de produits	Diminutions de la teneur en sucres ou sucres brix (n=30)	Teneurs en sucres ou sucres brix identiques (n=8)	Augmentations de la teneur en sucres ou sucres brix (n=8)
Confitures, gelées ou marmelades (n=13) Sucres brix	7	5	1
Confitures, gelées ou marmelades allégées (n=33) Sucres	23	3	7

Sur les 46 évolutions de valeur(s) nutritionnelle(s) de produits appariés, 30 concernent une diminution de la teneur en sucres (principalement pour la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées), 8 concernent d'autres nutriments que les sucres et 8 concernent une augmentation de la teneur en sucres.

Pour les confitures, gelées ou marmelades, l'augmentation de teneur est de 2g/100g et les diminutions sont comprises entre -1 et -3g/100g. Pour la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées, les augmentations de teneurs en sucres varient de 0,1 à 4,3g/100g et les diminutions de -0,1 et -5g/100g.

Le tableau 7 ci-dessous reprend les effectifs, moyennes et écarts-types par famille et par sous-groupe des données présentées dans la figure 35.

Tableau 7 : Statistiques descriptives et évolutions des teneurs en sucres des produits appariés entre 2009 et 2010 dont les valeurs nutritionnelles ont été modifiées entre les deux années (quel que soit le nutriment), par famille de produit.

Sucres ou Sucres brix(g/100g)	Produits appariés dont les valeurs nutritionnelles ont évolué						Différences entre 2009 et 2010 (g/100g)	Evolution (en %)
	2009			2010				
	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
Confitures, gelées ou marmelades Sucres Brix	13	60,85	1,28	13	59,92	1,66	-0,92	-2%
Confitures, gelées ou marmelades allégées Sucres	33	39,21	2,38	33	38,31	1,52	-0,90 *	-2%

N = effectif; Moy = moyenne; ET = écart type

Effet année : * si p<0,05

Les familles des confitures, gelées ou marmelades et des crèmes de marrons ou pruneaux étant réglementées sur la teneur en degrés brix des produits, il est difficile d'y apporter des améliorations.

Bien que les préparations de fruits soient constituées d'un important effectif de produits identiques entre les deux années, la moyenne des teneurs en sucres brix semble toutefois diminuer légèrement entre 2009 et 2010 (-0,4g/100g). Cette diminution s'explique par l'apparition de nouveaux produits dans cette famille en 2010, dont la teneur moyenne est inférieure à celle des autres sous-groupes.

Les confitures, gelées ou marmelades allégées comptent le plus de produits dont les valeurs nutritionnelles ont évolué par rapport aux autres familles. Les produits ayant évolué entre les deux années d'étude présentent en 2010 une teneur en sucres moyenne significativement inférieure à celle des produits en 2009 (-0,7g/100g) et notamment à celle des produits identiques entre les deux années (-1,1g/100g). Une des explications de cette évolution peut être l'application progressive du rectificatif au Règlement (CE) n°1924/2006 concernant l'allégation « allégé en sucres », qui impose une réduction de 30% de la teneur en sucres par rapport à un produit standard (les produits réduits à 25% n'étant plus autorisés en 2010 mais pouvant encore se trouver sur le marché en 2009). Il existe également une diminution significative de -0,9g/100g entre les produits strictement appariés entre 2009 et 2010,

Les effectifs de la famille des préparations aux fruits sont trop faibles pour être commentés.

3.2 Focus sur la variabilité de la teneur en sucres par segment au sein de chaque famille

Les graphiques suivants présentent, par famille de produits, les variabilités de teneurs en sucres par segment de marché et par année. L'objectif est de pouvoir observer d'éventuelles différences dans les évolutions de l'offre par segment de marché. Lorsqu'une différence significative de teneur moyenne en sucres entre les deux années a été mise en évidence, elle est signalée par une flèche.

Pour compléter ces graphiques, des tableaux présentent, par famille de produit, segment de marché et sous-groupe (tels que définis dans la Partie 2.1), les effectifs, teneurs moyennes en sucres et écarts-types des données. Les traitements statistiques n'ont pas été menés sur ces données, compte tenu des faibles effectifs. Les statistiques en grisées correspondent à des sous-groupes présentant des effectifs très faibles (1 ou 2 produits).

Confitures, gelées ou marmelades (Figure 36 et Tableau 8)

Les profils de variabilité des teneurs en sucres brix des produits au sein de la famille des confitures, gelées ou marmelades sont assez proches entre les deux années par segment de marché. Les teneurs semblent être légèrement plus élevées dans les produits de hard discount en 2010 par rapport à 2009 (+0,2g/100g) car les produits retirés du marché présentaient les plus basses teneurs en moyenne.

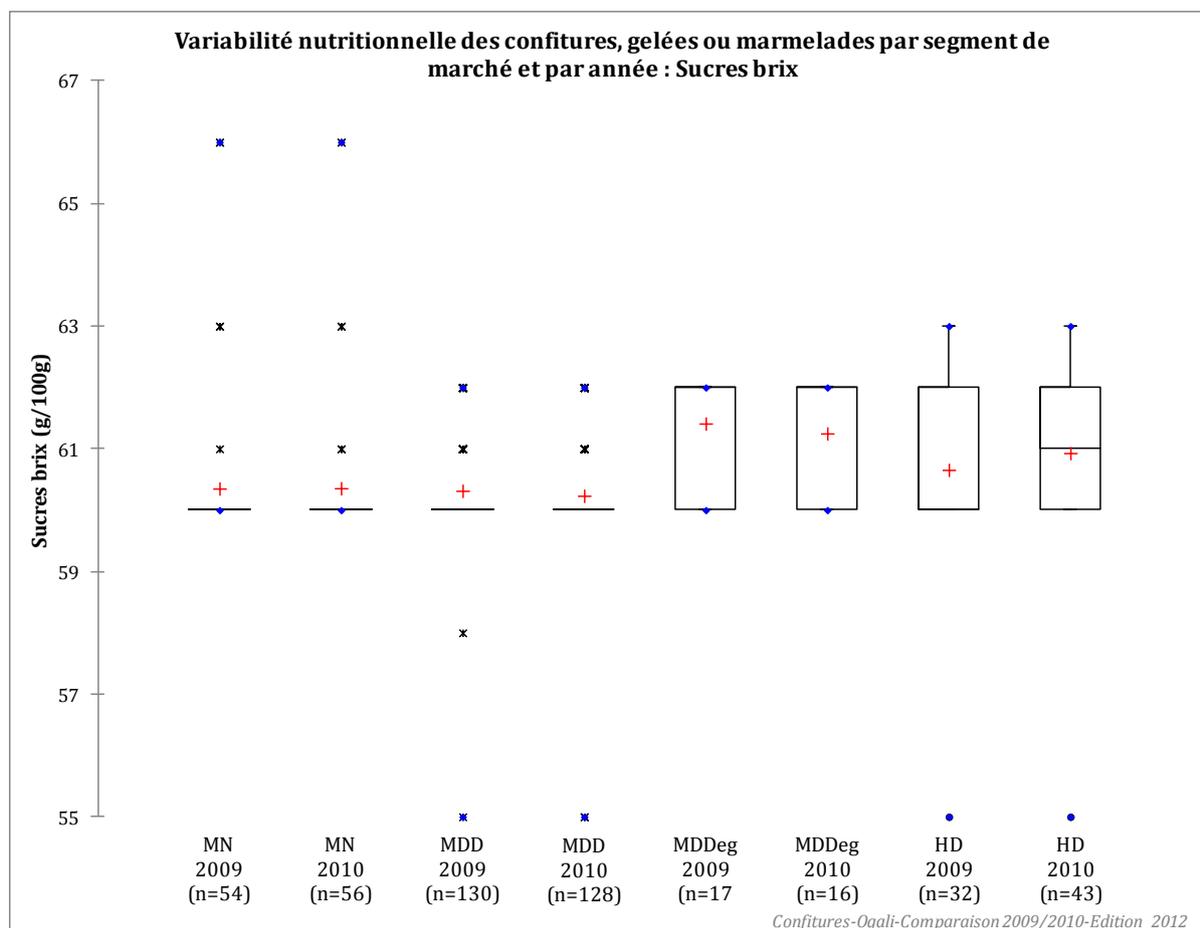


Figure 36 : Variabilité de la teneur en sucres brix par segment de marché et par année au sein de la famille des confitures, gelées ou marmelades.

Le tableau 8 présente les statistiques descriptives des sous-groupes par segment de marché pour la famille des confitures, gelées ou marmelades.

Tableau 8 : Statistiques descriptives de la teneur en sucres brix par segment de marché, par année et par sous-groupe pour la famille des confitures, gelées ou marmelades.

Confitures, gelées ou marmelades	2009			2010			Produits retirés			Produits identiques			APRES evolution (2010)			Produits nouveaux		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Teneur en sucres brix (g/100g)	54	60,4	1,3	56	60,4	1,2	3	60,0	0,0	51	60,4	1,3	8	59,4	1,8	5	60,2	0,4
Marques nationales	54	60,4	1,3	56	60,4	1,2	3	60,0	0,0	51	60,4	1,3	8	59,4	1,8	5	60,2	0,4
Marques de distributeurs	130	60,3	0,9	128	60,2	0,9	3	60,0	0,0	112	60,3	0,8	8	59,4	1,8	5	60,2	0,4
Marques de distributeurs entrée de gamme	17	61,4	0,9	16	61,3	1,0	2	62,0	0,0	11	61,3	1,01	3	60,7	1,2			
Hard discount	32	60,7	1,5	43	60,9	1,4	5	60,0	0,0	20	61,1	1,7	3	60,7	1,15	16	60,9	1,0

N=effectif; Moy=moyenne; ET=écart type

Préparations de fruits (Figure 37 et Tableau 9)

Pour les préparations de fruits, la teneur moyenne en sucres brix des produits semble avoir diminué au sein des marques de distributeurs entre 2009 et 2010. En effet, les nouveaux produits sur ce segment de marché ont une moyenne inférieure aux produits identiques entre les deux années (-1,8g/100g).

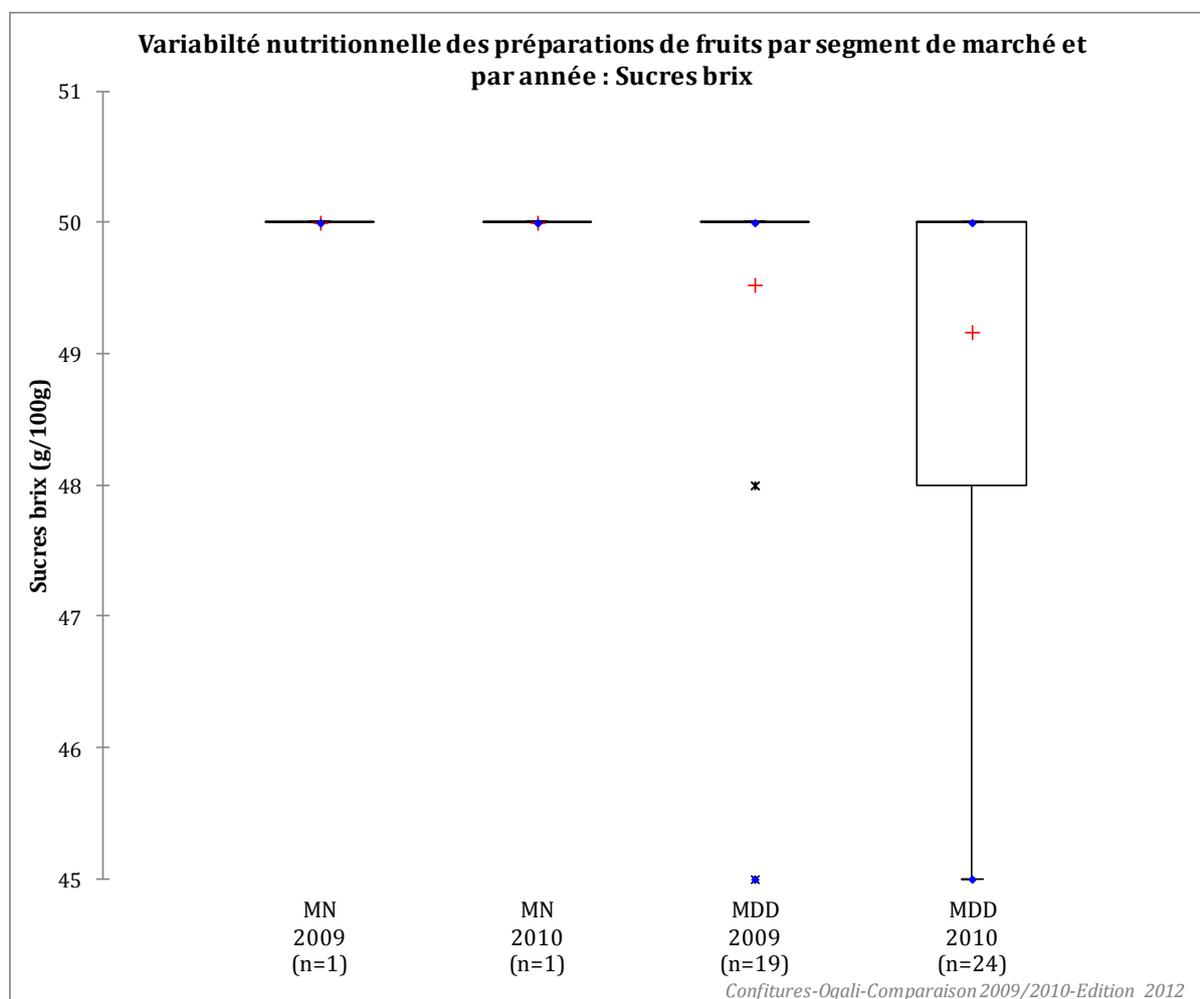


Figure 37 : Variabilité de la teneur en sucres brix par segment de marché et par année au sein de la famille des préparations de fruits.

Le tableau 9 présente les statistiques descriptives des sous-groupes par segment de marché pour la famille des préparations de fruits.

Tableau 9 : Statistiques descriptives de la teneur en sucres brix par segment de marché, par année et par sous-groupe pour la famille des préparations de fruits.

Préparations de fruits	2009			2010			Produits retirés			Produits identiques			APRES evolution (2010)			Produits nouveaux			
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
Teneur en sucres brix (g/100g)																			
Marques nationales	1	50,0		1	50,0					1	50,0								
Marques de distributeurs	19	49,5	1,3	24	49,2	1,5				19	49,5	1,3	2	48,0	1,0	3	47,7	2,5	
Marques de distributeurs entrée de gamme																			
Hard discount																			

N=effectif; Moy=moyenne; ET=écart type

Confitures, gelées ou marmelades allégées (Figure 38 et Tableau 10)

Les teneurs moyennes en sucres des produits de hard discount et de marques de distributeurs semblent avoir diminué. Pour les marques de distributeurs, cela s'explique par les évolutions de produits ainsi que les nouveaux produits dont les teneurs sont inférieures à celles des produits identiques entre les deux années. A l'inverse, la teneur moyenne au sein des marques nationales semble augmenter. En effet, les évolutions et surtout les nouveaux produits ont une teneur moyenne supérieure à la teneur moyenne en 2009 (+1,3g/100g pour ces derniers).

Les variabilités des teneurs en sucres des produits de hard discount et de marques nationales ont tendance à diminuer, à l'inverse des marques de distributeurs.

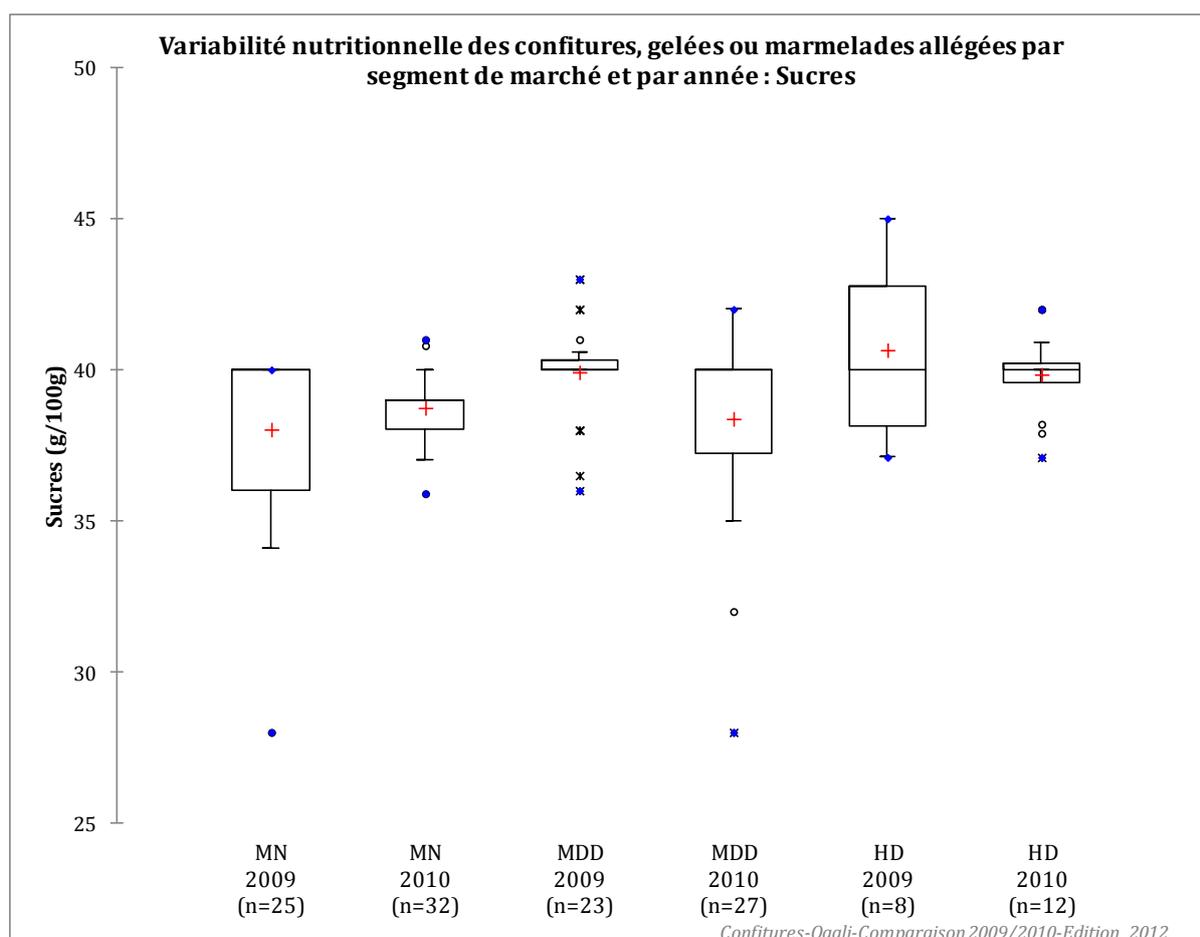


Figure 38 : Variabilité de la teneur en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées.

Le tableau 10 présente les statistiques descriptives des sous-groupes par segment de marché pour la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées.

Tableau 10 : Statistiques descriptives de la teneur en sucres par segment de marché, par année et par sous-groupe pour la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées.

Confitures, gelées ou marmelades allégées	2009			2010			Produits retirés			Produits identiques			APRES evolution (2010)			Produits nouveaux			
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
Teneur en sucres (g/100g)																			
Marques nationales	25	38,0	2,9	32	38,7	1,1	1	34,1		13	40,0	1,1	23	38,5	1,0	9	39,3	1,2	
Marques de distributeurs	23	39,9	1,8	27	38,4	3,1	2	42,5	0,7				10	37,8	2,3	3	33,7	6,7	
Marques de distributeurs entrée de gamme																			
Hard discount	8	40,7	3,1	12	39,8	1,5				3	37,7	0,6	3	40,3	0,5	4	40,5	1,0	

N=effectif; Moy=moyenne; ET=écart type

Préparations aux fruits (Figure 39 et Tableau 11)

Pour les préparations aux fruits, les effectifs par segment de marché sont trop faibles pour être commentés.

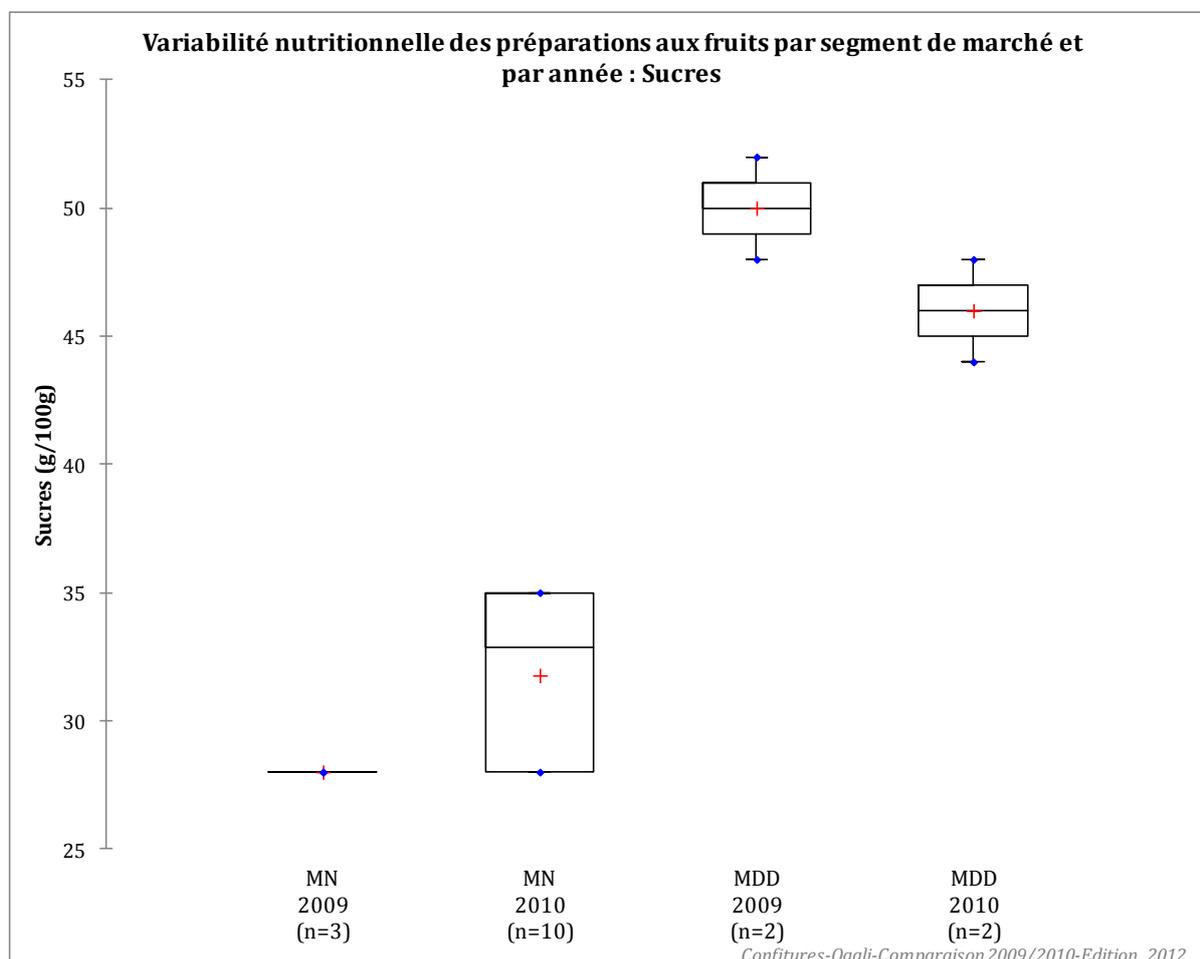


Figure 39 : Variabilité de la teneur en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille des préparations aux fruits.

Le tableau 11 présente les statistiques descriptives des sous-groupes par segment de marché pour la famille des préparations aux fruits.

Tableau 11 : Statistiques descriptives de la teneur en sucres par segment de marché, par année et par sous-groupe pour la famille des préparations aux fruits.

Préparations aux fruits	2009			2010			Produits retirés			Produits identiques			APRES evolution (2010)			Produits nouveaux			
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
Teneur en sucres (g/100g)																			
Marques nationales	3	28,0	0,0	10	31,8	3,5				4	28,0	0,0				6	34,3	1,8	
Marques de distributeurs	2	50,0	2,8	2	46,0	2,8	1	52,0		1	48,0					1	44,0		
Marques de distributeurs entrée de gamme																			
Hard discount																			

N=effectif; Moy=moyenne; ET=écart type

Par segment de marché, les profils de variabilité des teneurs en sucres brix des produits au sein de la famille des confitures, gelées ou marmelades sont assez proches entre les deux années. Les teneurs semblent être légèrement plus élevées dans les produits de hard discount en 2010 par rapport à 2009 car les produits retirés du marché présentaient les plus basses teneurs en moyenne.

Pour les préparations de fruits, la teneur moyenne en sucres brix des produits semble avoir diminué au sein des marques de distributeurs entre 2009 et 2010. En effet, les nouveaux produits sur ce segment de marché ont une moyenne inférieure aux produits identiques entre les deux années (-1,8g/100g).

Dans la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées, les teneurs moyennes en sucres des produits de hard discount et de marques de distributeurs semblent avoir diminué. Pour les marques de distributeurs, cela s'explique par les évolutions de produits ainsi que les nouveaux produits dont les teneurs sont inférieures à celles des produits identiques entre les deux années. A l'inverse, la teneur moyenne au sein des marques nationales semble augmenter. En effet, les évolutions et surtout les nouveaux produits ont une teneur moyenne supérieure à la teneur moyenne en 2009 (+1,3g/100g pour ces derniers). Les variabilités des teneurs en sucres des produits de hard discount et de marques nationales ont tendance à diminuer, à l'inverse des marques de distributeurs.

Pour les préparations aux fruits et les crèmes de marrons ou pruneaux, les effectifs par segment de marché sont trop faibles pour être commentés.

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 comment cette structuration peut éventuellement évoluer dans le temps.

Pour chaque famille, les cartographies ci-après présentent les barycentres des teneurs en sucres ou en sucres brix (et des valeurs énergétiques, uniquement pour avoir une vue en deux dimensions) des produits par segment de marché et par année. En raison du changement de réglementation concernant la valeur énergétique, l'étude de son évolution n'est pas pertinente et ne sera donc pas suivie. Le barycentre correspond à la moyenne des teneurs en sucres (ou en sucres brix) et en valeur énergétique pondérées par les parts de marché des produits. Cela permet d'observer la tendance dans l'évolution des teneurs en sucres ou sucres brix entre les deux années en accordant davantage de poids aux teneurs des produits dont les volumes de vente sont les plus importants. Le barycentre de la famille dans son ensemble (sans distinction par segment de marché) est également présenté.

Seuls les produits qui possèdent à la fois une teneur en sucres ou en sucres brix (selon les familles) et une valeur énergétique étiquetées et auxquels il a été possible d'affecter une part de marché à partir des panels Kantar Worldpanel sont considérés.

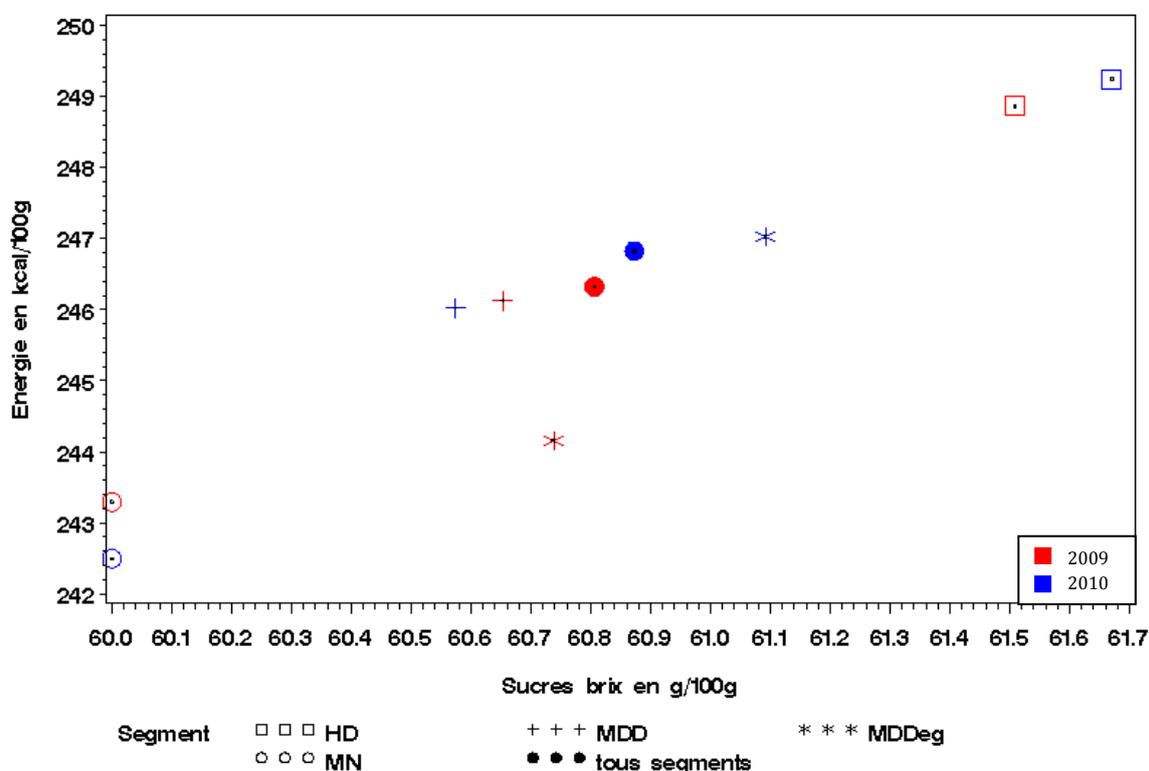
Dans les graphiques, chaque point correspond à un barycentre. Le symbole qui marque le point représente un segment de marché particulier et la couleur du symbole indique l'année concernée (2009 en rouge et 2010 en bleu).

Confitures, gelées ou marmelades (Figure 40 et Tableau 12)

Pour la famille des confitures, gelées ou marmelades, les teneurs moyennes en sucres brix pondérées sont comprises entre 60 et 61,7g/100g.

Evolution des moyennes pondérées par les parts de marché (sucres brix et energie)

Famille_de_produits= Confitures gelees ou marmelades



Confitures-Oqali-Comparaison 2009/2010-Edition 2012

Figure 40 : Barycentres par segment de marché et par année des teneurs en sucres brix et de la valeur énergétique de la famille des fruits au jus de fruits pondérées par les parts de marché.

Entre 2009 et 2010, la moyenne pondérée de la teneur en sucres brix de l'ensemble de la famille augmente de 0,1g/100g. Par segment de marché, cette augmentation s'observe pour les marques de distributeurs entrée de gamme (+0,4g/100g) ainsi que pour les produits du hard discount (+0,2g/100g). A l'inverse, les teneurs moyennes pondérées des marques de distributeurs diminuent entre 2009 et 2010 de 0,1g/100g.

Le tableau 12 reprend les effectifs des produits et les moyennes des teneurs pondérées et non pondérées par les parts de marché.

Tableau 12 : Statistiques descriptives de la teneur moyenne en sucres brix non pondérée et pondérée par les parts de marché par segment de marché et par année pour la famille des fruits au jus de fruits.

Sucres brix (g/100g)	Marques nationales				Marques de distributeurs				Marques de distributeurs entrée de gamme				Hard discount				Total			
	N	Moy	N P	Moy P	N	Moy	N P	Moy P	N	Moy	N P	Moy P	N	Moy	N P	Moy P	N	Moy	N P	Moy P
2009	54	60,4	4	60,0	130	60,3	66	60,7	17	61,4	13	60,7	32	60,7	9	61,5	233	60,5	92	60,8
2010	56	60,4	2	60,0	128	60,2	74	60,6	16	61,3	12	61,1	43	60,9	18	61,7	243	60,5	106	60,9

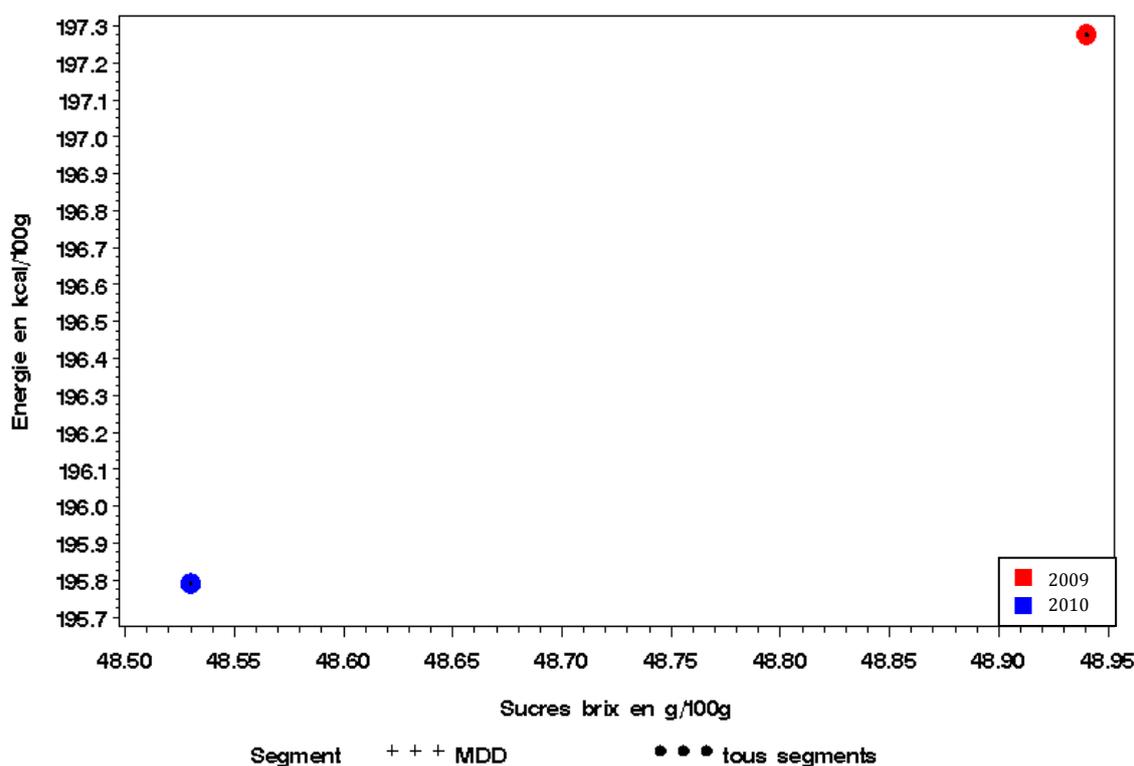
N=effectif; Moy=moyenne;

N P=effectif des produits ayant une part de marché; Moy P=moyennes pondérées par les parts de marché

Préparations de fruits (Figure 41 et Tableau 13)

Pour la famille des préparations de fruits, les teneurs moyennes en sucres brix pondérées sont comprises entre 48,5 et 48,9g/100g. Seules les marques de distributeurs sont représentées sur ce graphique et les données de la famille entière sont donc confondues avec celles de ce segment de marché.

Evolution des moyennes pondérées par les parts de marché (sucres brix et énergie)
 Famille_de_produits= Preparations de fruits



Confitures-Oqali-Comparaison 2009/2010-Edition 2012

Figure 41 : Barycentres par segment de marché et par année des teneurs en sucres brix et de la valeur énergétique de la famille des préparations de fruits pondérées par les parts de marché.

Entre 2009 et 2010, la moyenne pondérée de la teneur en sucres brix de l'ensemble de la famille diminue de 0,4g/100g via le segment des marques de distributeurs.

Le tableau 13 présente les effectifs des produits et les moyennes des teneurs pondérées et non pondérées par les parts de marché.

Tableau 13 : Statistiques descriptives de la teneur moyenne en sucres brix non pondérée et pondérée par les parts de marché par segment de marché et par année pour la famille des préparations de fruits.

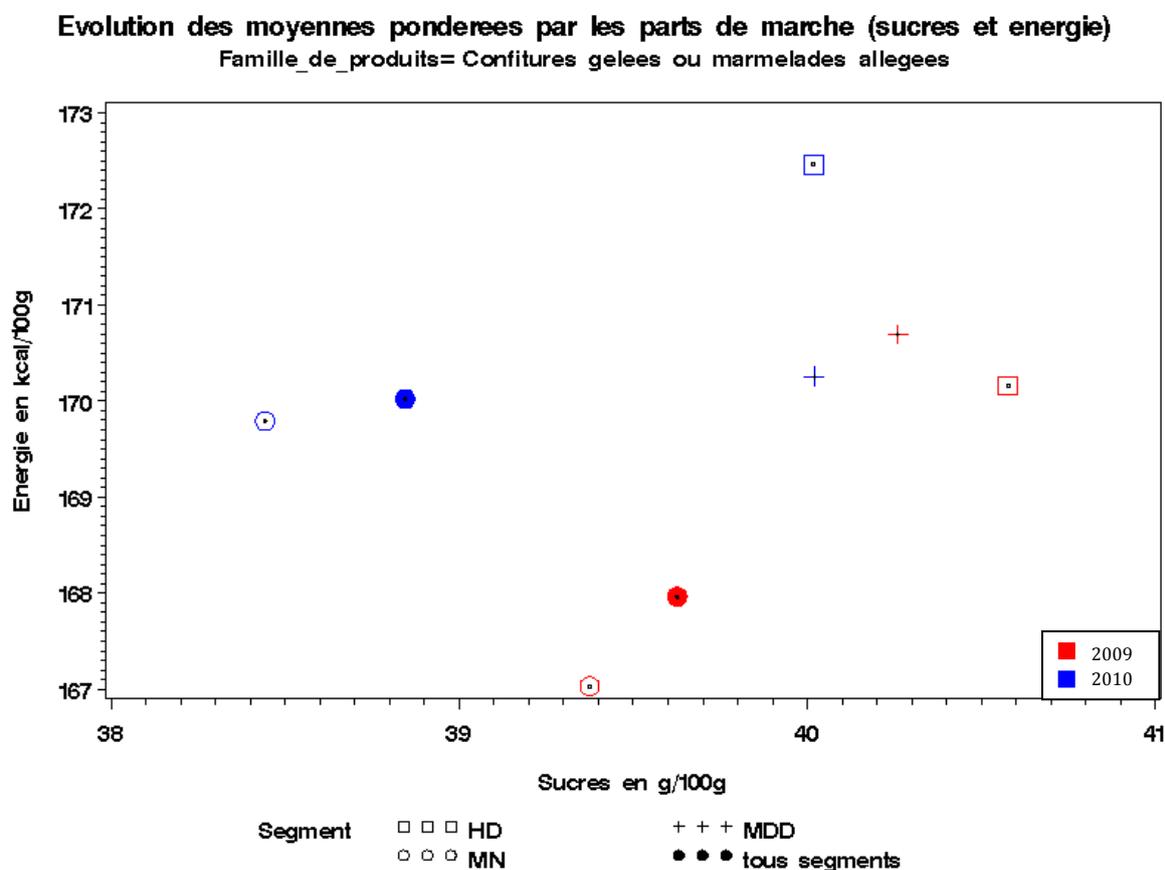
Sucres brix (g/100g)	Marques nationales				Marques de distributeurs				Marques de distributeurs entrée de gamme				Hard discount				Total			
	N	Moy	N P	Moy P	N	Moy	N P	Moy P	N	Moy	N P	Moy P	N	Moy	N P	Moy P	N	Moy	N P	Moy P
2009	1	50,0			19	49,5	2	48,9									20	49,6	2	48,9
2010	1	50,0			24	49,2	7	48,5									25	49,2	7	48,5

N=effectif; Moy=moyenne;

N P=effectif des produits ayant une part de marché; Moy P=moyennes pondérées par les parts de marché

Confitures, gelées ou marmelades allégées (Figure 42 et Tableau 14)

Pour la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées, les teneurs moyennes en sucres pondérées sont comprises entre 38,4 et 40,6g/100g.



Confitures-Oqali-Comparaison 2009/2010-Edition 2012

Figure 42 : Barycentres par segment de marché et par année des teneurs en sucres et de la valeur énergétique de la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées pondérées par les parts de marché.

Entre 2009 et 2010, la moyenne pondérée de la teneur en sucres de l'ensemble du secteur diminue de 0,8g/100g. Cette diminution est également observée sur tous les segments de marché représentés, et elle est particulièrement marquée au niveau des marques nationales (-1g/100g).

Le tableau 14 présente les effectifs et les moyennes des teneurs des produits pondérées et non pondérées par les parts de marché.

Tableau 14 : Statistiques descriptives de la teneur moyenne en sucres non pondérée et pondérée par les parts de marché par segment de marché et par année pour la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées.

Sucres (g/100g)	Marques nationales				Marques de distributeurs				Marques de distributeurs entrée de gamme				Hard discount				Total			
	N	Moy	N P	Moy P	N	Moy	N P	Moy P	N	Moy	N P	Moy P	N	Moy	N P	Moy P	N	Moy	N P	Moy P
2009	25	38,0	25	39,4	23	39,9	21	40,3					8	40,7	7	40,6	56	39,2	53	39,6
2010	32	38,7	32	38,4	27	38,4	21	40,0					12	39,8	7	40,0	71	38,8	60	38,8

N=effectif; Moy=moyenne;

N P=effectif des produits ayant une part de marché; Moy P=moyennes pondérées par les parts de marché

Préparations aux fruits (Figure 43 et Tableau 15)

Pour la famille des préparations aux fruits, les teneurs moyennes en sucres pondérées sont comprises entre 28 et 49,3g/100g.

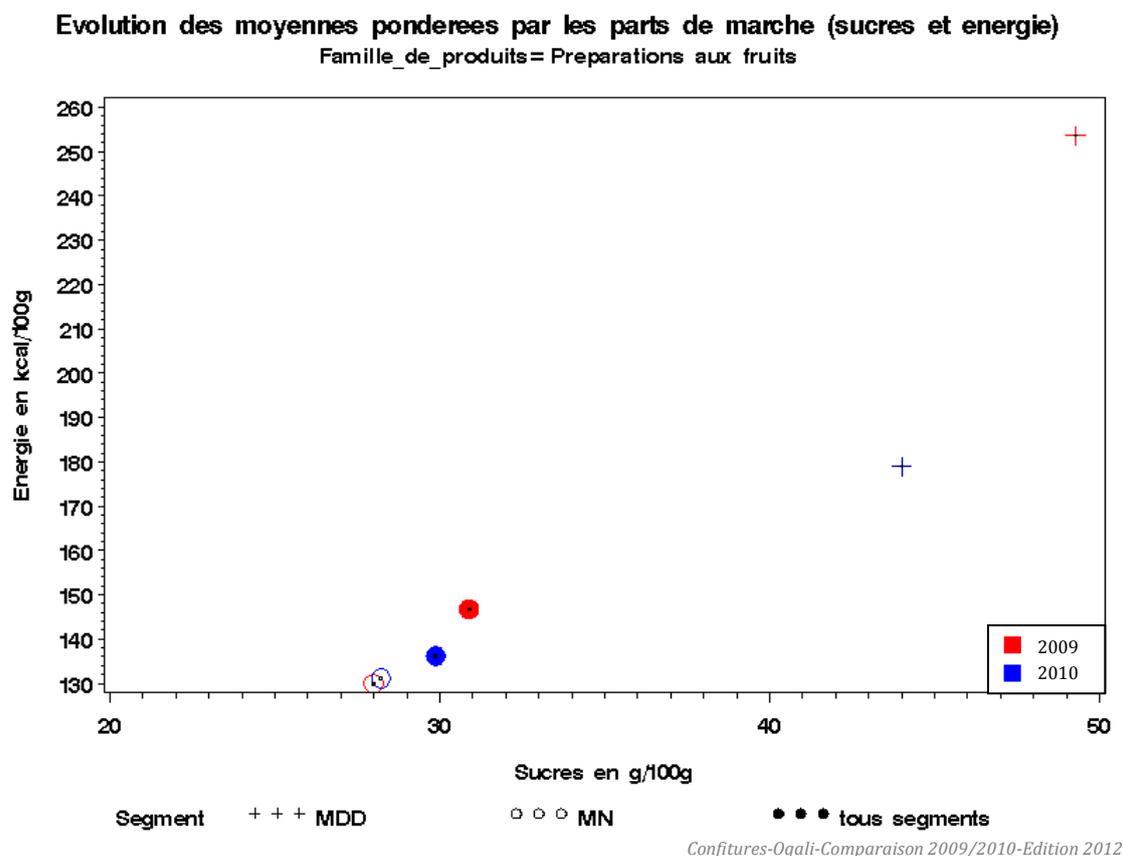


Figure 43 : Barycentres par segment de marché et par année des teneurs en sucres et de la valeur énergétique de la famille des préparations aux fruits pondérées par les parts de marché.

Entre 2009 et 2010, la moyenne pondérée de la teneur en sucres de l'ensemble du secteur diminue de 1g/100g. Les effectifs pris en compte pour cette famille sont trop faibles pour être commentés.

Le tableau 15 présente les effectifs et les moyennes des teneurs des produits pondérées et non pondérées par les parts de marché.

Tableau 15 : Statistiques descriptives de la teneur moyenne en sucres non pondérée et pondérée par les parts de marché par segment de marché et par année pour la famille des préparations aux fruits.

Sucres (g/100g)	Marques nationales				Marques de distributeurs				Marques de distributeurs entrée de gamme				Hard discount				Total			
	N	Moy	N P	Moy P	N	Moy	N P	Moy P	N	Moy	N P	Moy P	N	Moy	N P	Moy P	N	Moy	N P	Moy P
2009	3	28,0	3	28,0	2	50,0	2	49,3									5	36,8	5	30,9
2010	10	31,8	5	28,2	2	46,0	1	44,0									12	34,1	6	29,9

N=effectif; Moy=moyenne;

N P=effectif des produits ayant une part de marché; Moy P=moyennes pondérées par les parts de marché

CONCLUSIONS

1. CONCLUSIONS SUR L'ETUDE DU SECTEUR 2010

Cette étude du secteur des « confitures » en 2010 porte sur 466 produits répartis en 5 familles (confitures, gelées ou marmelades ; préparations de fruits ; confitures, gelées ou marmelades allégées ; préparations aux fruits ; crèmes de marrons ou pruneaux).

L'ensemble des produits étudiés en 2010 couvre¹⁵ au minimum 70% du marché des confitures en volume.

La famille confitures, gelées ou marmelades est la plus représentée au sein du secteur (63%). Concernant la répartition par segment de marché, les produits de marques nationales constituent la quasi-totalité de la famille des préparations aux fruits, de même que les marques de distributeurs au sein de la famille des préparations de fruits. Ces deux segments de marché sont représentés dans les trois autres familles avec le hard discount. Les marques de distributeurs entrée de gamme sont présentes uniquement au sein des confitures, gelées ou marmelades.

1.1 Conclusions sur les paramètres d'étiquetage

Parmi les 466 produits du secteur des « confitures » étudiés en 2010, 53% présentent un étiquetage nutritionnel. 38% d'entre eux possèdent un **étiquetage nutritionnel** détaillé (groupe 2/2+), dont la totalité de la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées. Les produits présentant un étiquetage nutritionnel de groupe 0+ sont majoritaires (44%), en raison de la réglementation qui s'applique aux confitures, gelées ou marmelades et aux crèmes de marrons ou pruneaux.

24% des produits présentent au moins une **allégation nutritionnelle** (n=111), portant exclusivement sur la teneur en sucres. Ils sont répartis dans les familles des préparations de fruits, des confitures gelées ou marmelades allégées et des préparations aux fruits. La fréquence des produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) varie significativement entre les familles (de 31% pour les préparations de fruits à 98% pour les confitures, gelées ou marmelades allégées). Les allégations sont retrouvées en majorité sur des produits de marques nationales (n=43; 37%)

Les **repères nutritionnels**, présents sur 11% (n=52) des produits, varient significativement entre les familles : de 8% pour les confitures, gelées ou marmelades à 24% pour les confitures, gelées ou marmelades allégées. Ils sont retrouvés sur 17% des marques de distributeurs, 9% du hard discount et sont absents des autres segments. La fréquence de produits avec repères nutritionnels varie significativement entre segments au sein de la famille des confitures, gelées

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

ou marmelades allégées (de 0% pour les produits de marques nationales à 41% pour les marques de distributeurs).

16 produits présentent des **recommandations de consommation** (3%), répartis au sein des confitures, gelées ou marmelades, des préparations de fruits et des confitures, gelées ou marmelades allégées. Ces recommandations de consommation sont retrouvées sur 6% des produits des marques de distributeurs et sont absentes des autres segments de marché.

Aucune des 466 confitures recueillies ne présente **d'allégation de santé** ou **d'adjonction de vitamines et/ou de minéraux**.

25% des produits possèdent une **portion indiquée** (n=117) et 19% des **valeurs nutritionnelles à la portion** (n=90). Au sein des familles des confitures, gelées ou marmelades et des confitures, gelées ou marmelades allégées, les fréquences de produits avec une taille de portion indiquée et avec des valeurs nutritionnelles à la portion varient significativement en fonction des segments de marché. Elles sont les plus élevées pour les marques de distributeurs. Au niveau du secteur, les marques de distributeurs présentent 40% de produits avec une taille de portion indiquée et 32% de produits avec des valeurs nutritionnelles à la portion.

1.2 Conclusions sur les valeurs nutritionnelles

Les teneurs en sucres des familles des confitures, gelées ou marmelades, des préparations de fruits et des crèmes de marrons ou pruneaux sont suivies en sucres brix ; pour les confitures, gelées ou marmelades allégées et les préparations aux fruits, l'information est issue des tableaux de valeurs nutritionnelles.

Entre les familles du secteur des « confitures », les confitures, gelées ou marmelades ainsi que des crèmes de marrons ou pruneaux ont des teneurs en sucres plus élevées. Viennent ensuite les préparations de fruits, les confitures, gelées ou marmelades allégées et les préparations aux fruits. Cette hiérarchie s'explique par les définitions des familles fondées principalement sur les teneurs en sucres.

Les **variabilités intra-famille** sont très faibles pour les familles règlementées comme les confitures, gelées ou marmelades et les crèmes de marrons ou pruneaux. A l'inverse, la variabilité est particulièrement importante pour la famille des préparations aux fruits, dont la définition inclut des produits plus hétérogènes.

Il existe une différence significative entre **segments de marché** pour les familles des confitures, gelées ou marmelades et pour les confitures, gelées ou marmelades allégées. Au sein de la famille des confitures, gelées ou marmelades, les teneurs en sucres brix des produits de hard discount et des marques de distributeurs entrée de gamme sont plus élevées que celles dans les marques nationales et les marques de distributeurs. Dans la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées, les teneurs en sucres des produits de hard discount sont supérieures aux teneurs des marques nationales.

2. CONCLUSIONS SUR L'ETUDE DE L'EVOLUTION DU SECTEUR ENTRE 2009 ET 2010

L'étude de comparaison porte sur les données 2009 et 2010 sans les produits de marques de distributeurs nouvellement disponibles en 2010. Toutes les comparaisons prennent donc en compte : les produits retirés du marché (n=20), les produits identiques (n=259), les produits ayant évolué (n=65) et les nouveaux produits (n=54).

Les répartitions des produits par famille et par segment de marché ont peu évolué entre 2009 et 2010.

Concernant l'évolution de la répartition des produits par famille, la famille des confitures, gelées ou marmelades reste la plus représentée en 2010 (64% du secteur). Les proportions de produits des confitures, gelées ou marmelades allégées et des préparations aux fruits ont augmenté (respectivement de 17 à 19% et de 5 à 7%) tandis que celle des confitures, gelées ou marmelades a diminué (de 69 à 64%). Les proportions des préparations de fruits et des crèmes de marrons ou pruneaux sont restées identiques (8 et 2%).

Concernant la répartition par segment de marché entre 2009 et 2010, la proportion de produits de marques nationales a légèrement augmenté.

2.1 Conclusions sur les paramètres d'étiquetage

La proportion de produits avec **étiquetage nutritionnel** a légèrement augmenté entre 2009 et 2010 : elle est de 52% en 2009 et de 56% en 2010. La proportion de produits avec un étiquetage nutritionnel de groupe 2/2+ a augmenté en 2010 (2009 : 33% ; 2010 : 41%).

La proportion de produits avec **allégation(s) nutritionnelle(s)** a significativement augmenté entre 2009 et 2010, passant de 18 à 25%. Cette augmentation est à rapprocher de celle observée sur les groupes d'étiquetage (groupes 2/2+). En accord avec leur définition, les produits de la famille de confitures, gelées ou marmelades allégées présentent le plus d'allégations nutritionnelles en 2010 comme en 2009. La proportion de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) au sein de la famille des préparations de fruits a significativement augmenté entre 2009 et 2010 (de 0% à 48%).

La proportion de produits avec **repère(s) nutritionnel(s)** a légèrement augmenté entre 2009 (5%) et 2010 (7%). En proportion, la famille des préparations de fruits reste la famille comprenant le plus de produits avec repère(s) nutritionnel(s) (10%), hors crèmes de marrons ou pruneaux.

La fréquence des produits avec **recommandation(s) de consommation** est identique entre 2009 et 2010 (n=4 ; 1%). Les produits concernés sont répartis dans les familles des confitures, gelées ou marmelades (n=3) et des préparations de fruits (n=1).

Les proportions de produits avec une taille de **portion indiquée** et avec des **valeurs nutritionnelles à la portion** sont restées stables entre 2009 et 2010 (respectivement 22 et 17%). La famille des préparations de fruits devient en 2010 la famille comprenant le plus de produits avec des tailles de portion indiquée (29%) devant les confitures, gelées ou marmelades (26%). La famille des confitures, gelées et marmelades reste en 2010 la famille comprenant le plus de produits avec des valeurs nutritionnelles à la portion, elle est suivie par la famille des préparations de fruits en 2010.

2.2 Conclusions sur les valeurs nutritionnelles

Les familles des **confitures, gelées ou marmelades** et des **crèmes de marrons ou pruneaux** étant règlementées sur la teneur en degrés brix des produits, il est difficile d'y apporter des améliorations.

Bien que les **préparations de fruits** soient constituées d'un important effectif de produits identiques entre les deux années, la moyenne des teneurs en sucres brix semble toutefois diminuer légèrement entre 2009 et 2010 (-0,4g/100g). Cela s'explique par l'apparition de nouveaux produits dans cette famille en 2010, dont la teneur moyenne est inférieure à celle des autres sous-groupes.

Les **confitures, gelées ou marmelades allégées** comptent le plus de produits dont les valeurs nutritionnelles ont évolué par rapport aux autres familles. Les produits ayant évolué entre les deux années d'étude présentent en 2010 une teneur en sucres moyenne significativement inférieure à celle des produits en 2009 (-0,7g/100g) et plus particulièrement à celle des produits identiques entre les deux années (-1,1g/100g). Une des explications de cette évolution peut être l'application progressive du rectificatif au Règlement (CE) n°1924/2006 concernant l'allégation « allégé en sucres », qui impose une réduction de 30% de la teneur en sucres par rapport à un produit standard (les produits réduits à 25% n'étant plus autorisés en 2010 mais pouvant encore se trouver sur le marché en 2009). Il existe également une diminution significative de -0,9g/100g entre les produits strictement appariés de cette famille entre 2009 et 2010,

Les effectifs de la famille des **préparations aux fruits** sont trop faibles pour être commentés.

Par **segment de marché**, les profils de variabilité des teneurs en sucres brix des produits au sein de la famille des confitures, gelées ou marmelades sont assez proches entre les deux années. Les teneurs semblent être légèrement plus élevées dans les produits de hard discount en 2010 par rapport à 2009 car les produits retirés du marché présentaient les plus basses teneurs en moyenne.

Pour les préparations de fruits, la teneur moyenne en sucres brix des produits semble avoir diminué au sein des marques de distributeurs entre 2009 et 2010. En effet, les nouveaux produits sur ce segment de marché ont une moyenne inférieure aux produits identiques entre les deux années (-1,8g/100g).

Dans la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées, les teneurs moyennes en sucres des produits de hard discount et de marques de distributeurs semblent avoir diminué. Pour les marques de distributeurs, cela s'explique par les évolutions de produits ainsi que les nouveaux produits dont les teneurs sont inférieures à celles des produits identiques entre les deux années. A l'inverse, la teneur moyenne au sein des marques nationales semble augmenter. En effet, les évolutions et surtout les nouveaux produits ont une teneur moyenne supérieure à la teneur moyenne en 2009 (+1,3g/100g pour ces derniers). Les variabilités des teneurs en sucres des produits de hard discount et de marques nationales ont tendance à diminuer, à l'inverse des marques de distributeurs.

Pour les préparations aux fruits et les crèmes de marrons ou pruneaux, les effectifs par segment de marché sont trop faibles pour être commentés.

Entre 2009 et 2010, l'effectif total du secteur des « confitures » est en légère augmentation. L'offre a évolué dans le sens d'une augmentation du nombre de produits des familles des confitures, gelées ou marmelades allégées et des préparations aux fruits et d'une diminution de ceux des confitures, gelées ou marmelades.

Les paramètres de l'étiquetage ont peu évolué entre 2009 et 2010. Seule la présence d'allégation nutritionnelle a significativement augmenté notamment via la famille des préparations de fruits. La présence d'étiquetage nutritionnel et de repères nutritionnels a légèrement augmenté tandis que les autres paramètres sont restés stables.

L'étude de l'évolution des teneurs en sucres et sucres brix du secteur entre 2009 et 2010 révèle une stabilité des teneurs moyennes pour les familles des confitures, gelées ou marmelades et des crèmes de marrons ou pruneaux ainsi qu'une légère diminution dans les autres familles. Plus de la moitié des produits de la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées a évolué dans le sens d'une diminution significative des teneurs en sucres. Celle-ci peut cependant être liée à l'application progressive du rectificatif au Règlement (CE) n°1924/2006 concernant l'allégation « allégé en sucres », qui impose une réduction de 30% de la teneur en sucres par rapport à un produit standard.

Les teneurs moyennes en sucres des marques de distributeurs ont tendance à diminuer dans les familles des préparations de fruits, des confitures, gelées ou marmelades allégées et des préparations aux fruits. A l'inverse, les marques nationales ont tendance à augmenter dans la famille des confitures, gelées ou marmelades allégées et dans les préparations aux fruits.

PERSPECTIVES

L'étude du secteur des « confitures » entre 2009 et 2010 conduit à des conclusions limitées du fait du court laps de temps sur lequel elle a été conduite. Cependant, elle permet de mettre en évidence certaines tendances.

L'offre semble évoluer dans le sens d'une diminution de la teneur en sucres avec le développement des familles les moins sucrées : les confitures, gelées ou marmelades allégées et les préparations aux fruits. De plus, au sein des confitures, gelées ou marmelades allégées, les teneurs en sucres d'une majorité de produits ont diminué entre 2009 et 2010.

Des améliorations semblent difficiles à apporter concernant les familles des confitures, gelées ou marmelades et les crèmes de marrons ou pruneaux, le seuil inférieur de la teneur en sucres brix étant fixé par la réglementation (55g/100g). Bien que la mesure en degrés brix dépende de nombreux facteurs (fruit considéré, état de maturité, présence de pépins ou morceaux, etc.), les teneurs moyennes des produits pourraient toutefois se rapprocher de la limite inférieure de la définition.

Concernant les préparations de fruits, les teneurs en sucres pourraient être davantage diminuées en développant par exemple les produits allégés.

Enfin, les familles les moins sucrées pourraient continuer à être privilégiées.

Pour finir, si des améliorations semblent encore possibles, celles-ci sont cependant soumises aux contraintes techniques et organoleptiques liées au secteur des « confitures ».

Annexe 1 : Liste des traitements

Etude des étiquetages par famille (tests statistiques si justifiés)

Groupes d'étiquetage nutritionnel (2010 et comparaison 2009/2010)

Allégations nutritionnelles (2010 et comparaison 2009/2010)

Allégations de santé (2010 et comparaison 2009/2010)

Repères nutritionnels (2010 et comparaison 2009/2010)

Recommandations de consommation (2010 et comparaison 2009/2010)

Adjonctions de vitamines et minéraux (2010 et comparaison 2009/2010)

Portions indiquées (2010 et comparaison 2009/2010)

Valeurs nutritionnelles à la portion (2010 et comparaison 2009/2010)

Focus sur les types d'évolution de l'étiquetage entre 2009 et 2010

Etude de la composition nutritionnelle étiquetée (focus sur la teneur en sucres)

Variabilité par famille pour 100g (boites à moustaches et tests statistiques) (2010 et comparaison 2009/2010)

Variabilité par segment au sein de chaque famille pour 100g (boites à moustaches et tests statistiques) (2010 et comparaison 2009/2010)

Variabilité par sous-groupe : produits identiques, produits évolués, produits retirés du marché et produits nouveaux (boites à moustaches et comparaison 2009/2010)

Variabilités au sein des produits appariés (boites à moustaches et comparaison 2009/2010)

Cartographie et barycentre pour chaque famille pour 100g (2010)

Cartographie et barycentre par segment de marché pour chaque famille (comparaison 2009/2010)

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° 1924/2006¹⁶) 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°116/2010¹⁷ actuellement en vigueur.

¹⁶ 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.

¹⁷ 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 Conseil¹⁸, 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 ».

¹⁸ 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 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits : statistiques descriptives pour 100g

Les 5 tableaux suivants présentent, par famille de produits et pour la teneur en sucres, 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 la dispersion des teneurs en sucres par famille de produits.

Confitures geleses ou marmelades	Sucres brix (g/100g)
Effectif	294
Min	55,00
Max	66,00
1er quartile	60,00
Mediane	60,00
3eme quartile	61,00
Moyenne	60,43
Ecart-type	1,06
Coefficient de variation en %	1,76
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	267
Moyenne pondérée par les parts de marché	60,31
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-0,19

Preparations de fruits	Sucres brix (g/100g)
Effectif	43
Min	45,00
Max	55,00
1er quartile	48,00
Mediane	50,00
3eme quartile	50,00
Moyenne	49,16
Ecart-type	1,84
Coefficient de variation en %	3,74
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	38
Moyenne pondérée par les parts de marché	49,57
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	0,83

Confitures gelees ou marmelades allegees	Sucres (g/100g)
Effectif	88
Min	28,00
Max	42,00
1er quartile	38,00
Mediane	39,00
3eme quartile	40,00
Moyenne	38,54
Ecart-type	2,16
Coefficient de variation en %	5,61
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	75
Moyenne pondérée par les parts de marché	38,61
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	0,17

Preparations aux fruits	Sucres (g/100g)
Effectif	12
Min	28,00
Max	48,00
1er quartile	28,00
Mediane	35,00
3eme quartile	35,00
Moyenne	34,14
Ecart-type	6,44
Coefficient de variation en %	18,85
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	6
Moyenne pondérée par les parts de marché	29,88
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-12,47

Creμες de marrons ou pruneaux	Sucres brix (g/100g)
Effectif	8
Min	60,00
Max	60,00
1er quartile	60,00
Mediane	60,00
3eme quartile	60,00
Moyenne	60,00
Ecart-type	0,00
Coefficient de variation en %	0,00
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	7
Moyenne pondérée par les parts de marché	60,00
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	0,00

Annexe 4 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits : différences par segment de marché

L'étude de la composition nutritionnelle par segment des familles des préparations de fruits, des préparations aux fruits et des crèmes de marrons ou pruneaux n'a mis en évidence aucune différence significative. Les tableaux correspondants sont présentés ci-dessous. Les statistiques grisées correspondent à des segments présentant des effectifs très faibles (1 ou 2 produits). Ainsi, il n'est pas pertinent de comparer ces moyennes à celles des autres segments.

Préparations de fruits	p Kruskal-Wallis ($\alpha=0,05$)	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		
Constituant (g/100g)														
Sucres brix	0,4205	1	50,00	0,00	42	49,14	1,86						43	49,16

N=effectif ; ET=écart-type

Préparations aux fruits	p Kruskal-Wallis ($\alpha=0,05$)	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		
Constituant (g/100g)														
Sucres	0,0232	10	31,77	3,50	2	46,00	2,83						12	34,14

N=effectif ; ET=écart-type

Crèmes de marrons ou pruneaux	p Kruskal-Wallis ($\alpha=0,05$)	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		
Constituant (g/100g)														
Sucres brix	1,0000	3	60,00	0,00	3	60,00	0,00					2	60,00	0,00

N=effectif ; ET=écart-type