



Oqali

JUS ET NECTARS

Evolution du secteur
entre 2009 et 2013



EDITION 2015



Présentation des intervenants

Coordination de l'étude

Charlène BATTISTI – Anses

Coordination scientifique

Julie GAUVREAU-BEZIAT – Anses

Céline MENARD – Anses

Jean-Luc VOLATIER - Anses

Contribution scientifique

Amélie CHAMBEFORT – Anses

Olivier DIGAUD – Anses

Barbara DUPLESSIS – Anses

Cécile PERRIN - Anses

SOMMAIRE

SYNTHESE	13
INTRODUCTION	18
1. PRESENTATION DU SECTEUR.....	18
1.1 Modes d'obtention des données recueillies	19
1.2 Nomenclature des aliments.....	19
1.3 Répartition du nombre de références par segment de marché	22
1.4 Couverture du secteur.....	23
1.5 Décomposition de l'offre du secteur en 2013.....	26
2. EVOLUTION DE L'OFFRE	31
2.1 Evolution de l'offre de produits par segment de marché	31
2.2 Evolution de l'offre de parfums par famille de produits	33
3. EVOLUTION DE L'ETIQUETAGE	39
3.1 Suivi des paramètres de l'étiquetage	39
3.2 Groupes d'étiquetage nutritionnel.....	41
3.3 Allégations nutritionnelles et de santé.....	43
3.3.1 Allégations nutritionnelles	43
3.3.2 Allégations de santé.....	46
3.4 Repères nutritionnels.....	49
3.5 Adjonctions de vitamines et/ou minéraux	51
3.6 Portions indiquées et valeurs nutritionnelles à la portion	53
3.6.1 Portions indiquées	53
3.6.2 Valeurs nutritionnelles à la portion.....	55
4. EVOLUTION DE LA VARIABILITE DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES	57
4.1 Evolution de la variabilité des teneurs en sucres	60
4.1.1 Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein du secteur par famille et par année.....	61
4.1.2 Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous- groupe.....	64

4.1.3	Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des produits appariés	71
4.1.4	Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par segment de marché.....	75
4.2	Evolution de la variabilité des teneurs en fibres.....	88
4.2.1	Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein du secteur par famille et par année.....	88
4.2.2	Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous-groupe.....	90
4.2.3	Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des produits appariés	93
4.2.4	Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par segment de marché.....	96
4.3	Evolution de la variabilité des teneurs en sodium	99
4.3.1	Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein du secteur par famille et par année.....	99
4.3.2	Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous-groupe.....	101
4.3.3	Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des produits appariés	103
4.3.4	Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par segment de marché.....	106
5.	EVOLUTION DE LA VARIABILITE DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES PONDEREES PAR LES PARTS DE MARCHE	109
5.1	Evolution des valeurs nutritionnelles étiquetées pondérées par les parts de marché.....	109
5.2	Cartographies par famille	112
6.	CONCLUSIONS	124
6.1	Conclusions sur l'offre.....	125
6.2	Conclusions sur les paramètres d'étiquetage	126
6.3	Conclusions sur les valeurs nutritionnelles	128
6.3.1	Sucres.....	128
6.3.2	Fibres	130
6.3.3	Sodium.....	131
6.4	Conclusions sur les valeurs nutritionnelles pondérées par les parts de marché	131
6.5	Perspectives.....	132

Liste des figures

Figure 1 : Comparaison de la répartition des produits par famille entre 2009 et 2013 pour le secteur des jus et nectars étudié.....	20
Figure 2 : Comparaison de la répartition des produits étudiés, en nombre de références, entre segments de marché, en 2009 et en 2013 pour le secteur des jus et nectars.	22
Figure 3 : Comparaison de la répartition des jus et nectars par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à une part de marché et au sein du secteur entier d'après les données Kantar Worldpanel, pour 2009 et 2013.....	24
Figure 4 : Comparaison de la répartition des jus et nectars par catégorie de produits, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à une part de marché et au sein du secteur entier d'après les données Kantar Worldpanel, pour 2009 et 2013.....	25
Figure 5 : Décomposition de l'offre du secteur des jus et nectars en 2013 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits de 2009 retirés.....	26
Figure 6 : Décomposition de l'offre du secteur des jus et nectars en 2013 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits retirés de 2009, par famille.	27
Figure 7 : Décomposition de l'offre du secteur des jus et nectars en 2013 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits retirés de 2009, par segment de marché.	28
Figure 8 : Nombre de produits par type de modification entre 2009 et 2013 sur l'ensemble des produits ayant été modifiés entre 2009 et 2013.....	29
Figure 9 : Comparaison de l'offre par segment de marché et par famille pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.....	31
Figure 10 : Comparaison des principaux paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.....	40
Figure 11 : Comparaison du nombre de produits par groupe d'étiquetage et par famille pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.....	41
Figure 12 : Comparaison du nombre de produits par groupe d'étiquetage et par segment de marché pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.....	42
Figure 13 : Comparaison de la répartition des produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) par famille pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.....	43
Figure 14 : Comparaison de la répartition des produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) par segment de marché pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.....	44
Figure 15 : Comparaison de la répartition des produits avec allégation(s) de santé par famille pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.....	46
Figure 16 : Comparaison de la répartition des produits avec allégation(s) de santé par segment de marché pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.....	47

Figure 17 : Comparaison de la répartition des produits avec repère(s) nutritionnel(s) par famille pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.....	49
Figure 18 : Comparaison de la répartition des produits avec repère(s) nutritionnel(s) par segment de marché pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.....	50
Figure 19 : Comparaison de la répartition des produits avec adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux par famille pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.....	51
Figure 20 : Comparaison de la répartition des produits avec adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux par segment de marché pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.....	52
Figure 21 : Comparaison de la répartition des produits présentant une portion indiquée par famille pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.....	53
Figure 22 : Comparaison de la répartition des produits présentant une portion indiquée par segment de marché pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.....	54
Figure 23 : Comparaison de la répartition des produits présentant des valeurs nutritionnelles à la portion par famille pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.	55
Figure 24 : Comparaison de la répartition des produits présentant des valeurs nutritionnelles à la portion par segment de marché pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.	56
Figure 25 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par famille et par année au sein des jus et nectars étudiés.....	61
Figure 26 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par sous-groupe au sein de la famille des Jus de fruits étudiée.....	64
Figure 27 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par sous-groupe au sein de la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés étudiée.	65
Figure 28 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par sous-groupe au sein de la famille des Nectars étudiée.....	66
Figure 29 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par sous-groupe au sein de la famille des Smoothies étudiée.....	68
Figure 30 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par sous-groupe au sein de la famille des Jus de légumes étudiée.....	69
Figure 31 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par famille et par année au sein des produits appariés des jus et nectars étudiés.....	71
Figure 32 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sucres identique entre 2009 et 2013, par famille, au sein des jus et nectars étudiés.....	73
Figure 33 : Evolution entre 2009 et 2013, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés de la famille des Nectars étudiée.....	74
Figure 34 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par segment de marché au sein de la famille des Jus de fruits étudiée.....	75

Figure 35 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par segment de marché au sein de la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés étudiée.....	77
Figure 36 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par segment de marché au sein de la famille des Nectars étudiée.....	79
Figure 37 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par segment de marché au sein de la famille des Smoothies étudiée.....	81
Figure 38 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par segment de marché au sein de la famille des Jus de légumes étudiée.....	83
Figure 39 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100ml) par famille et par année au sein des jus et nectars étudiés.....	88
Figure 40 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100ml) par sous-groupe au sein de la famille des Nectars étudiée.....	91
Figure 41 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100ml) par famille et par année au sein des produits appariés des jus et nectars étudiés.....	93
Figure 42 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en fibres identique entre 2009 et 2013, par famille, au sein des jus et nectars étudiés.....	94
Figure 43 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100ml) par segment de marché au sein de la famille des Nectars étudiée.....	96
Figure 44 : Variabilité des teneurs en sodium (g/100ml) par famille et par année au sein des jus et nectars étudiés.....	99
Figure 45 : Variabilité des teneurs en sodium (g/100ml) par sous-groupe au sein de la famille des Jus de légumes étudiée.....	101
Figure 46 : Variabilité des teneurs en sodium (g/100ml) par année, pour les produits appariés de la famille des Jus de légumes, au sein des jus et nectars étudiés.....	103
Figure 47 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sodium identique entre 2009 et 2013, pour la famille des Jus de légumes, au sein des jus et nectars étudiés.....	104
Figure 48 : Evolution entre 2009 et 2013, référence par référence, de la teneur en sodium des produits appariés de la famille des Jus de légumes étudiée.....	105
Figure 49 : Variabilité des teneurs en sodium (g/100ml) par segment de marché au sein de la famille des Jus de légumes étudiée.....	106
Figure 50 : Teneurs en sucres et en fibres de la famille des Jus de fruits, pondérées par les parts de marché, pour 2009 et 2013.....	113
Figure 51 : Teneurs en sucres et en fibres de la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés, pondérées par les parts de marché, pour 2009 et 2013.....	115

Figure 52 : Teneurs en sucres et en fibres de la famille des Nectars, pondérées par les parts de marché, pour 2009 et 2013.....	117
Figure 53 : Teneurs en sucres et en fibres de la famille des Smoothies, pondérées par les parts de marché, pour 2009 et 2013.....	119
Figure 54 : Teneurs en sucres et en sodium de la famille des Jus de légumes, pondérées par les parts de marché, pour 2009 et 2013.....	121

Liste des tableaux

Tableau 1 : Fréquence des parfums retrouvés parmi les produits considérés au sein de la famille des Jus de fruits, en 2009 et 2013.....	34
Tableau 2 : Fréquence des parfums retrouvés parmi les produits considérés au sein de la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés, en 2009 et 2013.....	35
Tableau 3 : Fréquence des parfums retrouvés parmi les produits considérés au sein de la famille des Nectars, en 2009 et 2013.	36
Tableau 4 : Fréquence des parfums retrouvés parmi les produits considérés au sein de la famille des Smoothies, en 2009 et 2013.....	37
Tableau 5 : Fréquence des parfums retrouvés parmi les produits considérés au sein de la famille des Jus de légumes, en 2009 et 2013.....	37
Tableau 6 : Fréquence des nutriments concernés par les allégations nutritionnelles retrouvées parmi les produits considérés au sein du secteur des jus et nectars, en 2009 et 2013.	45
Tableau 7 : Fréquence des différents types d'allégations de santé retrouvées parmi les produits considérés au sein du secteur des jus et nectars, en 2009 et 2013.	47
Tableau 8 : Comparaison des statistiques descriptives sur les tailles de portions indiquées des familles de jus et nectars étudiées en 2009 et 2013.	54
Tableau 9 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par famille et par année au sein des jus et nectars étudiés.	63
Tableau 10 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par famille et par sous-groupe au sein des jus et nectars étudiés.....	70
Tableau 11 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par année et par famille de produit pour les produits appariés au sein des jus et nectars étudiés.	72
Tableau 12 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sucres identique par famille au sein des jus et nectars étudiés.	73
Tableau 13 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille des Jus de fruits étudiée.....	76
Tableau 14 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés étudiée.....	78
Tableau 15 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille des Nectars étudiée.	80
Tableau 16 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille des Smoothies étudiée.....	82
Tableau 17 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille des Jus de légumes étudiée.....	84
Tableau 18 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par famille et par année au sein des jus et nectars étudiés.	89

Tableau 19 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par famille et par sous-groupe au sein des jus et nectars étudiés.....	92
Tableau 20 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par année et par famille de produit pour les produits appariés au sein des jus et nectars étudiés.	94
Tableau 21 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en fibres identique par famille au sein des jus et nectars étudiés.....	95
Tableau 22 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par segment de marché et par année au sein de la famille des Nectars étudiée.....	97
Tableau 23 : Statistiques descriptives des teneurs en sodium par famille et par année au sein des jus et nectars étudiés.	100
Tableau 24 : Statistiques descriptives des teneurs en sodium par sous-groupe pour la famille des Jus de légumes au sein des jus et nectars étudiés.....	102
Tableau 25 : Statistiques descriptives des teneurs en sodium par année pour les produits appariés de la famille des Jus de légumes au sein des jus et nectars étudiés.....	104
Tableau 26 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sodium identique pour la famille des Jus de légumes au sein des jus et nectars étudiés.....	105
Tableau 27 : Statistiques descriptives des teneurs en sodium par segment de marché et par année au sein de la famille des Jus de légumes étudiée.....	107
Tableau 28 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres pondérées par les parts de marché, par famille et par année, au sein des jus et nectars étudiés.....	110
Tableau 29 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres pondérées par les parts de marché, par famille et par année, au sein des jus et nectars étudiés.....	111
Tableau 30 : Statistiques descriptives des teneurs en sodium pondérées par les parts de marché, par famille et par année, au sein des jus et nectars étudiés.....	111
Tableau 31 : Statistiques descriptives des teneurs moyennes en sucres et en fibres, non pondérées et pondérées par les parts de marché par segment de marché et par année, pour la famille des Jus de fruits.....	114
Tableau 32 : Statistiques descriptives des teneurs moyennes en sucres et en fibres non pondérées et pondérées par les parts de marché par segment de marché et par année, pour la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés.	116
Tableau 33 : Statistiques descriptives des teneurs moyennes en sucres et en fibres non pondérées et pondérées par les parts de marché par segment de marché et par année, pour la famille des Nectars.....	118
Tableau 34 : Statistiques descriptives des teneurs moyennes en sucres et en fibres non pondérées et pondérées par les parts de marché par segment de marché et par année, pour la famille des Smoothies.....	120
Tableau 35 : Statistiques descriptives des teneurs moyennes en sucres et en sodium non pondérées et pondérées par les parts de marché par segment de marché et par année, pour la famille des Jus de légumes.....	122

Liste des annexes

ANNEXE 1 : Lexique.....	134
ANNEXE 2 : Types d'allégations nutritionnelles retrouvées parmi les produits étudiés au sein du secteur des jus et nectars	138
ANNEXE 3 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits en 2013 : statistiques descriptives pour 100ml.....	139
ANNEXE 4 : Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous-groupe.....	141
ANNEXE 5 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par segment de marché et par année	143

SYNTHESE

L'étude d'évolution des jus et nectars porte sur 883 produits en 2009¹ et 1682 produits en 2013². Elle compare les paramètres de l'étiquetage ainsi que les valeurs nutritionnelles étiquetées des teneurs en sucres, fibres et sodium (pour ce dernier uniquement pour les Jus de légumes). Les produits sont répartis en 5 familles : **Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Nectars, Smoothies et Jus de légumes**. Cette segmentation est basée sur le décret 2013-1049³, qui fournit des définitions réglementaires pour certaines catégories de produits, ainsi que sur le code national de bonnes pratiques des jus de légumes.

Les jus et nectars considérés dans cette étude couvrent⁴ au minimum 56% du marché du secteur en volume en 2009 et 83% en 2013.

Entre 2009 et 2013 et d'après les données Kantar Worldpanel⁵, en considérant le marché global des jus et nectars, une diminution du volume de -1,5% est observée.

Concernant la répartition des parts de marché en volume entre 2009 et 2013, il est globalement observé, pour les produits récoltés par l'Oqali et pour le panel Kantar Worldpanel :

- **par segment de marché** : une augmentation de la part des marques de distributeurs et une diminution de la part des marques de distributeurs entrée de gamme et du hard discount ;
- **par catégorie de produits** : une augmentation de la part des purs jus au détriment des jus à base de concentré et des smoothies. La part des nectars reste relativement stable.

En nombre de références, la répartition des produits par famille reste relativement inchangée entre 2009 et 2013. Concernant **les segments de marché**, en nombre de références, la proportion de produits de marques nationales augmente (2009 : 23% de l'ensemble des produits ; 2013 : 31%) au détriment de celle des marques de distributeurs (2009 : 52% ; 2013 : 46%) et des marques de distributeurs entrée de gamme (2009 : 9% ; 2013 : 6%) : du fait du mode d'obtention des données en 2009, les marques nationales étaient probablement sous-estimées lors de l'étude 2009. Avec l'intégration dans cette étude des produits vendus chez les distributeurs spécialisés biologiques, le segment des distributeurs spécialisés bio apparaît en 2013 (2%).

Afin d'étudier précisément les évolutions, l'offre a été décomposée en 4 sous-groupes :

- **Produits retirés** correspondant à **36% des produits de 2009 (n=320)**, intégrant les produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013 ;
- **Produits identiques** représentant **2% des produits de 2013 (n=39)**, réunissant les produits présents sur le marché à la fois en 2009 et en 2013 semblables en tous points ;
- **Produits modifiés** correspondant à **31% des produits de 2013 (n=524)**, intégrant les produits présents sur le marché en 2009 et également en 2013 mais dans une version évoluée (au moins un changement de l'emballage et/ou de la composition) ;

¹ Etude du secteur des jus et nectars-Oqali-Données 2009-Edition 2010 - 86% de produits recueillis en 2009 (n=756), 14% en 2010 (n=127).

² 95% de produits recueillis en 2013 (n=1585), 5% en 2014 (n=97).

³ Décret n°2013-1049 du 21 novembre 2013 modifiant le décret n°2003-838 du 1er septembre 2003 pris pour l'application de l'article L. 214-1 du code de la consommation en ce qui concerne les jus de fruits et certains produits similaires destinés à l'alimentation humaine.

⁴ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel.

⁵ Kantar Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

- **Produits ajoutés** représentant **67% des produits de 2013 (n=1119)**, réunissant les innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2009.

Le secteur des jus et nectars étant peu transformé, les familles étant définies par procédé de fabrication et l'ajout de sucres étant interdit dans les jus, **l'évolution de l'offre des parfums par famille** a été étudiée afin de mieux comprendre et interpréter l'évolution du marché entre 2009 et 2013. **Globalement, entre 2009 et 2013, l'offre se diversifie avec l'apparition en 2013, dans toutes les familles excepté les smoothies, de monoparfums qui n'étaient pas présents en 2009, comme par exemple grenade, cranberry ou myrtille, ainsi qu'avec l'augmentation de la fréquence des parfums multifruits et bifruits.** Des particularités sont également observées par famille. Pour les **Jus de fruits**, les **Jus de fruits à base de jus concentrés** et les **Nectars** les parfums orange et multifruits sont majoritaires en 2009 et 2013, cependant globalement le parfum orange diminue en 2013 au profit de parfums naturellement plus sucrés comme la pomme ou le raisin. Concernant les **Jus de légumes**, les jus de tomate ont diminué de 63% en 2009 à 48% en 2013 au profit des jus de carotte, de mélanges de légumes et de betterave, naturellement plus sucrés. Cette modification de l'offre pour les Jus de légumes peut être en partie due au biais engendré par la récolte en 2013 de produits vendus dans les magasins biologiques.

Concernant les paramètres de l'étiquetage (Tableau A), des **augmentations significatives** sont observées entre 2009 et 2013 pour :

- les allégations de santé (2009 : 1% ; 2013 : 3%) : la fréquence de présence reste cependant très faible ;
- les repères nutritionnels (2009 : 30% ; 2013 : 55%) : augmentation portée par les marques de distributeurs, les marques de distributeurs entrée de gamme et le hard discount ;
- les portions indiquées (2009 : 56% ; 2013 : 74%) et les valeurs nutritionnelles à la portion (2009 : 35% ; 2013 : 63%) : augmentations portées par les marques de distributeurs, les marques de distributeurs entrée de gamme et le hard discount. De manière globale, les tailles de portions indiquées sont similaires entre 2009 et 2013. La taille de portion la plus fréquente est 200ml pour les 2 années, ce qui correspond à l'objectif à atteindre pour les entreprises signataires de la Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels signée par l'Union Nationale Interprofessionnelle des Jus de Fruits (UNIJUS).

A l'inverse, la présence d'allégations nutritionnelles **diminue significativement** (2009 : 62% ; 2013 : 52%), notamment du fait des marques nationales et des marques de distributeurs. Cela peut s'expliquer en partie par la modification de la réglementation des jus sur les sucres ajoutés (interdiction des sucres ajoutés qui a entraîné la suppression d'allégations portant sur le caractère « sans sucres ajoutés » des produits) ainsi que par la modification de la réglementation sur les Apports Journaliers Recommandés⁶ (notamment sur la vitamine C), impliquant une augmentation de la valeur minimum en nutriments pour alléguer sur le caractère « riche en » ou « source de ».

La fréquence de produits présentant un étiquetage nutritionnel reste identique entre 2009 et 2013, avec 94% des produits étudiés. Celle des produits avec un étiquetage nutritionnel détaillé (groupe 2/2+) a légèrement augmenté (2009 : 73% ; 2013 : 75%).

⁶ 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.

Tableau A : Comparaison des fréquences de présence des principaux paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013, par famille de produits, par segment de marché et pour l'ensemble du secteur.

	Etiquetage nutritionnel (1)			Etiquetage nutritionnel détaillé (1)			Allégation nutritionnelle			Allégation de santé			Repère nutritionnel			Portion indiquée			Valeurs nutritionnelles à la portion		
	2009	2013	Delta	2009	2013	Delta	2009	2013	Delta	2009	2013	Delta	2009	2013	Delta	2009	2013	Delta	2009	2013	Delta
<i>Famille de produits</i>																					
Jus de fruits	96%	96%	-0%	80%	76%	-4%	77%	63%	-14%***	1%	4%	+3%**	32%	60%	+28%***	61%	77%	+16%***	39%	66%	+27%***
Jus de fruits a base de jus concentrés	96%	97%	+1%	69%	85%	+16%	67%	59%	-8%	2%	2%	+0%	22%	48%	+26%***	41%	74%	+33%***	29%	60%	+31%***
Nectars	87%	89%	+2%	58%	66%	+8%	22%	26%	+3%	1%	0%	-1%	32%	53%	+21%***	55%	70%	+15%**	33%	64%	+31%***
Smoothies	100%	100%	+0%	89%	74%	-15%	54%	50%	-4%	0%	0%	+0%	27%	40%	+13%	81%	83%	+2%	41%	33%	-7%
Jus de légumes	92%	91%	-1%	75%	66%	-9%	21%	24%	+3%	0%	1%	+1%	46%	42%	-4%	75%	64%	-11%	38%	56%	+18%
<i>Segment de marche</i>																					
Marques nationales	93%	88%	-5%	75%	57%	-18%	75%	57%	-17%***	4%	4%	+0%	25%	25%	-0%	42%	45%	+3%	23%	22%	-1%
Marques de distributeurs	98%	99%	+2%	81%	86%	+5%	66%	54%	-12%***	1%	2%	+1%*	38%	73%	+35%***	75%	94%	+19%***	50%	87%	+37%***
Marques de distributeurs entrée de gamme	89%	93%	+4%	33%	67%	+34%	22%	20%	-2%	0%	0%	+0%	20%	43%	+23%**	41%	71%	+30%***	20%	62%	+42%***
Hard Discount	88%	93%	+5%	69%	87%	+18%	53%	50%	-3%	0%	0%	+0%	15%	70%	+55%***	23%	83%	+60%***	14%	80%	+66%***
Distributeurs spécialisés bio		96%			36%			32%			11%			25%			36%			32%	
<i>Ensemble des produits du secteur</i>																					
Secteur	94%	94%	+0%	73%	75%	+2%	62%	52%	-10%***	1%	3%	+2%*	30%	55%	+25%***	56%	74%	+18%***	35%	63%	+28%***

Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

(1) Tests statistiques effectués uniquement sur le secteur pour ce paramètre

L'étude des valeurs nutritionnelles pour 100ml a montré que les profils des teneurs en sucres, fibres et sodium entre 2009 et 2013 restent similaires pour la majorité des familles étudiées.

Concernant les **sucres** (Tableau B), l'évolution de la variabilité nutritionnelle porte sur les sucres totaux étiquetés. Ainsi, pour les familles des Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Smoothies et Jus de légumes, qui ne contiennent pas de sucres ajoutés⁷, les évolutions qui pourraient être observées sont dues à des modifications de recettes (pourcentages et/ou types de fruits/légumes utilisés) ou de l'offre de parfums. Seuls les Nectars peuvent contenir des sucres ajoutés. Cependant pour ces derniers, les teneurs minimales en jus et/ou purée de fruits sont réglementées et définies par fruits, ainsi les recettes (pourcentages et/ou types de fruits utilisés) ont également un impact sur les teneurs en sucres naturels et donc sur les teneurs en sucres totaux. A noter également que les résultats obtenus sont à relativiser du fait de l'augmentation de la couverture du marché entre 2009 (56% du marché en volume) et 2013 (83%).

Tableau B : Récapitulatif des différences de teneurs en sucres entre 2009 et 2013, au sein des jus et nectars étudiés.

Famille de produits	Sucres (g/100ml) : Différences entre 2009 et 2013							
	Tous produits		Tous produits Teneurs pondérées par les parts de marché selon les données Kantar Worldpanel (1)		Produits appariés		Evolutions significatives pour les segments de marché	
Jus de fruits	-0,1	-1%	-0,1	-1%	+0,02	+0,2%		
Jus de fruits a base de jus concentrés	+0,1	+1%	-0,1	-1%	-0,1*	-1%	HD	+0,5* +5%
nectars	+0,2	+2%	-0,4	-4%	-0,3	-2%		
smoothies	-0,7*	-6%	-1,4**	-12%	-0,5	-4%	MN	-1,3** -11%
Jus de légumes	+0,3	+8%	-0,1	-2%	+0,04	+1%		

Case en violet : différence significative entre les teneurs moyennes de 2009 et 2013 allant dans le sens des recommandations nutritionnelles (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : différence significative entre les teneurs moyennes de 2009 et 2013 allant dans le sens contraire des recommandations nutritionnelles (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Cases grisées : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2

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

⁷ Les produits des familles des Jus de fruits et Jus de fruits à base de jus concentrés ne sont pas autorisés à utiliser des sucres ajoutés (réglementation en vigueur depuis 2013, les produits pris en compte en 2009 n'en comportaient également pas). Les produits des familles des Smoothies et des Jus de légumes pris en compte dans cette étude ne comportent pas de sucres ajoutés.

Ainsi, plus particulièrement, pour les **Smoothies**, la diminution significative de la teneur moyenne en sucres de -0,7g/100ml soit -6% par rapport à la teneur initiale est majoritairement due à une modification de l'offre : suppression des parfums avec les fruits naturellement plus sucrés et apparition de mélanges de fruits naturellement moins sucrés. Cette diminution est portée principalement par les marques nationales (diminution significative de -1,3g/100ml pour ce segment). Par ailleurs cette diminution est amplifiée lors de l'étude des données pondérées par les parts de marché (diminution significative de -1,4g/100ml soit -12%). Il semblerait que les produits avec les plus fortes parts de marché correspondent aux smoothies de fruits ou de mélanges de fruits naturellement moins sucrés (ces produits ne contenant pas de sucres ajoutés).

Pour les **Nectars**, la tendance à l'augmentation observée est en partie expliquée par une modification de l'offre avec le retrait des produits présentant des teneurs en sucres parmi les plus faibles ainsi que par l'augmentation de la diversité des parfums. L'augmentation du nombre de références en 2013 ainsi que de la diversité des parfums conduit d'une part, à un nombre de produits plus important dans les fourchettes hautes des teneurs en sucres (supérieures à 14g/100ml), correspondant à des parfums de type pruneau, banane, abricot ou pêche, et d'autre part à un plus grand nombre de produits dans les fourchettes basses des teneurs en sucres (autour de 5g/100ml) avec notamment des produits édulcorés. A noter également, l'apparition, suite à la modification de la réglementation, de 20 produits sans sucres ajoutés (et ne comprenant pas d'édulcorants ; 6% des produits de la famille des Nectars de 2013). Pour ces produits, leurs teneurs en sucres sont variables et s'expliquent par la teneur plus ou moins importante de fruits et/ou la nature des fruits utilisés. Quelques reformulations dans le sens d'une amélioration de l'offre sont à noter avec une légère tendance à la diminution de la teneur moyenne en sucres de -0,3g/100ml (soit -2%) pour les produits appariés, présents à la fois en 2009 et en 2013. Par ailleurs, la tendance à la diminution de la teneur moyenne pondérée en sucres (-0,4g/100ml soit -4%), contraire à celle des données non pondérées, peut être due au fait que les produits avec des parts de marché élevées présentent des teneurs en sucres parmi les plus faibles. Des produits avec édulcorants issus du hard discount et des marques de distributeurs entrée de gamme présentent notamment des parts de marché élevées.

Pour les **Jus de légumes**, la tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 (+0,3g/100ml soit +8%) est due à l'augmentation de la diversité des produits en 2013 notamment via l'augmentation des jus de carotte et de betterave naturellement plus sucrés. La modification de l'offre de produits peut être en partie due au biais engendré par la récolte en 2013 de produits vendus dans les magasins biologiques.

Globalement, les faibles différences observées, que ce soit pour les 4 familles sans sucres ajoutés ou pour la famille des Nectars, sont à mettre en relation avec l'augmentation de la diversité des parfums observée entre les produits récoltés en 2009 et ceux récoltés en 2013.

Concernant les **fibres**, l'impact nutritionnel des évolutions est globalement faible (Tableau C). L'ajout de fibres n'étant pas autorisé au sein des produits du secteur, les évolutions observées peuvent s'expliquer par une modification de l'offre : type de fruit utilisé, quantités de chaque type de fruit utilisées dans les mélanges de fruits ou emploi de purées de fruits (contenant plus de fibres) plutôt que de jus de fruits.

Tableau C : Récapitulatif des différences de teneurs en fibres entre 2009 et 2013, au sein des jus et nectars étudiés.

Famille de produits	Fibres (g/100ml) : Différences entre 2009 et 2013								
	Tous produits		Tous produits Teneurs pondérées par les parts de marché selon les données Kantar Worldpanel ⁽¹⁾		Produits appariés		Evolutions significatives pour les segments de marché		
jus de fruits	+0,01	+4%	+0,01	+2%	-0,05*	-19%	MN	+0,1*	+16%
jus de fruits a base de jus concentrés	-0,005	-3%	-0,02	-12%	+0,01	+7%			
nectars	+0,1*	+39%	+0,02	+18%	+0,03	+18%	HD	+0,1*	+68%
smoothies	+0,1	+14%	-0,02	-2%	-0,2	-12%			
jus de légumes	+0,1	+22%	+0,1	+34%	+0,1	+17%			

Case en violet : différence significative entre les teneurs moyennes de 2009 et 2013 allant dans le sens des recommandations nutritionnelles (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : différence significative entre les teneurs moyennes de 2009 et 2013 allant dans le sens contraire des recommandations nutritionnelles (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Cases grisées : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2

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

Concernant le **sodium** (Tableau D), la tendance à la diminution de la teneur moyenne en sodium de la famille des **Jus de légumes** (-0,04g/100ml soit -21%) s'explique en partie par des reformulations (tendance à la diminution de la teneur moyenne en sodium des produits appariés de -0,06g/100ml) notamment sur les plus fortes teneurs en sodium en 2009. Cette diminution est portée principalement par les produits des marques de distributeurs (tendance à la diminution de la teneur moyenne en sodium de -0,06g/100ml) notamment en raison de produits salés à 6g/L en 2009 qui ont évolué en produits salés à 3g/L en 2013. Les effectifs des autres segments de marché en 2009 et/ou 2013 ne permettent pas d'interprétations.

Tableau D : Récapitulatif des différences de teneurs en sodium entre 2009 et 2013, au sein des jus et nectars étudiés.

Famille de produits	Sodium (g/100ml) : Différences entre 2009 et 2013								
	Tous produits		Tous produits Teneurs pondérées par les parts de marché selon les données Kantar Worldpanel ⁽¹⁾		Produits appariés		Evolutions significatives pour les segments de marché		
jus de légumes	-0,04	-21%	-0,08	-33%	-0,06	-32%			

Case en violet : différence significative entre les teneurs moyennes de 2009 et 2013 allant dans le sens des recommandations nutritionnelles (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : différence significative entre les teneurs moyennes de 2009 et 2013 allant dans le sens contraire des recommandations nutritionnelles (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Cases grisées : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2

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

Les axes d'amélioration concernant les teneurs en sucres sont limités pour les Jus de fruits et Jus de fruits à base de jus concentrés, qui ne peuvent contenir par définition de sucres ajoutés, ainsi que pour les Smoothies et Jus de légumes pour lesquels les produits considérés ne contiennent pas de sucres ajoutés. Ainsi, seule une modification de l'offre est possible : développement de produits monofruit ou de mélanges de fruits naturellement moins sucrés. Concernant les nectars, une démarche de réduction des teneurs en sucres ajoutés a été initiée par certains industriels dans le cadre de la Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels signée par l'Union Nationale Interprofessionnelle des Jus de Fruits (UNIJUS) entre 2006 et 2012. Afin de limiter la quantité de sucres ajoutés, certaines recettes peuvent avoir été modifiées en utilisant, dans certains cas, des édulcorants. Cependant la modification de la réglementation permet aujourd'hui également de développer des produits sans sucres ajoutés. En 2013, plusieurs nectars sans sucres ajoutés ont été récoltés, il sera intéressant d'observer si ce développement s'intensifie ou non. Concernant le sodium dans les jus de légumes, une démarche de réduction des teneurs en sel ajouté a également été initiée par certains industriels dans le cadre de la Charte précédemment citée (limiter la quantité de sel ajouté à 6g/L). Pour finir, si des améliorations semblent possibles, celles-ci sont cependant soumises à l'acceptabilité des consommateurs et aux contraintes techniques et organoleptiques liées au secteur des jus et nectars.

L'ensemble des résultats de l'étude est détaillé dans le rapport *Etude du secteur des jus et nectars – Oqali – Comparaison 2009/2013 – Edition 2015*.

INTRODUCTION

Ce rapport a pour vocation de présenter l'évolution entre 2009 et 2013 du secteur des jus et nectars du point de vue de la qualité nutritionnelle, aussi bien aux professionnels qu'aux pouvoirs publics et aux consommateurs. Les points discutés doivent donc être adaptés à tous ces types de lecteurs. L'information nutritionnelle apportée par les emballages ainsi que la variabilité de la composition nutritionnelle étiquetée sont étudiées dans ce rapport.

Les données servant de référence pour 2009 sont extraites de la base de données Oqali au moment de la réalisation du rapport d'évolution. En effet, à l'occasion de corrections effectuées dans la base Oqali, certaines informations étudiées ont pu être modifiées ou corrigées au cours du temps. Ainsi, les données 2009 actualisées et utilisées pour cette étude peuvent être quelque peu différentes de celles du rapport sur l'état des lieux du secteur en 2009⁸. Par ailleurs, dans le cas des jus et nectars, le périmètre 2009 a été redéfini (n=894 produits dans le premier état des lieux ; n=883 dans cette étude) afin de considérer au sein de ce secteur uniquement les produits respectant la réglementation des jus et nectars.

1. PRESENTATION DU SECTEUR

L'étude des données 2009 a porté sur 883 jus et nectars⁹ ; en 2013 elle porte sur 1682 produits¹⁰, soit 799 produits supplémentaires.

Dans ce rapport, les différents produits seront étudiés par famille de produits et par segment de marché. La présente étude prend en compte à la fois les produits de marques nationales, de marques de distributeurs et de hard discount ainsi que ceux des distributeurs spécialisés bio. Les produits des marques de distributeurs entrée de gamme (premier prix) seront également distingués.

A noter que, pour la première fois dans un rapport Oqali, les produits vendus dans les magasins spécialisés biologiques ont été intégrés à l'étude. Les produits à marque propre des distributeurs spécialisés biologiques sont regroupés dans le segment des distributeurs spécialisés bio. Les autres produits recueillis sont regroupés au sein des marques nationales (Annexe 1 : Lexique). L'intégration de ces produits fait suite à la mise en place d'un partenariat avec le Syndicat national des entreprises biologiques (Synabio).

⁸ Etude du secteur des jus et nectars-Oqali-Données 2009-Edition 2010.

⁹ 86% de produits recueillis en 2009 (n=756), 14% en 2010 (n=127).

¹⁰ 95% de produits recueillis en 2013 (n=1585), 5% en 2014 (n=97).

1.1 Modes d'obtention des données recueillies

Les données recueillies proviennent de plusieurs sources.

En 2009, 37% des données provenaient de visites en magasins réalisées par les équipes Oqali (suite à la mise en place de partenariats), 35% d'envois d'informations par les partenaires (correspondant notamment à des données fournies par l'Union Nationale Interprofessionnelle des Jus de Fruits (UNIJUS) et à l'envoi d'emballages par les partenaires), et 28% de moyens propres de l'Oqali.

En 2013, 62% des données proviennent d'envois d'emballages par les partenaires, 34% de visites en magasins réalisées par les équipes Oqali et 4% de moyens propres de l'Oqali.

1.2 Nomenclature des aliments

La classification a été définie en concertation avec les professionnels du secteur. Celle-ci est basée sur le décret 2013-1049¹¹, qui fournit des définitions réglementaires pour certaines catégories de produits, ainsi que sur le code national de bonnes pratiques des jus de légumes. A noter que la réglementation a évolué entre les 2 années d'études¹².

Ainsi, les produits étudiés ont été répartis en 5 familles de produits :

- **Jus de fruits** définis par le décret 2013-1049¹¹ : obtenus par simple pression des fruits (l'ajout de sucres n'est plus autorisé depuis l'entrée en vigueur du décret 2013-1049¹¹). Les produits à dominante fruits contenant des légumes ainsi que les jus de fruits obtenus par extraction hydrique (jus de pruneaux) sont également inclus ;
- **Jus de fruits à base de jus concentrés** définis par le décret 2013-1049¹¹ : reconstitués en réincorporant aux jus de fruits concentrés la même quantité d'eau que celle extraite lors de la concentration (l'ajout de sucres n'est plus autorisé depuis l'entrée en vigueur du décret 2013-1049¹¹). Des valeurs brix minimales pour les jus de fruits reconstitués et les purées de fruits reconstituées sont définies par fruit dans la réglementation. Les produits à dominante fruits contenant des légumes sont également inclus ;
- **Nectars** définis par le décret 2013-1049¹¹ : constitués de jus ou de purées de fruits (plus de 25 ou 50% selon les fruits), d'eau avec ou sans addition de sucres et/ou d'édulcorants et/ou de miel (l'ajout de sucres/édulcorants/miel n'est plus obligatoire depuis l'entrée en vigueur du décret 2013-1049¹¹). La teneur minimale en jus et/ou purée en pourcentage du volume du produit fini est réglementée par fruit. Les produits à dominante fruits contenant des légumes sont également inclus ;
- **Smoothies** : ensemble des produits dont la dénomination commerciale comporte la mention « smoothie » et qui répondent à la réglementation des jus et nectars ;

¹¹ Décret n°2013-1049 du 21 novembre 2013 modifiant le décret n°2003-838 du 1er septembre 2003 pris pour l'application de l'article L. 214-1 du code de la consommation en ce qui concerne les jus de fruits et certains produits similaires destinés à l'alimentation humaine.

¹² Les principaux changements portent sur l'ajout de sucres non autorisé dans les jus de fruits ainsi que sur la possibilité d'élaborer un nectar sans addition de sucres ni d'édulcorants.

- **Jus de légumes** définis selon un code national de bonnes pratiques : inclus les jus de légumes y compris les jus de tomate¹³ ainsi que les produits à dominante légumes contenant des fruits.

L'ensemble des produits du secteur répondent donc au décret 2013-1049¹¹, c'est-à-dire que les ingrédients, traitements et substances autorisés sont listés. Ils ne contiennent par exemple aucun colorant ou conservateur. A noter que parmi les produits des familles des Jus de fruits et Jus de fruits à base de jus concentrés récoltés en 2009, aucun produit ne contenait de sucres ajoutés.

Par ailleurs, selon le Codex Alimentarius, le lait de coco n'est pas un jus de fruit, ainsi les produits contenant du lait de coco ont été exclus du périmètre de cette étude sur les jus et nectars. Ces produits pris en compte dans l'état des lieux du secteur publié en 2010 ont été exclus de l'étude d'évolution.

Les produits ressemblant aux jus et nectars mais contenant des ingrédients non autorisés pour ces produits (par exemple fibres, colorants, lait de coco, etc.) ainsi que les eaux de coco sont inclus dans l'étude Oqali des boissons rafraichissantes sans alcool¹⁴.

La Figure 1 compare la répartition par famille des produits étudiés en 2009 et en 2013. Les pourcentages sont exprimés par rapport à l'effectif total du secteur, soit 883 produits en 2009 et 1682 en 2013.

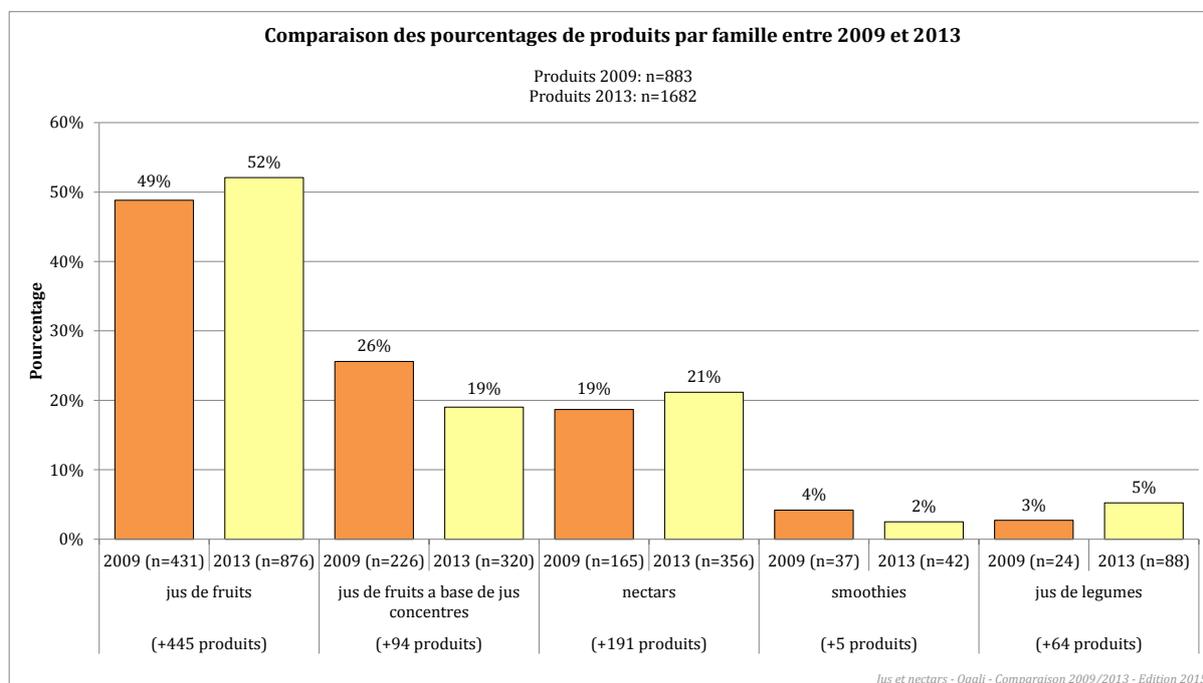


Figure 1 : Comparaison de la répartition des produits par famille entre 2009 et 2013 pour le secteur des jus et nectars étudié.

¹³ La tomate est considérée comme un fruit dans le décret 2013-1049.

¹⁴ Etude du secteur des boissons rafraichissantes sans alcool-Oqali-Comparaison 2010/2013-Edition 2015.

La répartition globale des produits étudiés entre ces 2 années reste semblable. Les mêmes classes de fréquence sont observées pour les 2 années d'étude :

- la famille des Jus de fruits est la plus représentée en 2009 et en 2013 (2009 : n=431, 49% ; 2013 : n=876, 52%) ;
- les familles des Nectars et des Jus à base à base de jus concentrés représentent chacune autour de 20% des produits étudiés en 2009 et en 2013. Une diminution de la proportion de Jus à base de jus concentrés est à noter (2009 : n=226, 26% ; 2013 : n=320, 19%). Inversement la proportion de Nectars augmente légèrement (2009 : n=165, 19% ; 2013 : n=356, 21%) ;
- les familles des Smoothies et des Jus de légumes représentent chacune moins de 5% des produits étudiés en 2009 et en 2013. A noter une diminution de la proportion des Smoothies entre 2009 et 2013 (2009 : n=37, 4% ; 2013 : n=42, 2%) et une augmentation des Jus de légumes (2009 : n=24, 3% ; 2013 : n=88, 5%).

Entre 2009 et 2013, la répartition selon les familles reste relativement inchangée.

1.3 Répartition du nombre de références par segment de marché

La Figure 2 compare la répartition des produits étudiés entre segments de marché pour les 2 années de suivi.

Parmi les produits étudiés et en nombre de références, la proportion de produits de marques nationales a augmenté (de 23% en 2009 à 31% en 2013 ; +8%) au détriment de celle des marques de distributeurs (diminution de 52% en 2009 à 46% en 2013 ; -6%) et des marques de distributeurs entrée de gamme (diminution de 9% en 2009 à 6% en 2013 ; -3%). La proportion de produits issus du hard discount reste inchangée (15%). Enfin, comme expliqué précédemment, les produits de distributeurs spécialisés bio apparaissent en 2013 (2% de l'ensemble des produits).

Il semble donc que le segment des marques nationales était sous-estimé en 2009, ce qui peut s'expliquer par le mode d'obtention des données en 2009.

En nombre de références, le segment des marques de distributeurs est majoritaire pour les 2 années de suivi (52% en 2009 ; 46% en 2013), suivi par les marques nationales (23% en 2009 ; 31% en 2013), le hard discount (15% en 2009 et en 2013) et les marques de distributeurs entrée de gamme (9% en 2009 ; 6% en 2013).

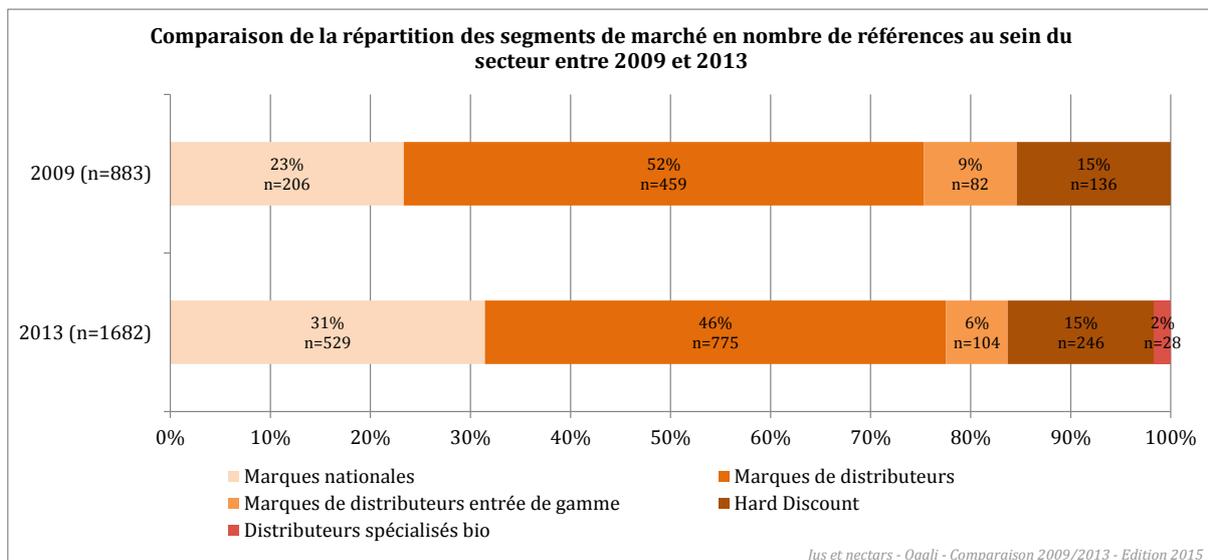


Figure 2 : Comparaison de la répartition des produits étudiés, en nombre de références, entre segments de marché, en 2009 et en 2013 pour le secteur des jus et nectars.

Entre 2009 et 2013, **en nombre de références**, la proportion de produits de **marques nationales** augmente au détriment de celle des **marques de distributeurs** et des **marques de distributeurs entrée de gamme** : du fait du mode d'obtention des données en 2009, les marques nationales étaient probablement sous-estimées lors de l'étude 2009.

1.4 Couverture¹⁵ du secteur

A partir des données de Kantar Worldpanel¹⁶ (de septembre 2008 à octobre 2009 pour les données 2009 d'une part, et de janvier 2013 à décembre 2013 pour les données 2013 d'autre part), les parts de marché des produits ont pu être calculées en considérant le marché des « Boissons rafraîchissantes sans alcool » en conservant uniquement les produits de type jus, nectars et smoothies considérés dans la présente étude.

D'après les données Kantar Worldpanel, et en considérant le marché global des jus et nectars, une diminution du volume de -1,5% est observée entre 2009 et 2013. Les données Nielsen fournies par les professionnels du secteur ont confirmé cette tendance.

Pour le marché total

Les jus et nectars pris en compte lors de cette étude couvrent¹⁵ au minimum 56% du marché du secteur en volume en 2009 et 83% en 2013. La couverture¹⁵ du marché du secteur a donc fortement augmenté entre les 2 années de suivi (+27% en volume).

A noter que cette couverture¹⁵ 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. Ainsi, 17% des produits de 2009 et 11% de ceux de 2013 n'ont pas pu être attribués à une part de marché. En particulier les produits vendus dans les distributeurs spécialisés bio ne sont pas suivis par les panels Kantar Worlpanel. Il est donc impossible d'estimer la couverture de ce type de produits ;
- à l'inverse, des produits présents dans la base de données Kantar Worlpanel ne sont pas retrouvés parmi les produits récoltés par l'Oqali.

La couverture¹⁵ du secteur ainsi calculée est donc sous-estimée.

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

¹⁶ Kantar Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

Par segment de marché

La Figure 3 compare, en 2009 et en 2013, les parts de marché en volume, par segment de marché, entre les produits recueillis par l'Oqali ayant été associés à une part de marché, et les données du secteur entier (d'après Kantar Worldpanel).

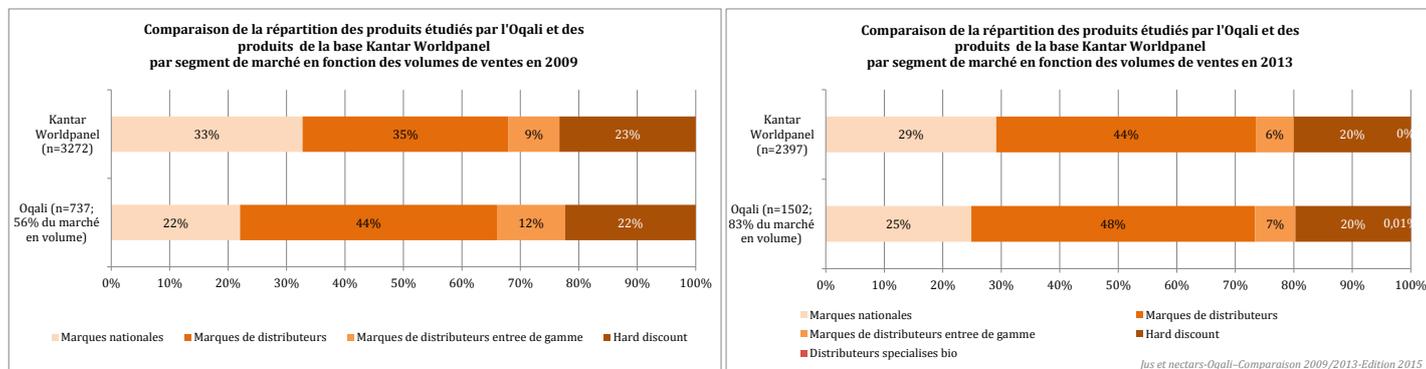


Figure 3 : Comparaison de la répartition des jus et nectars par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à une part de marché et au sein du secteur entier d'après les données Kantar Worldpanel, pour 2009 et 2013.

Concernant la répartition entre segments de marché entre 2009 et 2013, il est observé, pour les produits récoltés par l'Oqali et pour les données Kantar Worldpanel, une augmentation de la part des marques de distributeurs et une diminution de la part des marques de distributeurs entrée de gamme et du hard discount.

Plus particulièrement, en 2009, la répartition en volume selon les segments de marché montre que les produits récoltés par l'Oqali présentaient moins de marques nationales que le panel Kantar Worldpanel (22% contre 33% pour Kantar Worldpanel), et inversement plus de marques de distributeurs (44% contre 35%) et de marques de distributeurs entrée de gamme (12% contre 9%). En 2013, ces écarts se sont réduits. La répartition est quasiment identique entre les produits Oqali et les données Kantar Worldpanel. Les produits récoltés par l'Oqali présentent sensiblement moins de marques nationales (25% contre 29% pour Kantar Worldpanel) et sensiblement plus de marques de distributeurs (48% contre 44%). Cette observation confirme l'hypothèse émise lors de l'étude de la répartition des segments de marché en nombre de référence entre 2009 et 2013 : les marques nationales ont été sous-estimées dans l'étude Oqali des produits de 2009.

Par catégorie de produits

La Figure 4 compare, en 2009 et en 2013, les parts de marché en volume, par catégorie de produits, entre les produits récoltés par l'Oqali ayant été associés à une part de marché, et les données du secteur entier (d'après Kantar Worldpanel). Les catégories de produits correspondent à celles disponibles dans Kantar Worldpanel : purs jus, jus à base de concentré, nectars et smoothies. Ainsi, concernant les familles de produits Oqali, celles des Jus de fruits et des Jus de légumes sont regroupées dans la catégorie des purs jus.

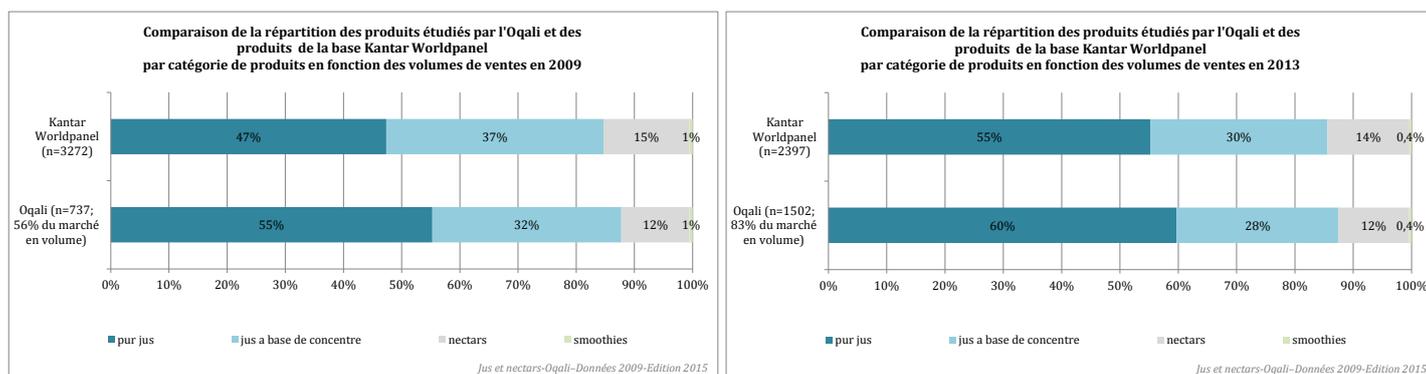


Figure 4 : Comparaison de la répartition des jus et nectars par catégorie de produits, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à une part de marché et au sein du secteur entier d'après les données Kantar Worldpanel, pour 2009 et 2013.

Concernant la répartition par catégorie de produits entre 2009 et 2013, il est observé, à la fois pour les produits récoltés par l'Oqali et pour les données Kantar Worldpanel, une augmentation de la part des purs jus au détriment des jus à base de concentré et des smoothies. La proportion des nectars reste relativement stable.

Plus particulièrement, en 2009, la répartition en volume selon les segments de marché montre que les produits récoltés par l'Oqali présentaient plus de purs jus (55% contre 47% pour Kantar Worldpanel), et inversement moins de jus à base de concentré (32% contre 37%) et de nectars (12% contre 15%) que le panel Kantar Worldpanel. En 2013, ces écarts se sont réduits. Les produits récoltés par l'Oqali présentent sensiblement plus de purs jus (60% contre 55% pour Kantar Worldpanel) et sensiblement moins de jus à base de concentré (28% contre 30%) et de nectars (12% contre 14%).

Les jus et nectars pris en compte lors de cette étude couvrent¹⁷ au minimum 56% du marché du secteur en volume en 2009 et 83% en 2013.

D'après les données Kantar Worldpanel, et en considérant le marché global des jus et nectars, une diminution du volume de -1,5% est observée entre 2009 et 2013.

Concernant la répartition des parts de marché en volume entre 2009 et 2013, il est globalement observé, pour les produits récoltés par l'Oqali et pour le panel Kantar Worldpanel :

- par segment de marché : une augmentation de la part des marques de distributeurs et une diminution de la part des marques de distributeurs entrée de gamme et du hard discount ;
- par catégorie de produits : une augmentation de la part des purs jus au détriment des jus à base de concentré et des smoothies. La proportion de nectars reste relativement stable.

¹⁷ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel.

1.5 Décomposition de l'offre du secteur en 2013

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 2013 par rapport à 2009, les produits ont été classés selon les sous-groupes suivants :

- **Produits retirés** : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2009 mais pas en 2013 (produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013) ;
- **Produits identiques** : produits présents sur le marché à la fois en 2009 et en 2013, et semblables en tous points ;
- **Produits modifiés** : produits présents sur le marché en 2009 et également en 2013 mais dans une version évoluée, impliquant au moins un changement de l'emballage (portions, repères nutritionnels, allégations, autres informations) et/ou de la composition (valeurs nutritionnelles ou listes d'ingrédients) ;
- **Produits ajoutés** : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2013 mais pas en 2009 (innovations, extensions de gamme : par exemple, nouveau parfum dans une gamme ou changement des parfums dans un assortiment, et produits non captés par l'Oqali en 2009).

Cette segmentation sera désignée par le terme « **sous-groupes** » dans la suite du rapport. Les **produits identiques** et les **produits modifiés** forment les **produits appariés** : ce sont les produits qui possèdent une version, identique ou non, en 2009 et en 2013.

La Figure 5 présente la décomposition du secteur en 2013 en produits identiques, modifiés et ajoutés, ainsi que les produits de 2009 ayant été retirés. Sur l'ensemble du secteur, les produits ajoutés entre 2009 et 2013 représentent 67% de l'offre en 2013 (n=1119), les produits modifiés 31% (n=524) et les produits identiques 2% (n=39). L'offre 2013 se compose donc majoritairement de produits ajoutés (67%), très peu de produits identiques entre les 2 années sont retrouvés (2%). 36% des produits pris en compte dans la première étude n'ont pas été retrouvés pour l'étude d'évolution (n=320).

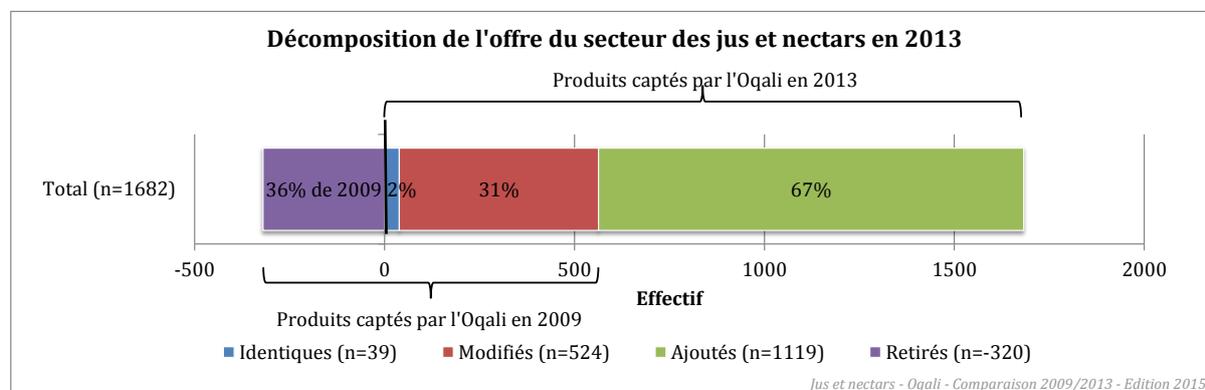


Figure 5 : Décomposition de l'offre du secteur des jus et nectars en 2013 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits de 2009 retirés.

Les graphiques suivants représentent la répartition des différents sous-groupes par famille de produits (Figure 6) et par segment de marché (Figure 7).

Par famille de produits (Figure 6), les profils observés sont similaires entre les 5 familles de produits étudiées.

Les **produits identiques** à ceux de 2009 représentent entre 0% (Smoothies ; n=0) et 3% (Jus de fruits : n=22 ; Jus de fruits à base de jus concentrés : n=10) des produits des familles étudiées.

La famille des Jus de fruits à base de jus concentrés est celle comportant la plus grande proportion de **produits modifiés** (n=132 ; 41%), contrairement à la famille des Jus de légumes qui en possède le plus faible pourcentage (n=19 ; 22%).

Les **produits ajoutés** sont majoritaires dans l'ensemble des familles. La famille des Jus de légumes possède la proportion de **produits ajoutés** la plus importante (n=67 ; 76%). Inversement, la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés présente la proportion de produits ajoutés la plus faible (n=178 ; 56%).

La plus forte proportion de **produits retirés** est observée dans la famille des Smoothies (n=23 ; 62%). Les Jus de fruits, les Jus de fruits à base de jus concentrés et les nectars dénombrent autour de 35% de produits retirés (respectivement n=155, 36% ; n=87, 38% et n=52, 32%). En revanche la famille des Jus de légumes en présente la plus faible part (n=3 ; 13%).

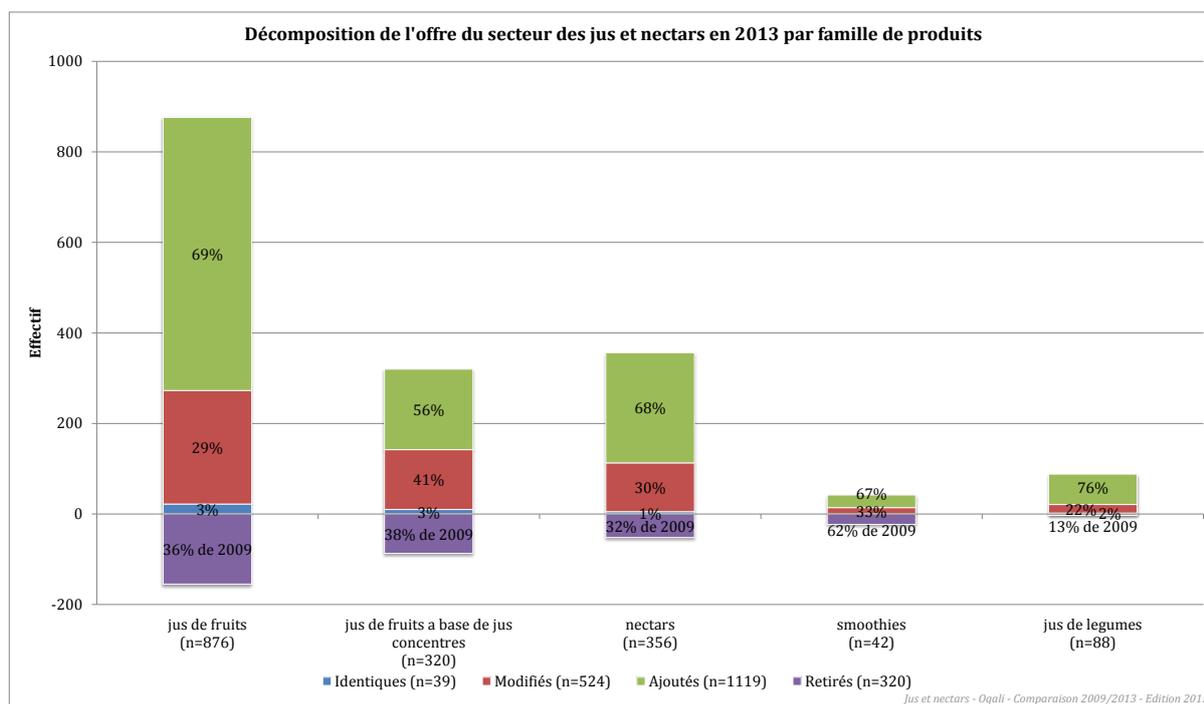


Figure 6 : Décomposition de l'offre du secteur des jus et nectars en 2013 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits retirés de 2009, par famille.

Au niveau des segments de marché (Figure 7) les produits des distributeurs spécialisés bio sont composés uniquement de produits ajoutés car ce segment n'avait pas été considéré en 2009.

Les **produits identiques** à ceux de 2009 représentent peu de produits au sein des différents segments, entre 1% (marques nationales ; n=6) et 3% (marques de distributeurs : n=26 ; marques de distributeurs entrée de gamme : n=3) des produits des segments étudiés.

Les marques de distributeurs entrée de gamme comportent la plus grande proportion de **produits modifiés** (n=53 ; 51%) et les marques nationales, la plus faible (n=86 ; 16%). Les marques de distributeurs et le hard discount en présentent respectivement 38% (n=296) et 36% (n=53).

Les **produits ajoutés** sont majoritaires pour les marques nationales (n=437 ; 83%), les marques de distributeurs (n=453 ; 58%) et le hard discount (n=153 ; 62%). Ils représentent 46% des marques de distributeurs entrée de gamme (n=48).

Enfin les **produits retirés** représentent 55% des produits de marques nationales étudiés en 2009 (n=114). Les autres segments de marché dénombrent autour de 30% de produits retirés (marques de distributeurs : n=137, 30% ; marques de distributeurs entrée de gamme : n=26, 32% ; hard discount : n=43, 32%).

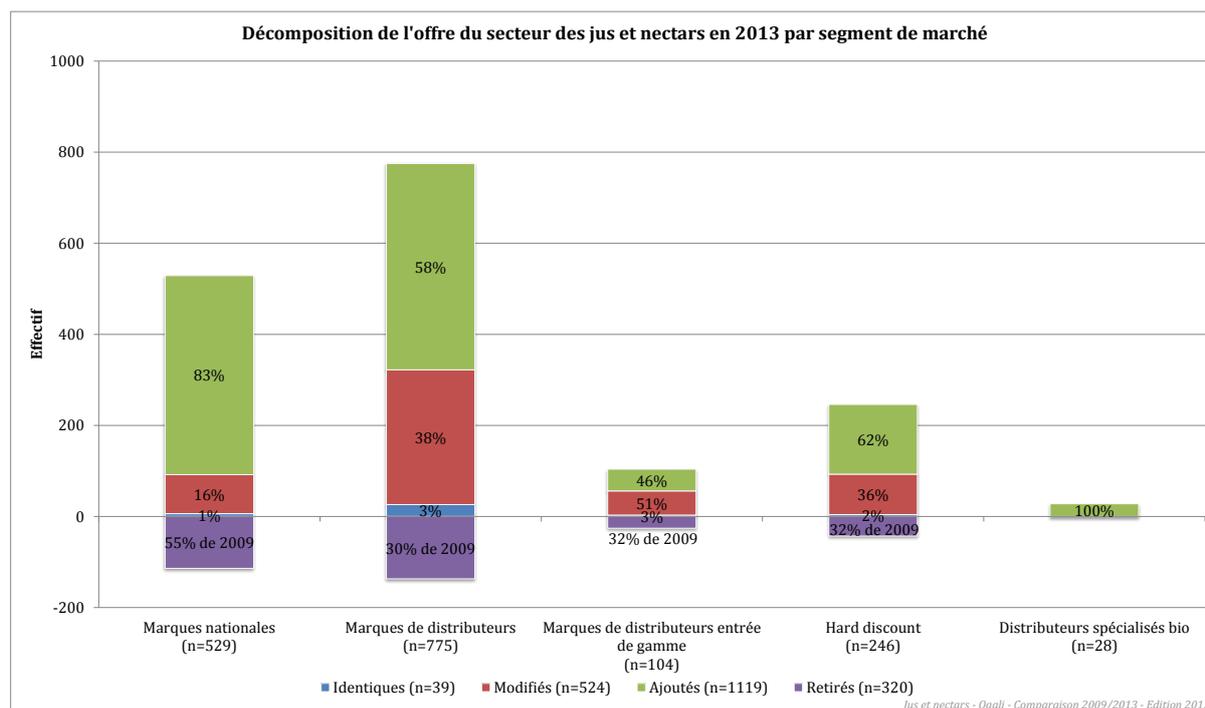


Figure 7 : Décomposition de l'offre du secteur des jus et nectars en 2013 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits retirés de 2009, par segment de marché.

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

- les indicateurs suivis par l'Oqali : groupes d'étiquetage nutritionnels, allégations nutritionnelles, allégations de santé, repères nutritionnels, étiquetage de portions indiquées ou de valeurs nutritionnelles à la portion ;
- les valeurs nutritionnelles ;
- la liste des ingrédients ;
- d'autres informations générales présentes sur l'emballage (dénomination de vente, poids, allégations autres que nutritionnelles et de santé, etc.).

La Figure 8 représente les effectifs de produits par types de modifications observés parmi les 524 produits modifiés entre 2009 et 2013. A noter qu'un produit peut être concerné par plusieurs types de modification. Les étiquettes en pourcentage sont calculées par rapport au nombre total de produits modifiés (n=524). L'objectif est de pouvoir identifier les paramètres de l'étiquetage les plus impactés dans les cas de révisions des produits.

Les modifications relatives aux informations générales et aux allégations autres que nutritionnelles et de santé sont regroupées dans les évolutions de type « Autre » car il ne s'agit pas d'indicateurs suivis par l'Oqali.

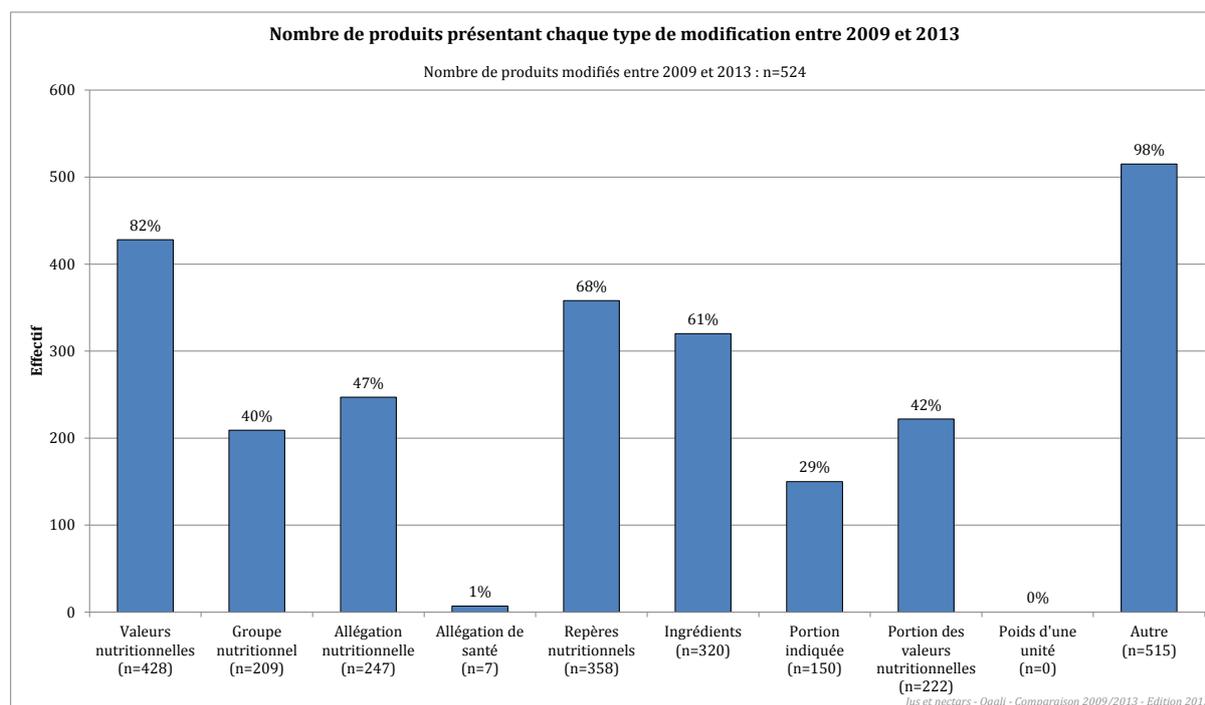


Figure 8 : Nombre de produits par type de modification entre 2009 et 2013 sur l'ensemble des produits ayant été modifiés entre 2009 et 2013.

Les modifications de valeurs nutritionnelles concernent 82% des produits modifiés entre 2009 et 2013 (n=428). 68% des produits modifiés connaissent des évolutions de repères nutritionnels (n=358), 61% d'ingrédients (n=320) et 40% de groupe nutritionnel (n=209). Parmi les 524 produits présentant une modification des valeurs nutritionnelles, il est par ailleurs intéressant de noter que 275, soit 64%, présentent également une modification d'ingrédients.

Les évolutions portant sur les allégations concernent 47% des produits modifiés (n=247) pour les allégations nutritionnelles et 1% (n=7) pour les allégations de santé.

Enfin, les évolutions de portions indiquées et de portions individuelles concernent respectivement 29% (n=150) et 42% (n=222) des produits modifiés.

La quasi-totalité (n=515 ; 98%) des produits modifiés connaissent également des modifications d'une autre nature : code barre, dénomination de vente, etc., soit des éléments de l'emballage autres que ceux traités comme indicateurs par l'Oqali.

2. EVOLUTION DE L'OFFRE

2.1 Evolution de l'offre de produits par segment de marché

La Figure 9 compare la répartition de l'offre de produits, en nombre de références, par segment de marché et par famille pour les produits du secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013. Les résultats 2013 des distributeurs spécialisés bio sont inclus aux graphiques, cependant aucun commentaire d'évolution ne pourra être fait pour ce segment, les produits appartenant à celui-ci n'ayant pas été récoltés en 2009.

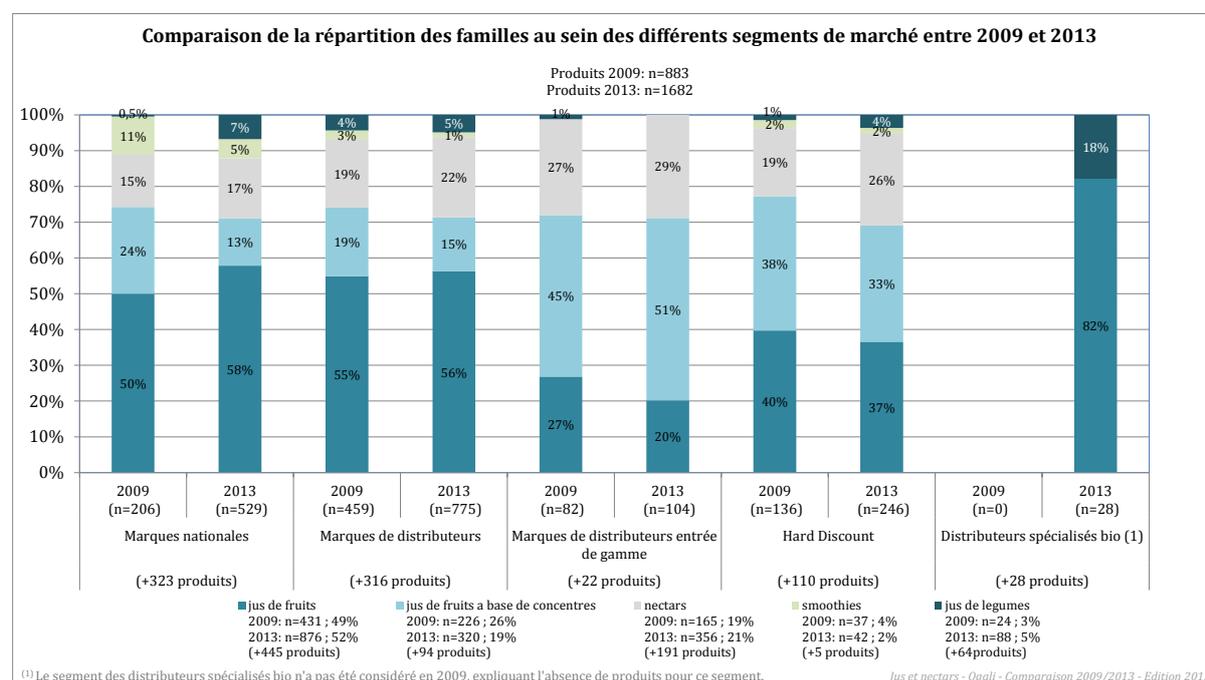


Figure 9 : Comparaison de l'offre par segment de marché et par famille pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.

Concernant les marques nationales, les proportions de produits appartenant aux familles des Jus de fruits et des Jus de légumes ont augmenté entre 2009 et 2013 (respectivement de 50% en 2009 à 58% en 2013 et de 0,5% à 7%). L'augmentation de la proportion de Jus de légumes peut être due en partie à l'intégration des produits de marques nationales vendues dans les magasins spécialisés biologiques. La proportion de produits appartenant à la famille des Nectars a également augmenté, mais dans une moindre mesure, de 15% en 2009 à 17% en 2013. A l'inverse, les proportions de Jus de fruits à base de jus concentrés et de Smoothies ont diminué : respectivement de 24% en 2009 à 13% en 2013 et de 11% à 5%. Le fait que les marques nationales étaient probablement sous-estimées lors de l'étude 2009 peut également avoir un impact sur la répartition des produits par famille.

L'offre de produits pour les marques de distributeurs est semblable entre 2009 et 2013 : une majorité de Jus de fruits (environ 55%), une proportion de Jus de fruits à base de jus concentrés et de Nectars similaires (autour de 20%), environ 5% de Jus de légumes et peu de Smoothies.

Pour les marques de distributeurs entrée de gamme, une diminution de la proportion de Jus de fruits au profit des Jus de fruits à base de jus concentrés est observée. A noter que la proportion

de Jus de fruits est plus faible dans ce segment de marché (autour de 20% contre 40% et plus pour les autres segments de marché). Les Jus de légumes et les Smoothies ne sont pas présents au sein de ce segment en 2013.

Au sein des produits issus du hard discount, la proportion de Nectars augmente de 19% en 2009 à 26% en 2013 au détriment des Jus de fruits (2009 : 40% ; 2013 : 37%) et des Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : 38% ; 2013 : 33%). La proportion de Jus de légumes augmente également légèrement en 2013 (2009 : 1% ; 2013 : 4%), celle des Smoothies reste identique (1%).

Enfin, en 2013, les distributeurs spécialisés bio présentent 82% de Jus de fruits et 18% de Jus de légumes. Aucun produit de Jus de fruits à base de jus concentrés, de Nectar ou de Smoothie n'a été collecté pour ce segment.

Entre 2009 et 2013, en nombre de références, l'offre de produits par segment de marché diffère. Pour les **marques nationales**, une augmentation de la proportion de Jus de fruits (2009 : 50% ; 2013 : 58%) et de Jus de légumes (2009 : 0,5% ; 2013 : 7%) est observée au détriment des Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : 24% ; 2013 : 13%) et des Smoothies (2009 : 11% ; 2013 : 5%). L'augmentation de la proportion de Jus de légumes peut être due en partie à l'intégration des produits de marques nationales vendues dans les magasins spécialisés biologiques. Le fait que les marques nationales étaient probablement sous-estimées lors de l'étude 2009 peut également avoir un impact sur la répartition des produits par famille. Les **marques de distributeurs** présentent une offre similaire entre 2009 et 2013. Au sein des **marques de distributeurs entrée de gamme**, une diminution de la proportion de Jus de fruits au profit des Jus de fruits à base de jus concentrés est observée. A noter que la proportion de Jus de fruits est plus faible dans ce segment de marché (autour de 20%), et que les Jus de légumes et les Smoothies ne sont pas représentés en 2013. Concernant le **hard discount**, la proportion de Nectars augmente de 19% en 2009 à 26% en 2013 au détriment des Jus de fruits (2009 : 40% ; 2013 : 37%) et des Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : 38% ; 2013 : 33%). Enfin, en 2013, les **distributeurs spécialisés bio** présentent uniquement des Jus de fruits (82%) et des Jus de légumes (18%).

2.2 Evolution de l'offre de parfums par famille de produits

Le secteur des jus et nectars étant peu transformé, les familles étant définies par procédé de fabrication et l'ajout de sucres étant interdit dans certaines familles, il est intéressant d'étudier l'évolution de l'offre des parfums proposés par famille afin de mieux comprendre et interpréter l'évolution du marché entre 2009 et 2013.

Pour cette étude, les parfums pris en compte correspondent à ceux indiqués clairement sur le produit et non à l'ensemble des fruits présents dans la liste des ingrédients. Les mélanges de 3 fruits ou plus ont été assimilés au parfum « multifruits ». Ainsi, cette catégorie regroupe de nombreux produits hétérogènes en fonction du nombre de fruits employés mais aussi des mélanges réalisés (avec des fruits plus ou moins sucrés en proportions variables par exemple). De même, les mélanges de 2 parfums ont été regroupés sous l'appellation « bifruits ».

Les tableaux suivants présentent les fréquences des parfums retrouvés au sein des familles de produits en 2009 et en 2013.

Jus de fruits (Tableau 1)

Au sein des Jus de fruits, la diversité des monoparfums augmente en 2013 avec l'apparition de 10 monoparfums dont par exemple grenade, myrtille, cranberry et poire (Tableau 1). Concernant les parfums regroupés sous bifruits, ceux-ci voient également leur diversité augmenter en 2013, avec l'apparition par exemple de parfums pomme fraise, pomme poire ou orange fraise.

Les parfums les plus fréquents en 2009 comme en 2013 sont orange, multifruits, raisin et pomme. Cependant la proportion de jus d'orange diminue fortement en 2013 (de 34% des produits en 2009 à 23% en 2013) au profit des parfums bifruits (de 3% en 2009 à 8% en 2013), multifruits (de 16% en 2009 à 19% en 2013) et pomme (de 11% en 2009 à 13% en 2013). Concernant les parfums bifruits, en 2009 le parfum le plus fréquent est orange mangue, en 2013 ce sont orange mangue, pomme mangue et pomme framboise.

Tableau 1 : Fréquence des parfums retrouvés parmi les produits considérés au sein de la famille des Jus de fruits, en 2009 et 2013.

Famille de produits	Parfum	2009		2013	
		Nombre de produits	Pourcentage de produits présentant le parfum considéré au sein de la famille	Nombre de produits	Pourcentage de produits présentant le parfum considéré au sein de la famille
jus de fruits (2009 : n=431 ; 2013 : n=876)	ORANGE	147	34%	200	23%
	MULTIFRUITES	71	16%	163	19%
	RAISIN	53	12%	79	9%
	POMME	48	11%	117	13%
	PAMPLEMOUSSE	34	8%	59	7%
	ANANAS	22	5%	36	4%
	AGRUMES	18	4%	39	4%
	CLEMENTINE	12	3%	26	3%
	BIFRUITES	11	3%	71	8%
	ORANGE SANGUINE	6	1%	15	2%
	PRUNEAU	3	1%	15	2%
	BIFRUITES DONT LEGUME	2	0,5%	4	0,5%
	FRUITES ROUGES	1	0,2%	8	1%
	MANDARINE	1	0,2%	2	0,2%
	MULTIFRUITES DONT LEGUMES	1	0,2%	2	0,2%
	FRUITES EXOTIQUES	1	0,2%	1	0,1%
	GRENADE			15	2%
	MYRTILLE			6	1%
	CRANBERRY			4	0,5%
	POIRE			4	0,5%
	ARONIA			3	0,3%
	CASSIS			2	0,2%
	CERISE			2	0,2%
	CANNEBERGE			1	0,1%
MELON			1	0,1%	
MURE			1	0,1%	

Jus de fruits à base de jus concentrés (Tableau 2)

Pour la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés, la diversité des monoparfums est également plus importante en 2013 avec l'apparition des parfums cranberry, fruits rouges, grenade, multifruits dont légumes et pêche (Tableau 2). La diversité des parfums regroupés sous bifruits augmente également en 2013, apparition par exemple des parfums orange banane, pomme poire ou mangue grenade.

Les parfums les plus fréquents en 2009 comme en 2013 sont orange, multifruits, pomme et ananas. La proportion de jus d'orange à base de concentré diminue cependant entre 2009 et 2013 (de 38% à 30%) au profit des jus de raisin à base de concentré (2009 : 2% ; 2013 : 7%), des jus de pomme à base de concentrés (2009 : 15% ; 2013 : 17%) et des jus de fruits à base de jus concentrés bifruits (2009 : 2% ; 2013 : 4%). Le parfum bifruit le plus fréquent en 2009 et en 2013 est orange acérola.

Tableau 2 : Fréquence des parfums retrouvés parmi les produits considérés au sein de la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés, en 2009 et 2013.

Famille de produits	Parfum	2009		2013	
		Nombre de produits	Pourcentage de produits présentant le parfum considéré au sein de la famille	Nombre de produits	Pourcentage de produits présentant le parfum considéré au sein de la famille
jus de fruits a base de jus concentres (2009 : n=226 ; 2013 n=320)	ORANGE	86	38%	95	30%
	MULTIFRUIT	41	18%	58	18%
	POMME	34	15%	54	17%
	ANANAS	32	14%	42	13%
	PAMPLEMOUSSE	14	6%	22	7%
	RAISIN	5	2%	21	7%
	BIFRUIT	5	2%	14	4%
	FRUIT EXOTIQUE	4	2%	4	1%
	AGRUMES	4	2%	1	0,3%
	LINGONBERRY	1	0,4%		
	CRANBERRY			2	1%
	FRUIT ROUGE			2	1%
	GRENADE			2	1%
	MULTIFRUIT DONT LEGUMES			2	1%
PECHE			1	0,3%	

Nectars (Tableau 3)

Le Tableau 3 met également en évidence l'apparition en 2013 de nouveaux monoparfums tels que le kiwi, le litchi, la cerise ou le pruneau pour les Nectars. La diversité de l'offre par parfums augmente également via l'augmentation de la fréquence des nectars multifruits (3 parfums ou plus) : de 19% en 2009 à 26% en 2013.

Orange et multifruits sont également les parfums les plus fréquents au sein des Nectars. Les proportions de nectars orange et bifruits ont diminué entre 2009 et 2013 (respectivement de 21% en 2009 à 15% en 2013, et de 9% à 5%), et ce au profit des nectars multifruits (2009 : 19% ; 2013 : 26%), abricot (2009 : 7% ; 2013 : 9%), pomme (2009 : 4% ; 2013 : 6%) et pêche (2009 : 2% ; 2013 : 4%). Le parfum bifruits le plus fréquent en 2009 et en 2013 est orange banane.

Tableau 3 : Fréquence des parfums retrouvés parmi les produits considérés au sein de la famille des Nectars, en 2009 et 2013.

Famille de produits	Parfum	2009		2013	
		Nombre de produits	Pourcentage de produits présentant le parfum considéré au sein de la famille	Nombre de produits	Pourcentage de produits présentant le parfum considéré au sein de la famille
nectars (2009 : n=165 ; 2013 n=356)	ORANGE	35	21%	54	15%
	MULTIFRUITES	31	19%	92	26%
	BIFRUITES	15	9%	18	5%
	ABRICOT	12	7%	32	9%
	POIRE	11	7%	20	6%
	GOYAVE	10	6%	17	5%
	MANGUE	8	5%	18	5%
	BANANE	8	5%	17	5%
	POMME	7	4%	21	6%
	FRUITS EXOTIQUES	6	4%	8	2%
	FRUITS ROUGES	5	3%	6	2%
	PECHE	4	2%	16	4%
	FRAISE	3	2%	7	2%
	ANANAS	2	1%	2	1%
	CITRON	2	1%	1	0,3%
	FRAMBOISE	1	1%	4	1%
	AGRUMES	1	1%	3	1%
	CRANBERRY	1	1%	2	1%
	FRUIT DE LA PASSION	1	1%	2	1%
	FIGUE	1	1%		
	GRENADE	1	1%		
	KIWI			3	1%
	LITCHI			3	1%
	CERISE			2	1%
	MULTIFRUITES DONT LEGUMES			2	1%
	MYRTILLE			2	1%
	PRUNEAU			2	1%
ACEROLA			1	0,3%	
COROSSOL			1	0,3%	

Smoothies (Tableau 4)

Concernant les Smoothies, au contraire des familles précédentes la diversité des monoparfums diminue en 2013. Les produits multifruits augmentent de 24% en 2009 à 45% en 2013 au détriment des produits monoparfums comme la fraise, la mangue, la pêche, la myrtille ou la poire. Plus précisément pour les parfums bifruits, mangue passion et fraise banane restent les bifruits les plus fréquents en 2009 et en 2013.

Globalement, l'offre est essentiellement composée en 2009 et en 2013 de produits bifruits et multifruits.

Tableau 4 : Fréquence des parfums retrouvés parmi les produits considérés au sein de la famille des Smoothies, en 2009 et 2013.

Famille de produits	Parfum	2009		2013	
		Nombre de produits	Pourcentage de produits présentant le parfum considéré au sein de la famille	Nombre de produits	Pourcentage de produits présentant le parfum considéré au sein de la famille
smoothies (2009 : n=37 ; 2013 : n=42)	BIFRUITES	19	51%	20	48%
	MULTIFRUITES	9	24%	19	45%
	FRAISE	2	5%	1	2%
	MANGUE	2	5%		
	PECHE	2	5%		
	MULTIFRUITES DONT LEGUMES	1	3%	1	2%
	MYRTILLE	1	3%		
	POIRE	1	3%		
	FRAMBOISE			1	2%

Jus de légumes (Tableau 5)

Concernant les Jus de légumes, les jus de betterave apparaissent en 2013.

Plus précisément, les jus de tomate ont diminué de 63% en 2009 à 48% en 2013 au profit des jus de carotte (2009 : 21% ; 2013 : 27%), de mélanges de légumes (2009 : 17% ; 2013 : 20%) et de betterave (aucun produit en 2009 contre 5% en 2013).

Cette modification de l'offre de produits peut être en partie due au biais engendré par la récolte en 2013 de produits vendus dans les magasins biologiques.

Tableau 5 : Fréquence des parfums retrouvés parmi les produits considérés au sein de la famille des Jus de légumes, en 2009 et 2013.

Famille de produits	Parfum	2009		2013	
		Nombre de produits	Pourcentage de produits présentant le parfum considéré au sein de la famille	Nombre de produits	Pourcentage de produits présentant le parfum considéré au sein de la famille
jus de legumes (2009 : n=24 ; 2013 : n=88)	TOMATE	15	63%	42	48%
	CAROTTE	5	21%	24	27%
	LEGUMES	4	17%	18	20%
	BETTERAVE			4	5%

Globalement, entre 2009 et 2013, **l'offre de parfums se diversifie avec l'apparition en 2013, dans toutes les familles excepté les smoothies, de monoparfums qui n'étaient pas présents en 2009, comme par exemple grenade, cranberry ou myrtille, ainsi qu'avec l'augmentation de la fréquence des parfums multifruits et bifruits.**

Plus particulièrement, pour les **Jus de fruits**, les parfums les plus fréquents en 2013 restent orange, multifruits, raisin et pomme. Cependant, la proportion de jus d'orange diminue de 34% des produits en 2009 à 23% en 2013 au profit des parfums bifruits (2009 : 3% ; 2013 : 8%), multifruits (2009 : 16% ; 2013 : 19%) et pomme (2009 : 11% ; 2013 : 13%).

Pour les **Jus de fruits à base de jus concentrés**, les parfums les plus fréquents en 2013 restent orange, multifruits, pomme et ananas. A noter cependant une diminution de la proportion d'orange de 38% en 2009 à 30% en 2013 au profit du raisin (2009 : 2% ; 2013 : 7%), de la pomme (2009 : 15% ; 2013 : 17%) et des bifruits (2009 : 2% ; 2013 : 4%).

Orange et multifruits sont également les parfums les plus fréquents au sein des **Nectars** en 2009 et en 2013. Les proportions de nectars orange et bifruits ont cependant diminué entre 2009 et 2013 (respectivement de 21% en 2009 à 15% en 2013, et de 9% à 5%), et ce au profit des nectars multifruits (2009 : 19% ; 2013 : 26%), abricot (2009 : 7% ; 2013 : 9%), pomme (2009 : 4% ; 2013 : 6%) et pêche (2009 : 2% ; 2013 : 4%).

Pour ces 3 précédentes familles, la proportion de produits parfum orange diminue globalement au profit de parfums naturellement plus sucrés comme la pomme ou le raisin.

Concernant les **Smoothies**, en 2013 l'offre est essentiellement composée de parfums bifruits (48%) et multifruits (45%). Les monoparfums présents en 2009 ne sont plus présents en 2013.

Enfin, concernant les **Jus de légumes**, les jus de tomate ont diminué de 63% en 2009 à 48% en 2013 au profit des jus de carotte (2009 : 21% ; 2013 : 27%), de mélanges de légumes (2009 : 17% ; 2013 : 20%) et de betterave (aucun produit en 2009 contre 5% en 2013), naturellement plus sucrés. Cette modification de l'offre pour les Jus de légumes peut être en partie due au biais engendré par la récolte en 2013 de produits vendus dans les magasins biologiques.

3. EVOLUTION DE L'ETIQUETAGE

3.1 Suivi des paramètres de l'étiquetage

Parmi les informations présentes sur les étiquettes des produits, les fréquences de présence de 7 paramètres nutritionnels ont été suivies (Figure 10) (la définition de ces différents paramètres est reprise dans le lexique en Annexe 1, les traitements statistiques réalisés sur ces paramètres sont également décrits dans le rapport méthodologique 2009¹⁸). Il s'agit des :

- étiquetages nutritionnels ;
- allégations nutritionnelles ;
- allégations de santé ;
- repères nutritionnels ;
- adjonctions de vitamines et minéraux ;
- portions indiquées ;
- valeurs nutritionnelles à la portion.

L'évolution de la fréquence de présence de ces indicateurs a été étudiée, d'une part pour le secteur entier, d'autre part par famille de produits et enfin par segment de marché. Dans ce rapport, les résultats 2013 des distributeurs spécialisés bio sont inclus aux graphiques. Cependant aucun commentaire d'évolution ne pourra être fait pour ce segment, les produits appartenant à celui-ci n'ayant pas été récoltés en 2009.

Des tests statistiques (chi-2) ont été effectués pour mettre en évidence des évolutions significatives de la proportion de produits présentant ou non tel paramètre entre les 2 années. Ce test tient compte à la fois de la proportion et des effectifs : plus les effectifs sont élevés, plus les écarts de proportion mis en évidence sont faibles. Lorsque cette différence est significative, elle est signifiée par une flèche entre les 2 années.

La Figure 10 reprend les fréquences de chacun des paramètres étudiés en 2009 et 2013 sur le secteur entier.

¹⁸ Rapport méthodologique 2009, disponible sur le site <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>.

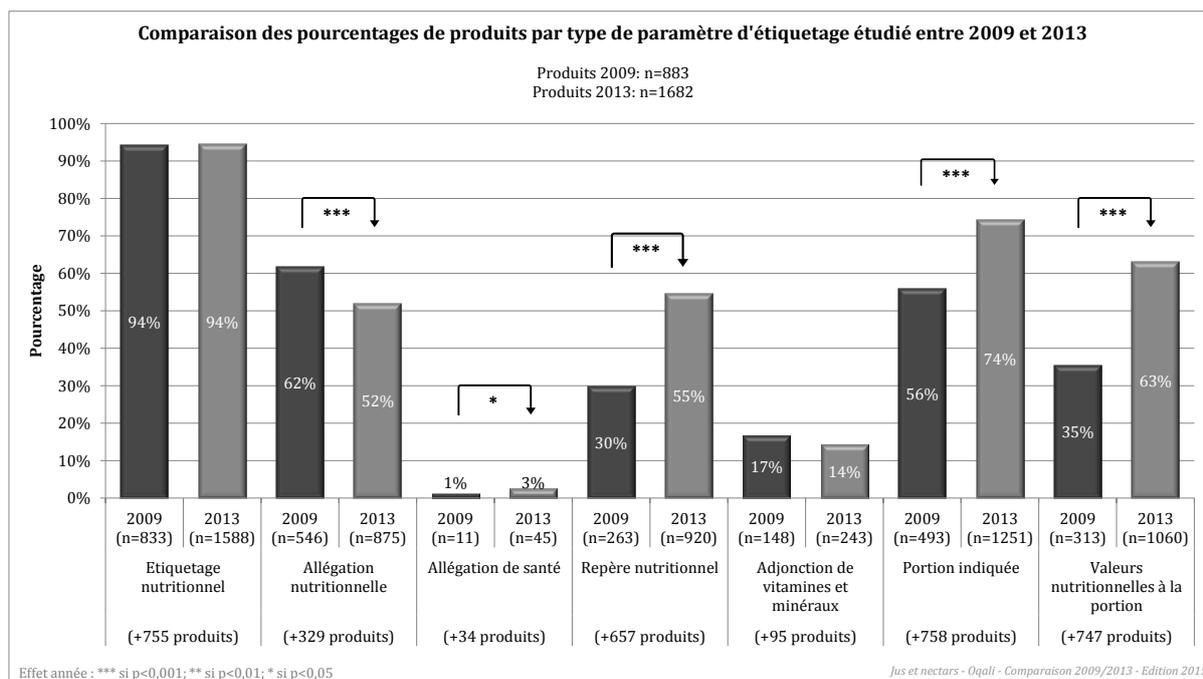


Figure 10 : Comparaison des principaux paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.

La fréquence de produits présentant un étiquetage nutritionnel reste identique entre 2009 et 2013, avec 94% des produits étudiés (respectivement n=833 et n=1588).

Les fréquences de produits avec allégation(s) de santé (2009 : n=11, 1% ; 2013 : n=45, 3%), repère(s) nutritionnel(s) (2009 : n=263, 30% ; 2013 : n=920, 55%), présence de portion indiquée (2009 : n=493, 56% ; 2013 : n=1251, 74%) et de valeurs nutritionnelles à la portion (2009 : n=313, 35% ; 2013 : n=1060, 63%) ont augmenté significativement entre 2009 et 2013.

La fréquence de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) diminue significativement entre 2009 et 2013 : de 62% des produits étudiés en 2009 (n=546) à 52% de ceux considérés en 2013 (n=875). Cette diminution pourrait s'expliquer en partie par la modification de la réglementation des jus de fruits sur les sucres ajoutés¹⁹ : l'interdiction des sucres ajoutés a pu entraîner la suppression des allégations portant sur l'absence de sucres ajoutés. Elle pourrait également être en partie due à la modification de la réglementation sur les Apports Journaliers Recommandés²⁰ (notamment sur la vitamine C), impliquant une augmentation de la valeur minimum en nutriments pour alléguer sur le caractère « riche en » ou « source de » des produits.

Aucune différence significative n'est observée pour la présence d'adjonctions de vitamines et minéraux, qui reste relativement stable entre les 2 années (2009 : n=148, 17% ; 2013 : n=243, 14%).

¹⁹ Décret n°2013-1049 du 21 novembre 2013 modifiant le décret n°2003-838 du 1er septembre 2003 pris pour l'application de l'article L. 214-1 du code de la consommation en ce qui concerne les jus de fruits et certains produits similaires destinés à l'alimentation humaine.

²⁰ 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.

3.2 Groupes d'étiquetage nutritionnel

La proportion de produits avec un étiquetage nutritionnel est restée identique entre 2009 et 2013, avec 94% des produits étudiés (respectivement n=833 et n=1588).

A noter que l'étiquetage des produits selon le règlement 1169/2011²¹ dit « INCO » applicable à partir du 13 décembre 2014 a été anticipé. Certains produits récoltés en 2013 présentaient un étiquetage INCO/INCO+ (Annexe 1 : Lexique). Ceux-ci ont été regroupés avec les produits de groupe 1+ car ils ne présentaient pas l'ensemble des nutriments du groupe 2. Ils représentent 84% des produits de groupe 1+ (n=180 sur 215), soit 11% des produits du secteur en 2013 (n=180 sur 1682).

Au niveau du secteur, la proportion de produits avec un étiquetage nutritionnel de groupe 0 (sans étiquetage nutritionnel) est restée stable : 6% en 2009 (n=50) et en 2013 (n=94). Ceux-ci sont présents dans toutes les familles excepté les Smoothies (Figure 11). La proportion de produits avec un étiquetage nutritionnel de groupe 1/1+ est également restée globalement stable (de 20 à 19%). En revanche, celle des produits avec un étiquetage nutritionnel de groupe 2/2+ a légèrement augmenté (de 73 à 75%). Plus spécifiquement la proportion de produits étiquetés en groupe 2+ augmente de 44% en 2009 (n=387) à 56% en 2013 (n=935) notamment via l'augmentation de cet étiquetage pour les Jus de fruits à base de jus concentrés et les Nectars.

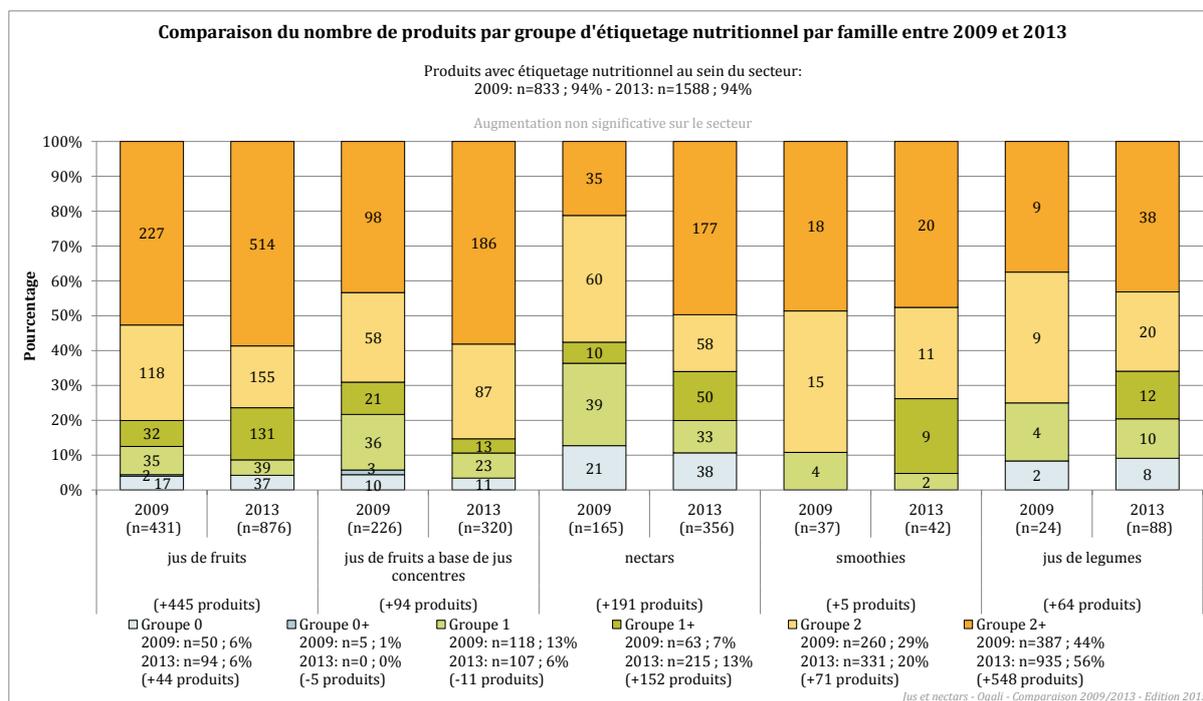


Figure 11 : Comparaison du nombre de produits par groupe d'étiquetage et par famille pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.

²¹ Règlement (UE) n°1169/2011 du Parlement Européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n°1924/2006 et (CE) n°1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/CEE de la Commission, la directive 90/496/CEE du Conseil, la directive 1999/10/CE de la Commission, la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/CE et 2008/5/CE de la Commission et le règlement (CE) n°608/2004 de la Commission. Journal officiel de l'Union Européenne L304 du 22 novembre 2011.

Au niveau des segments de marché, le nombre de produits par groupe d'étiquetage en 2009 et en 2013 est présenté Figure 12. La présence d'un étiquetage nutritionnel détaillé (groupe 2/2+) augmente entre 2009 et 2013 pour les marques de distributeurs (2009 : n=371, 80% ; 2013 : n=668, 86%), les marques de distributeurs entrée de gamme (2009 : n=27, 33% ; 2013 : n=70, 67%) et le hard discount (2009 : n=94, 69% ; 2013 : n=215, 87%). L'augmentation de la proportion de produits sans étiquetage nutritionnel pour les marques nationales (2009 : n=14, 7% ; 2013 : n=63, 12%) peut être en partie due au biais d'échantillonnage lié à la sous-estimation des produits de marques nationales en 2009. En effet, la majorité des produits de marques nationales de groupe 0 correspond à des produits « Ajoutés », c'est-à-dire non présents sur le marché en 2009 ou non captés par l'Oqali en 2009.

A noter que 96% des produits des distributeurs spécialisés bio présentent un étiquetage nutritionnel en 2013 (n=27).

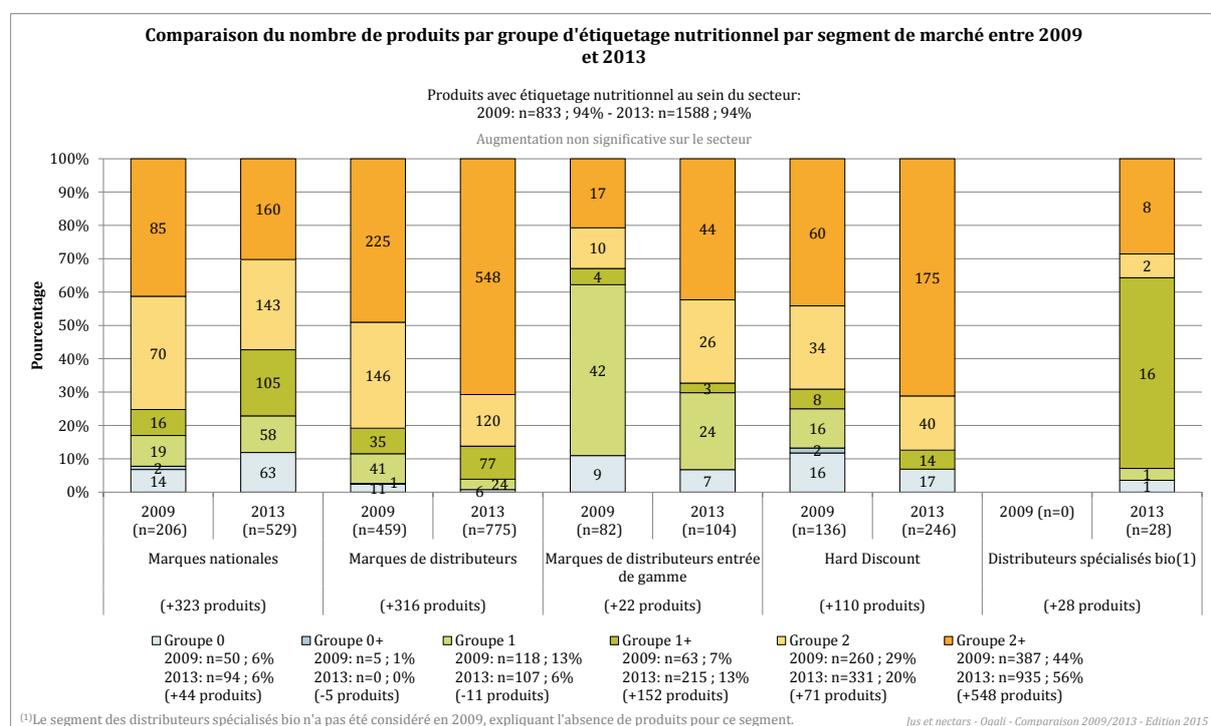


Figure 12 : Comparaison du nombre de produits par groupe d'étiquetage et par segment de marché pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.

La proportion de produits avec un **étiquetage nutritionnel** est restée identique entre 2009 et 2013, avec 94% des produits étudiés (respectivement n=833 et n=1588).

La proportion de produits avec un étiquetage nutritionnel détaillé (de groupe 2/2+), déjà majoritaire en 2009, augmente légèrement entre 2009 et 2013 de 73% (n=647) à 75% (n=1266).

3.3 Allégations nutritionnelles et de santé

3.3.1 Allégations nutritionnelles

La proportion de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) a significativement diminué entre 2009 (n=546 ; 62%) et 2013 (n=875 ; 52%) (p<0,0001). Cette diminution pourrait s'expliquer en partie par la modification de la réglementation des jus de fruits sur les sucres ajoutés²² : l'interdiction des sucres ajoutés a pu entraîner la suppression des allégations portant sur l'absence de sucres ajoutés.

L'étude par famille de produits (Figure 13) a mis en évidence une diminution significative de la fréquence de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) entre 2009 et 2013 pour la famille des Jus de fruits (2009 : n=333, 77% ; 2013 : n=552, 63%), qui présentait le plus d'allégations nutritionnelles en 2009. Les 2 familles suivantes présentant le plus d'allégations nutritionnelles en 2009 ont également vu leur proportion diminuer : les Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : n=151, 67% ; 2013 : n=189, 59%) et les Smoothies (2009 : n=20, 54% ; 2013 : n=21, 50%). A l'inverse, les Nectars et les Jus de légumes présentent une augmentation de la fréquence de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s), respectivement de 22% en 2009 (n=37) à 26% en 2013 (n=92) et de 21% (n=5) à 24% (n=21).

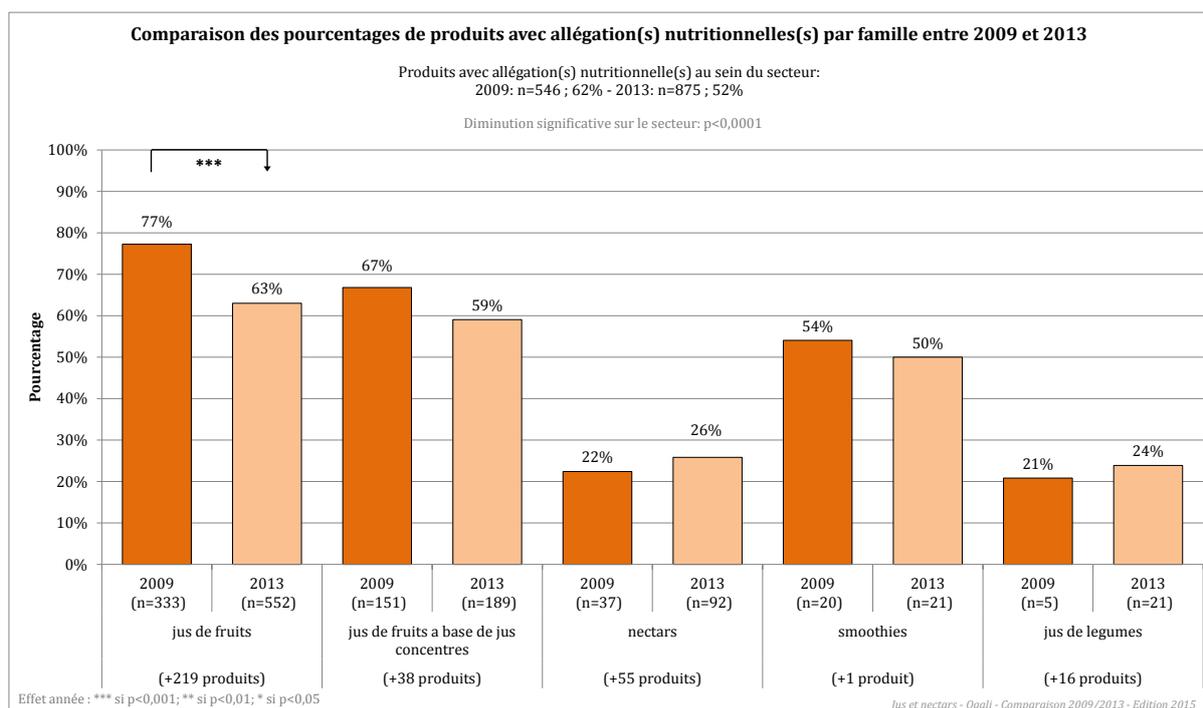


Figure 13 : Comparaison de la répartition des produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) par famille pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.

²² Décret n°2013-1049 du 21 novembre 2013 modifiant le décret n°2003-838 du 1er septembre 2003 pris pour l'application de l'article L. 214-1 du code de la consommation en ce qui concerne les jus de fruits et certains produits similaires destinés à l'alimentation humaine.

Au niveau des segments de marché (Figure 14), les 2 segments qui présentaient les plus fortes fréquences de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) en 2009 voient leur proportion diminuer significativement en 2013 : il s'agit des marques nationales (2009 : n=154, 75% ; 2013 : n=304, 57%) et des marques de distributeurs (2009 : n=302, 66% ; 2013 : n=419, 54%). Les fréquences diminuent également, dans une moindre mesure, pour les produits de marques de distributeurs entrée de gamme (2009 : n=18, 22% ; 2013 : n=21, 20%) et issus du hard discount (2009 : n=72, 53% ; 2013 : n=122, 50%).

A noter que les distributeurs spécialisés bio présentent 32% de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) en 2013 (n=9).

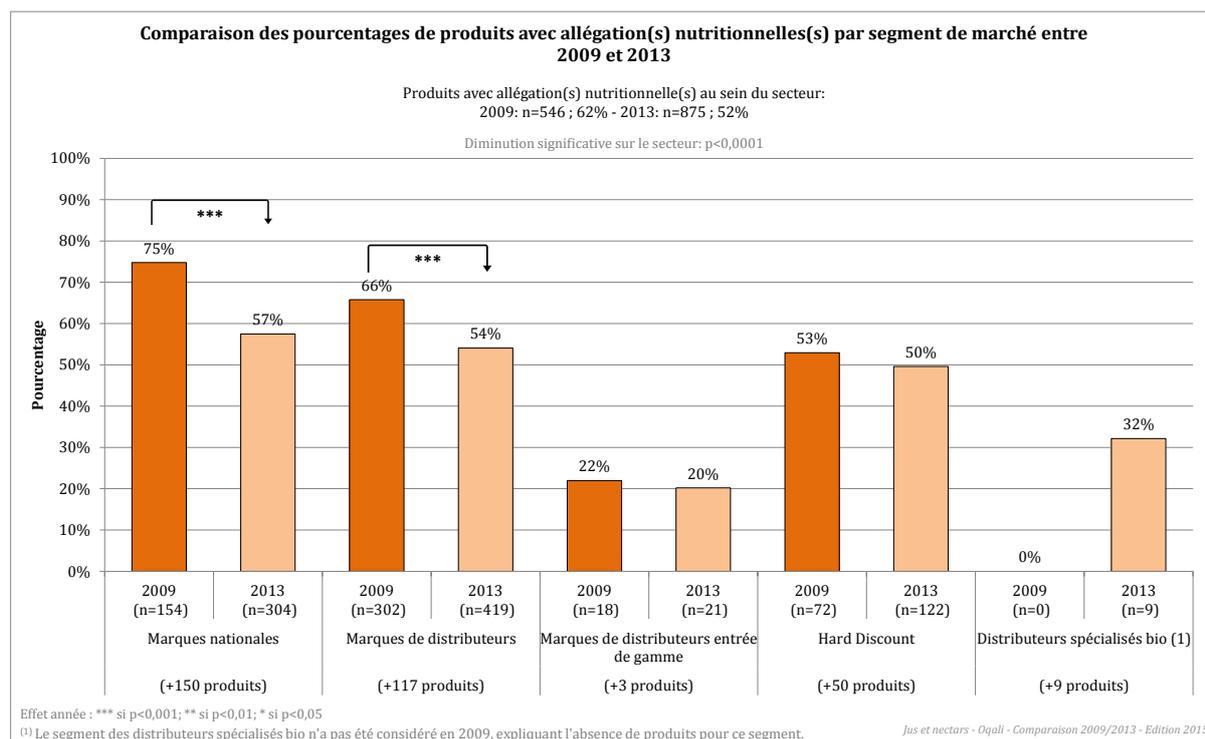


Figure 14 : Comparaison de la répartition des produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) par segment de marché pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.

Comme le montre le Tableau 6, les allégations nutritionnelles les plus citées en 2009 et 2013 concernent les sucres ajoutés (83% des produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2009, et 72% en 2013) ainsi que les vitamines et minéraux (54% en 2009 et 49% en 2013). Une diminution de la fréquence des allégations nutritionnelles est à noter pour ces 2 catégories de nutriments. Concernant les sucres ajoutés, cela confirme l'hypothèse émise que la diminution de la fréquence de produits avec allégation(s) nutritionnelle(s) est en partie due à la suppression d'allégations portant sur le caractère « sans sucres ajoutés » suite à la modification de la réglementation des jus de fruits²³ (interdiction des sucres ajoutés). Concernant les vitamines et minéraux, la diminution observée peut être en partie due à la modification des Apports Journaliers Recommandés notamment sur la vitamine C (suite à la

²³ Décret n°2013-1049 du 21 novembre 2013 modifiant le décret n°2003-838 du 1er septembre 2003 pris pour l'application de l'article L. 214-1 du code de la consommation en ce qui concerne les jus de fruits et certains produits similaires destinés à l'alimentation humaine.

modification de la directive 90/496/CEE²⁴ par la directive 2008/100/CE²⁵) et donc des valeurs minimums en nutriments pour alléguer « riche en » ou « source de ».

Tableau 6 : Fréquence des nutriments concernés par les allégations nutritionnelles retrouvées parmi les produits considérés au sein du secteur des jus et nectars, en 2009 et 2013.

Nutriments concernés	Nombre de produits en 2009	% par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2009 (n=546)	Nombre de produits en 2013	% par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2013 (n=875)
Sucres ajoutés	455	83%	633	72%
Vitamines et minéraux	294	54%	428	49%
Fibres	8	1%	7	1%
Valeur énergétique	3	1%	1	0,1%
Autres	3	1%	3	0,3%
Sucres	2	0,4%	2	0,2%
Sodium	0	0%	9	1%

Les types d'allégations nutritionnelles retrouvées parmi les produits étudiés sont détaillés en Annexe 2.

²⁴ Directive 90/496/CEE du Conseil, du 24 septembre 1990, relative à l'étiquetage nutritionnel des denrées alimentaires.

²⁵ 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.

3.3.2 Allégations de santé

La fréquence de produits avec allégation(s) de santé a significativement augmenté entre 2009 (n=11 ; 1%) et 2013 (n=45 ; 3%) (p=0,0186), cependant celle-ci reste faible.

Par famille de produits (Figure 15), la fréquence de produits avec allégation(s) de santé augmente significativement pour la famille des Jus de fruits (2009 : n=5, 1% ; 2013 : n=37, 4%). Malgré une augmentation de l'effectif de produits avec allégation(s) de santé pour la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés entre 2009 (n=4) et 2013 (n=7), la fréquence reste identique (2%) en raison de l'augmentation globale des effectifs. Aucun produit de la famille des Nectars ne présente d'allégation de santé en 2013 contre 2 produits en 2009. A l'inverse, 1 produit de la famille des Jus de légumes présente une allégation de santé en 2013, aucun en 2009. Aucun produit de la famille des Smoothies ne présente d'allégation de santé, ni en 2009 ni en 2013. Très peu voire aucun produit des familles des Nectars, Smoothies et des Jus de légumes ne présente d'allégation de santé en 2009 et en 2013.

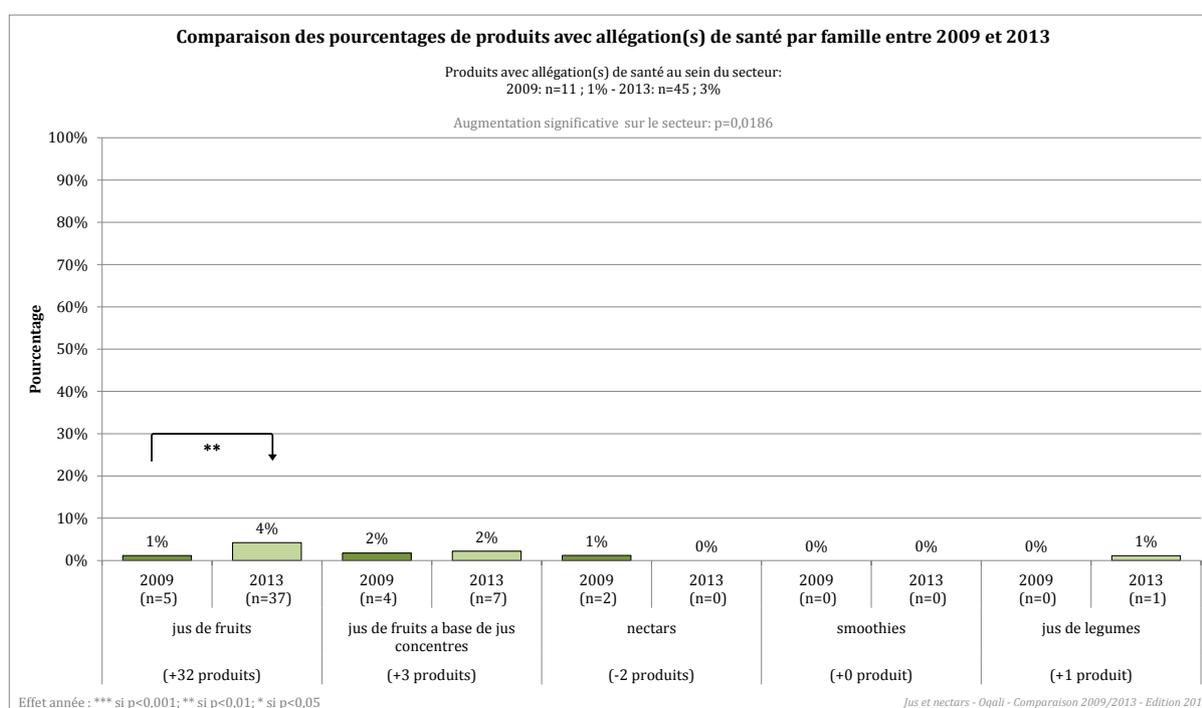


Figure 15 : Comparaison de la répartition des produits avec allégation(s) de santé par famille pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.

L'étude par segment de marché (Figure 16) a quant à elle mis en évidence que la fréquence de produits avec allégation(s) de santé a significativement augmenté entre 2009 et 2013 pour les marques de distributeurs (2009 : n=3, 1% ; 2013 : n=19, 2%). Celle-ci reste cependant très faible. Le pourcentage de produits concernés est resté identique pour les marques nationales (2009 : n=8, 4% ; 2013 : n=23, 4%). Les produits de marques de distributeurs entrée de gamme et issus du hard discount ne présentent aucune allégation de santé ni en 2009 ni en 2013.

A noter que, en 2013, 3 produits de distributeurs spécialisés bio présentent une allégation de santé (11%).

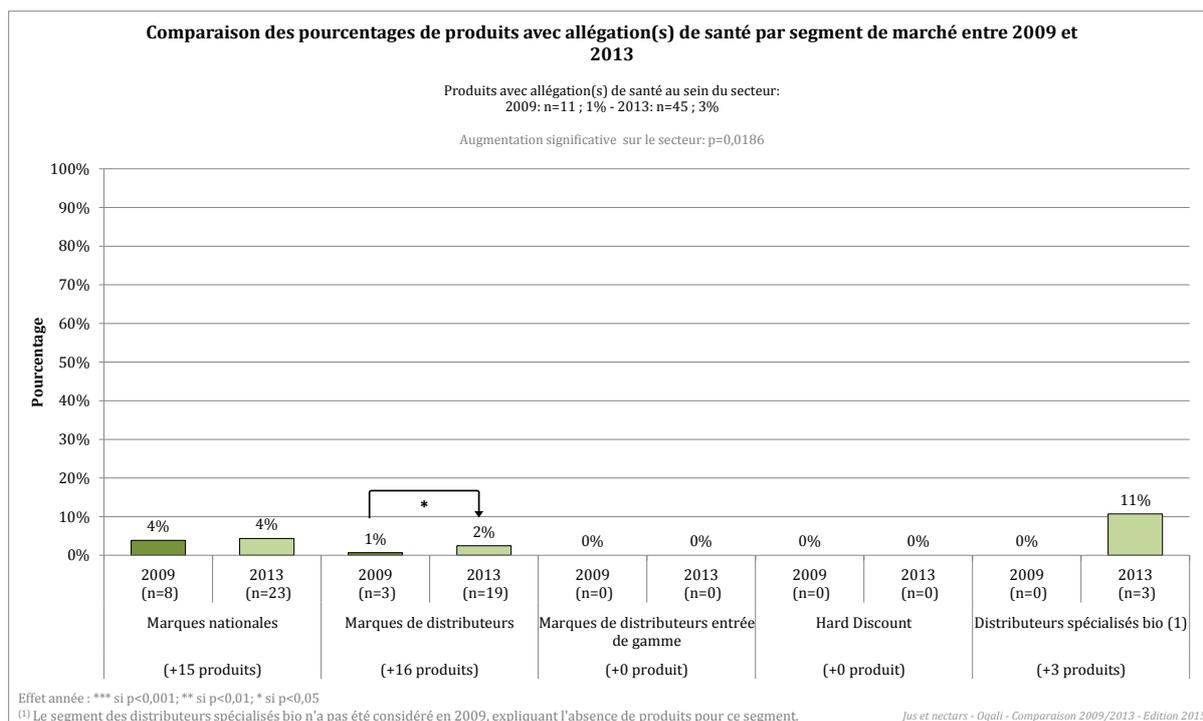


Figure 16 : Comparaison de la répartition des produits avec allégation(s) de santé par segment de marché pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.

Le Tableau 7 présente la fréquence des différents types d'allégations de santé retrouvées parmi les produits considérés. Les allégations de santé retrouvées sur les produits étudiés concernent principalement les antioxydants et les vitamines et minéraux.

Plus particulièrement, les allégations portant sur les vitamines ou minéraux et la fatigue ont augmenté en 2013 (2009 : n=1, 9% ; 2013 : n=15, 33%). Des allégations portant sur les vitamines ou minéraux et le métabolisme ou le stress oxydatif sont également apparues en 2013 (avec respectivement n=15 soit 33% des produits présentant au moins une allégation de santé en 2013 et n=12 soit 27%).

Tableau 7 : Fréquence des différents types d'allégations de santé retrouvées parmi les produits considérés au sein du secteur des jus et nectars, en 2009 et 2013.

Type d'allégation de santé	Nombre de produits en 2009	% par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation de santé en 2009 (n=11)	Nombre de produits en 2013	% par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation de santé en 2013 (n=45)
AUTRE SUBSTANCE ET STRESS OXYDATIF	4	36%	20	44%
VITAMINES OU MINÉRAUX ET ABSORPTION DU FER	3	27%	7	16%
VITAMINE E ET STRESS OXYDATIF	2	18%	0	0%
AUTRE SUBSTANCE ET SYSTÈME IMMUNITAIRE	1	9%	0	0%
VITAMINES OU MINÉRAUX ET DIVISION CELLULAIRE ET/OU DIFFÉRENTIATION	1	9%	0	0%
VITAMINES OU MINÉRAUX ET FATIGUE	1	9%	15	33%
VITAMINES OU MINÉRAUX ET MUSCLE	1	9%	0	0%
VITAMINES OU MINÉRAUX ET PEAU	1	9%	1	2%
VITAMINES OU MINÉRAUX ET SYSTÈME IMMUNITAIRE	1	9%	3	7%
VITAMINES OU MINÉRAUX ET VISION	1	9%	1	2%
AUTRE SUBSTANCE ET SYSTÈME URINAIRE	0	0%	1	2%
VITAMINES OU MINÉRAUX ET MÉTABOLISME	0	0%	15	33%
VITAMINES OU MINÉRAUX ET STRESS OXYDATIF	0	0%	12	27%
VITAMINES OU MINÉRAUX ET SYSTÈME NERVEUX	0	0%	1	2%

Le nombre de produits avec **allégation(s) nutritionnelle(s)** a significativement diminué entre 2009 (n=546 ; 62%) et 2013 (n=875 ; 52%) ($p < 0,0001$). L'étude par famille montre que cette diminution est observée pour les 3 familles qui présentaient le plus d'allégation(s) nutritionnelle(s) en 2009 : les Jus de fruits (2009 : n=333, 77% ; 2013 : n=552, 63%), les Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : n=151, 67% ; 2013 : n=189, 59%) et les Smoothies (2009 : n=20, 54% ; 2013 : n=21, 50%). Au niveau des segments de marché, la diminution globale est notamment portée par les marques nationales (2009 : n=154, 75% ; 2013 : n=304, 57%) et les marques de distributeurs (2009 : n=302, 66% ; 2013 : n=419, 54%). Plus particulièrement, une diminution de la fréquence de produits présentant des allégations sur les sucres ajoutés (83% des produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2009, et 72% en 2013) ainsi que les vitamines et minéraux est observée (54% en 2009 et 49% en 2013). La diminution globale peut s'expliquer en partie par la modification de la réglementation des jus de fruits sur les sucres ajoutés (interdiction des sucres ajoutés qui a entraîné la suppression d'allégations portant sur le caractère « sans sucres ajoutés » des produits). Elle peut également être en partie due à la modification de la réglementation sur les Apports Journaliers Recommandés (notamment sur la vitamine C - directive 2008/100/CE modifie la directive 90/496/CE), impliquant une augmentation de la valeur minimum en nutriments pour alléguer sur le caractère « riche en » ou « source de » des produits.

La fréquence de produits avec **allégation(s) de santé** a significativement augmenté entre 2009 (n=11 ; 1%) et 2013 (n=45 ; 3%) ($p = 0,0186$), cependant elle reste faible. Les allégations de santé retrouvées sur les produits étudiés concernent principalement les antioxydants et les vitamines et minéraux. L'augmentation observée à l'échelle du secteur est principalement portée par la famille des Jus de fruits (2009 : n=5, 1% ; 2013 : n=37, 4%) et par le segment des marques de distributeurs (2009 : n=3, 1% ; 2013 : n=19, 2%).

3.4 Repères nutritionnels

La fréquence de produits avec repère(s) nutritionnel(s) a significativement augmenté entre 2009 (n=263 ; 30%) et 2013 (n=920 ; 55%) (p<0,0001).

L'étude par famille de produits (Figure 17) a mis en évidence une augmentation de la fréquence de produits avec repère(s) nutritionnel(s) dans toutes les familles à l'exception des Jus de légumes. Celle-ci est significative pour les Jus de fruits (2009 : n=139, 32% ; 2013 : n=526, 60%), les Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : n=50, 22% ; 2013 : n=152, 48%) et les Nectars (2009 : n=53, 32% ; 2013 : n=188, 53%). Ces 3 familles présentent ainsi, en 2013, les proportions les plus importantes de produits avec repère(s) nutritionnel(s).

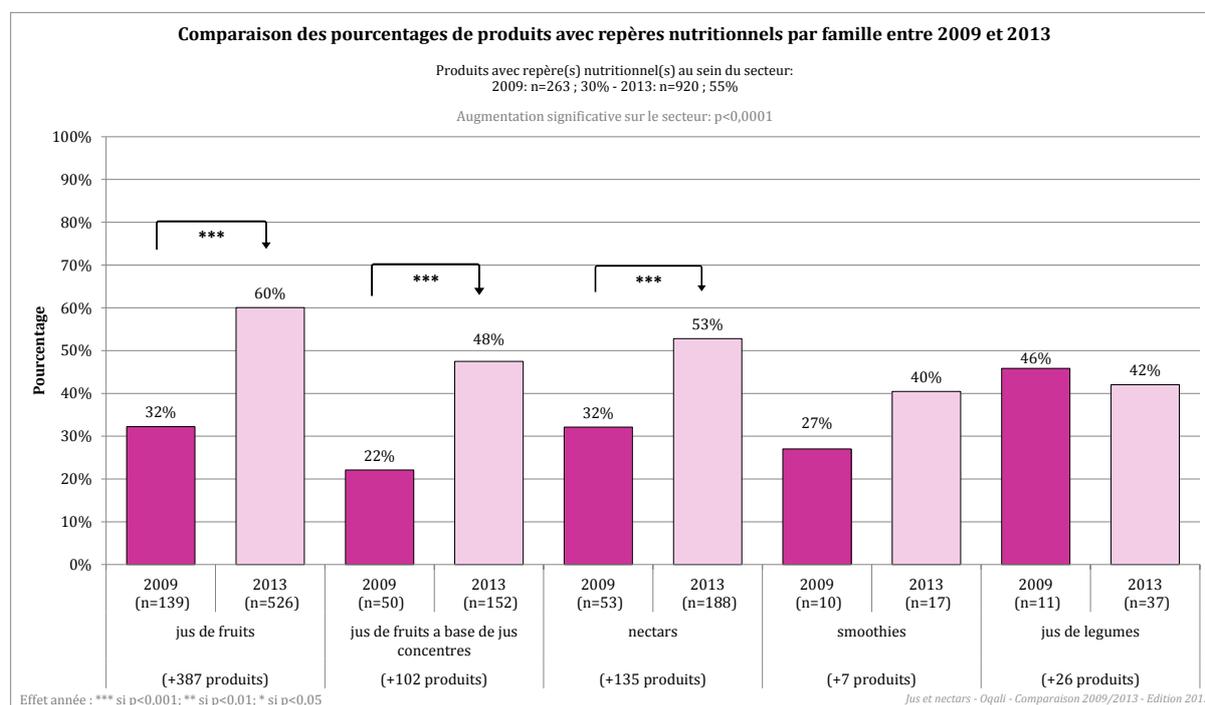


Figure 17 : Comparaison de la répartition des produits avec repère(s) nutritionnel(s) par famille pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.

Au niveau des segments de marché (Figure 18), une augmentation significative de la fréquence de produits avec repère(s) nutritionnel(s) est observée pour les marques de distributeurs (2009 : n=175, 38% ; 2013 : n=564, 73%), les marques de distributeurs entrée de gamme (2009 : n=16, 20% ; 2013 : n=45, 43%) et le hard discount (2009 : n=20, 15% ; 2013 : n=171, 70%). Ces 3 segments présentent ainsi, en 2013, les proportions les plus importantes de produits avec repère(s) nutritionnel(s). Malgré une augmentation de l'effectif de produits avec repère(s) nutritionnel(s) pour les marques nationales entre 2009 (n=52) et 2013 (n=133), la fréquence reste identique (25%) en raison de l'augmentation globale des effectifs.

A noter que 25% des produits des distributeurs spécialisés bio (n=7) présentent des repères nutritionnels en 2013.

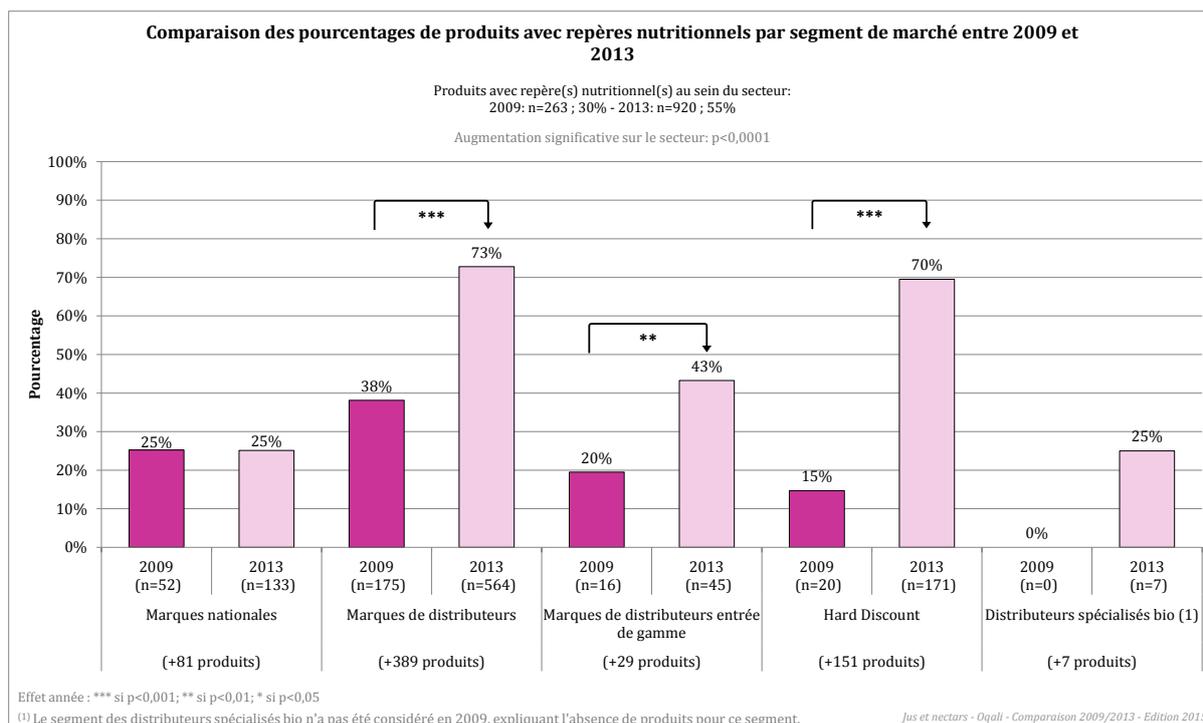


Figure 18 : Comparaison de la répartition des produits avec repère(s) nutritionnel(s) par segment de marché pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.

La fréquence de produits avec **repère(s) nutritionnel(s)** a significativement augmenté entre 2009 (n=263 ; 30%) et 2013 (n=920 ; 55%) (p<0,0001).

Au niveau des familles, cette augmentation est significative pour les Jus de fruits (2009 : n=139, 32% ; 2013 : n=526, 60%), les Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : n=50, 22% ; 2013 : n=152, 48%) et les Nectars (2009 : n=53, 32% ; 2013 : n=188, 53%) qui présentent ainsi en 2013 les plus fortes proportions de produits avec repère(s) nutritionnel(s).

Par segment de marché, cette augmentation est significative pour les marques de distributeurs (2009 : n=175, 38% ; 2013 : n=564, 73%), les marques de distributeurs entrée de gamme (2009 : n=16, 20% ; 2013 : n=45, 43%) et le hard discount (2009 : n=20, 15% ; 2013 : n=171, 70%).

3.5 Adjonctions de vitamines et/ou minéraux

La proportion de produits avec adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux a tendance à diminuer entre 2009 (n=148 ; 17%) et 2013 (n=243 ; 14%).

Par famille de produits (Figure 19), les fréquences de produits avec adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux sont globalement similaires entre 2009 et 2013. La fréquence diminue pour les Jus de fruits (2009 : n=51, 12% ; 2013 : n=78, 9%), les Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : n=63, 28% ; 2013 : n=87, 27%) et les Smoothies (2009 : n=1, 3% ; 2013 : n=0, 0%). En revanche, elle a légèrement augmenté pour les Nectars : de 20% en 2009 (n=33) à 22% en 2013 (n=78). Les Jus de légumes ne présentent aucun produit avec adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux ni en 2009 ni en 2013.

En 2009 comme en 2013, ce sont les Jus de fruits à base de jus concentrés et les Nectars qui présentent les proportions de produits avec adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux les plus importantes.

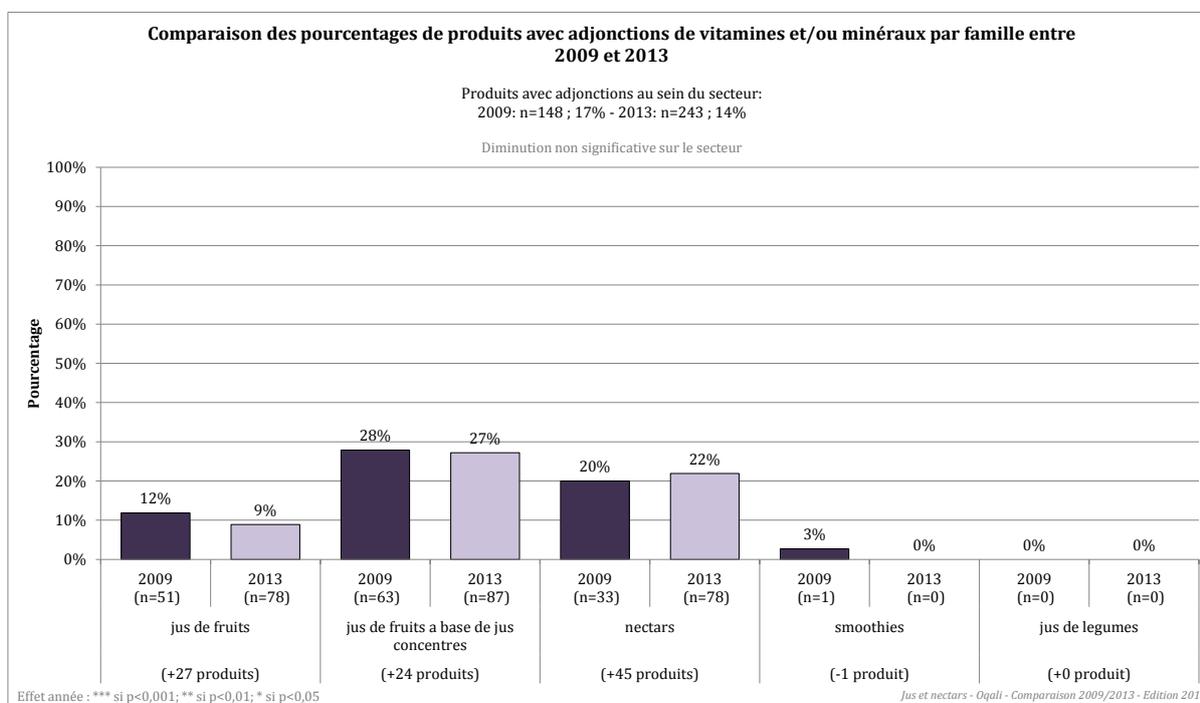


Figure 19 : Comparaison de la répartition des produits avec adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux par famille pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.

L'étude par segment de marché (Figure 20) montre une diminution significative de la fréquence de produits avec adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux pour les marques nationales : de 25% en 2009 (n=51) à 15% en 2013 (n=80). La fréquence diminue également légèrement pour les marques de distributeurs (2009 : n=68, 15% ; 2013 : n=100, 13%), elle augmente pour les marques de distributeurs entrée de gamme (2009 : n=8, 10% ; 2013 : n=14, 13%) et le hard discount (2009 : n=21, 15% ; 2013 : n=49, 20%).

A noter qu'aucun produit de distributeurs spécialisés bio ne présente d'adjonction de vitamines et/ou minéraux en 2013.

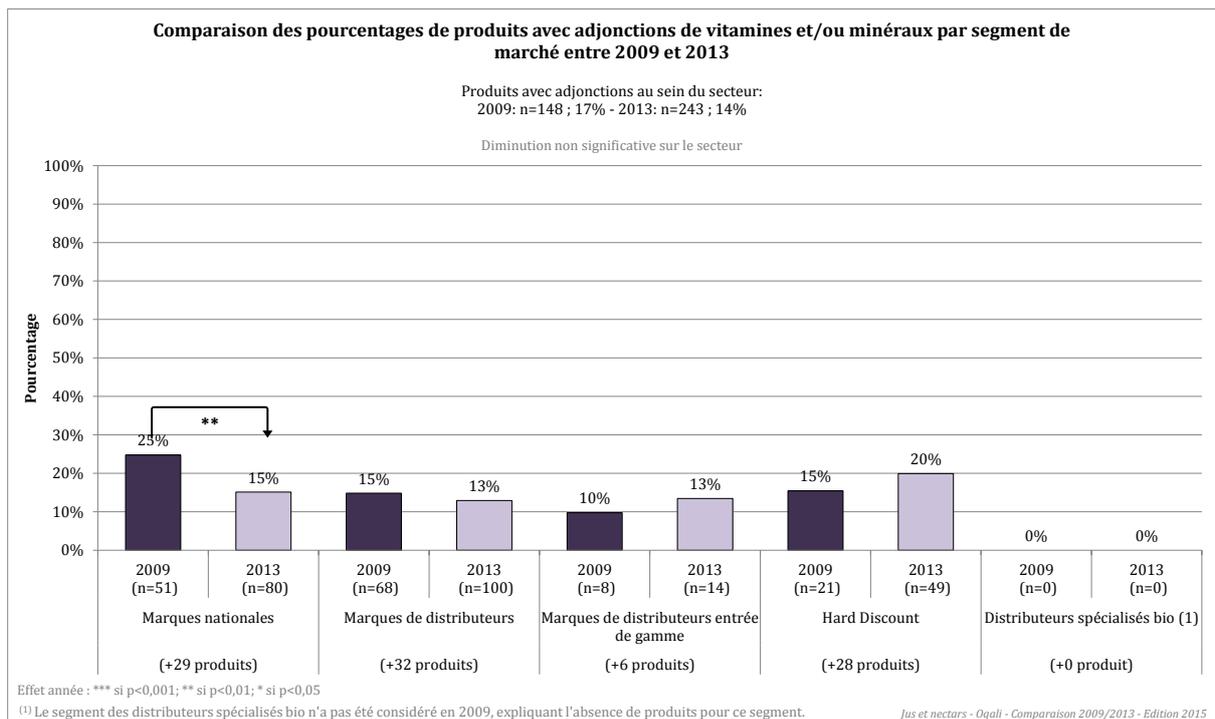


Figure 20 : Comparaison de la répartition des produits avec adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux par segment de marché pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.

La proportion de produits avec **adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux** a tendance à diminuer entre 2009 (n=148 ; 17%) et 2013 (n=243 ; 14%).

Les fréquences de produits avec adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux par famille sont globalement similaires entre 2009 et 2013.

L'étude par segment de marché a montré une diminution significative de la fréquence de produits avec adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux pour les marques nationales : de 25% en 2009 (n=51) à 15% en 2013 (n=80).

3.6 Portions indiquées et valeurs nutritionnelles à la portion

3.6.1 Portions indiquées

La proportion de produits avec une portion indiquée a significativement augmenté entre 2009 (n=493 ; 56%) et 2013 (n=1251 ; 74%) (p<0,0001).

Par famille de produits (Figure 21), cette augmentation est observée pour l'ensemble des familles excepté les Jus de légumes. Plus particulièrement, elle est significative pour les Jus de fruits (2009 : n=262, 61% ; 2013 : n=676, 77%), les Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : n=92, 41% ; 2013 : n=236, 74%) et les Nectars (2009 : n=91, 55% ; 2013 : n=248, 70%). Ainsi en 2013, ces 3 familles présentent des fréquences de produits avec portions indiquées similaires à celles des Smoothies et des Jus de légumes, qui étaient plus élevées en 2009.

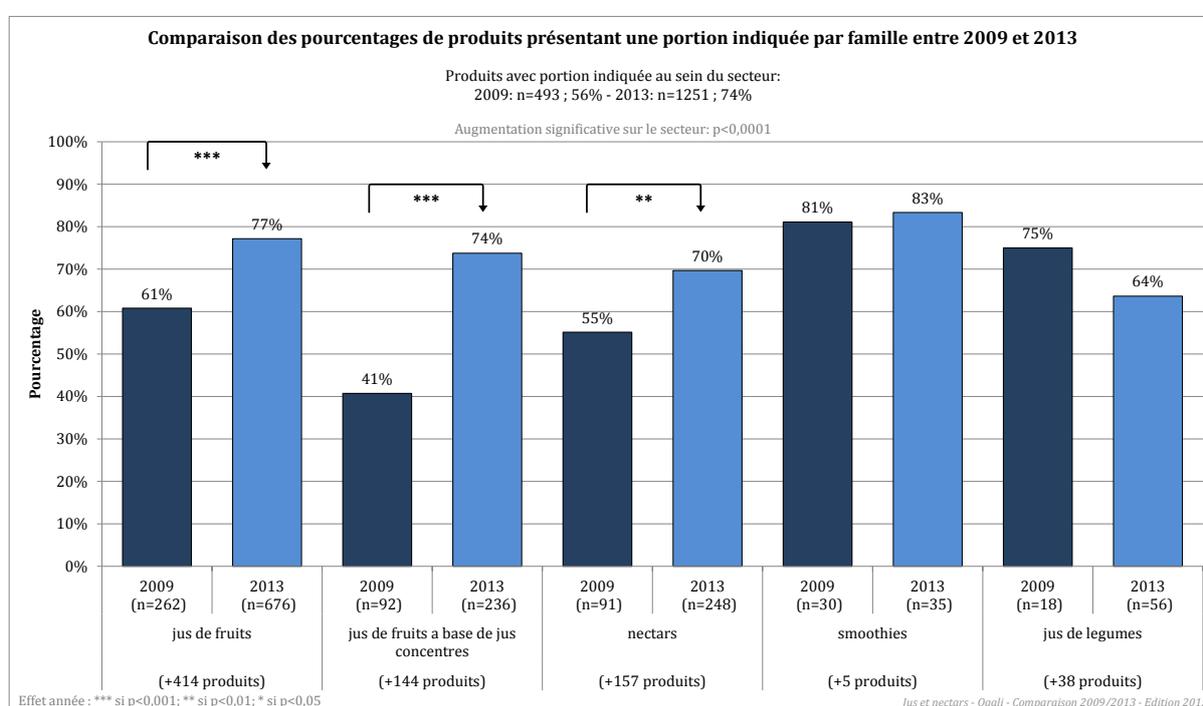


Figure 21 : Comparaison de la répartition des produits présentant une portion indiquée par famille pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.

Au niveau des segments de marché (Figure 22), une augmentation significative de la fréquence de produits avec portion indiquée est observée pour les marques de distributeurs (2009 : n=342, 75% ; 2013 : n=726, 94%), les marques de distributeurs entrée de gamme (2009 : n=34, 41% ; 2013 : n=74, 71%) et le hard discount (2009 : n=31, 23% ; 2013 : n=204, 83%). Ces 3 segments présentent ainsi, en 2013, les proportions les plus importantes de produits avec portion indiquée. La fréquence de produits avec portion indiquée augmente également légèrement pour les marques nationales : de 42% (n=86) à 45% (n=237).

A noter que 36% des produits des distributeurs spécialisés bio (n=10) présentent une portion indiquée en 2013.

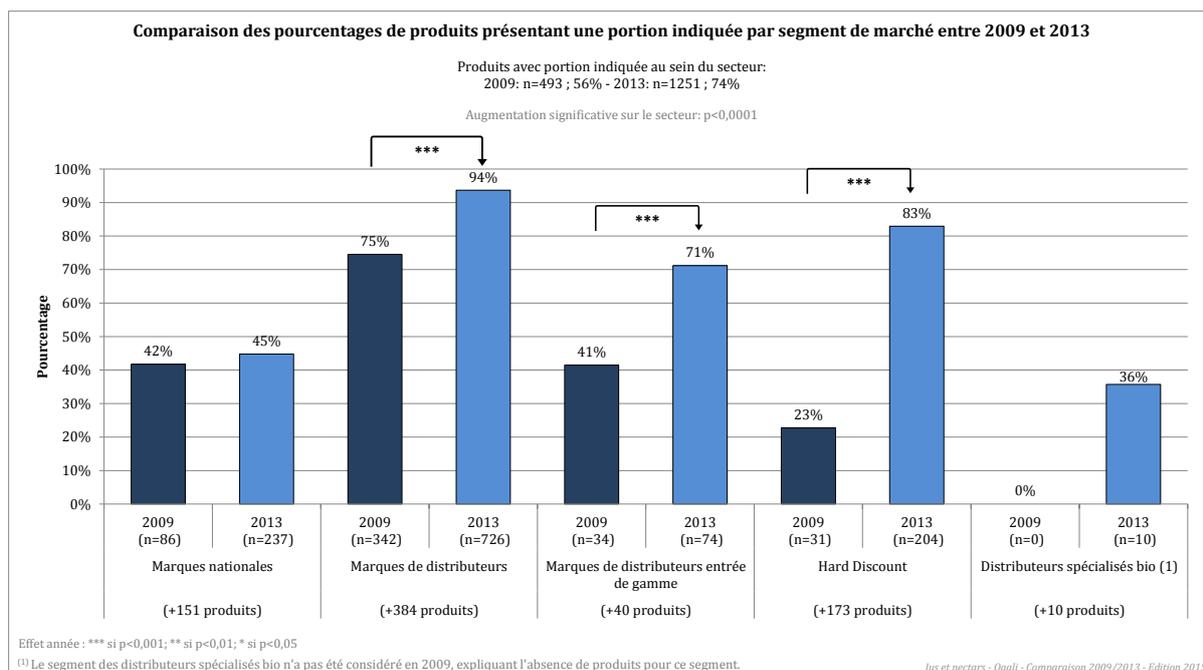


Figure 22 : Comparaison de la répartition des produits présentant une portion indiquée par segment de marché pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.

Les tailles de portions indiquées ont également été étudiées pour les produits présentant une portion indiquée chiffrée dans chaque famille en 2009 et en 2013 (Tableau 8). De manière globale, les tailles de portions indiquées sont similaires entre 2009 et 2013. La taille de portion la plus fréquente est 200ml pour les 2 années, celle-ci correspond à l'objectif à atteindre pour les entreprises signataires de la Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels des jus de fruits et nectars signée par l'Union Nationale Interprofessionnelle des Jus de Fruits (UNIJUS). Plus particulièrement, pour les Jus de fruits à base de jus concentrés, l'augmentation de la taille moyenne (de 204ml en 2009 à 213ml en 2013) est en partie due à l'apparition en 2013 de valeurs extrêmes de 750ml (induites par la présence de valeurs nutritionnelles pour 750ml). Pour la famille des Smoothies, l'augmentation de la taille de portion indiquée moyenne de 217ml en 2009 à 224ml en 2013 est due à l'augmentation du nombre de portions indiquées à 250ml correspondant majoritairement à des formats individuels.

Tableau 8 : Comparaison des statistiques descriptives sur les tailles de portions indiquées des familles de jus et nectars étudiées en 2009 et 2013.

Famille de produits	2009					2013				
	N	Taille de la portion indiquée (ml)				N	Taille de la portion indiquée (ml)			
		Min	Max	Moy	Remarque		Min	Max	Moy	Remarque
jus de fruits	256	150	375	202	96% à 200ml	650	100	250	201	94% à 200ml
jus de fruits a base de jus concentres	92	100	330	204	89% à 200ml	226	100	750	213	88% à 200ml
nectars	91	200	200	200	100% à 200ml	247	100	330	202	96% à 200ml
smoothies	30	150	250	217	60% à 200ml 37% à 250ml	35	200	250	224	51% à 200ml 49% à 250ml
jus de legumes	18	200	200	200	100% à 200ml	53	160	330	204	92% à 200ml

N=Effectif des produits présentant une portion indiquée chiffrée par famille ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Moy=Moyenne

3.6.2 Valeurs nutritionnelles à la portion

La proportion de produits étiquetant des valeurs nutritionnelles à la portion a significativement augmenté entre 2009 (n=313 ; 35%) et 2013 (n=1060 ; 63%) (p<0,0001).

L'étude par famille (Figure 23) montre que la fréquence de produits étiquetant des valeurs nutritionnelles à la portion a augmenté dans l'ensemble des familles excepté les Smoothies. Plus particulièrement, l'augmentation est significative pour les Jus de fruits (2009 : n=169, 39% ; 2013 : n=576, 66%), les Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : n=65, 29% ; 2013 : n=193, 60%) et les Nectars (2009 : n=55, 33% ; 2013 : n=228, 64%). Ainsi, en 2013, ces 3 familles présentent les fréquences de produits avec valeurs nutritionnelles à la portion les plus élevées. L'augmentation pour les Jus de légumes de 38% en 2009 (n=9) à 56% en 2013 (n=49) n'est pas significative. Les Smoothies voient quant à eux leur proportion de produits présentant des valeurs nutritionnelles à la portion diminuer de 41% en 2009 (n=15) à 33% en 2013 (n=14).

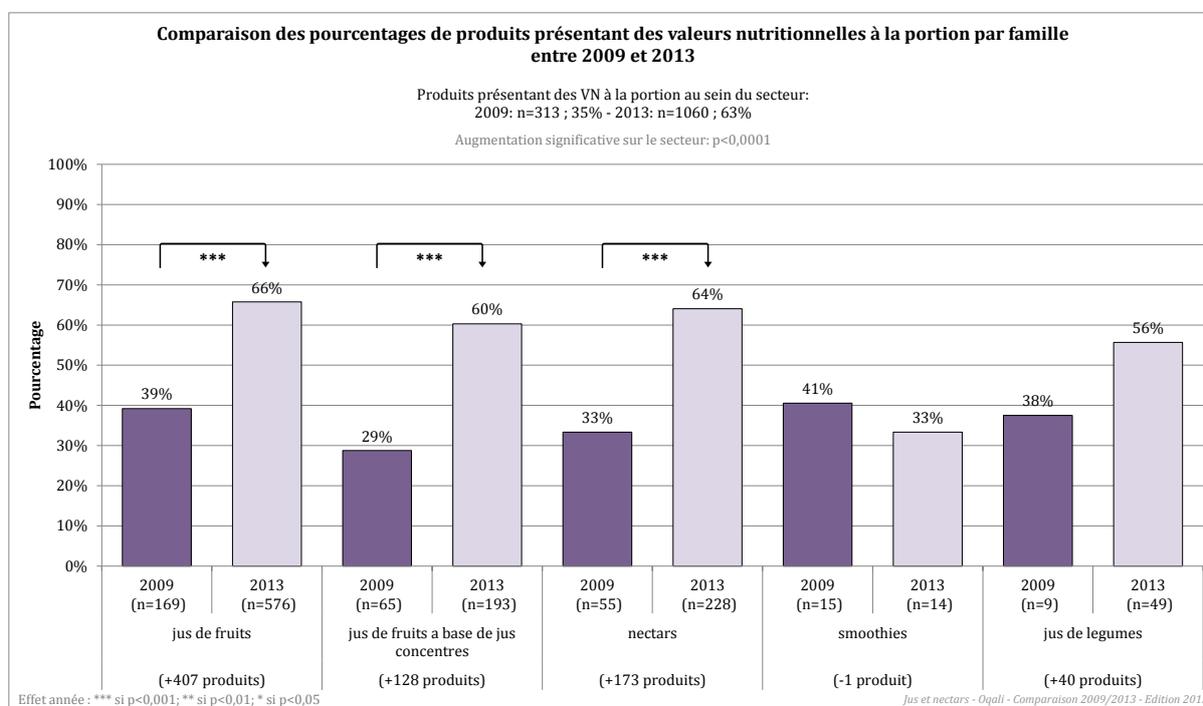


Figure 23 : Comparaison de la répartition des produits présentant des valeurs nutritionnelles à la portion par famille pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.

Par segment de marché (Figure 24), une augmentation significative de la fréquence de produits avec valeurs nutritionnelles à la portion est observée pour les marques de distributeurs (2009 : n=230, 50% ; 2013 : n=672, 87%), les marques de distributeurs entrée de gamme (2009 : n=16, 20% ; 2013 : n=64, 62%) et le hard discount (2009 : n=19, 14% ; 2013 : n=197, 80%). Ces 3 segments présentent ainsi, en 2013, les proportions les plus importantes de produits avec valeurs nutritionnelles à la portion. La fréquence de produits avec valeurs nutritionnelles à la portion diminue très légèrement pour les marques nationales : de 23% (n=48) à 22% (n=118), et ce malgré l'augmentation du nombre de produits présentant ce paramètre (en raison de l'augmentation globale des effectifs).

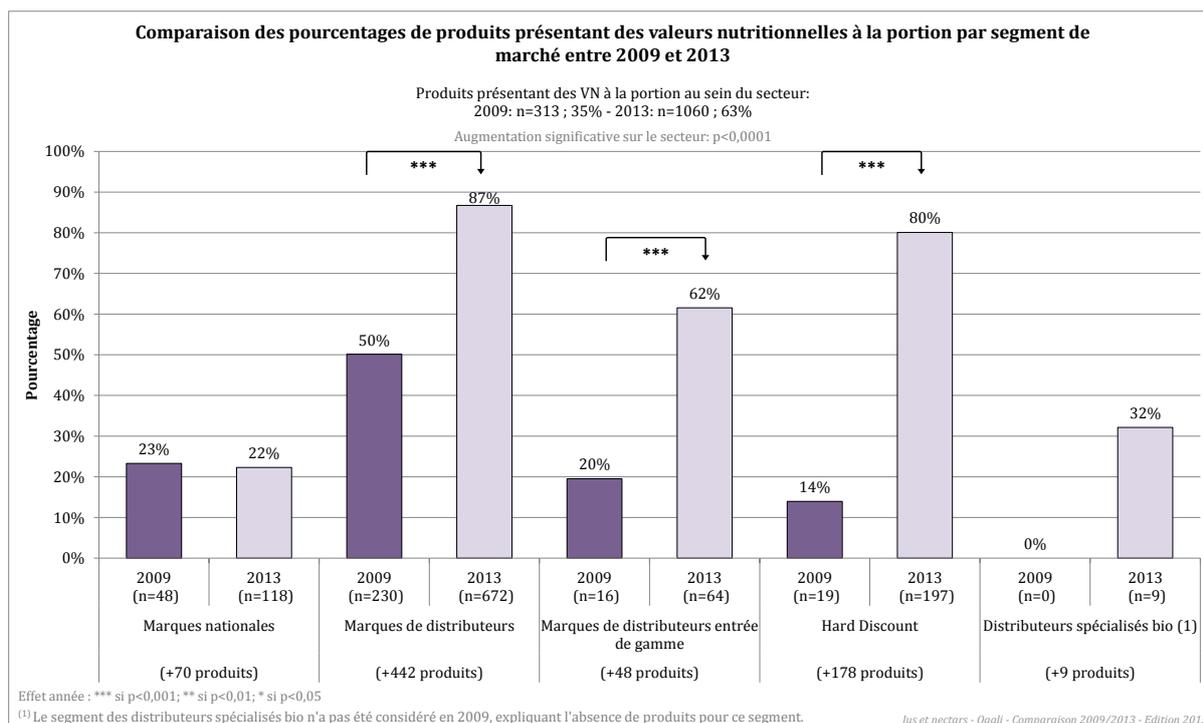


Figure 24 : Comparaison de la répartition des produits présentant des valeurs nutritionnelles à la portion par segment de marché pour le secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013.

Les fréquences de produits avec une **portion indiquée** et avec des **valeurs nutritionnelles à la portion** ont significativement augmenté entre 2009 et 2013 (respectivement de 56% à 74% et de 35% à 63%).

Concernant les portions indiquées, cette augmentation est observée pour l'ensemble des familles excepté les Jus de légumes. Plus particulièrement, elle est significative pour les Jus de fruits (2009 : n=262, 61% ; 2013 : n=676, 77%), les Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : n=92, 41% ; 2013 : n=236, 74%) et les Nectars (2009 : n=91, 55% ; 2013 : n=248, 70%). Par segment de marché, une augmentation significative de la fréquence de produits avec portion indiquée est observée pour les marques de distributeurs (2009 : n=342, 75% ; 2013 : n=729, 94%), les marques de distributeurs entrée de gamme (2009 : n=34, 41% ; 2013 : n=74, 71%) et le hard discount (2009 : n=31, 23% ; 2013 : n=204, 83%). De manière globale, les tailles de portions indiquées sont similaires entre 2009 et 2013. La taille de portion la plus fréquente est 200ml pour les 2 années, celle-ci correspond à l'objectif à atteindre pour les entreprises signataires de la Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels des jus de fruits et nectars signée par l'Union Nationale Interprofessionnelle des Jus de Fruits (UNIJUS).

Concernant les valeurs nutritionnelles à la portion, la fréquence de produits les étiquetant a augmenté dans l'ensemble des familles excepté les Smoothies. L'augmentation est significative pour les Jus de fruits (2009 : n=169, 39% ; 2013 : n=576, 66%), les Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : n=65, 29% ; 2013 : n=193, 60%) et les Nectars (2009 : n=55, 33% ; 2013 : n=228, 64%). Par segment de marché, une augmentation significative est observée pour les marques de distributeurs (2009 : n=230, 50% ; 2013 : n=672, 87%), les marques de distributeurs entrée de gamme (2009 : n=16, 20% ; 2013 : n=64, 62%) et le hard discount (2009 : n=19, 14% ; 2013 : n=197, 80%).

4. EVOLUTION DE LA VARIABILITE DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES

Suite à la publication de la Directive 2008/100/CE²⁶ 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 biaiser les comparaisons de valeurs nutritionnelles d'une part et d'alléger le rapport d'autre part, il a été décidé avec le secteur de limiter pour ce rapport l'étude des nutriments d'intérêt aux sucres, fibres et sodium (pour ce dernier uniquement pour la famille des Jus de légumes).

Les statistiques descriptives détaillées par famille de produits, ainsi que les teneurs moyennes en nutriments pondérées ou non par les parts de marché sont présentées en Annexe 3, et ce pour les 8 nutriments suivants : valeur énergétique, lipides, glucides, acides gras saturés, sucres, protéines, fibres et sodium.

Ainsi, ce chapitre présente, à partir des données recueillies sur les emballages des produits et de manière détaillée, la variabilité des teneurs en nutriments d'intérêt pour les jus et nectars (sucres, fibres et sodium), pour 100ml, par famille de produits et par année.

L'objectif de cette étude étant de caractériser au mieux les évolutions de teneurs observées, les résultats sont détaillés :

- **au niveau des familles de produits** pour observer les évolutions de chacune d'entre elles dans leur ensemble ;
- **au niveau de sous-groupes par famille** afin d'identifier sur quels produits l'effort a été réalisé. Les familles de produits sont divisées en 6 sous-groupes :
 - o 2009 : correspondant à l'offre des produits récoltés par l'Oqali en 2009²⁷ ;
 - o 2013 : correspondant à l'offre des produits récoltés par l'Oqali en 2013²⁸ ;
 - o Retirés : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2009 mais pas en 2013 (produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013) ;
 - o VN identiques : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que celui des valeurs nutritionnelles, quel que soit le nutriment) ;

²⁶ 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.

²⁷ Couvrant au minimum 56% du marché total du secteur en volume (ratio des volumes de produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel).

²⁸ Couvrant au minimum 83% du marché total du secteur en volume (ratio des volumes de produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel).

- Evolutions VN : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013, avec au moins une valeur nutritionnelle ayant évolué entre ces 2 années (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution) ;
 - Ajoutés : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2013 mais pas en 2009 (innovations, extensions de gamme : par exemple, nouveau parfum dans une gamme ou changement des parfums dans un assortiment, et produits non captés par l'Oqali en 2009) ;
- **au niveau des produits appariés** entre 2009 et 2013 pour préciser si les évolutions de teneurs sont dues au moins en partie à des reformulations de produits existants. Les produits appariés correspondent aux références qui étaient dans l'échantillon en 2009, et qui le sont toujours en 2013, sous une forme strictement identique ou évoluée. Plus spécifiquement, pour être intégrés au suivi des valeurs nutritionnelles des produits appariés, ceux-ci doivent non seulement exister sur le marché les 2 années d'étude mais également présenter une teneur pour le nutriment considéré chacune de ces 2 années. Ainsi pour un nutriment donné, les effectifs de produits suivis sont donc égaux pour 2009 et 2013, mais ils peuvent varier d'un nutriment à l'autre. De plus, les comparaisons étant effectuées par famille, il n'est pas possible de considérer les produits ayant changé de famille (cas par exemple d'un produit classé en 2009 dans la famille des Jus de fruits et classé en 2013 en Jus de fruits à base de jus concentrés en raison de la modification de sa liste d'ingrédients), dans ce cas les produits n'ont pas été pris en compte dans ce traitement par famille ;
 - **au niveau des segments de marché par famille** pour voir si les évolutions sont portées ou non par tous les segments de marché ;
 - **au niveau des sous-groupes par segment de marché et par famille** afin d'expliquer les différences observées au niveau des segments de marché. Par famille, chaque segment de marché est divisé selon les 6 sous-groupes définis ci-dessus (« 2009 », « 2013 », « Retirés », « VN identiques », « Evolutions VN » et « Ajoutés »).

Des tests statistiques ont été effectués pour l'étude des différences de teneurs moyennes entre les années 2009 et 2013. Le test non paramétrique de Kruskal Wallis a été utilisé (p=5%). Dans le cas des produits appariés, les différences de teneurs entre les 2 années ont été testées grâce au test des rangs signés (Wilcoxon).

Dans les graphiques, les évolutions significatives entre les teneurs moyennes sont signalées par une flèche entre les 2 échantillons testés. La valeur de la différence des teneurs moyennes 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 montré de différence significative entre les teneurs moyennes des 2 échantillons concernés.

Par ailleurs, 8 produits sur les 1588 produits du secteur des jus et nectars étudiés étiquetant des valeurs nutritionnelles indiquent des valeurs nutritionnelles en grammes. En accord avec les professionnels du secteur, l'estimation que 100g équivaut à 100ml a été faite pour ces produits.

Pour rappel, dans ce rapport, les résultats 2013 des distributeurs spécialisés bio sont inclus aux graphiques et tableaux. Cependant aucun commentaire d'évolution ne pourra être fait pour ce segment, les produits appartenant à celui-ci n'ayant pas été récoltés en 2009.

Enfin, il est important de rappeler que les marques nationales sont sous-estimées dans l'étude 2009. Cette remarque est valable pour l'ensemble des familles étudiées et limite l'interprétation des résultats par segment de marché. Par ailleurs, l'ensemble des résultats obtenus sont à relativiser du fait de l'augmentation de la couverture du marché entre 2009 (56% du marché en volume) et 2013 (83%).

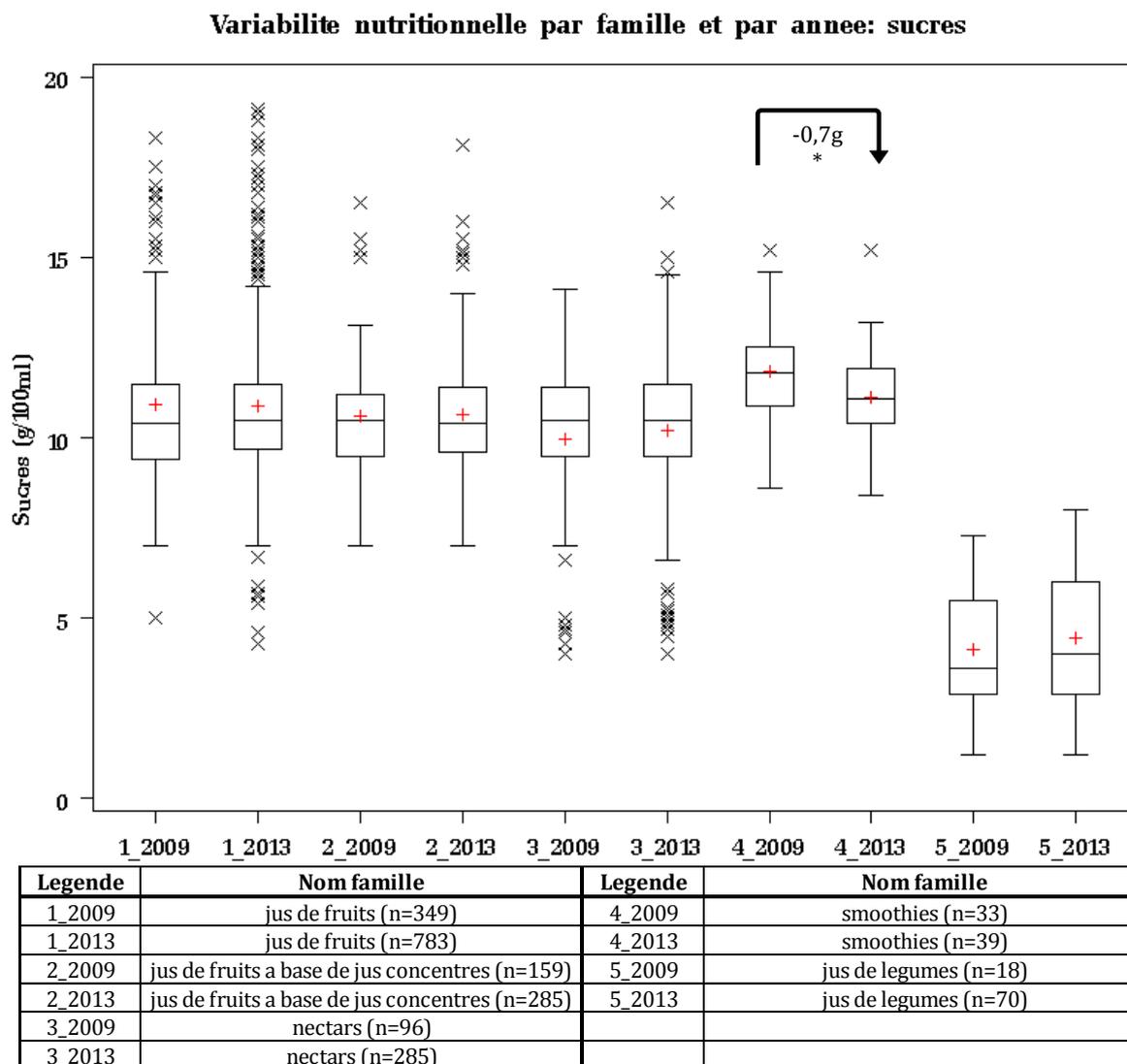
4.1 Evolution de la variabilité des teneurs en sucres

Il est important de noter que cette partie sur l'évolution de la variabilité nutritionnelle des teneurs en sucres porte sur les sucres totaux étiquetés. Ainsi, pour les familles des Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Smoothies et Jus de légumes, qui ne contiennent pas de sucres ajoutés²⁹, les évolutions qui pourraient être observées sont dues à des modifications de recettes (pourcentages et/ou types de fruits/légumes utilisés) ou de l'offre de parfums. Seuls les Nectars peuvent contenir des sucres ajoutés. Cependant pour ces derniers, les teneurs minimales en jus et/ou purée de fruits sont réglementées et définies par fruits, ainsi les recettes (pourcentages et/ou types de fruits utilisés) ont également un impact sur les teneurs en sucres naturels et donc sur les teneurs en sucres totaux.

²⁹ Les produits des familles des Jus de fruits et Jus de fruits à base de jus concentrés ne sont pas autorisés à utiliser des sucres ajoutés (réglementation en vigueur depuis 2013, les produits pris en compte en 2009 n'en comportaient également pas). Les produits des familles des Smoothies et des Jus de légumes pris en compte dans cette étude ne comportent pas de sucres ajoutés.

4.1.1 Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein du secteur par famille et par année

L'étude de la variabilité des teneurs en sucres des 5 familles du secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013 (Figure 25) met en évidence que les profils des teneurs en sucres restent globalement similaires pour l'ensemble des familles.



Effet année : * si $p < 0,05$; ** si $p < 0,01$; *** si $p < 0,001$

Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 25 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par famille et par année au sein des jus et nectars étudiés.

Les tests statistiques mettent en évidence une diminution significative de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 pour la famille des Smoothies (4) de $-0,7\text{g}/100\text{ml}$, soit -6% par rapport à la teneur initiale. L'étude des distributions montre également un plus grand nombre de produits dans la tranche inférieure des teneurs en sucres de la famille : diminutions des valeurs de la médiane³⁰ ($-0,7\text{g}/100\text{ml}$) et des 1^{er} et 3^{ème} quartiles³¹⁻³² (respectivement

³⁰ La médiane correspond à la valeur qui partage la distribution en 2 parts égales : 50% des produits se situent donc en dessous de ce seuil.

³¹ Le 1^{er} quartile correspond à la teneur en dessous de laquelle se situent 25% des observations les plus basses.

³² Le 3^{ème} quartile correspond à la teneur au-dessus de laquelle se situent 25% des observations les plus hautes.

-0,5g/100ml et -0,6g/100ml). Les produits de cette famille ne contenant pas de sucres ajoutés, ces évolutions sont dues à une modification de l'offre des produits : les produits récoltés en 2013 contiennent des fruits naturellement moins sucrés.

Quelques tendances sont observées au sein des autres familles :

- les Jus de fruits (1) présentent une légère tendance à la diminution de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 (-0,1g/100ml soit -1% par rapport à la teneur initiale) ;
- à l'inverse, une légère tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 est observée pour les Jus de fruits à base de jus concentrés (2 ; +0,1g/100ml soit +1%) notamment en raison de l'augmentation de la variabilité due à l'apparition de valeurs extrêmes supérieures ;
- de même la teneur moyenne en sucres des Nectars (3) présente une légère tendance à l'augmentation (+0,2g/100ml soit +2%), notamment en raison de l'augmentation de la variabilité due à l'apparition de valeurs extrêmes supérieures. Une augmentation du nombre de produits dans les valeurs extrêmes inférieures est également observée, ceux-ci correspondent à des nectars contenant des édulcorants. A noter que le pourcentage de produits contenant des édulcorants (avec ou sans sucres ajoutés) est à peu près identique entre 2009 et 2013 : autour de 10% des produits de la famille. En revanche, en 2013, suite à la modification de la réglementation autorisant les nectars sans sucres ajoutés³³, 20 produits sur les 356 Nectars recueillis (soit 6%) sont sans sucres ajoutés (et ne comprennent pas d'édulcorants). Ceux-ci appartiennent aux segments des marques nationales, marques de distributeurs et du hard discount, et correspondent à des parfums du type multifruits, orange, pomme, pêche ou mangue. Leurs teneurs en sucres varient de 7,4g/100ml à 13,4g/100ml : cette variabilité pourrait s'expliquer en partie par la teneur plus ou moins importante de fruits et/ou la nature des fruits utilisés et donc la quantité de sucres naturels issus des fruits ;
- les Jus de légumes (5) présentent également une tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 (+0,3g/100ml soit +8%). La comparaison des distributions des teneurs en sucres entre les 2 années montre un plus grand nombre de produits dans la tranche supérieure des teneurs (augmentations des valeurs de la médiane et du 3^{ème} quartile, respectivement de +0,4g/100ml et +0,5g/100ml).

Concernant les nectars, la Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels (2006-2012) signée par l'Union Nationale Interprofessionnelle des Jus de Fruits (UNIJUS) comportait un engagement sur la diminution des teneurs en sucres ajoutés entre 2006 et 2012 de -5%³⁴. Les résultats présentés dans cette étude ne traduisent pas cet engagement car les données sont

³³ Décret n°2013-1049 du 21 novembre 2013 modifiant le décret n°2003-838 du 1er septembre 2003 pris pour l'application de l'article L. 214-1 du code de la consommation en ce qui concerne les jus de fruits et certains produits similaires destinés à l'alimentation humaine.

³⁴ Extrait de l'engagement cité dans la Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels des jus de fruits et nectars : « *Diminuer la quantité de sucres ajoutés dans les nectars. La quantité de sucres ajoutés dans les nectars de chacune des entreprises signataires devra diminuer en moyenne d'au moins 5% sur l'ensemble des références concernées (exprimée en g de matière sèche/100g ou 100ml). La diminution de la quantité de sucres ajoutés ne devra pas se limiter au seuil de 5% lorsque les marges de progression existantes sont plus importantes.* ».

difficilement comparables. En effet, premièrement les résultats de l'étude Oqali portent sur les sucres totaux étiquetés en g/100ml (soit sur 58% des produits récoltés en 2009 et 80% des produits récoltés en 2013), ceux de la Charte portent sur les sucres ajoutés en grammes de matière sèche sur 100g ou 100ml (déclaration par les industriels engagés dans la Charte des volumes de sucres ajoutés pour l'ensemble de leurs produits). Les périodes d'étude sont également différentes : 2009-2013 pour l'étude sectorielle Oqali, 2006-2012 pour la Charte ; ainsi des progrès réalisés entre 2006 et 2009 ne seraient pas visibles dans l'étude sectorielle Oqali. Enfin le nombre de produits considéré est différent : l'étude sectorielle Oqali prend également en compte des produits non concernés par la Charte.

Les statistiques descriptives des teneurs en sucres par famille pour les échantillons de 2009 et de 2013, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100ml et les pourcentages d'évolution sont présentés dans le Tableau 9³⁵.

Tableau 9 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par famille et par année au sein des jus et nectars étudiés.

Sucres (g/100ml)	2009								2013								Différence de moyennes (g/100ml)	Evolution des moyennes (%)
	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET		
jus de fruits	349	5,0	18,3	9,4	10,4	11,5	10,9	2,4	783	4,3	19,1	9,7	10,5	11,5	10,9	2,2	-0,1	-1%
jus de fruits a base de jus concentrés	159	7,0	16,5	9,5	10,5	11,2	10,6	1,6	285	7,0	18,1	9,6	10,4	11,4	10,7	1,7	+0,1	+1%
nectars	96	4,0	14,1	9,5	10,5	11,4	10,0	2,5	285	4,0	16,5	9,5	10,5	11,5	10,2	2,1	+0,2	+2%
smoothies	33	8,6	15,2	10,9	11,8	12,5	11,8	1,4	39	8,4	15,2	10,4	11,1	11,9	11,1	1,4	-0,7*	-6%
jus de legumes	18	1,2	7,3	2,9	3,6	5,5	4,1	1,6	70	1,2	8,0	2,9	4,0	6,0	4,5	1,8	+0,3	+8%

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

³⁵ Pour chaque famille, les différences entre les teneurs moyennes des nutriments d'intérêt entre 2009 et 2013 ont été étudiées. Lorsque les moyennes du Tableau 9 sont en violet, cela signifie qu'il existe une différence significative entre les teneurs moyennes des 2 années d'étude.

4.1.2 Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous-groupe

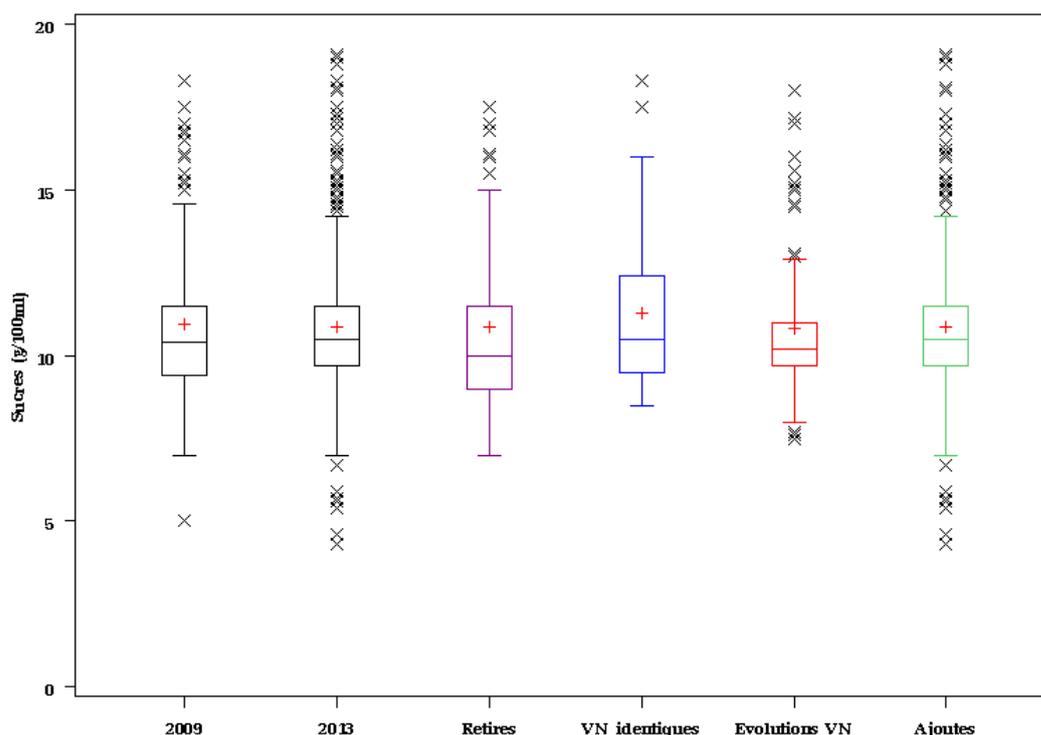
Afin d'identifier quels produits sont responsables des évolutions observées, une étude de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous-groupe a été effectuée.

Jus de fruits (Figure 26)

L'étude de la variabilité nutritionnelle a mis en évidence une légère tendance non significative à la diminution de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 pour la famille des Jus de fruits (-0,1g/100ml soit -1% par rapport à la teneur initiale).

L'étude de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous-groupe n'a mis en évidence aucune différence significative. De même, aucune tendance claire concernant une modification de l'offre n'est mise en évidence par l'étude des distributions. A noter que les produits « Ajoutés » (Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2009) présentent une variabilité importante de leurs teneurs en sucres : de 4,3 à 19,1g/100ml. Comme expliqué précédemment, les Jus de fruits ne contenant pas de sucres ajoutés, les variabilités observées sont dues à la diversité des recettes (pourcentages et/ou types de fruits utilisés).

Variabilité nutritionnelle par sous-groupe: sucres
Famille des Jus de fruits



Legende	Definition
2009	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=349)
2013	Offre captée par l'Oqali en 2013 (n=783)
Retires	Produits retirés entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013 (n=115)
VN identiques	Produits avec des valeurs nutritionnelles identiques entre 2009 et 2013 (n=54)
Evolutions VN	Produits avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (n=208)
Ajoutes	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2009 (n=521)

Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

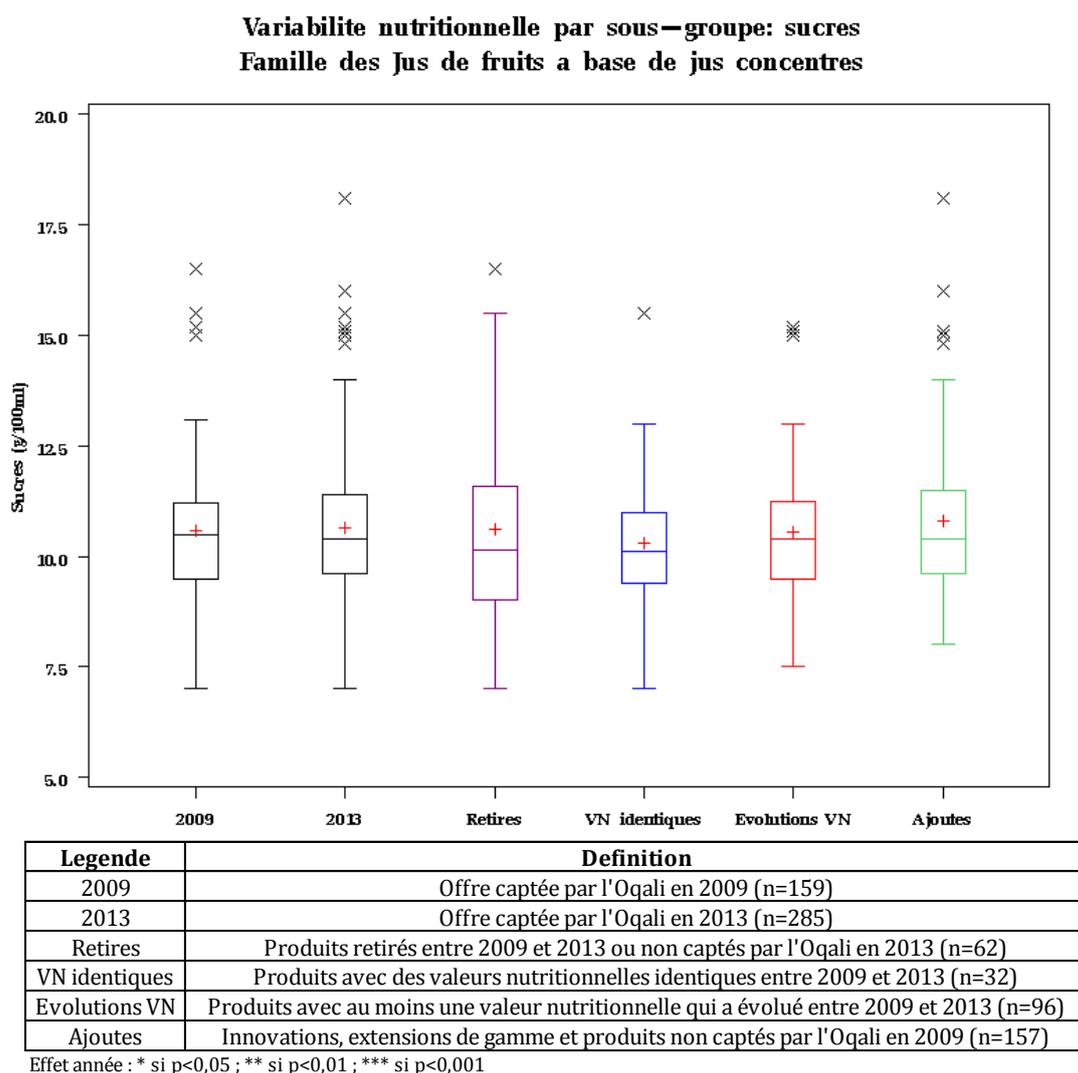
Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 26 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par sous-groupe au sein de la famille des Jus de fruits étudiée.

Jus de fruits à base de jus concentrés (Figure 27)

L'étude de la variabilité nutritionnelle a mis en évidence une légère tendance non significative à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 pour les Jus de fruits à base de jus concentrés (+0,1g/100ml soit +1% par rapport à la teneur initiale).

Cependant, l'étude de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous-groupe n'a mis en évidence aucune différence significative. De même, aucune tendance claire concernant une modification de l'offre n'est mise en évidence par l'étude des distributions. Comme pour la famille des Jus de fruits, les Jus de fruits à base de jus concentrés ne contenant pas de sucres ajoutés, les variabilités observées sont dues à la diversité des recettes (pourcentages et/ou types de fruits utilisés).

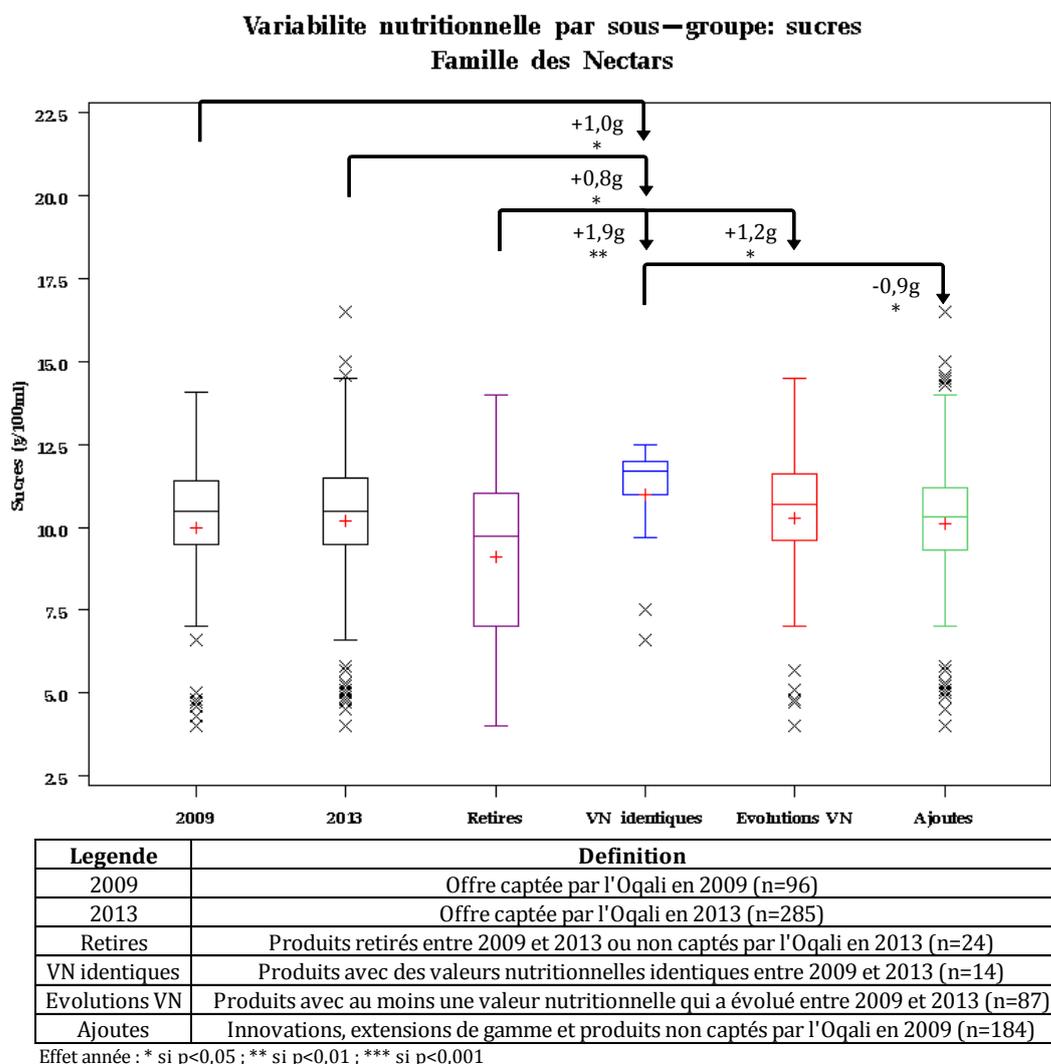


Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 27 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par sous-groupe au sein de la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés étudiée.

Nectars (Figure 28)

L'étude de la variabilité nutritionnelle a mis en évidence une légère tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 (+0,2g/100ml soit +2% par rapport à la teneur initiale) pour la famille des Nectars. Celle-ci s'explique notamment par l'augmentation de la variabilité des teneurs en sucres due à l'apparition de valeurs extrêmes supérieures.



Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 28 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par sous-groupe au sein de la famille des Nectars étudiée.

L'étude de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous-groupe met en évidence que les produits « Retirés » (produits retirés entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013) présentent une teneur moyenne en sucres significativement inférieure à celle des « VN identiques » (correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 possédant des valeurs nutritionnelles identiques) et des « Evolutions VN » (c'est-à-dire les produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 avec au moins une valeur nutritionnelle ayant évolué quel que soit le nutriment), avec respectivement -1,9g/100ml et -1,2g/100ml.

Par ailleurs, les produits « Ajoutés » (Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2009), en nombre élevé (n=184 soit 65% des produits 2013), présentent une variabilité importante. Les valeurs extrêmes supérieures correspondent à des nectars pruneau, banane, abricot, pêche ou poire. A noter également, au sein des produits « Ajoutés » l'apparition

de 20 produits sans sucres ajoutés suite à la modification de la réglementation. Pour ces produits, leurs teneurs en sucres issus des fruits varient de 7,4g/100ml à 13,4g/100ml.

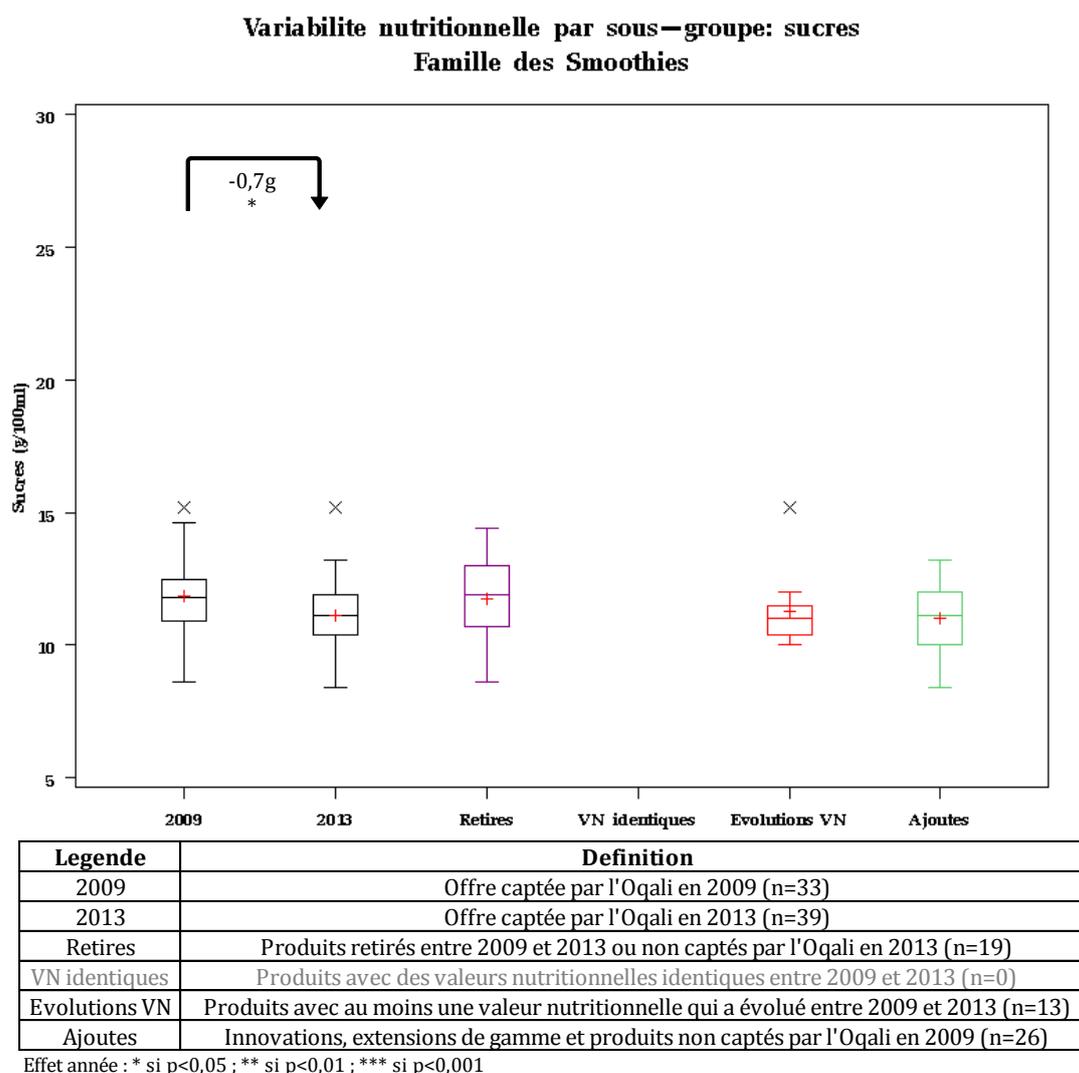
La légère tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres des Nectars liée à l'augmentation de la variabilité des teneurs en sucres, observée dans l'échantillon étudié, est en partie expliquée par le retrait des produits présentant des teneurs en sucres parmi les plus faibles et par l'augmentation de la diversité des parfums.

Smoothies (Figure 29)

L'étude de la variabilité nutritionnelle a mis en évidence une diminution significative de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 pour la famille des Smoothies (-0,7g/100ml soit -6% par rapport à la teneur initiale) ainsi qu'un plus grand nombre de produits dans la tranche inférieure des teneurs en sucres de la famille (diminutions des valeurs de la médiane et des 1^{er} et 3^{ème} quartiles).

L'étude par sous-groupe met en évidence que la famille des Smoothies présente un turnover important : 19 produits « Retirés » sur 33 récoltés en 2009, aucun produit « VN identiques » et 26 produits « Ajoutés » sur les 39 récoltés en 2013. De plus, les produits « Retirés » présentent globalement des teneurs en sucres parmi les plus élevées et les produits « Ajoutés » parmi les plus faibles.

Ainsi, la diminution de la teneur moyenne en sucres de la famille de Smoothies entre 2009 et 2013 s'explique notamment par une modification de l'offre de produits : suppression des parfums avec les fruits naturellement plus sucrés et apparition de mélanges de fruits naturellement moins sucrés (les produits de cette famille ne contenant pas de sucres ajoutés).



Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

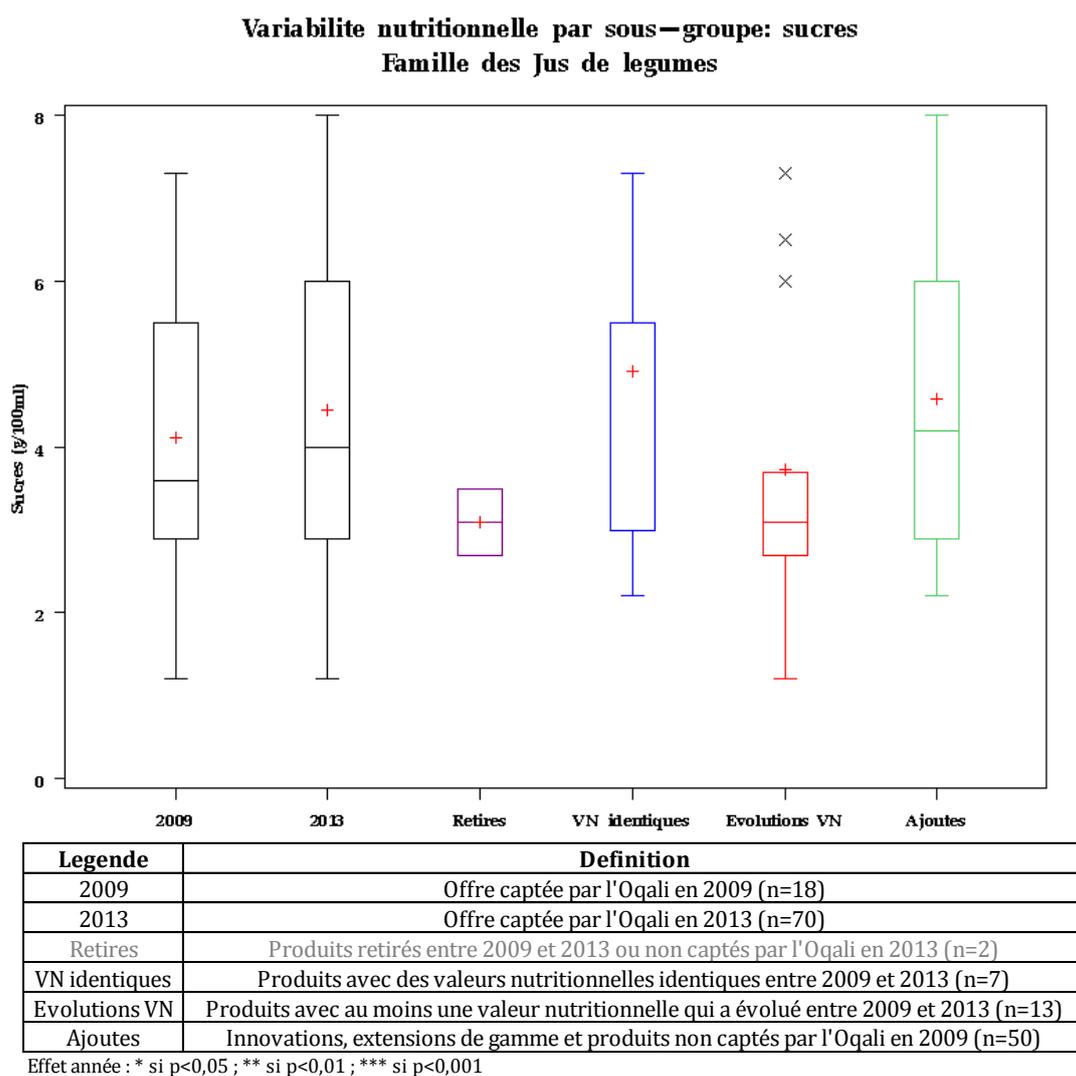
Figure 29 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par sous-groupe au sein de la famille des Smoothies étudiée.

Jus de légumes (Figure 30)

L'étude de la variabilité nutritionnelle a mis en évidence, pour la famille des Jus de légumes, une tendance à l'augmentation non significative de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 (+0,3g/100ml soit +8%) ainsi qu'un plus grand nombre de produits dans la tranche supérieure des teneurs (augmentations des valeurs de la médiane et du 3^{ème} quartile).

L'étude de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous-groupe n'a mis en évidence aucune différence significative. Cependant l'étude des distributions par sous-groupe montre que les produits « Ajoutés », en nombre important (50 produits sur les 70 récoltés en 2013), présentent des teneurs en sucres dans les fourchettes hautes. Cela s'explique notamment par l'augmentation du nombre de jus de carotte et l'apparition des jus de betterave qui sont naturellement plus sucrés que les jus de tomate, majoritaires en 2009.

Ainsi, la tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres de la famille des Jus de légumes entre 2009 et 2013 s'explique notamment par une modification de l'offre de produits avec l'apparition de parfums naturellement plus sucrés. La modification de l'offre de produits peut être en partie due au biais engendré par la récolte en 2013 de produits vendus dans les magasins biologiques.



Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 30 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par sous-groupe au sein de la famille des Jus de légumes étudiée.

Les effectifs, moyennes et écarts-types par famille et par sous-groupe de l'ensemble des familles étudiées sont présentés dans le Tableau 10.

Tableau 10 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par famille et par sous-groupe au sein des jus et nectars étudiés.

Sucres (g/100ml)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
jus de fruits	115	10,8	2,6	54	11,3	2,4	208	10,8	2,1	521	10,9	2,3
jus de fruits a base de jus concentres	62	10,6	1,8	32	10,3	1,7	96	10,6	1,5	157	10,8	1,8
nectars	24	9,1	2,8	14	11,0	1,8	87	10,3	2,2	184	10,1	2,2
smoothies	19	11,7	1,4				13	11,3	1,3	26	11,0	1,5
jus de legumes	2	3,1	0,6	7	4,9	1,7	13	3,7	1,8	50	4,6	1,8

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

¹produits captés par l'Oqali en 2009 mais pas en 2013 (produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013)

²produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

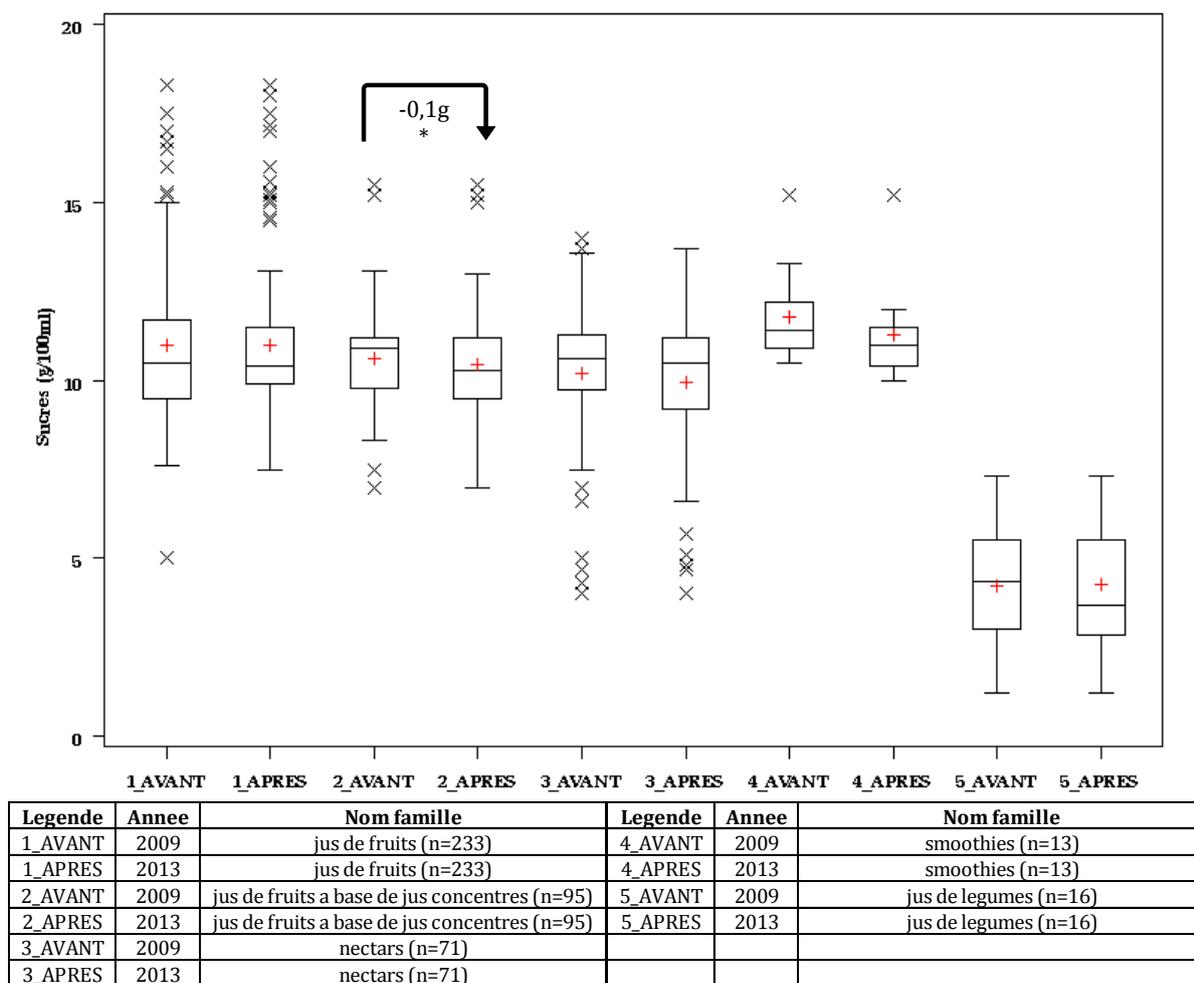
³produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2013 mais pas en 2009 (innovations, extensions de gamme (par exemple : nouveau parfum dans une gamme ou changement des parfums dans un assortiment) et produits non captés par l'Oqali en 2009)

4.1.3 Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des produits appariés

Afin d'identifier si les évolutions nutritionnelles sont liées au moins en partie à des reformulations, cette partie porte sur un sous-ensemble de l'offre : les produits présents à la fois en 2009 et en 2013, regroupés sous le terme de produits appariés. Ces produits correspondent aux 2 sous-groupes des « VN identiques » et « Evolutions VN ».

Variabilité nutritionnelle par famille AVANT et APRES evolution des valeurs nutritionnelles (produits appariés) : Sucres



Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 31 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par famille et par année au sein des produits appariés des jus et nectars étudiés.

Les profils des teneurs en sucres pour les produits présents à la fois en 2009 et en 2013 restent globalement similaires entre ces 2 années pour l'ensemble des familles étudiées (Figure 31).

Les tests statistiques mettent en évidence une diminution significative de la teneur moyenne en sucres pour les Jus de fruits à base de jus concentrés (2) de -0,1g/100ml soit -1%. Cependant cette diminution est à relativiser du fait que cette famille ne contient pas de sucres ajoutés.

Concernant les autres familles étudiées, les Jus de fruits (1) et les Jus de légumes (5) présentent une légère tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et

2013 (respectivement +0,02g/100ml soit +0,2% et +0,04g/100ml soit +1%). Ces familles ne contiennent également pas de sucres ajoutés.

A l'inverse, les Nectars (3) présentent une légère tendance à la diminution de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 : -0,3g/100ml soit -2%. L'étude des distributions entre les 2 années montre également un plus grand nombre de produits dans les fourchettes basses des teneurs en sucres (diminution de la valeur du 1^{er} quartile).

Enfin, les Smoothies présentent une tendance à la diminution de la teneur moyenne en sucres de -0,5g/100ml soit -4%.

Les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en sucres des produits appariés, ainsi que les différences entre 2009 et 2013 en g/100ml et les pourcentages d'évolution sont repris dans le Tableau 11.

Tableau 11 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par année et par famille de produit pour les produits appariés au sein des jus et nectars étudiés.

Sucres (g/100ml) Produits appariés	Nombre de références appariées	2009		2013		Différence entre 2009 et 2013	Evolution (en %)
		Moy	ET	Moy	ET		
jus de fruits	233	11,0	2,3	11,0	2,2	+0,02	+0,2%
jus de fruits a base de jus concentres	95	10,6	1,5	10,5	1,5	-0,1*	-1%
nectars	71	10,2	2,2	9,9	2,3	-0,3	-2%
smoothies	13	11,8	1,3	11,3	1,3	-0,5	-4%
jus de legumes	16	4,2	1,6	4,3	1,9	+0,04	+1%

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

Afin de mieux caractériser les reformulations qui ont pu être réalisées entre 2009 et 2013 sur les produits appariés étudiés, la Figure 32 illustre, par famille, le pourcentage de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sucres identique.

Comme discuté précédemment, les évolutions observées pour les familles des Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Smoothies et Jus de légumes concernent uniquement les sucres naturels issus des fruits, ces familles ne contenant pas de sucres ajoutés. Elles traduisent donc des modifications de recettes (pourcentages et/ou types de fruits utilisés) ou des modifications d'étiquetage des teneurs en sucres. Concernant la famille des Nectars, 44% des produits appariés ont des teneurs en sucres identiques entre 2009 et 2013, 32% ont vu leur teneur en sucres diminuer et 24% ont vu leur teneur en sucres augmenter.

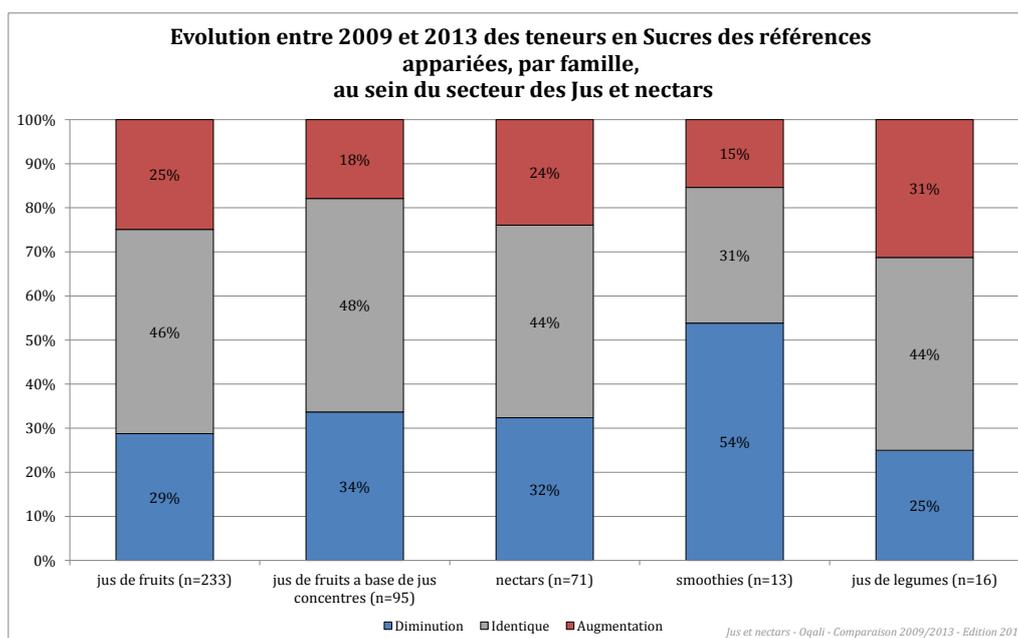


Figure 32 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sucres identique entre 2009 et 2013, par famille, au sein des jus et nectars étudiés.

Ces pourcentages de produits appariés présentant une augmentation ou une diminution de la teneur en sucres sont également à mettre en relation avec l'ampleur des variations observées. En effet, sur l'ensemble du secteur, les diminutions de la teneur en sucres varient de -0,1g/100ml à -4,9g/100ml et les augmentations varient de +0,1g/100ml à +5,0g/100ml (Tableau 12). Les plus faibles diminutions et augmentations peuvent par exemple être liées à des différences de résultats d'analyses utilisés pour constituer l'étiquetage des produits, et ont alors peu d'impact sur le profil nutritionnel.

Tableau 12 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sucres identique par famille au sein des jus et nectars étudiés.

Sucres (g/100ml) Produits appariés (n=428)	Diminutions de la teneur (n=133)					Teneurs identiques (n=196)	Augmentations de la teneur (n=99)				
	N	Min	Max	Moy	ET		N	Min	Max	Moy	ET
jus de fruits (n=233)	67	-0,1	-2,4	-0,9	0,6	108	58	+0,1	+5,0	+1,1	1,0
jus de fruits a base de jus concentres (n=95)	32	-0,1	-2,0	-0,8	0,5	46	17	+0,1	+2,0	+0,8	0,6
nectars (n=71)	23	-0,1	-4,9	-1,3	1,3	31	17	+0,1	+2,0	+0,7	0,6
smoothies (n=13)	7	-0,1	-2,0	-1,1	0,8	4	2	+0,1	+0,9	+0,5	0,6
jus de legumes (n=16)	4	-0,4	-2,3	-1,4	1,0	7	5	+0,1	+2,5	+1,2	0,9

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Pour la famille des Nectars, seule famille qui peut contenir des sucres ajoutés, la Figure 33 permet d'illustrer, référence par référence, l'ampleur des éventuelles reformulations effectuées. Pour l'ensemble des couples de références appariées, et en un même point d'abscisse, le losange bleu représente la teneur en sucres de la référence en 2009 et le carré rouge représente la teneur en sucres de la référence en 2013 (ceux-ci peuvent être superposés si les teneurs sont identiques). Les couples sont classés par teneurs en sucres 2009 décroissantes.

Le Tableau 12 montre que la faible tendance à la diminution de la teneur moyenne en sucres observée au sein des produits appariés de la famille des Nectars (-0,3g/100ml soit -2% par rapport à la teneur initiale) est due aux 33% (n=23) de produits dont les teneurs en sucres diminuent entre 2009 et 2013, la majorité des produits appariés présentant des teneurs en sucres identiques entre 2009 et 2013 (n=31 ; 44%).

Au sein des Nectars, les diminutions de teneurs en sucres entre 2009 et 2013 sont comprises entre -0,1 et -4,9g/100ml. L'évolution référence par référence (Figure 33) montre que les diminutions ont été faites, en partie, sur les produits présentant les plus fortes teneurs en sucres en 2009.

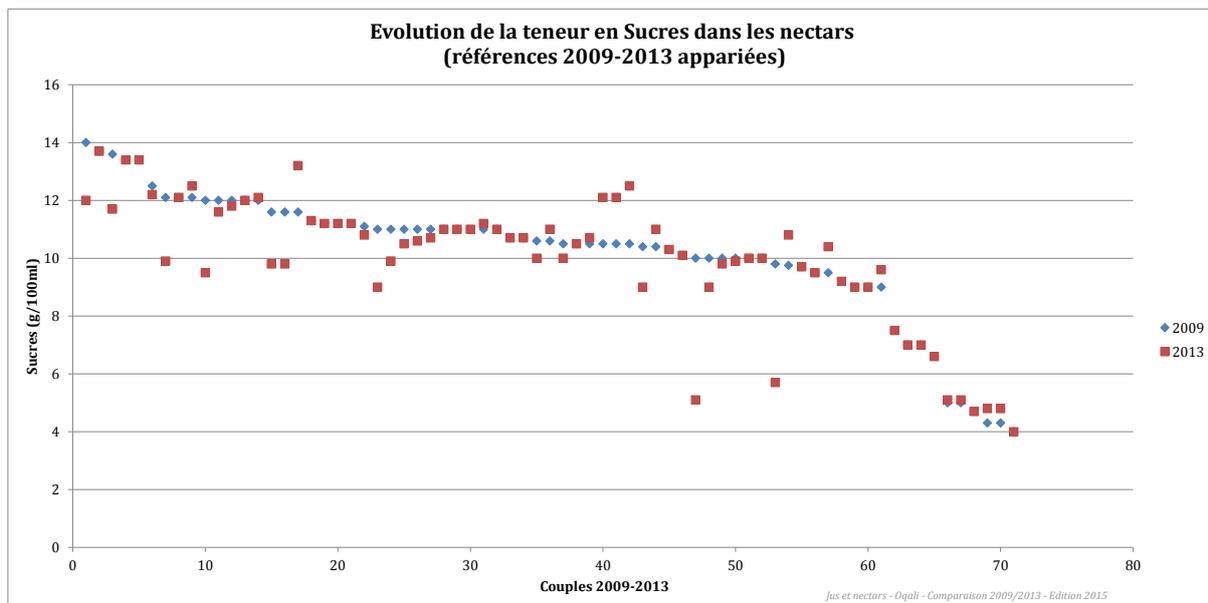


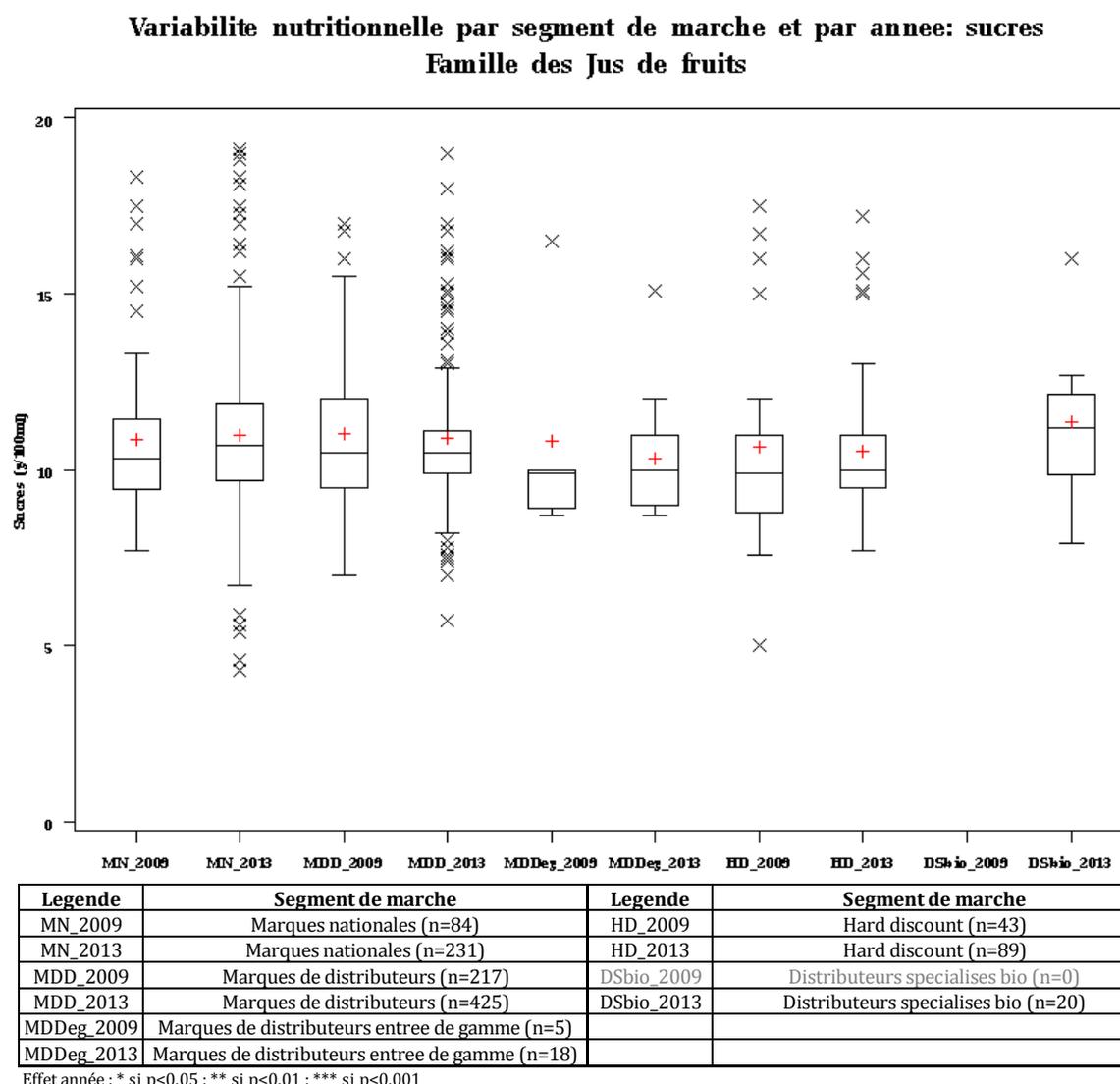
Figure 33 : Evolution entre 2009 et 2013, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés de la famille des Nectars étudiée.

4.1.4 Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par segment de marché

L'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par segment de marché permet d'observer si les évolutions sont portées ou non par l'ensemble des segments de marché.

Jus de fruits (Figure 34)

La variabilité des teneurs en sucres au sein de la famille des Jus de fruits par segment de marché et année est présentée Figure 34.



Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 34 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par segment de marché au sein de la famille des Jus de fruits étudiée.

Les produits des distributeurs spécialisés bio n'étant pas inclus dans l'étude 2009, il n'est pas possible de conclure sur leur évolution. Les profils des teneurs en sucres sont similaires entre 2009 et 2013 pour l'ensemble des autres segments de marché. A noter que les variabilités des produits de marques nationales et de marques de distributeurs ont augmenté en 2013, notamment via l'apparition de valeurs extrêmes inférieures et supérieures. Comme discuté

précédemment les variabilités des teneurs en sucres de cette famille sont dues à des modifications de parfums ou de pourcentages de fruits utilisés dans les mélanges de fruits.

Les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en sucres pour les échantillons de 2009 et de 2013 au sein de chaque segment de marché et par sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100ml et les pourcentages d'évolution sont présentés dans le Tableau 13.

Tableau 13 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille des Jus de fruits étudiée.

jus de fruits	2009			2013			Différence entre 2009 et 2013	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴			
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
Sucres (g/100ml)																					
Marques nationales	84	10,8	2,3	231	11,0	2,6	+0,1	+1%	44	10,6	2,5	12	11,6	3,2	32	10,7	1,6	187	11,0	2,7	
Marques de distributeurs	217	11,0	2,3	425	10,9	2,1	-0,1	-1%	62	11,2	2,7	37	11,2	2,1	135	10,8	2,1	253	10,9	2,1	
Marques de distributeurs entrée de gamme	5	10,8	3,2	18	10,3	1,5	-0,5	-4%	2	9,3	0,8	1	9,0		7	10,7	2,1	10	10,2	1,0	
Hard discount	43	10,7	2,9	89	10,5	1,9	-0,1	-1%	7	9,7	2,8	4	12,0	2,9	34	10,9	2,4	51	10,2	1,2	
Distributeurs spécialisés bio				20	11,4	2,4												20	11,4	2,4	

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

¹produits captés par l'Oqali en 2009 mais pas en 2013 (produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013)

²produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

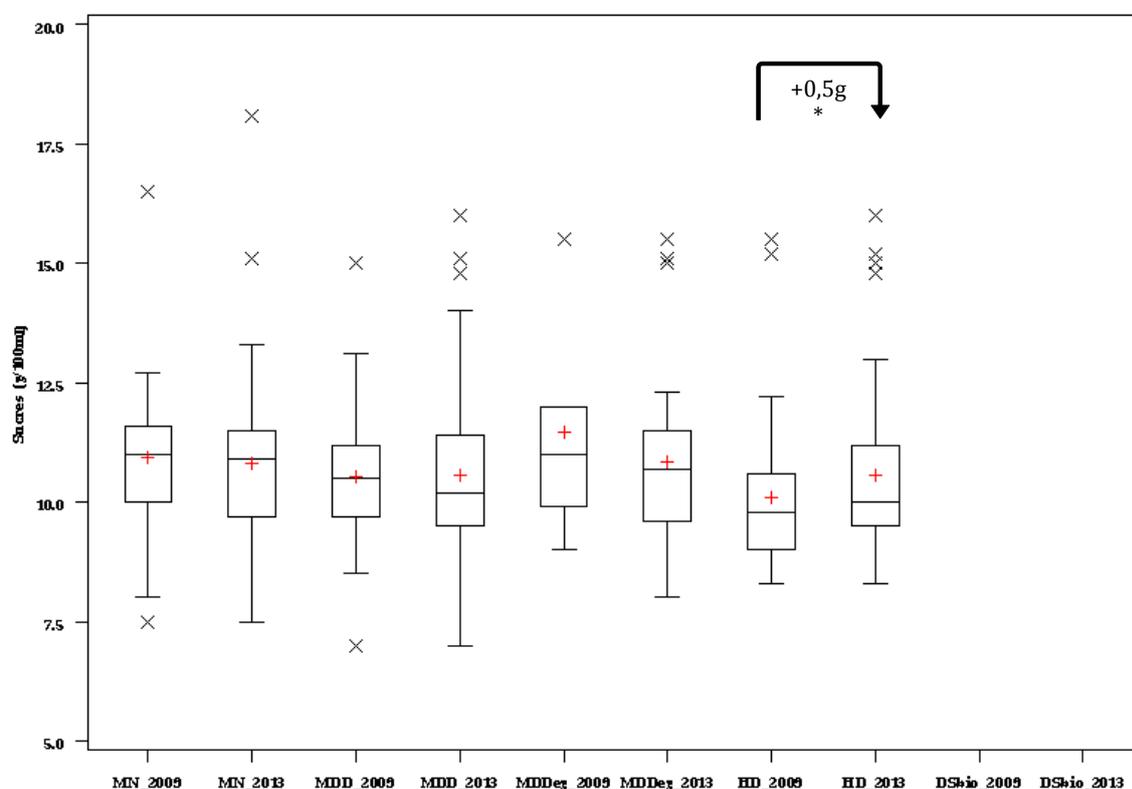
³produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2013 mais pas en 2009 (innovations, extensions de gamme (par exemple : nouveau parfum dans une gamme ou changement des parfums dans un assortiment) et produits non captés par l'Oqali en 2009)

Jus de fruits à base de jus concentrés (Figure 35)

Pour les Jus de fruits à base de jus concentrés, les profils des teneurs en sucres sont globalement similaires entre 2009 et 2013 pour l'ensemble des segments de marché représentés (Figure 35).

Variabilité nutritionnelle par segment de marché et par année: sucres Famille des Jus de fruits a base de jus concentres



Legende	Segment de marche	Legende	Segment de marche
MN_2009	Marques nationales (n=39)	HD_2009	Hard discount (n=34)
MN_2013	Marques nationales (n=61)	HD_2013	Hard discount (n=76)
MDD_2009	Marques de distributeurs (n=77)	DSbio_2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
MDD_2013	Marques de distributeurs (n=115)	DSbio_2013	Distributeurs specialises bio (n=0)
MDDeg_2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=9)		
MDDeg_2013	Marques de distributeurs entree de gamme (n=33)		

Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 35 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par segment de marché au sein de la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés étudiée.

Les tests statistiques ont mis en évidence une augmentation significative de +0,5g/100ml (soit +5%) pour les produits issus du hard discount. Cette augmentation s'explique notamment par les produits « Ajoutés » de ce segment qui présentent une teneur moyenne en sucres légèrement supérieure à celles des autres sous-groupes (Tableau 14).

La comparaison des distributions met en évidence une tendance à la diminution de la teneur moyenne en sucres des marques nationales (-0,1g/100ml soit -1%) et des marques de distributeurs entrée de gamme (-0,6g/100ml soit -5%).

Ainsi, la légère tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 observée pour les Jus de fruits à base de jus concentrés est portée par les produits issus du hard discount. Celle-ci correspond à une modification de l'offre des parfums : la famille ne contenant pas de sucres ajoutés.

Les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en sucres pour les échantillons de 2009 et de 2013 au sein de chaque segment de marché et par sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100ml et les pourcentages d'évolution sont présentés dans le Tableau 14.

Tableau 14 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés étudiée.

jus de fruits à base de jus concentrés Sucres (g/100ml)	2009			2013			Différence entre 2009 et 2013	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Marques nationales	39	10,9	1,6	61	10,8	1,8	-0,1	-1%	20	11,0	1,9	4	11,3	1,0	15	10,7	1,3	42	10,8	2,0
Marques de distributeurs	77	10,5	1,5	115	10,6	1,6	+0,04	+0,3%	27	10,6	1,7	19	10,0	1,4	36	10,4	1,3	60	10,8	1,7
Marques de distributeurs entrée de gamme	9	11,5	2,5	33	10,8	1,9	-0,6	-5%	1	15,5		2	11,8	5,3	23	10,8	1,8	8	10,9	1,9
Hard discount	34	10,1	1,6	76	10,6	1,6	+0,5*	+5%	14	9,7	1,2	7	10,1	1,5	22	10,5	1,7	47	10,7	1,6
Distributeurs spécialisés bio																				

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

¹produits captés par l'Oqali en 2009 mais pas en 2013 (produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013)

²produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

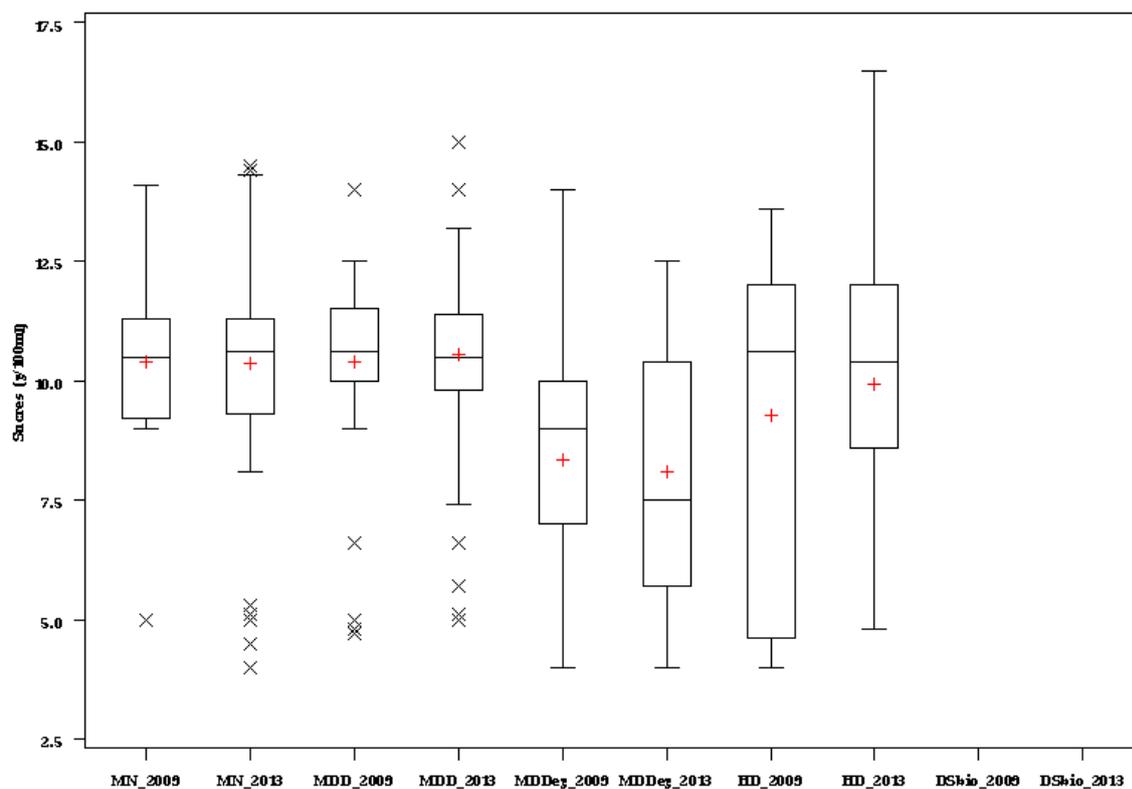
³produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2013 mais pas en 2009 (innovations, extensions de gamme (par exemple : nouveau parfum dans une gamme ou changement des parfums dans un assortiment) et produits non captés par l'Oqali en 2009)

Nectars (Figure 36)

Pour les Nectars, les profils des teneurs en sucres sont globalement similaires entre 2009 et 2013 pour l'ensemble des segments de marché représentés (Figure 36).

Variabilité nutritionnelle par segment de marché et par année: sucres Famille des Nectars



Legende	Segment de marche	Legende	Segment de marche
MN_2009	Marques nationales (n=19)	HD_2009	Hard discount (n=13)
MN_2013	Marques nationales (n=55)	HD_2013	Hard discount (n=51)
MDD_2009	Marques de distributeurs (n=51)	DSbio_2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
MDD_2013	Marques de distributeurs (n=158)	DSbio_2013	Distributeurs specialises bio (n=0)
MDDeg_2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=13)		
MDDeg_2013	Marques de distributeurs entree de gamme (n=21)		

Effet année : * si $p < 0,05$; ** si $p < 0,01$; *** si $p < 0,001$

Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 36 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par segment de marché au sein de la famille des Nectars étudiée.

Les tests statistiques ne mettent en évidence aucune différence significative.

Plus particulièrement, la comparaison des distributions des produits de marques nationales et de marques de distributeurs montrent des profils globalement similaires entre 2009 et 2013. Cette tendance est majoritairement due au fait que les produits « Ajoutés » (innovations, extensions de gamme, produits non captés par l'Oqali en 2009), en nombre important pour les 2 segments de marché, présentent en 2013 des teneurs moyennes en sucres très proches des teneurs moyennes en sucres de 2009 (autour de 10,0g/100ml) (Tableau 15). La comparaison des distributions des teneurs en sucres des produits de marques de distributeurs entrée de gamme entre 2009 et 2013 met en évidence un plus grand nombre de produits dans la tranche inférieure des teneurs (diminutions des valeurs de la médiane et du 1^{er} quartile). A l'inverse, les distributions des teneurs en sucres des produits issus du hard discount mettent en évidence un plus grand nombre de produits dans les fourchettes supérieures (augmentation de la valeur du 1^{er} quartile). A noter que, globalement, les teneurs moyennes en sucres des produits de marques

de distributeurs entrée de gamme inférieures à celle des autres segments de marché en 2009 et en 2013 pourraient être dues en partie au fait que les produits de ce segment présentent une diversité de parfums plus faible que celle des autres segments de marché ainsi que des parfums naturellement moins sucrés comme l'orange.

Ainsi, les faibles évolutions observées sur l'ensemble des segments de marché profils similaires pour les marques nationales et les marques de distributeurs, tendance à plus de produits dans les fourchettes basses des teneurs pour les marques de distributeurs entrée de gamme et tendance à plus de produits dans les fourchettes hautes pour les produits issus du hard discount) traduisent la faible tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres des Nectars entre 2009 et 2013.

Les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en sucres pour les échantillons de 2009 et de 2013 au sein de chaque segment de marché et par sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100ml et les pourcentages d'évolution sont présentés dans le Tableau 15.

Tableau 15 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille des Nectars étudiée.

nectars	2009			2013			Différence entre 2009 et 2013	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴			
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
Sucres (g/100ml)																					
Marques nationales	19	10,4	2,5	55	10,4	2,5	-0,03	-0,3%	6	8,1	2,4	1	11,2		12	11,6	1,8	42	10,0	2,6	
Marques de distributeurs	51	10,4	1,8	158	10,5	1,5	+0,1	+1%	9	9,6	2,9	9	11,1	1,9	55	10,7	1,4	94	10,4	1,5	
Marques de distributeurs entrée de gamme	13	8,3	2,8	21	8,1	2,5	-0,2	-3%	4	10,8	2,3	1	7,5		11	7,4	2,9	9	9,0	1,8	
Hard discount	13	9,3	3,6	51	9,9	2,8	+0,6	+7%	5	8,1	3,6	3	11,8	0,2	9	9,5	2,9	39	9,9	2,9	
Distributeurs spécialisés bio																					

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

¹produits captés par l'Oqali en 2009 mais pas en 2013 (produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013)

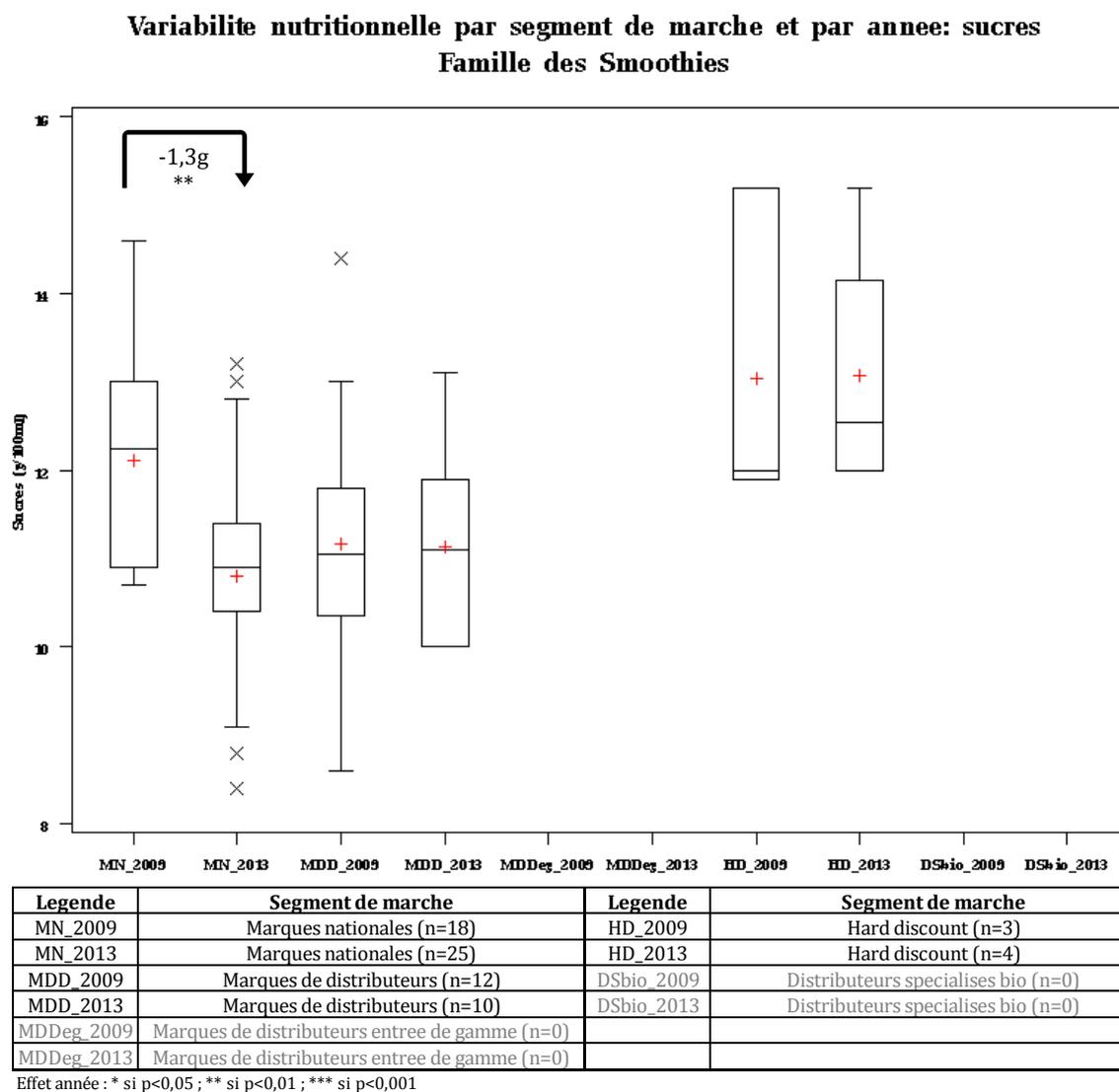
²produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2013 mais pas en 2009 (innovations, extensions de gamme (par exemple : nouveau parfum dans une gamme ou changement des parfums dans un assortiment) et produits non captés par l'Oqali en 2009)

Smoothies (Figure 37)

La variabilité des teneurs en sucres au sein de la famille des Smoothies par segment de marché et par année est présentée Figure 37.



Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 37 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par segment de marché au sein de la famille des Smoothies étudiée.

Parmi les produits considérés, les tests statistiques mettent en évidence une diminution significative de la teneur moyenne en sucres des produits de marques nationales (-1,3/100ml soit -11%). Celle-ci est majoritairement due à la modification de l'offre des produits pour cette famille. Les produits « Retirés » présentent une teneur moyenne en sucres (12,0g/100ml) supérieure à celle des produits « Ajoutés » (10,8g/100ml) (Tableau 16). Cette famille ne comprenant pas de sucres ajoutés, cette modification est due à une modification dans l'offre des parfums par famille, avec la suppression des smoothies aux fruits naturellement plus sucrés au profit de fruits/mélanges de fruits naturellement moins sucrés.

La comparaison des distributions pour les marques de distributeurs montre des profils similaires entre 2009 et 2013 : la teneur moyenne en sucres reste identique (très légère diminution de -0,03g/100ml soit -0,3%). Cela est majoritairement dû au fait que les produits

« Retirés » et « Ajoutés » présentent des teneurs moyennes en sucres identiques (11,3g/100ml) (Tableau 16).

Il est difficile de conclure sur les produits issus du hard discount qui présentent de faibles effectifs en 2009 et en 2013 (respectivement n=3 et n=4). Les effectifs 2009 et 2013 des marques de distributeurs entrée de gamme et des distributeurs spécialisés bio sont nuls.

La diminution significative de la teneur moyenne en sucres au sein de la famille des Smoothies (-0,7g/100ml soit -6% de la teneur initiale) semble donc être portée principalement par les marques nationales.

Les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en sucres pour les échantillons de 2009 et de 2013 au sein de chaque segment de marché et par sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100ml et les pourcentages d'évolution sont présentés dans le Tableau 16.

Tableau 16 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille des Smoothies étudiée.

smoothies	2009			2013			Différence entre 2009 et 2013	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100ml)																				
Marques nationales	18	12,1	1,1	25	10,8	1,3	-1,3**	-11%	10	12,0	1,0				7	10,9	0,5	18	10,8	1,5
Marques de distributeurs	12	11,2	1,5	10	11,1	1,1	-0,03	-0,3%	8	11,3	1,9				4	10,9	0,8	6	11,3	1,3
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	13,0	1,9	4	13,1	1,5	+0,04	+0,3%	1	11,9					2	13,6	2,3	2	12,6	0,8
Distributeurs spécialisés bio																				

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

¹produits captés par l'Oqali en 2009 mais pas en 2013 (produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013)

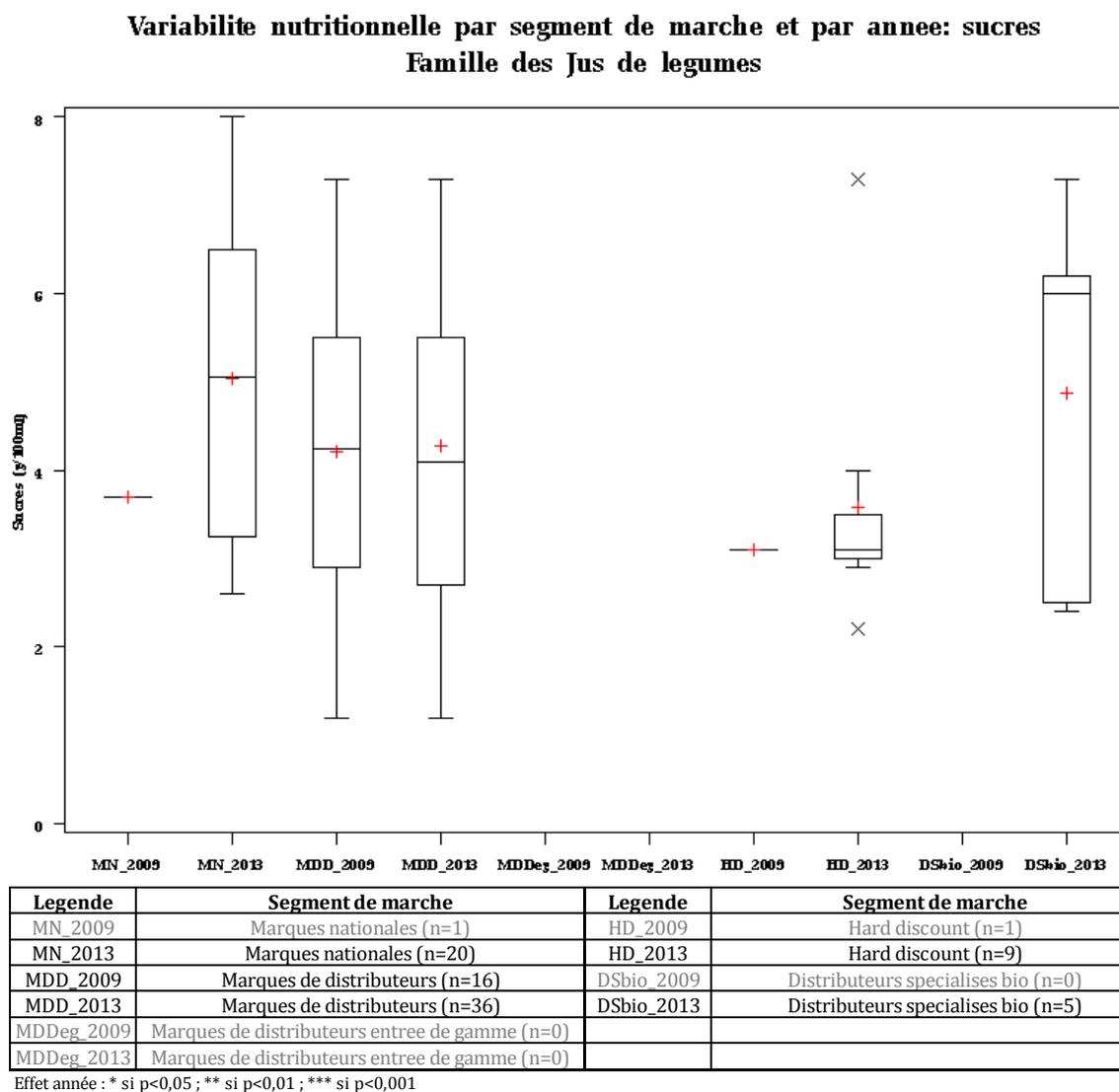
²produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2013 mais pas en 2009 (innovations, extensions de gamme (par exemple : nouveau parfum dans une gamme ou changement des parfums dans un assortiment) et produits non captés par l'Oqali en 2009)

Jus de légumes (Figure 38)

La variabilité des teneurs en sucres au sein de la famille des Jus de légumes par segment de marché et année est présentée Figure 38.



Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 38 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100ml) par segment de marché au sein de la famille des Jus de légumes étudiée.

Aucune différence significative n'a été mise en évidence entre les teneurs moyennes en sucres par segment de marché pour les Jus de légumes.

La comparaison des distributions montre que les profils des teneurs en sucres des produits de marques de distributeurs sont similaires entre 2009 et 2013. Cela est majoritairement dû au fait que les produits « Ajoutés » présentent une teneur moyenne en sucres équivalente à celle des produits de 2009 (autour de 4,3g/100ml) (Tableau 17).

Concernant les produits de marques nationales, issus du hard discount et de distributeurs spécialisés bio, il est difficile de conclure quant à l'évolution de ces segments car leurs effectifs 2009 sont quasi-nuls ou nuls (respectivement n=1, n=1 et n=0). Cependant il est intéressant de noter que la teneur moyenne en sucres 2013 des produits de marques de distributeurs (4,3g/100ml) est légèrement inférieure à celles des produits de marques nationales (5,0g/100ml) et de distributeurs spécialisés (4,9g/100ml). Cela est dû à la présence dans les

produits récoltés en 2013 pour ces 2 segments de marché de jus de carotte et de betterave naturellement plus sucrés que les jus de tomate (majoritaires en 2009 ; les Jus de légumes ne contenant pas de sucres ajoutés).

L'évolution des produits issus du hard discount est également difficile à interpréter, l'effectif 2009 étant de 1. Cependant il est intéressant de noter l'apparition en 2013 d'un point extrême correspondant à un jus de carotte naturellement plus sucré que le jus de tomate correspondant au produit récolté en 2009.

Ainsi, la tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 (+0,3g/100ml soit +8% par rapport à la teneur initiale) ainsi qu'un plus grand nombre de produits dans la tranche supérieure des teneurs (augmentations des valeurs de la médiane et du 3^{ème} quartile) est portée essentiellement par les produits de marques nationales, issus du hard discount et des distributeurs spécialisés bio. L'offre 2013 comporte une diversité de produits plus importante, notamment avec des jus de carotte et de betterave naturellement plus sucrés. Les marques de distributeurs présentaient déjà en 2009 des jus de légumes autres que tomate. La modification de l'offre de produits peut être en partie due au biais engendré par la récolte en 2013 de produits vendus dans les magasins biologiques.

Les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en sucres pour les échantillons de 2009 et de 2013 au sein de chaque segment de marché et par sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100ml et les pourcentages d'évolution sont présentés dans le Tableau 17.

Tableau 17 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille des Jus de légumes étudiée.

jus de legumes	2009			2013			Différence entre 2009 et 2013	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴			
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
Sucres (g/100ml)																					
Marques nationales	1	3,7		20	5,0	1,8	+1,3	+36%							1	3,7		19	5,1	1,9	
Marques de distributeurs	16	4,2	1,7	36	4,3	1,7	+0,1	+2%	2	3,1	0,6	7	4,9	1,7	10	3,9	2,0	19	4,3	1,5	
Marques de distributeurs entrée de gamme																					
Hard discount	1	3,1		9	3,6	1,5	+0,5	+15%							2	3,1	0,1	7	3,7	1,7	
Distributeurs spécialisés bio				5	4,9	2,3												5	4,9	2,3	

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

¹produits captés par l'Oqali en 2009 mais pas en 2013 (produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013)

²produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2013 mais pas en 2009 (innovations, extensions de gamme (par exemple : nouveau parfum dans une gamme ou changement des parfums dans un assortiment) et produits non captés par l'Oqali en 2009)

L'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle des sucres porte sur les teneurs en sucres totaux étiquetés. **Ainsi, pour les familles des Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Smoothies et Jus de légumes, qui ne contiennent pas de sucres ajoutés³⁶, les évolutions qui pourraient être observées sont dues à des modifications de recettes (pourcentages et/ou types de fruits/légumes utilisés) ou de l'offre de parfums.** Seuls les Nectars peuvent contenir des sucres ajoutés. Cependant, pour ces derniers, les teneurs minimales en jus et/ou purée de fruits sont réglementées et définies par fruits, ainsi les recettes (pourcentages et/ou types de fruits utilisés) ont également un impact sur les teneurs en sucres naturels et donc sur les teneurs en sucres totaux.

Les profils des teneurs en sucres restent globalement similaires entre 2009 et 2013 pour l'ensemble des familles du secteur des jus et nectars.

Plus précisément, seule la famille des **Smoothies** présente une diminution significative de la teneur moyenne en sucres de -0,7g/100ml soit -6% par rapport à la teneur initiale. Cette diminution s'accompagne d'un plus grand nombre de produits dans la tranche inférieure des teneurs en sucres de la famille : diminutions des valeurs de la médiane (-0,7g/100ml) et des 1^{er} et 3^{ème} quartiles (respectivement -0,5g/100ml et -0,6g/100ml). Les produits de cette famille ne contenant pas de sucres ajoutés, ces observations sont dues majoritairement à une modification de l'offre : suppression des parfums avec les fruits naturellement plus sucrés et apparition de mélanges de fruits naturellement moins sucrés. L'évolution est également en partie due à des reformulations (tendance à la diminution de -0,5g/100ml de la teneur moyenne en sucres des produits appariés, c'est-à-dire les produits captés par l'Oqali à la fois en 2009 et en 2013 sous une forme strictement identique ou évoluée). Cette dernière tendance à la diminution peut provenir de modifications de recettes (pourcentages et/ou types de fruits utilisés dans les mélanges de fruits) ou de l'étiquetage des teneurs en sucres. La diminution significative de la teneur moyenne en sucres est portée principalement par les marques nationales (diminution significative de -1,3g/100ml pour ce segment).

Pour les autres familles, les tendances suivantes sont observées :

- une légère tendance à la diminution de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 pour les **Jus de fruits** (-0,1g/100ml soit -1%). Ces produits ne contenant pas de sucres ajoutés, les tendances observées sont dues à des modifications dans les recettes (types de fruits utilisés et/ou pourcentages de fruits dans les mélanges de fruits) ou de l'offre de parfums ;

- à l'inverse, une légère tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 est observée pour les **Jus de fruits à base de jus concentrés** (+0,1g/100ml soit +1%) notamment en raison de l'augmentation de la variabilité des teneurs en sucres due à l'apparition de valeurs extrêmes supérieures. Ces produits ne contenant pas de sucres ajoutés, les évolutions observées sont également dues à des modifications dans les recettes (types de fruits utilisés et/ou pourcentages de fruits dans les mélanges de fruits) ou de l'offre de parfums. Une diminution significative de -0,1g/100ml de la teneur moyenne en sucres des produits appariés est cependant observée. Elle peut s'expliquer par un changement de recette pour les mélanges de fruits et/ou modification de l'étiquetage des teneurs en sucres. Par ailleurs, la

³⁶ Les produits des familles des Jus de fruits et Jus de fruits à base de jus concentrés ne sont pas autorisés à utiliser des sucres ajoutés (réglementation en vigueur depuis 2013, les produits pris en compte en 2009 n'en comportaient également pas). Les produits des familles des Smoothies et des Jus de légumes pris en compte dans cette étude ne comportent pas de sucres ajoutés.

tendance à la hausse de la teneur moyenne en sucres semble être portée par les produits issus du hard discount ;

- les **Nectars** présentent également une tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 (+0,2g/100ml soit +2%), notamment en raison de l'augmentation de la variabilité des teneurs due à l'apparition de valeurs extrêmes supérieures. Une augmentation du nombre de produits dans les valeurs extrêmes inférieures est également observée. La tendance à l'augmentation observée est en partie expliquée par une modification de l'offre avec le retrait des produits présentant des teneurs en sucres parmi les plus faibles ainsi que par l'augmentation de la diversité des parfums. L'augmentation du nombre de références en 2013 ainsi que de la diversité des parfums conduit, d'une part, à un nombre de produits plus important dans les fourchettes hautes des teneurs en sucres (supérieures à 14g/100ml), correspondant à des parfums de type pruneau, banane, abricot ou pêche, et d'autre part à un plus grand nombre de produits dans les fourchettes basses des teneurs en sucres (autour de 5g/100ml) avec notamment des produits édulcorés. A noter également, l'apparition, suite à la modification de la réglementation, de 20 produits sans sucres ajoutés (et ne comprennent pas d'édulcorants ; 6% des produits de la famille des Nectars de 2013). Pour ces produits, les teneurs en sucres sont variables et s'expliquent par la teneur plus ou moins importante de fruits et/ou la nature des fruits utilisés. Quelques reformulations dans le sens d'une amélioration de l'offre sont à noter avec une légère tendance à la diminution de la teneur moyenne en sucres de -0,3g/100ml (soit -2%) pour les produits appariés, présents à la fois en 2009 et en 2013. Enfin, concernant les segments de marché, les profils sont similaires entre 2009 et 2013 pour les marques nationales et les marques de distributeurs, une tendance à plus de produits dans les fourchettes basses des teneurs est observée pour les marques de distributeurs entrée de gamme et à l'inverse, une tendance à plus de produits dans les fourchettes hautes pour les produits issus du hard discount ;

- enfin, la teneur moyenne en sucres des **Jus de légumes** présente également une tendance à l'augmentation (+0,3g/100ml soit +8%). Cette tendance à l'augmentation s'accompagne d'un plus grand nombre de produits dans la tranche supérieure des teneurs (augmentations des valeurs de la médiane et du 3^{ème} quartile, respectivement de +0,4g/100ml et +0,5g/100ml). Ces observations s'expliquent par une modification de l'offre : les produits « Ajoutés » présentent des teneurs en sucres parmi les plus élevées. Cela est dû à l'augmentation de la diversité des produits en 2013 notamment via l'augmentation de la proportion des jus de carotte et de betterave, naturellement plus sucrés. La modification de l'offre de produits peut être en partie due au biais engendré par la récolte en 2013 de produits vendus dans les magasins biologiques.

Globalement, les faibles différences observées, que ce soit pour les 4 familles sans sucres ajoutés ou pour la famille des Nectars, sont à mettre en relation avec l'augmentation de la diversité des parfums observée entre les produits récoltés en 2009 et ceux récoltés en 2013.

Il est également important de rappeler les biais d'interprétation des résultats engendrés par le fait que les marques nationales soient sous-estimées dans l'étude 2009 et par l'augmentation de la couverture du marché entre 2009 (56% du marché en volume) et 2013 (83%).

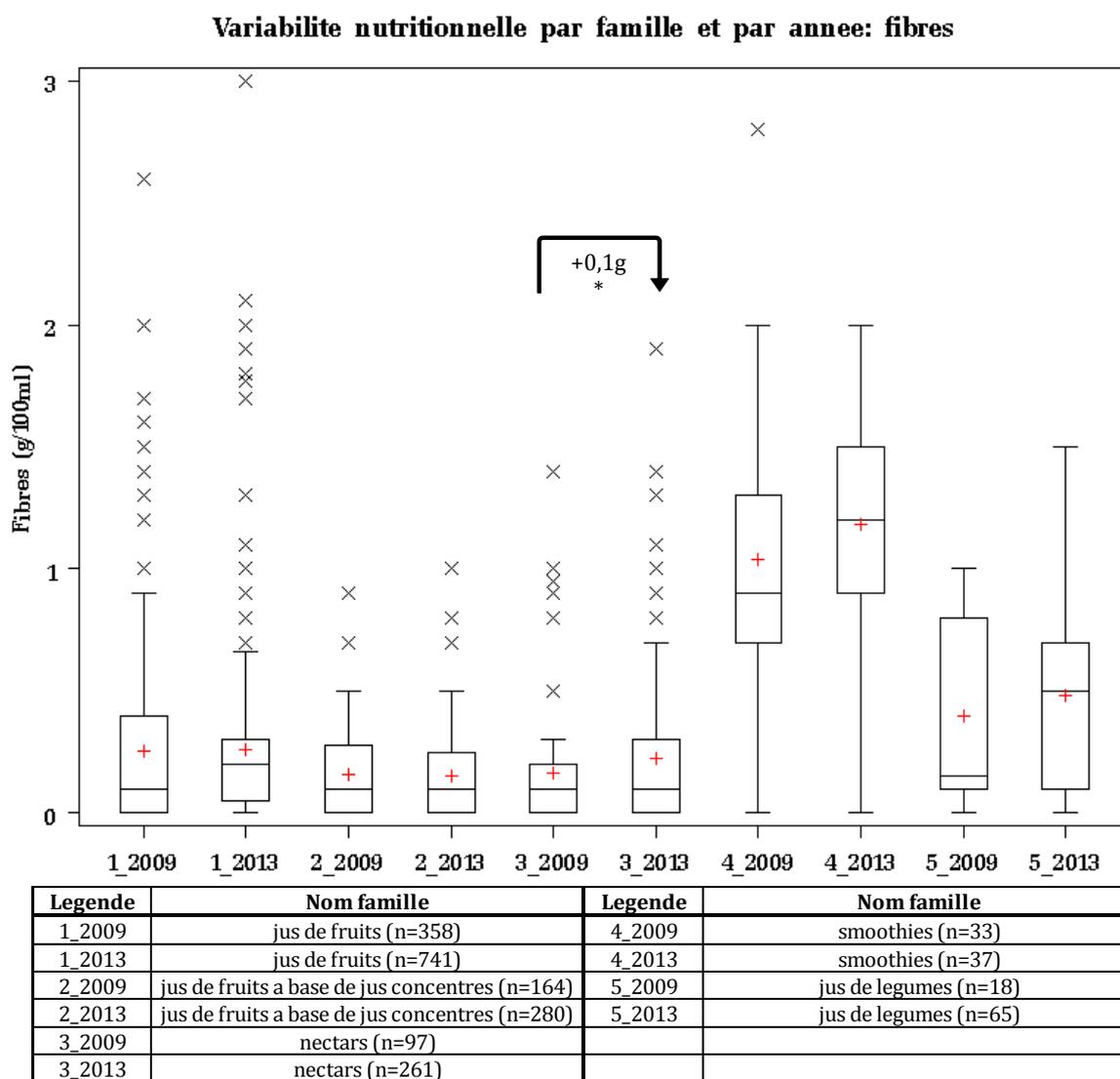
Concernant les nectars, la Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels (2006-2012) signée par l'Union Nationale Interprofessionnelle des Jus de Fruits (UNIJUS) comportait un engagement sur la diminution des teneurs en sucres ajoutés entre 2006 et 2012 de -5%. Les résultats présentés dans cette étude ne traduisent pas cet engagement car les données sont difficilement comparables. En effet, premièrement les résultats de l'étude Oqali portent sur les

sucre totaux étiquetés en g/100ml (soit 58% des produits récoltés en 2009 et 80% des produits récoltés en 2013), ceux de la Charte portent sur les sucres ajoutés en grammes de matière sèche sur 100g ou 100ml (déclaration par les industriels engagés dans la Charte des volumes de sucres ajoutés pour l'ensemble de leurs produits). Les périodes d'étude sont également différentes : 2009-2013 pour l'étude sectorielle Oqali, 2006-2012 pour la Charte ; ainsi des progrès réalisés entre 2006 et 2009 ne seraient pas visibles dans l'étude sectorielle Oqali. Enfin le nombre de produits considéré est différent : l'étude sectorielle Oqali prend également en compte des produits non concernés par la Charte.

4.2 Evolution de la variabilité des teneurs en fibres

4.2.1 Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein du secteur par famille et par année

L'étude de la variabilité des teneurs en fibres des 5 familles du secteur des jus et nectars entre 2009 et 2013 (Figure 39) met en évidence des profils globalement similaires pour l'ensemble des familles.



Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 39 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100ml) par famille et par année au sein des jus et nectars étudiés.

Les tests statistiques mettent en évidence une augmentation significative de la teneur moyenne en fibres entre 2009 et 2013 de +0,1g/100ml (soit +39% par rapport à la teneur initiale) pour la famille des Nectars (3). L'étude des distributions entre 2009 et 2013 montre également un plus grand nombre de produits dans la tranche supérieure des teneurs en fibres de la famille (augmentation de la valeur du 3^{ème} quartile de +0,1g/100ml).

Globalement, l'impact nutritionnel des évolutions des teneurs en fibres est faible.

Concernant les autres familles, l'étude des distributions entre 2009 et 2013 montre une augmentation du nombre de produits dans les fourchettes hautes des teneurs en fibres pour les Smoothies (4 ; augmentations des valeurs de la médiane et des 1^{er} et 3^{ème} quartiles, respectivement +0,3g/100ml ; +0,3g/100ml et +0,2g/100ml) et les Jus de légumes (5 ; augmentation de la valeur de la médiane de +0,4g/100ml). Les distributions des familles des Jus de fruits (1) et des Jus de fruits à base de jus concentrés (2) sont globalement semblables.

Au sein du secteur, l'ajout de fibres n'étant pas autorisé, les évolutions des teneurs peuvent s'expliquer en partie par le type de fruit utilisé, les quantités de chaque type de fruit utilisées dans les mélanges de fruits ou l'emploi de purées de fruits (contenant plus de fibres) plutôt que de jus de fruits.

A noter qu'en 2009 et en 2013, la famille des Smoothies présente les teneurs moyennes en fibres les plus élevées.

Les statistiques descriptives des teneurs en fibres par famille pour les échantillons de 2009 et de 2013, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100ml et les pourcentages d'évolution sont présentés dans le Tableau 18.

Tableau 18 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par famille et par année au sein des jus et nectars étudiés.

Fibres alimentaires (g/100ml)	2009								2013								Différence de moyennes (g/100ml)	Evolution des moyennes (%)
	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET		
jus de fruits	358	0,0	2,6	0,0001	0,1	0,4	0,3	0,3	741	0,0	3,0	0,1	0,2	0,3	0,3	0,3	+0,01	+4%
jus de fruits a base de jus concentres	164	0,0	0,9	0,0001	0,1	0,3	0,2	0,2	280	0,0	1,0	0,0001	0,1	0,3	0,2	0,2	-0,005	-3%
nectars	97	0,0	1,4	0,0001	0,1	0,2	0,2	0,3	261	0,0	1,9	0,0001	0,1	0,3	0,2	0,3	+0,1*	+39%
smoothies	33	0,0001	2,8	0,7	0,9	1,3	1,0	0,6	37	0,0001	2,0	0,9	1,2	1,5	1,2	0,5	+0,1	+14%
jus de legumes	18	0,0001	1,0	0,1	0,2	0,8	0,4	0,4	65	0,0001	1,5	0,1	0,5	0,7	0,5	0,4	+0,1	+22%

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

4.2.2 Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous-groupe

Afin d'identifier quels produits sont responsables des éventuelles évolutions observées, une étude de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous-groupe a été effectuée. Celle-ci a mis en évidence au moins une différence significative entre sous-groupes pour les 5 familles étudiées.

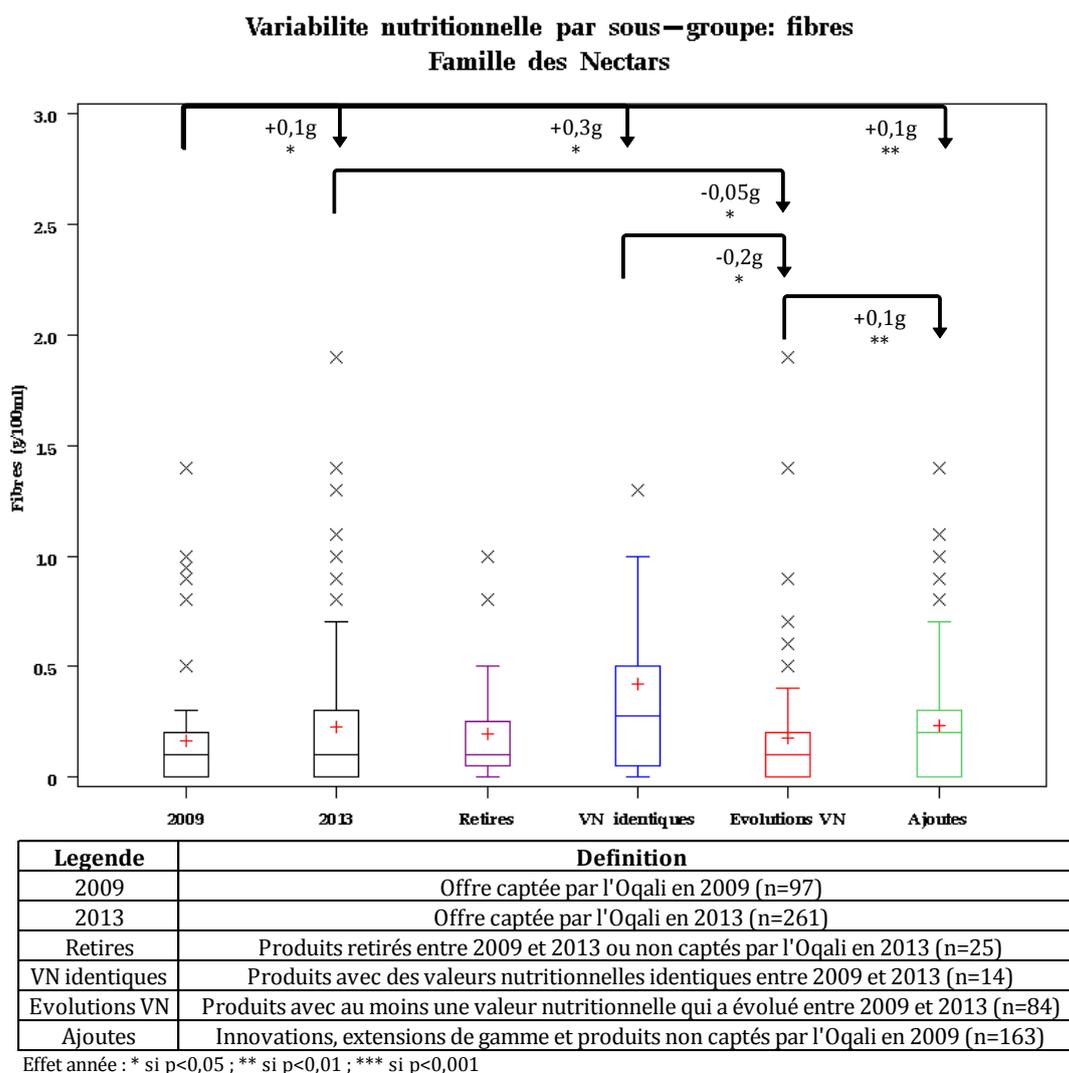
Dans cette partie, les résultats sont détaillés uniquement pour la famille des Nectars dont une différence significative a été identifiée dans l'étude de la variabilité par famille et année afin d'expliquer les différences observées.

Les résultats des 4 autres familles présentant des différences significatives par sous-groupe sont présentés en Annexe 4.

Nectars (Figure 40)

L'étude de la variabilité nutritionnelle a mis en évidence une augmentation significative de la teneur moyenne en fibres entre 2009 et 2013 pour la famille des Nectars (+0,1g/100ml soit +39% de la teneur initiale). L'étude des distributions montre également un plus grand nombre de produits dans la tranche supérieure des teneurs en fibres de la famille (augmentation de la valeur du 3^{ème} quartile de +0,1g/100ml).

La Figure 40 met en évidence que cette tendance peut s'expliquer par le fait que les produits « Ajoutés » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2009) présentent une teneur moyenne en fibres significativement supérieure à celle des produits de 2009 (+0,1g/100ml). Ainsi, il semblerait que, dans l'échantillon étudié, les différences observées soient liées à une modification de l'offre : avec l'apparition de produits avec des teneurs en fibres dans la tranche supérieure, correspondant notamment à des parfums goyave, poire ou pruneau.



Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 40 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100ml) par sous-groupe au sein de la famille des Nectars étudiée.

Les effectifs, moyennes et écarts-types par famille et par sous-groupe de l'ensemble des familles étudiées sont repris dans le Tableau 19.

Tableau 19 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par famille et par sous-groupe au sein des jus et nectars étudiés.

Fibres alimentaires (g/100ml)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
jus de fruits	124	0,3	0,4	54	0,1	0,2	201	0,2	0,2	486	0,3	0,4
jus de fruits a base de jus concentres	67	0,2	0,2	32	0,1	0,1	95	0,2	0,1	153	0,2	0,2
nectars	25	0,2	0,2	14	0,4	0,4	84	0,2	0,3	163	0,2	0,3
smoothies	19	0,9	0,5				13	1,1	0,4	24	1,2	0,6
jus de legumes	2	0,5	0,5	7	0,2	0,2	13	0,6	0,3	45	0,5	0,4

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

¹produits captés par l'Oqali en 2009 mais pas en 2013 (produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013)

²produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

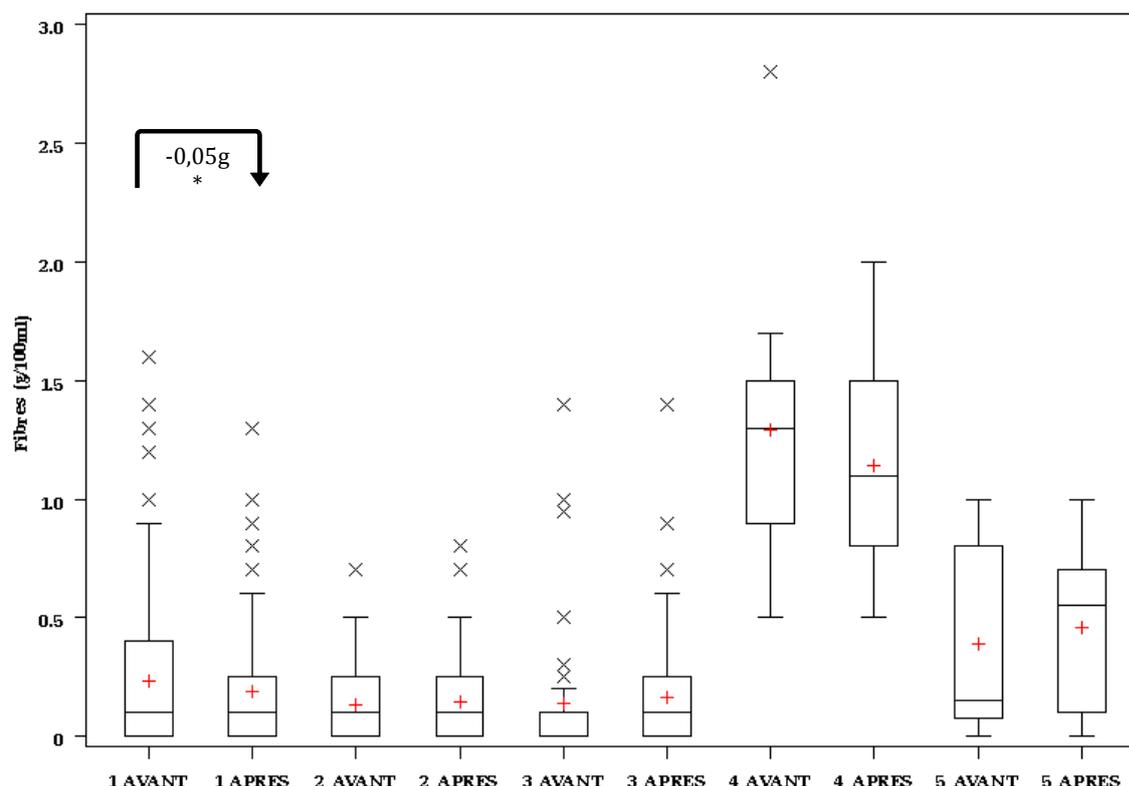
³produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2013 mais pas en 2009 (innovations, extensions de gamme (par exemple : nouveau parfum dans une gamme ou changement des parfums dans un assortiment) et produits non captés par l'Oqali en 2009)

4.2.3 Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des produits appariés

Afin d'identifier si les évolutions nutritionnelles sont liées au moins en partie à des reformulations, cette partie porte sur un sous-ensemble de l'offre : les produits présents à la fois en 2009 et en 2013, regroupés sous le terme de produits appariés. Ces produits correspondent aux 2 sous-groupes des « VN identiques » et « Evolutions VN ».

Variabilité nutritionnelle par famille AVANT et APRES evolution des valeurs nutritionnelles (produits appariés) : Fibres



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
1_AVANT	2009	jus de fruits (n=228)	4_AVANT	2009	smoothies (n=13)
1_APRES	2013	jus de fruits (n=228)	4_APRES	2013	smoothies (n=13)
2_AVANT	2009	jus de fruits a base de jus concentres (n=95)	5_AVANT	2009	jus de legumes (n=16)
2_APRES	2013	jus de fruits a base de jus concentres (n=95)	5_APRES	2013	jus de legumes (n=16)
3_AVANT	2009	nectars (n=69)			
3_APRES	2013	nectars (n=69)			

Effet année : * si $p < 0,05$; ** si $p < 0,01$; *** si $p < 0,001$

Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 41 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100ml) par famille et par année au sein des produits appariés des jus et nectars étudiés.

Les profils des teneurs en fibres pour les produits présents à la fois en 2009 et en 2013 restent globalement similaires entre les 2 années au sein des familles de jus et nectars étudiés.

Les tests statistiques mettent en évidence une différence significative entre les teneurs moyennes en fibres 2009 et 2013 pour la famille des Jus de fruits (1) ; la diminution de -0,05g/100ml a cependant un faible impact nutritionnel.

Concernant les autres familles, l'étude des distributions montre, pour la famille des Smoothies (4), un plus grand nombre de produits dans les fourchettes basses des teneurs en fibres (diminutions des valeurs de la médiane et du 1^{er} quartile) ainsi qu'une tendance à la

diminution de la teneur moyenne (-0,2g/100ml soit -12% de la teneur initiale). A l'inverse, la famille des Jus de légumes (5) présente une tendance à la hausse du nombre de produits dans les fourchettes hautes des teneurs en fibres (augmentation de la valeur de la médiane) ainsi qu'une tendance à l'augmentation de la teneur moyenne (+0,1g/100ml soit +17% de la teneur initiale). Les profils des 2 autres familles (2-Jus de fruits à base de jus concentrés et 3-Nectars) sont globalement semblables en 2009 et en 2013.

Les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en fibres des produits appariés, ainsi que les différences entre 2009 et 2013 en g/100ml et les pourcentages d'évolution sont repris dans le Tableau 20.

Tableau 20 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par année et par famille de produit pour les produits appariés au sein des jus et nectars étudiés.

Fibres alimentaires (g/100ml) Produits appariés	Nombre de références appariées	2009		2013		Différence entre 2009 et 2013	Evolution (en %)
		Moy	ET	Moy	ET		
jus de fruits	228	0,2	0,3	0,2	0,2	-0,05*	-19%
jus de fruits a base de jus concentres	95	0,1	0,1	0,1	0,2	+0,01	+7%
nectars	69	0,1	0,2	0,2	0,2	+0,03	+18%
smoothies	13	1,3	0,6	1,1	0,4	-0,2	-12%
jus de legumes	16	0,4	0,4	0,5	0,4	+0,1	+17%

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

Afin de mieux caractériser les reformulations qui ont pu être réalisées entre 2009 et 2013 sur les produits appariés étudiés, la Figure 42 illustre, par famille, le pourcentage de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en fibres identique.

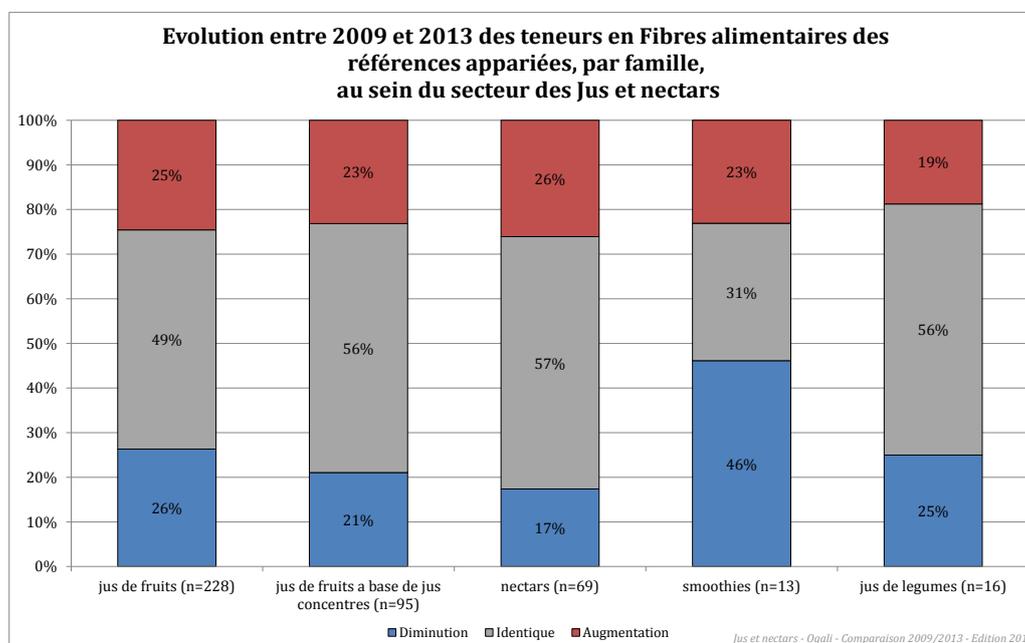


Figure 42 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en fibres identique entre 2009 et 2013, par famille, au sein des jus et nectars étudiés.

Ainsi, les produits des différentes familles étudiées ont des teneurs en fibres majoritairement identiques entre 2009 et 2013 (de 49 à 57% des produits appariés des familles), excepté pour les Smoothies qui présentent majoritairement des diminutions (46% des produits appariés).

Les diminutions de teneurs entre les 2 années varient de 17% des produits appariés (Nectars) à 46% (Smoothies). Les augmentations représentent quant à elles de 19 à 26% des produits appariés en fonction des familles considérées. Toutes les familles présentent à la fois des augmentations et des diminutions, ce qui peut en partie expliquer l'absence de différences importantes au niveau des teneurs moyennes.

Les pourcentages de produits appariés présentant une augmentation ou une diminution de la teneur en fibres sont également à mettre en relation avec l'ampleur des variations observées. En effet, sur l'ensemble du secteur, les diminutions de la teneur en fibres varient de -0,0001g/100ml à -1,6g/100ml et les augmentations varient de +0,0001g/100ml à +1,4g/100ml (Tableau 21). Les variations sont donc relativement faibles. Les plus faibles diminutions et augmentations peuvent par exemple être liées à des différences de résultats d'analyses utilisés pour constituer l'étiquetage des produits, et ont alors peu d'impact sur le profil nutritionnel.

Le Tableau 21 récapitule le nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en fibres identique par famille au sein des jus et nectars étudiés.

Tableau 21 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en fibres identique par famille au sein des jus et nectars étudiés.

Fibres alimentaires (g/100ml) Produits appariés (n=421)	Diminutions de la teneur (n=102)					Teneurs identiques (n=217)	Augmentations de la teneur (n=102)				
	N	Min	Max	Moy	ET		N	Min	Max	Moy	ET
jus de fruits (n=228)	60	-0,0001	-1,4	-0,3	0,3	112	56	+0,0001	+0,4	+0,1	0,1
jus de fruits a base de jus concentres (n=95)	20	-0,0001	-0,5	-0,1	0,1	53	22	+0,0001	+0,5	+0,2	0,1
nectars (n=69)	12	-0,0001	-0,9	-0,2	0,2	39	18	+0,0001	+0,8	+0,2	0,2
smoothies (n=13)	6	-0,2	-1,6	-0,6	0,5	4	3	+0,1	+1,4	+0,6	0,7
jus de legumes (n=16)	4	-0,1	-0,5	-0,3	0,2	9	3	+0,5	+1,0	+0,8	0,2

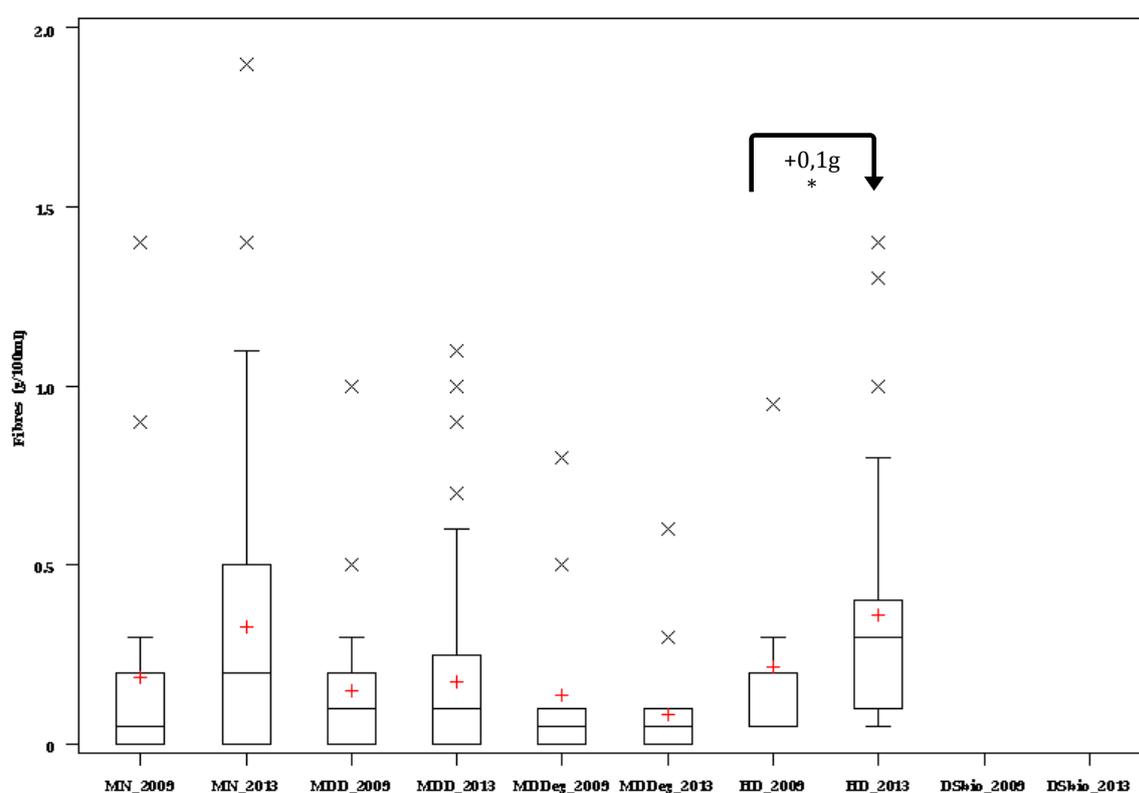
N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

4.2.4 Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par segment de marché

L'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par segment de marché permet d'observer si les évolutions sont portées ou non par l'ensemble des segments de marché. Ainsi, dans cette partie les résultats sont détaillés uniquement pour la famille des Nectars dont une différence significative a été identifiée dans l'étude de la variabilité par famille et année afin d'expliquer les différences observées. Pour les autres familles, les tableaux de statistiques correspondants sont présentés en Annexe 5.

Nectars (Figure 43)

**Variabilité nutritionnelle par segment de marché et par année: fibres
Famille des Nectars**



Legende	Segment de marche	Legende	Segment de marche
MN_2009	Marques nationales (n=19)	HD_2009	Hard discount (n=13)
MN_2013	Marques nationales (n=46)	HD_2013	Hard discount (n=44)
MDD_2009	Marques de distributeurs (n=52)	DSbio_2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
MDD_2013	Marques de distributeurs (n=150)	DSbio_2013	Distributeurs specialises bio (n=0)
MDDeg_2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=13)		
MDDeg_2013	Marques de distributeurs entree de gamme (n=21)		

Effet année: * si $p < 0,05$; ** si $p < 0,01$; *** si $p < 0,001$

Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 43 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100ml) par segment de marché au sein de la famille des Nectars étudiée.

Parmi les produits considérés, les tests statistiques mettent en évidence que la teneur moyenne en fibres des produits issus du hard discount a significativement augmenté (+0,1g/100ml soit +68%). Cette augmentation s'accompagne d'un plus grand nombre de produits dans les fourchettes supérieures des teneurs en fibres (augmentations des valeurs de la médiane et du 3^{ème} quartile).

Concernant les autres segments de marché, l'étude des distributions montre, pour les produits de marques nationales, une tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en fibres entre 2009 et 2013 (+0,1g/100ml), celle-ci s'accompagne également d'un plus grand nombre de produits dans les fourchettes supérieures (augmentations des valeurs de la médiane et du 3^{ème} quartile). Les produits de marques de distributeurs entrée de gamme présentent quant à eux une tendance à la diminution de la teneur moyenne en fibres entre 2009 et 2013 (-0,1g/100ml). Les profils des teneurs en fibres des produits de marques de distributeurs sont semblables entre 2009 et 2013 (augmentation de la teneur moyenne de +0,03g/100ml).

La légère augmentation significative de la teneur moyenne entre 2009 et 2013 pour la famille des Nectars (+0,1g/100ml soit +39% par rapport à la teneur initiale) semble donc être portée principalement par les produits issus du hard discount et les marques nationales.

Les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en fibres pour les échantillons de 2009 et de 2013 au sein de chaque segment de marché et par sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100ml et les pourcentages d'évolution sont présentés dans le Tableau 22.

Tableau 22 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par segment de marché et par année au sein de la famille des Nectars étudiée.

nectars	2009			2013			Différence entre 2009 et 2013	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100ml)																				
Marques nationales	19	0,2	0,4	46	0,3	0,4	+0,1	+75%	6	0,2	0,1	1	0,0		12	0,3	0,6	33	0,3	0,3
Marques de distributeurs	52	0,1	0,2	150	0,2	0,2	+0,03	+19%	10	0,2	0,3	9	0,5	0,3	54	0,1	0,2	87	0,2	0,2
Marques de distributeurs entrée de gamme	13	0,1	0,2	21	0,1	0,1	-0,1	-39%	4	0,2	0,4	1	0,0		11	0,1	0,2	9	0,1	0,1
Hard discount	13	0,2	0,2	44	0,4	0,3	+0,1*	+68%	5	0,1	0,1	3	0,5	0,7	7	0,3	0,2	34	0,4	0,3
Distributeurs spécialisés bio																				

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

¹produits captés par l'Oqali en 2009 mais pas en 2013 (produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013)

²produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2013 mais pas en 2009 (innovations, extensions de gamme (par exemple : nouveau parfum dans une gamme ou changement des parfums dans un assortiment) et produits non captés par l'Oqali en 2009)

Les profils des teneurs en fibres entre 2009 et 2013 restent globalement similaires pour l'ensemble des familles du secteur des jus et nectars étudié.

Les tests statistiques mettent en évidence une augmentation significative de la teneur moyenne entre 2009 et 2013 pour la famille des **Nectars** (+0,1g/100ml soit +39% par rapport à la teneur initiale). Cette augmentation est en grande partie expliquée par une modification de l'offre. Les produits « Ajoutés » (c'est-à-dire les innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2009) présentent une teneur moyenne en fibres significativement supérieure à celle des produits de 2009 (+0,1g/100ml). Les produits avec les teneurs en fibres les plus élevées correspondent notamment à des parfums goyave, poire ou pruneau. L'augmentation observée semble être portée principalement par les produits issus du hard discount et les marques nationales.

Aucune différence significative n'est observée pour les 4 autres familles. Quelques tendances sont cependant à noter :

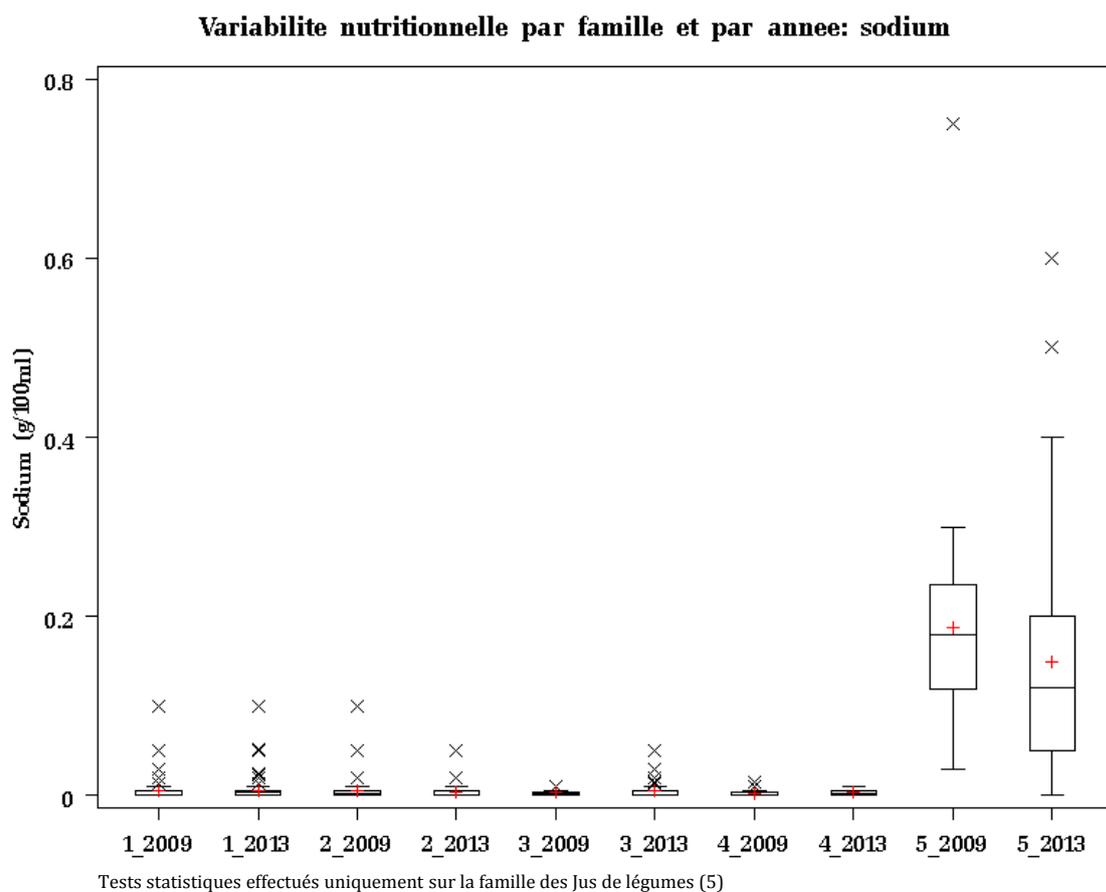
- un plus grand nombre de produits dans les fourchettes hautes des teneurs en fibres pour les **Smoothies** (augmentations des valeurs de la médiane et des 1^{er} et 3^{ème} quartiles, respectivement +0,3g/100ml ; +0,3g/100ml et +0,2g/100ml) et **les Jus de légumes** (augmentation de la valeur de la médiane de +0,4g/100ml).

Globalement, l'impact nutritionnel des évolutions des teneurs en fibres est faible. L'ajout de fibres n'étant pas autorisé au sein des produits du secteur, les évolutions observées peuvent s'expliquer en partie par le type de fruit utilisé, les quantités de chaque type de fruit utilisées dans les mélanges de fruits ou l'emploi de purées de fruits (contenant plus de fibres) plutôt que de jus de fruits.

4.3 Evolution de la variabilité des teneurs en sodium

4.3.1 Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein du secteur par famille et par année

La Figure 44 présente la variabilité des teneurs en sodium des 5 familles du secteur des jus et nectars, par année. Les teneurs en sodium des familles des Jus de fruits (1), Jus de fruits à base de jus concentrés (2), Nectars (3) et Smoothies (4) étant très faibles, les tests statistiques ont été effectués uniquement sur la famille des Jus de légumes (5). L'étude de la variabilité des teneurs en sodium portera uniquement sur cette dernière famille.



Legende	Nom famille	Legende	Nom famille
1_2009	jus de fruits (n=355)	4_2009	smoothies (n=33)
1_2013	jus de fruits (n=674)	4_2013	smoothies (n=31)
2_2009	jus de fruits a base de jus concentres (n=164)	5_2009	jus de legumes (n=18)
2_2013	jus de fruits a base de jus concentres (n=273)	5_2013	jus de legumes (n=60)
3_2009	nectars (n=97)		
3_2013	nectars (n=235)		

Effet année : * si $p < 0,05$; ** si $p < 0,01$; *** si $p < 0,001$

Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 44 : Variabilité des teneurs en sodium (g/100ml) par famille et par année au sein des jus et nectars étudiés.

Aucune différence significative n'a été mise en évidence pour l'évolution de la teneur moyenne en sodium de la famille des Jus de légumes (5).

L'étude de la distribution des teneurs en sodium en 2009 et en 2013 montre cependant une tendance à la diminution de la teneur moyenne (-0,04g/100ml soit -21%) ainsi qu'une augmentation du nombre de produits dans les fourchettes basses des teneurs en

sodium (diminutions des valeurs de la médiane et des 1^{er} et 3^{ème} quartiles, respectivement de -0,06g/100ml ; -0,07g/100ml et -0,04g/100ml).

A titre indicatif, la Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels (2006-2012) signée par l'Union Nationale Interprofessionnelle des Jus de Fruits (UNIJUS) comportait l'engagement suivant « limiter la quantité de sel ajouté dans les jus de légumes à 6g/L ». Cette teneur de 6g/L de sel est équivalente à 0,24g/100ml de sodium³⁷. Très peu de produits présentent en 2009 (n=3) et en 2013 (n=7) une teneur en sodium supérieure à cette valeur. Il est également important de préciser que celle-ci correspond à une teneur en sel ajouté, les teneurs en sodium présentées dans cette étude correspondent aux teneurs en sodium étiquetées (donc pas uniquement en sodium ajouté). Par ailleurs, cette étude prend en compte des produits dont les industriels ne sont pas signataires de cette Charte.

Les statistiques descriptives des teneurs en sodium par famille pour les échantillons de 2009 et de 2013, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100ml et les pourcentages d'évolution sont présentés dans le Tableau 23.

Tableau 23 : Statistiques descriptives des teneurs en sodium par famille et par année au sein des jus et nectars étudiés.

Sodium (g/100ml)	2009								2013								Différence de moyennes (g/100ml)	Evolution des moyennes (%)
	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET		
jus de fruits	355	0,00	0,10	0,00	0,001	0,01	0,005	0,01	674	0,00	0,10	0,0001	0,003	0,01	0,005	0,01	+0,0001	+2%
jus de fruits a base de jus concentrés	164	0,00	0,10	0,0001	0,002	0,01	0,01	0,01	273	0,00	0,05	0,0001	0,01	0,01	0,004	0,01	-0,001	-17%
nectars	97	0,00	0,01	0,0001	0,002	0,004	0,003	0,003	235	0,00	0,05	0,0001	0,01	0,01	0,005	0,01	+0,002	+64%
smoothies	33	0,00	0,02	0,0001	0,0001	0,004	0,002	0,003	31	0,00	0,01	0,00	0,002	0,01	0,003	0,004	+0,001	+56%
jus de légumes	18	0,03	0,75	0,12	0,18	0,24	0,19	0,16	60	0,00	0,60	0,05	0,12	0,20	0,15	0,11	-0,04	-21%

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
 Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

Tests statistiques effectués uniquement sur la famille des jus de légumes

³⁷ 2,54g de sel équivaut à 1g de sodium.

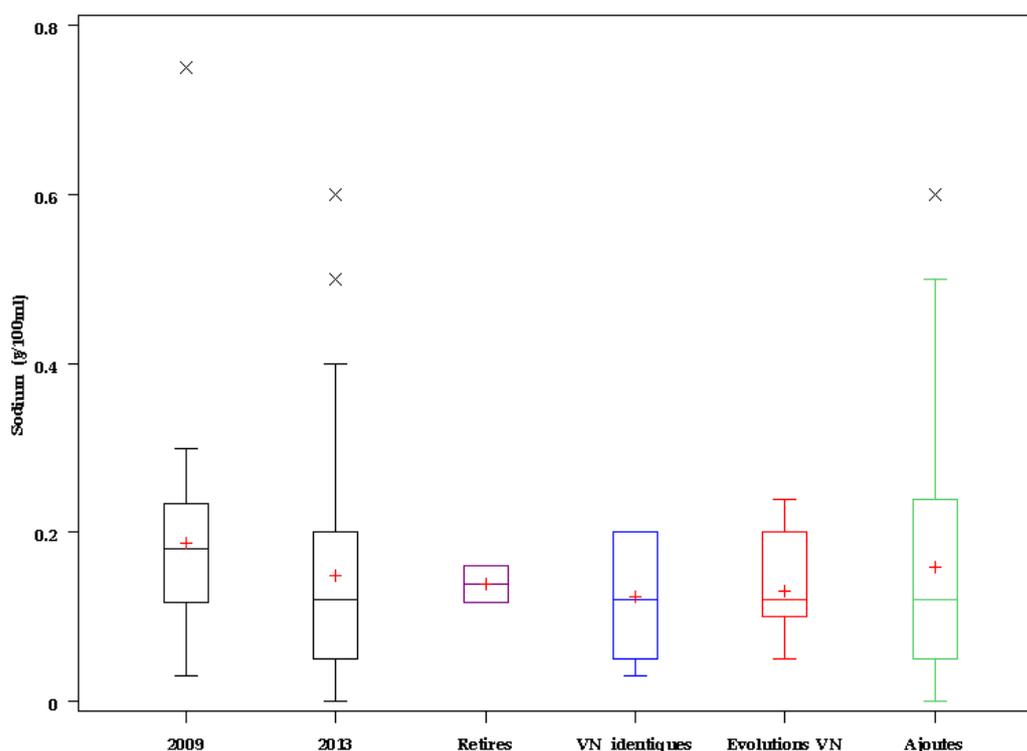
4.3.2 Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous-groupe

Afin d'identifier quels produits sont responsables des évolutions observées, une étude de la variabilité nutritionnelle au sein de la famille des Jus de légumes par sous-groupe a été effectuée.

L'étude de la variabilité nutritionnelle a mis en évidence une tendance à la diminution de la teneur moyenne en sodium de la famille des Jus de légumes (-0,04g/100ml soit -21% par rapport à la teneur initiale) ainsi qu'une augmentation du nombre de produits dans les fourchettes basses des teneurs en sodium (diminutions des valeurs de la médiane et des 1^{er} et 3^{ème} quartiles).

L'étude de la variabilité nutritionnelle par sous-groupe (Figure 45) montre qu'il n'y a pas de tendance claire concernant une modification de l'offre des produits. A noter que les produits « Ajoutés », représentant 67% des produits de 2013 (n=40), présentent une variabilité importante : apparition de produits avec des teneurs en sodium plus faibles que celles de 2009 (correspondant à un jus de tomate sans sel ajouté et à des jus de carotte) ainsi que de produits avec des teneurs en sodium parmi les plus élevées.

Variabilité nutritionnelle par sous-groupe: sodium
Famille des Jus de légumes



Legende	Definition
2009	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=18)
2013	Offre captée par l'Oqali en 2013 (n=60)
Retires	Produits retirés entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013 (n=2)
VN identiques	Produits avec des valeurs nutritionnelles identiques entre 2009 et 2013 (n=7)
Evolutions VN	Produits avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (n=13)
Ajoutes	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2009 (n=40)

Effet année : * si $p < 0,05$; ** si $p < 0,01$; *** si $p < 0,001$

Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 45 : Variabilité des teneurs en sodium (g/100ml) par sous-groupe au sein de la famille des Jus de légumes étudiée.

Les effectifs, moyennes et écarts-types par sous-groupe pour la famille des Jus de légumes étudiée sont repris dans le Tableau 24.

Tableau 24 : Statistiques descriptives des teneurs en sodium par sous-groupe pour la famille des Jus de légumes au sein des jus et nectars étudiés.

Sodium (g/100ml)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
jus de legumes	2	0,14	0,03	7	0,12	0,07	13	0,13	0,06	40	0,16	0,13

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

¹produits captés par l'Oqali en 2009 mais pas en 2013 (produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013)

²produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

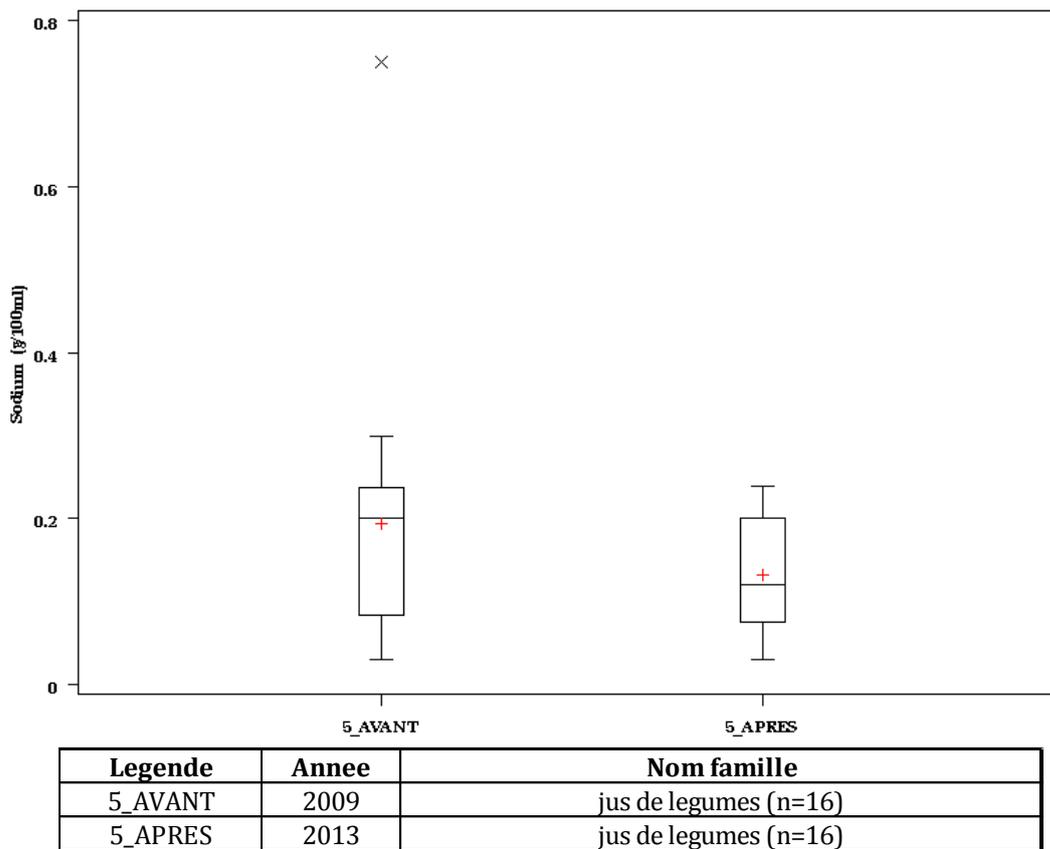
³produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2013 mais pas en 2009 (innovations, extensions de gamme (par exemple : nouveau parfum dans une gamme ou changement des parfums dans un assortiment) et produits non captés par l'Oqali en 2009)

4.3.3 Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des produits appariés

Afin d'identifier si les évolutions nutritionnelles sont liées au moins en partie à des reformulations, cette partie porte sur un sous-ensemble de l'offre : les produits présents à la fois en 2009 et en 2013, regroupés sous le terme de produits appariés. Ces produits correspondent aux 2 sous-groupes des « VN identiques » et « Evolutions VN ».

Variabilité nutritionnelle par famille AVANT et APRES evolution des valeurs nutritionnelles (produits appariés) : Sodium



Effet année : * si $p < 0,05$; ** si $p < 0,01$; *** si $p < 0,001$

Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 46 : Variabilité des teneurs en sodium (g/100ml) par année, pour les produits appariés de la famille des Jus de légumes, au sein des jus et nectars étudiés.

Aucune différence significative n'a été mise en évidence entre les teneurs moyennes en sodium 2009 et 2013 des produits appariés de la famille des Jus de légumes.

Cependant, les profils des teneurs en sodium montrent une tendance à la diminution de la teneur moyenne de -0,06g/100ml (soit -32%) ainsi qu'un plus grand nombre de produits dans les fourchettes basses des teneurs en sodium (diminution de la valeur de la médiane).

Les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en sodium des produits appariés de la famille des Jus de légumes, ainsi que les différences entre 2009 et 2013 en g/100ml et les pourcentages d'évolution sont repris dans le Tableau 25.

Tableau 25 : Statistiques descriptives des teneurs en sodium par année pour les produits appariés de la famille des Jus de légumes au sein des jus et nectars étudiés.

Sodium (g/100ml) Produits appariés	Nombre de références appariées	2009		2013		Différence entre 2009 et 2013	Evolution (en %)
		Moy	ET	Moy	ET		
jus de légumes	16	0,19	0,17	0,13	0,07	-0,06	-32%

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

Afin de mieux caractériser les tendances d'évolutions de composition réalisées entre 2009 et 2013 sur les produits appariés étudiés, la Figure 47 illustre, pour la famille des Jus de légumes, le pourcentage de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sodium identique. Ainsi, pour la famille des Jus de légumes, au sein des produits appariés, 50% des produits présentent des teneurs en sodium identiques entre 2009 et 2013, 38% présentent des diminutions des teneurs en sodium entre 2009 et 2013 et 13% des augmentations.

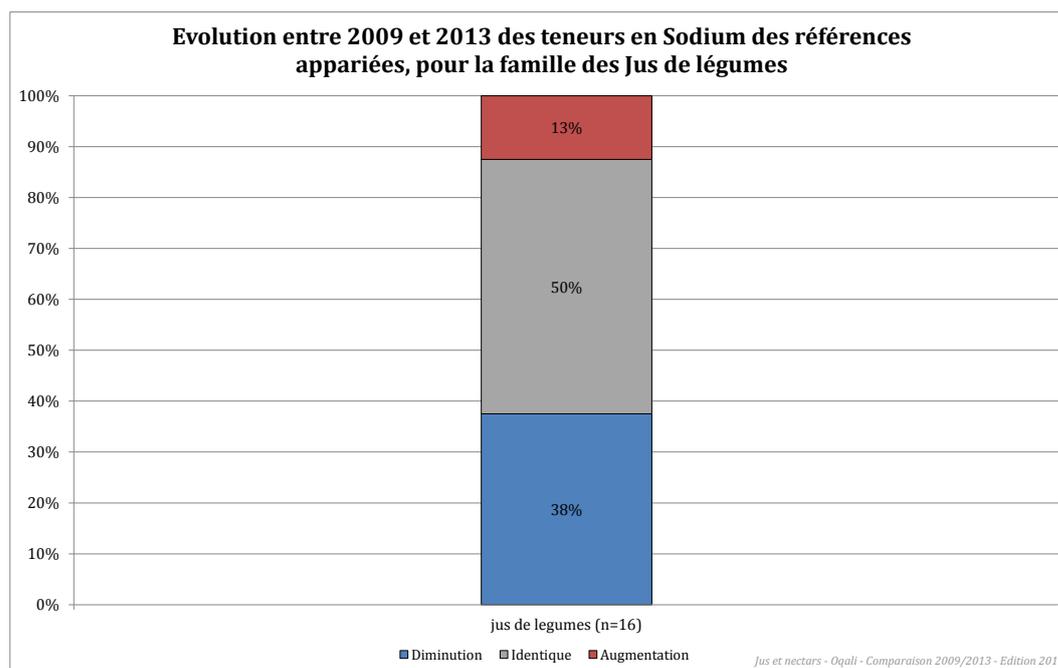


Figure 47 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sodium identique entre 2009 et 2013, pour la famille des Jus de légumes, au sein des jus et nectars étudiés.

Ces pourcentages de produits appariés présentant une augmentation ou une diminution de la teneur en sodium sont également à mettre en relation avec l'ampleur des variations observées. Ainsi, pour la famille des Jus de légumes, les diminutions de la teneur en sodium observées varient de -0,02g/100ml à -0,63g/100ml et les augmentations varient de +0,01g/100ml à +0,08g/100ml (Tableau 26).

Les plus faibles diminutions et augmentations, qui concernent la majorité des produits, peuvent par exemple être liées à des différences de résultats d'analyses utilisés pour constituer l'étiquetage des produits, et ont alors peu d'impact sur le profil nutritionnel.

Tableau 26 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sodium identique pour la famille des Jus de légumes au sein des jus et nectars étudiés.

Sodium (g/100ml) Produits appariés	Diminutions de la teneur					Teneurs identiques	Augmentations de la teneur				
	N	Min	Max	Moy	ET	N	N	Min	Max	Moy	ET
jus de légumes (n=16)	6	-0,02	-0,63	-0,18	0,22	8	2	+0,01	+0,08	+0,05	+0,05

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

La Figure 48 permet d'illustrer, référence par référence, l'ampleur des éventuelles reformulations effectuées. Pour l'ensemble des couples de références appariées, et en un même point d'abscisse, le losange bleu représente la teneur en sodium de la référence en 2009 et le carré rouge représente la teneur en sodium de la référence en 2013 (ceux-ci peuvent être superposés si les teneurs sont identiques). Les couples sont classés par teneurs en sodium 2009 décroissantes.

L'évolution référence par référence des teneurs en sodium des produits appariés de la famille des Jus de légumes (Figure 48) montre que les diminutions ont été faites, en partie, sur les produits présentant les plus fortes teneurs en 2009. Cela correspond à des produits initialement « salé à 6g/L » qui sont en 2013 « salé à 3g/L ».

A noter que le produit avec la diminution la plus forte (-0,63g/100ml) correspond à un jus de tomate étiqueté en 2009 « salé à 6g/L », avec une teneur en sodium de 0,75g/100ml, ce qui peut traduire une erreur d'étiquetage ; qui en 2013 étiquetait « salé à 3g/L », avec une teneur en sodium de 0,12g/100ml.

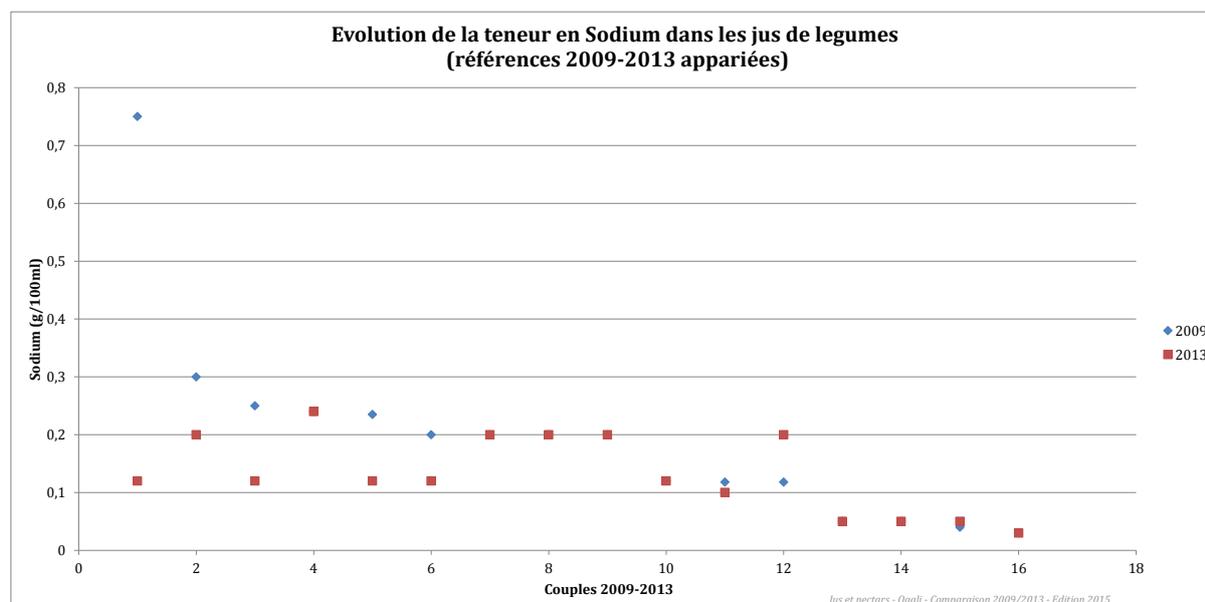


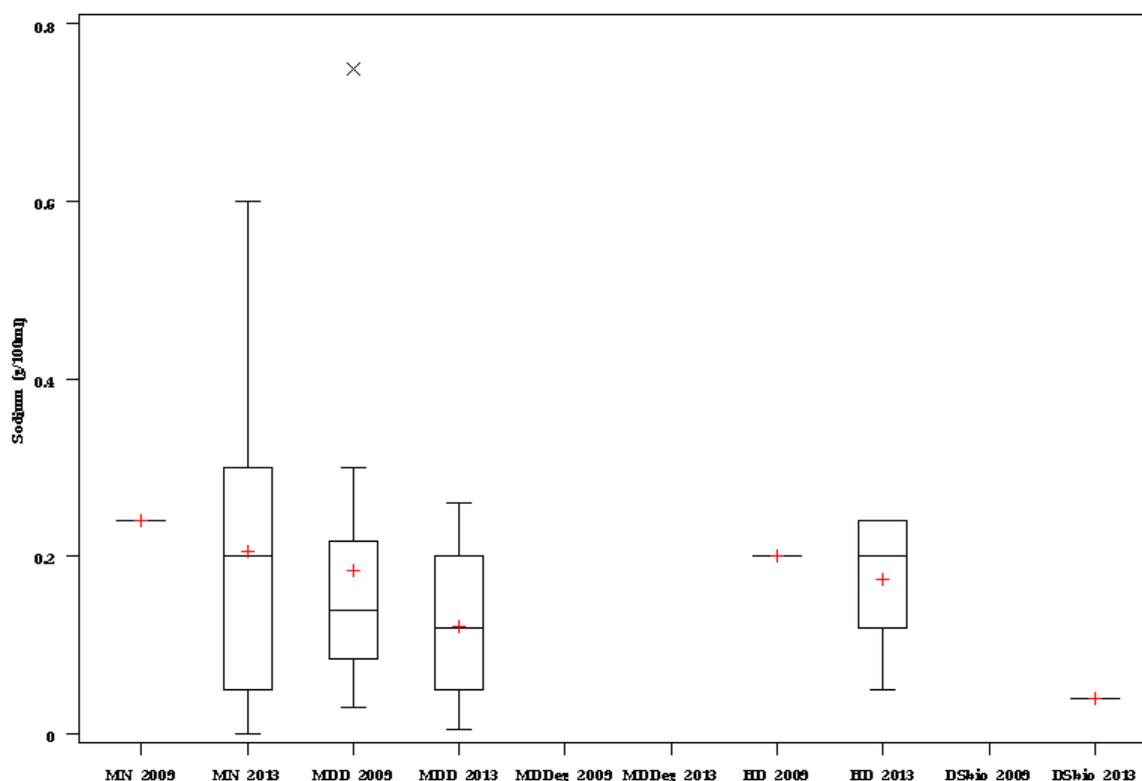
Figure 48 : Evolution entre 2009 et 2013, référence par référence, de la teneur en sodium des produits appariés de la famille des Jus de légumes étudiée.

4.3.4 Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par segment de marché

L'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle au sein de la famille des Jus de légumes par segment de marché permet d'observer si les évolutions sont portées ou non par l'ensemble des segments de marché.

La variabilité des teneurs en sodium au sein de la famille des Jus de légumes par segment de marché et année est présentée Figure 49.

Variabilité nutritionnelle par segment de marche et par année: sodium
Famille des Jus de legumes



Legende	Segment de marche	Legende	Segment de marche
MN_2009	Marques nationales (n=1)	HD_2009	Hard discount (n=1)
MN_2013	Marques nationales (n=15)	HD_2013	Hard discount (n=9)
MDD_2009	Marques de distributeurs (n=16)	DSbio_2009	Distributeurs specialises bio (n=0)
MDD_2013	Marques de distributeurs (n=35)	DSbio_2013	Distributeurs specialises bio (n=1)
MDDeg_2009	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)		
MDDeg_2013	Marques de distributeurs entree de gamme (n=0)		

Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Figure 49 : Variabilité des teneurs en sodium (g/100ml) par segment de marché au sein de la famille des Jus de légumes étudiée.

Les tests statistiques n'ont mis en évidence aucune différence significative.

L'étude des distributions montre que la teneur moyenne en sodium des produits de marques de distributeurs a tendance à diminuer entre 2009 et 2013 (-0,06g/100ml soit -34%) notamment en raison de produits salés à 6g/L en 2009 qui ont évolué en produits salés à 3g/L en 2013.

Les effectifs quasi-nuls ou nuls en 2009 des produits de marques nationales, issus du hard discount et des distributeurs spécialisés bio ne permettent pas de conclure quant à l'évolution des teneurs en sodium entre 2009 et 2013. Aucun produit de marques de distributeurs entrée de gamme n'est présent, ni en 2009 ni en 2013.

Ainsi, la tendance à la diminution de la teneur moyenne en sodium de la famille des Jus de légumes (-0,04g/100ml) est portée principalement par les produits de marques de distributeurs (les effectifs des autres segments de marché en 2009 et/ou 2013 ne permettant pas d'interprétations).

Les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en sodium pour les échantillons de 2009 et de 2013 au sein de chaque segment de marché et par sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100ml et les pourcentages d'évolution sont présentés dans le Tableau 27.

Tableau 27 : Statistiques descriptives des teneurs en sodium par segment de marché et par année au sein de la famille des Jus de légumes étudiée.

jus de legumes	2009			2013			Différence entre 2009 et 2013	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sodium (g/100ml)																				
Marques nationales	1	0,24		15	0,21	0,18	-0,03	-14%							1	0,24		14	0,20	0,19
Marques de distributeurs	16	0,18	0,17	35	0,12	0,07	-0,06	-34%	2	0,14	0,03	7	0,12	0,07	10	0,11	0,06	18	0,13	0,08
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	0,20		9	0,17	0,07	-0,03	-13%							2	0,16	0,06	7	0,18	0,07
Distributeurs spécialisés bio				1	0,04													1	0,04	

N=Effectif; Min=Minimum; Max=Maximum; Q1=1er quartile; Med=Médiane; Q3=3ème quartile; Moy=Moyenne; ET=Ecart-type
Effet année: * si p<0,05; ** si p<0,01; *** si p<0,001

¹produits captés par l'Oqali en 2009 mais pas en 2013 (produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013)

²produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2013 mais pas en 2009 (innovations, extensions de gamme (par exemple : nouveau parfum dans une gamme ou changement des parfums dans un assortiment) et produits non captés par l'Oqali en 2009)

L'étude de la variabilité des teneurs en sodium entre 2009 et 2013 porte uniquement sur la famille des **Jus de légumes**. En effet, les teneurs en sodium des familles des Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Nectars et Smoothies sont très faibles.

Aucune différence significative n'a été mise en évidence entre la teneur moyenne en sodium 2009 et 2013 pour les Jus de légumes. Cependant, la comparaison des distributions des teneurs entre 2009 et 2013 montre une tendance à la diminution de la teneur moyenne (-0,04g/100ml soit -21%) ainsi qu'une augmentation du nombre de produits dans les fourchettes basses des teneurs en sodium (diminutions des valeurs de la médiane et des 1^{er} et 3^{ème} quartiles, respectivement de -0,06g/100ml ; -0,07g/100ml et -0,04g/100ml). La tendance à la diminution de la teneur moyenne en sodium s'explique en partie par des reformulations (tendance à la diminution de la teneur moyenne en sodium des produits appariés de -0,06g/100ml) notamment sur les plus fortes teneurs en sodium en 2009. Celle-ci est portée principalement par les produits des marques de distributeurs (tendance à la diminution de la teneur moyenne en sodium de -0,06g/100ml) notamment en raison de produits salés à 6g/L en 2009 qui ont évolué en produits salés à 3g/L en 2013. Les effectifs des autres segments de marché en 2009 et/ou 2013 ne permettent pas d'interprétations.

A titre indicatif, la Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels (2006-2012) signée par l'Union Nationale Interprofessionnelle des Jus de Fruits (UNIJUS) comportait l'engagement suivant « *limiter la quantité de sel ajouté dans les jus de légumes à 6g/L* ». Cette teneur de 6g/L de sel est équivalente à 0,24g/100ml de sodium. Très peu de produits présentent en 2009 (n=3) et en 2013 (n=7) une teneur en sodium supérieure à cette valeur. Il est également important de préciser que celle-ci correspond à une teneur en sel ajouté, les teneurs en sodium présentées dans cette étude correspondent aux teneurs en sodium étiquetées (donc pas uniquement en sodium ajouté). Par ailleurs, cette étude prend en compte des produits dont les industriels ne sont pas signataires de cette Charte.

5. EVOLUTION DE LA VARIABILITE DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES PONDEREES PAR LES PARTS DE MARCHE

5.1 Evolution des valeurs nutritionnelles étiquetées pondérées par les parts de marché

Les tableaux suivants présentent, par famille étudiée et par nutriment d'intérêt, à partir des données recueillies sur l'emballage des produits, les statistiques descriptives des teneurs en nutriment d'intérêt pondérées par les parts de marché.

Tous les produits présentant une donnée de composition pour un nutriment donné n'ont pas nécessairement pu être associés à une part de marché. Ainsi les effectifs présentés pour les données pondérées sont plus faibles que ceux de l'étude des données non pondérées par les parts de marché.

Des tests statistiques ont été effectués pour l'étude des différences de teneurs moyennes pondérées par les parts de marché entre les 2 années d'étude. Le test de Student a été utilisé ($p=5\%$).

Sucres (Tableau 28)

Les tests statistiques mettent en évidence une diminution significative de la teneur moyenne pondérée en sucres pour la famille des Smoothies : -1,4g/100ml soit -12% par rapport à la teneur initiale. Cette évolution va dans le même sens que celle qui a été observée dans l'étude de la variabilité des teneurs en sucres par famille : diminution significative de -0,7g/100ml soit -6%. Ainsi il semblerait que les produits avec les plus fortes parts de marché présentent les teneurs en sucres parmi les plus faibles, c'est-à-dire correspondant à des smoothies de fruits ou de mélanges de fruits naturellement moins sucrés (puisqu'aucun produit de la famille des Smoothies ne contient de sucres ajoutés).

Les autres familles ne présentent pas de différences significatives. Pour les Jus de fruits et les Jus de fruits à base de jus concentrés, une légère tendance à la diminution de la teneur moyenne en sucres de -0,1g/100ml soit -1% par rapport à la teneur initiale est observée.

La famille des Nectars présente également une tendance à la diminution de la teneur moyenne pondérée en sucres de -0,4g/100ml soit -4%, contrairement aux résultats non pondérés qui présentaient une légère tendance à l'augmentation (+0,2g/100ml soit +2%). Cela peut être dû au fait que les produits avec des parts de marché élevées présentent des teneurs en sucres parmi les plus faibles.

Concernant les Jus de légumes, une tendance à la diminution de -0,1g/100ml soit -2% est observée pour les teneurs moyennes pondérées en sucres, contrairement aux résultats non pondérés qui montraient une tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres de +0,3g/100ml soit +8%. Cette différence s'explique en partie par le fait que les jus de tomate présentent des parts de marché plus importantes que les jus de carotte qui présentent les plus fortes teneurs en sucres.

Tableau 28 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres pondérées par les parts de marché, par famille et par année, au sein des jus et nectars étudiés.

Sucres (g/100ml) Données pondérées	2009								2013								Différence de moyennes (g/100ml)	Evolution des moyennes (en %)
	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET		
jus de fruits	284	7,0	18,3	9,2	10,0	11,0	10,4	0,6	722	4,3	19,1	9,5	10,0	11,0	10,3	0,4	-0,1	-1%
jus de fruits à base de jus concentrés	141	7,0	16,5	9,5	10,0	11,0	10,3	0,4	259	7,0	18,1	9,3	10,0	11,0	10,2	0,3	-0,1	-1%
nectars	82	4,0	14,1	9,0	10,5	11,0	9,5	0,6	241	4,0	16,5	8,3	9,8	10,7	9,2	0,4	-0,4	-4%
smoothies	28	8,6	15,2	10,9	12,2	13,0	12,1	0,2	36	8,4	15,2	10,4	10,9	11,1	10,7	0,1	-1,4**	-12%
jus de légumes	16	1,2	7,3	3,1	3,7	5,5	3,9	0,2	61	1,2	8,0	2,9	3,0	5,4	3,8	0,2	-0,1	-2%

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

Fibres (Tableau 29)

Les tests statistiques n'ont mis en évidence aucune différence significative entre les teneurs moyennes en fibres pondérées par les parts de marché par famille. Pour rappel, l'étude de la variabilité des teneurs en fibres par famille a mis en évidence une augmentation significative de la teneur moyenne en fibres de la famille des Nectars (+0,1g/100ml soit +39% par rapport à la teneur initiale).

L'étude des statistiques descriptives montre cependant que les tendances observées pour les données pondérées vont dans le même sens que celles observées dans l'étude des données non pondérées excepté pour les Smoothies. Ces derniers présentent une très légère tendance à la diminution de la teneur moyenne pondérée en fibres (-0,02g/100ml soit -2%) alors que l'étude des données non pondérées présentait une tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en fibres (+0,1g/100ml soit +14%). Cela peut être en partie dû au fait que des produits avec des parts de marché élevées présentent des teneurs en fibres parmi les plus faibles.

Tableau 29 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres pondérées par les parts de marché, par famille et par année, au sein des jus et nectars étudiés.

Fibres alimentaires (g/100ml) Données pondérées	2009								2013								Différence de moyennes (g/100ml)	Evolution des moyennes (en %)
	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET		
jus de fruits	289	0,0	1,7	0,1	0,2	0,5	0,3	0,1	683	0,0	3,0	0,1	0,3	0,5	0,3	0,1	+0,01	+2%
jus de fruits a base de jus concentrés	143	0,0	0,5	0,0001	0,1	0,3	0,1	0,05	255	0,0	1,0	0,0001	0,1	0,3	0,1	0,05	-0,02	-12%
nectars	83	0,0	1,0	0,0001	0,1	0,2	0,1	0,03	221	0,0	1,9	0,0001	0,1	0,2	0,1	0,03	+0,02	+18%
smoothies	28	0,0001	2,8	0,9	1,2	1,6	1,3	0,1	34	0,0001	2,0	1,0	1,4	1,6	1,2	0,04	-0,02	-2%
jus de legumes	16	0,0001	1,0	0,0001	0,1	0,6	0,3	0,1	57	0,0001	1,5	0,1	0,5	0,8	0,5	0,04	+0,1	+34%

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

Sodium (Tableau 30)

Comme pour l'étude des données non pondérées, les tests statistiques ont été effectués uniquement sur la famille des Jus de légumes, les autres familles présentant des teneurs en sodium très faibles.

Aucune différence significative n'est observée pour les teneurs moyennes pondérées en sodium de la famille des Jus de légumes entre 2009 et 2013. Comme pour l'étude des données non pondérées, la teneur moyenne en sodium pondérée par les parts de marché présente une tendance à la diminution (-0,08g/100ml soit -33%).

Tableau 30 : Statistiques descriptives des teneurs en sodium pondérées par les parts de marché, par famille et par année, au sein des jus et nectars étudiés.

Sodium (g/100ml) Données pondérées	2009								2013								Différence de moyennes (g/100ml)	Evolution des moyennes (en %)
	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET		
jus de fruits	287	0,00	0,10	0,0001	0,001	0,01	0,003	0,002	629	0,00	0,10	0,0001	0,002	0,01	0,003	0,002	+0,001	+18%
jus de fruits a base de jus concentrés	143	0,00	0,10	0,0001	0,002	0,01	0,003	0,003	248	0,00	0,05	0,0001	0,002	0,01	0,003	0,002	+0,0001	+3%
nectars	83	0,00	0,01	0,001	0,002	0,01	0,003	0,001	196	0,00	0,05	0,0001	0,01	0,01	0,005	0,001	+0,002	+56%
smoothies	28	0,00	0,02	0,0001	0,0001	0,003	0,002	0,0004	28	0,00	0,01	0,00	0,01	0,01	0,004	0,0004	+0,002	+112%
jus de legumes	16	0,03	0,75	0,20	0,20	0,24	0,23	0,02	55	0,00	0,60	0,12	0,12	0,24	0,15	0,01	-0,08	-33%

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type
Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

Tests statistiques effectués uniquement sur la famille des Jus de légumes

5.2 Cartographies par famille

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

Ces cartographies présentent les teneurs en sucres et en fibres pondérées par les parts de marché de chacun des produits pour chaque famille à l'exception de la famille des Jus de légumes, pour laquelle les teneurs en sucres et en sodium sont représentées. Ces cartographies sont présentées pour les années 2009 et 2013. **Seuls les produits qui possèdent à la fois une teneur en sucres et une teneur en fibres étiquetées (ou en sodium pour les Jus de légumes) sont considérés.** Les points représentés ne correspondent donc généralement pas à l'intégralité des produits de la famille.

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 marché des produits, comparables entre les 2 années pour une même famille, mais non entre 2 familles distinctes. Les produits sans part de marché associée sont représentés par un point seul.

Le barycentre, représenté par un point rouge, correspond à la moyenne pondérée par les parts de marché de **tous les produits présentant une part de marché ainsi qu'une teneur en sucres ou une teneur en fibres étiquetées (ou en sodium pour les Jus de légumes)**, et pas seulement ceux présentant simultanément les 2 teneurs. Cela permet d'observer la tendance générale de l'évolution des teneurs entre les 2 années, en accordant davantage de poids aux teneurs des produits dont les volumes de vente sont les plus importants.

Dans les cartographies suivantes, les effectifs rencontrés sont plus importants en 2013 qu'en 2009 : cela s'explique par l'augmentation globale de l'effectif des produits captés par l'Oqali entre 2009 et 2013. Par ailleurs, il est important de rappeler que les marques nationales sont sous-estimées dans l'étude 2009. Cette remarque est valable pour l'ensemble des familles étudiées et limite l'interprétation des graphiques suivants.

Jus de fruits (Figure 50)

81% (n=349) en 2009 et 84% (n=738) en 2013 des produits de la famille des Jus de fruits étiquettent à la fois leurs teneurs en sucres et en fibres. La teneur moyenne pondérée en sucres de la famille des Jus de fruits diminue légèrement de 10,4g/100ml en 2009 à 10,3g/100ml en 2013. Celle des fibres reste identique entre 2009 et 2013 : 0,3g/100ml. Ainsi, globalement le barycentre des cartographies n'a pas évolué entre 2009 et 2013.

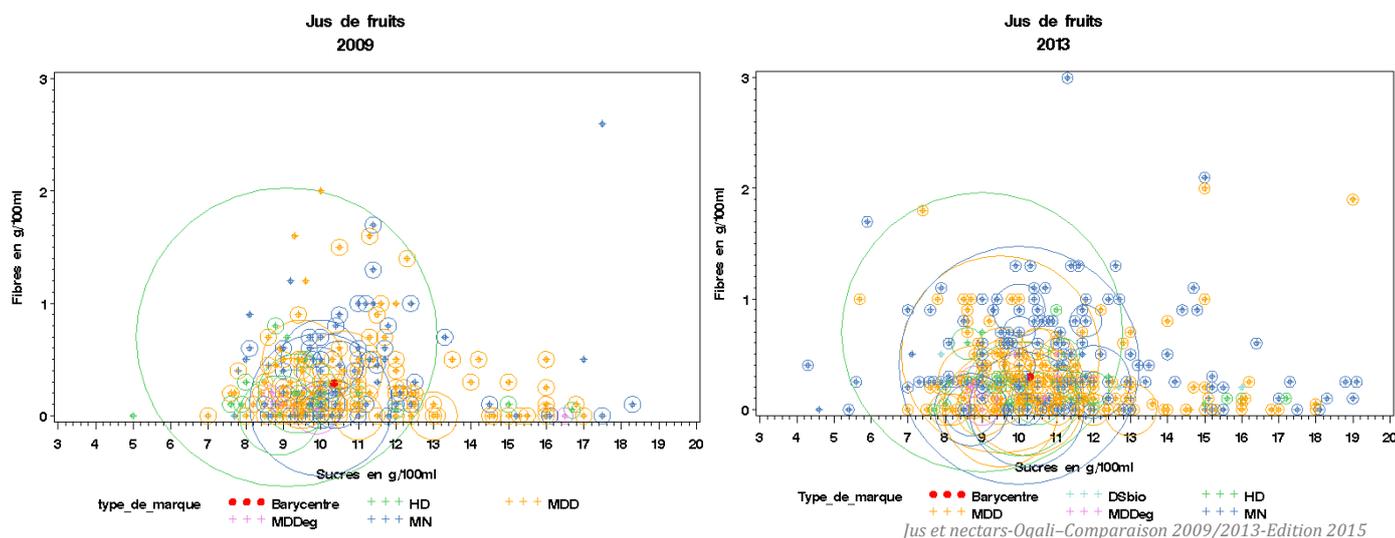


Figure 50 : Teneurs en sucres et en fibres de la famille des Jus de fruits, pondérées par les parts de marché, pour 2009 et 2013.

La structure de l'offre en fonction des teneurs en sucres et en fibres demeure quasiment identique entre 2009 et 2013. La majorité des produits, ainsi que ceux présentant les plus fortes parts de marché, présentent des teneurs en sucres comprises entre 7 et 13g/100ml et des teneurs en fibres entre 0 et 1g/100ml. A noter en 2013, l'apparition de produits, notamment de marques nationales ou de marques de distributeurs, avec soit des teneurs en sucres plus faibles (autour de 5g/100ml) ou plus élevées (autour de 19g/100ml), soit des teneurs en fibres plus élevées (autour de 2g/100ml). Cela est à mettre en relation avec l'augmentation de la diversité des parfums entre les 2 années, cette famille ne contenant pas de sucres ajoutés.

Le Tableau 31 présente les statistiques descriptives pondérées ou non par les parts de marché, pour chaque segment de marché et pour les 2 années d'étude. Les moyennes pondérées prennent en compte tous les produits présentant une teneur en sucres ou une teneur en fibres (comme le barycentre), ce qui ne correspond donc pas nécessairement aux produits présentés sur les cartographies. Les écarts entre moyenne et moyenne pondérée par année sont également exprimés. Lorsque l'effectif de calcul de la moyenne et/ou de la moyenne pondérée est égal à 1 ou 2, les chiffres correspondants sont grisés.

Tableau 31 : Statistiques descriptives des teneurs moyennes en sucres et en fibres, non pondérées et pondérées par les parts de marché par segment de marché et par année, pour la famille des Jus de fruits.

jus de fruits	2009						2013					
	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)
Sucres (g/100ml)												
Marques nationales	84	10,8	66	10,3	-0,5	-5%	231	11,0	219	10,3	-0,6	-6%
Marques de distributeurs	217	11,0	179	10,8	-0,3	-3%	425	10,9	412	10,4	-0,5	-5%
Marques de distributeurs entrée de gamme	5	10,8	5	10,0	-0,8	-7%	18	10,3	14	9,8	-0,5	-5%
Hard discount	43	10,7	34	9,7	-0,9	-9%	89	10,5	76	10,1	-0,5	-5%
Distributeurs spécialisés bio							20	11,4	1	10,3	-1,1	-9%
<i>Total</i>	<i>349</i>	<i>10,9</i>	<i>284</i>	<i>10,4</i>	<i>-0,6</i>	<i>-5%</i>	<i>783</i>	<i>10,9</i>	<i>722</i>	<i>10,3</i>	<i>-0,6</i>	<i>-5%</i>

N=effectif; Moy=moyenne

NP=effectif des produits ayant une part de marché; Moy P=moyenne pondérée par les parts de marché

Delta=(Moy P-Moy); Delta(%)=(Moy P-Moy)/Moy

jus de fruits	2009						2013					
	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)
Fibres alimentaires (g/100ml)												
Marques nationales	87	0,4	67	0,3	-0,02	-5%	206	0,4	197	0,4	+0,01	+3%
Marques de distributeurs	223	0,2	183	0,2	-0,00003	-0,02%	415	0,2	402	0,2	+0,01	+5%
Marques de distributeurs entrée de gamme	5	0,1	5	0,1	-0,003	-3%	18	0,2	14	0,2	-0,02	-11%
Hard discount	43	0,2	34	0,4	+0,2	+82%	81	0,2	69	0,3	+0,2	+96%
Distributeurs spécialisés bio							21	0,4	1	0,2	-0,2	-43%
<i>Total</i>	<i>358</i>	<i>0,3</i>	<i>289</i>	<i>0,3</i>	<i>+0,04</i>	<i>+16%</i>	<i>741</i>	<i>0,3</i>	<i>683</i>	<i>0,3</i>	<i>+0,04</i>	<i>+14%</i>

N=effectif; Moy=moyenne

NP=effectif des produits ayant une part de marché; Moy P=moyenne pondérée par les parts de marché

Delta=(Moy P-Moy); Delta(%)=(Moy P-Moy)/Moy

Très peu de changements sont observés entre les moyennes pondérées des 2 années d'étude, tant pour les sucres que pour les fibres, quel que soit le segment de marché considéré.

Au sein d'une année, de faibles écarts sont observés entre moyenne et moyenne pondérée pour les sucres et les fibres. Cela s'explique par le fait que les produits présentant les plus fortes parts de marché présentent des teneurs en sucres et en fibres proches de celles des moyennes.

Jus de fruits à base de jus concentrés (Figure 51)

70% (n=159) en 2009 et 88% (n=280) en 2013 des produits de la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés étiquettent à la fois leurs teneurs en sucres et en fibres. La teneur moyenne pondérée en sucres de la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés diminue légèrement de 10,3g/100ml en 2009 à 10,2g/100ml en 2013. Celle des fibres reste identique entre 2009 et 2013 : 0,1g/100ml. Ainsi, globalement le barycentre des cartographies n'a pas évolué entre 2009 et 2013.

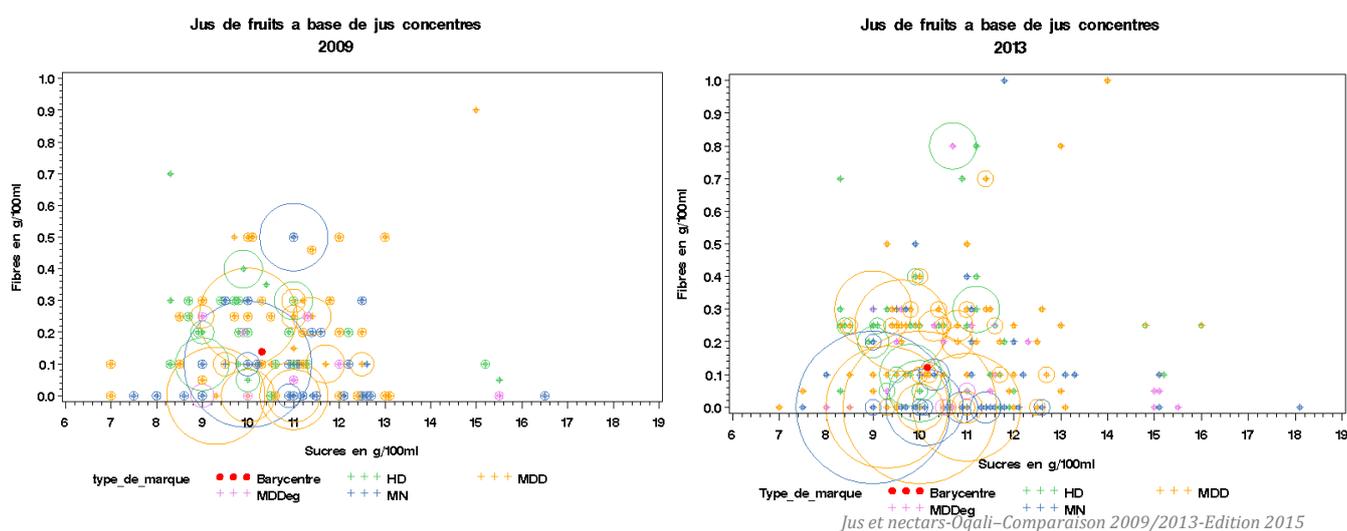


Figure 51 : Teneurs en sucres et en fibres de la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés, pondérées par les parts de marché, pour 2009 et 2013.

La répartition des produits est globalement semblable entre les 2 années. La majorité des produits, ainsi que ceux présentant les plus fortes parts de marché, présentent des teneurs en sucres comprises entre 8 et 13g/100ml et des teneurs en fibres entre 0 et 0,5g/100ml. A noter en 2013, l'apparition de produits, de tous les segments de marché, avec des teneurs en fibres plus élevées (autour de 0,8g/100ml). Parmi eux, 1 produit issu du hard discount présente notamment une part de marché relativement élevée. En 2009 comme en 2013, un groupe de produits se détache avec des teneurs en sucres comprises en 15 et 17g/100ml. Ceux-ci correspondent à des jus de raisin à base de concentré, naturellement plus sucrés que les autres fruits.

Le Tableau 32 présente, pour la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés, les statistiques descriptives pondérées ou non par les parts de marché, par segment de marché, pour les 2 années d'étude.

Tableau 32 : Statistiques descriptives des teneurs moyennes en sucres et en fibres non pondérées et pondérées par les parts de marché par segment de marché et par année, pour la famille des Jus de fruits à base de jus concentrés.

jus de fruits a base de jus concentrés	2009						2013					
	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)
Sucres (g/100ml)												
Marques nationales	39	10,9	36	10,5	-0,4	-4%	61	10,8	59	9,9	-1,0	-9%
Marques de distributeurs	77	10,5	70	10,3	-0,2	-2%	115	10,6	109	10,2	-0,3	-3%
Marques de distributeurs entrée de gamme	9	11,5	8	10,5	-1,0	-9%	33	10,8	29	10,7	-0,1	-1%
Hard discount	34	10,1	27	9,8	-0,2	-2%	76	10,6	62	10,1	-0,5	-5%
Distributeurs spécialisés bio												
<i>Total</i>	<i>159</i>	<i>10,6</i>	<i>141</i>	<i>10,3</i>	<i>-0,3</i>	<i>-3%</i>	<i>285</i>	<i>10,7</i>	<i>259</i>	<i>10,2</i>	<i>-0,5</i>	<i>-5%</i>

N=effectif; Moy=moyenne

NP=effectif des produits ayant une part de marché; Moy P=moyenne pondérée par les parts de marché

Delta=(Moy P-Moy); Delta(%)=(Moy P-Moy)/Moy

jus de fruits a base de jus concentrés	2009						2013					
	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)
Fibres alimentaires (g/100ml)												
Marques nationales	41	0,1	37	0,2	+0,1	+54%	59	0,1	57	0,02	-0,1	-82%
Marques de distributeurs	80	0,2	71	0,1	-0,1	-33%	113	0,2	107	0,1	-0,05	-28%
Marques de distributeurs entrée de gamme	9	0,1	8	0,0	-0,1	-84%	32	0,1	29	0,1	-0,03	-28%
Hard discount	34	0,2	27	0,2	-0,01	-5%	76	0,2	62	0,2	+0,03	+18%
Distributeurs spécialisés bio												
<i>Total</i>	<i>164</i>	<i>0,2</i>	<i>143</i>	<i>0,1</i>	<i>-0,02</i>	<i>-12%</i>	<i>280</i>	<i>0,2</i>	<i>255</i>	<i>0,1</i>	<i>-0,03</i>	<i>-21%</i>

N=effectif; Moy=moyenne

NP=effectif des produits ayant une part de marché; Moy P=moyenne pondérée par les parts de marché

Delta=(Moy P-Moy); Delta(%)=(Moy P-Moy)/Moy

Les moyennes pondérées en sucres et en fibres par segment de marché sont globalement similaires entre 2009 et 2013. La principale différence entre les moyennes pondérées des 2 années d'étude est observée pour les teneurs en sucres des marques nationales (2009 : 10,5g/100ml ; 2013 : 9,9g/100ml).

Au sein d'une même année, en 2013, le principal écart entre moyenne et moyenne pondérée est observé pour les sucres et les marques nationales : -1,0g/100ml soit -9% par rapport à la moyenne arithmétique. Cela est due en partie à un produit de marque nationale avec une forte part de marché et qui présente une teneur en sucres dans la fourchette inférieure (9,0g/100ml).

Nectars (Figure 52)

58% (n=96) en 2009 et 73% (n=261) en 2013 des produits de la famille des Nectars étiquettent à la fois leurs teneurs en sucres et en fibres. La teneur moyenne pondérée en sucres de la famille des Nectars diminue de 9,5g/100ml en 2009 à 9,2g/100ml en 2013. Celle en fibres demeure égale à 0,1g/100ml entre les 2 années d'étude. Le barycentre s'est donc très légèrement décalé selon l'axe des sucres, en diminuant.

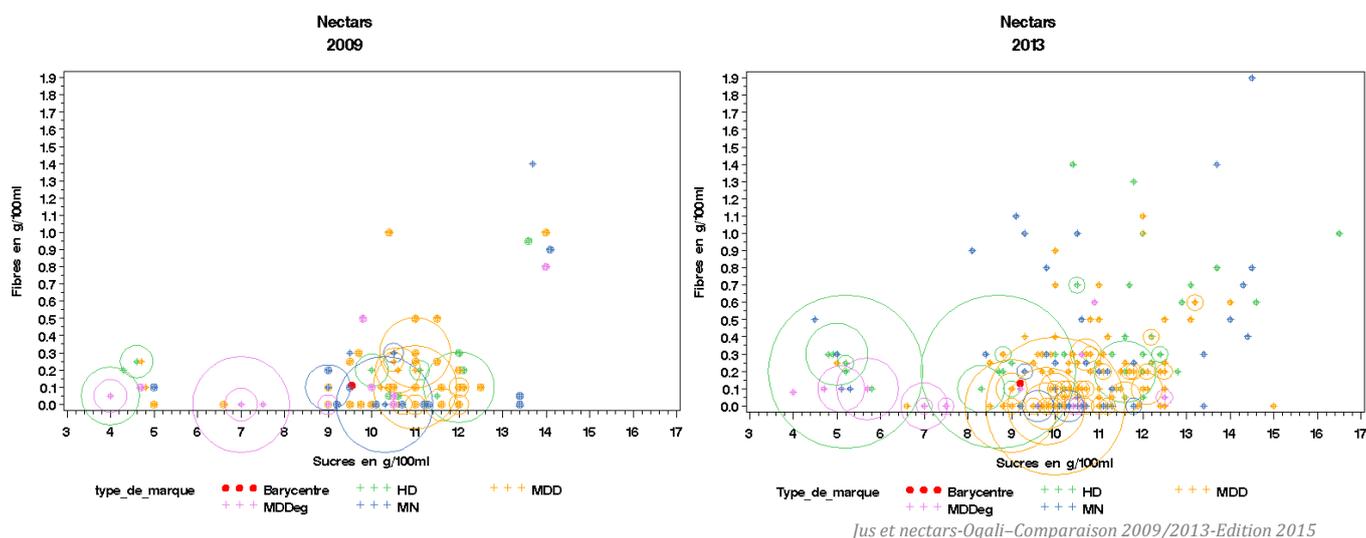


Figure 52 : Teneurs en sucres et en fibres de la famille des Nectars, pondérées par les parts de marché, pour 2009 et 2013.

La structure de l'offre en fonction des teneurs en sucres et en fibres est globalement semblable entre 2009 et 2013 : la majorité des produits présente des teneurs en sucres comprises entre 8 et 13g/100ml et des teneurs en fibres entre 0 et 0,5g/100ml. En 2013, l'augmentation du nombre de références ainsi que de la diversité des parfums conduit d'une part, à un nombre de produits plus important dans les fourchettes hautes des teneurs en sucres (supérieur à 14g/100ml), correspondant à des parfums de type pruneau, banane, abricot ou pêche, et d'autre part à un plus grand nombre de produits dans les fourchettes basses des teneurs en sucres (autour de 5g/100ml) avec notamment des produits avec de fortes parts de marché. Ces derniers correspondent à des nectars édulcorés. De même, des produits avec des teneurs en fibres plus élevées (autour de 1g/100ml) sont apparus en 2013. Ceux-ci correspondent notamment à des parfums poire ou goyave.

Le Tableau 33 présente, pour la famille des Nectars, les statistiques descriptives pondérées ou non par les parts de marché, par segment de marché, pour les 2 années d'étude.

Tableau 33 : Statistiques descriptives des teneurs moyennes en sucres et en fibres non pondérées et pondérées par les parts de marché par segment de marché et par année, pour la famille des Nectars.

nectars	2009						2013						
	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)	
Sucres (g/100ml)													
Marques nationales	19	10,4	16	9,8	-0,5	-5%	55	10,4	48	10,6	+0,2	+2%	
Marques de distributeurs	51	10,4	44	10,8	+0,4	+3%	158	10,5	137	10,3	-0,3	-3%	
Marques de distributeurs entrée de gamme	13	8,3	12	7,1	-1,2	-15%	21	8,1	19	7,0	-1,1	-14%	
Hard discount	13	9,3	10	8,8	-0,5	-5%	51	9,9	37	7,8	-2,1	-21%	
Distributeurs spécialisés bio													
<i>Total</i>	96	10,0	82	9,5	-0,4	-4%	285	10,2	241	9,2	-1,0	-10%	

N=effectif; Moy=moyenne

NP=effectif des produits ayant une part de marché; Moy P=moyenne pondérée par les parts de marché

Delta=(Moy P-Moy); Delta(%)=(Moy P-Moy)/Moy

nectars	2009						2013						
	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)	
Fibres alimentaires (g/100ml)													
Marques nationales	19	0,2	16	0,1	-0,1	-65%	46	0,3	39	0,1	-0,2	-69%	
Marques de distributeurs	52	0,1	45	0,1	-0,02	-13%	150	0,2	130	0,1	-0,1	-44%	
Marques de distributeurs entrée de gamme	13	0,1	12	0,0	-0,1	-69%	21	0,1	19	0,1	-0,03	-30%	
Hard discount	13	0,2	10	0,2	-0,1	-23%	44	0,4	33	0,2	-0,1	-37%	
Distributeurs spécialisés bio													
<i>Total</i>	97	0,2	83	0,1	-0,1	-32%	261	0,2	221	0,1	-0,1	-42%	

N=effectif; Moy=moyenne

NP=effectif des produits ayant une part de marché; Moy P=moyenne pondérée par les parts de marché

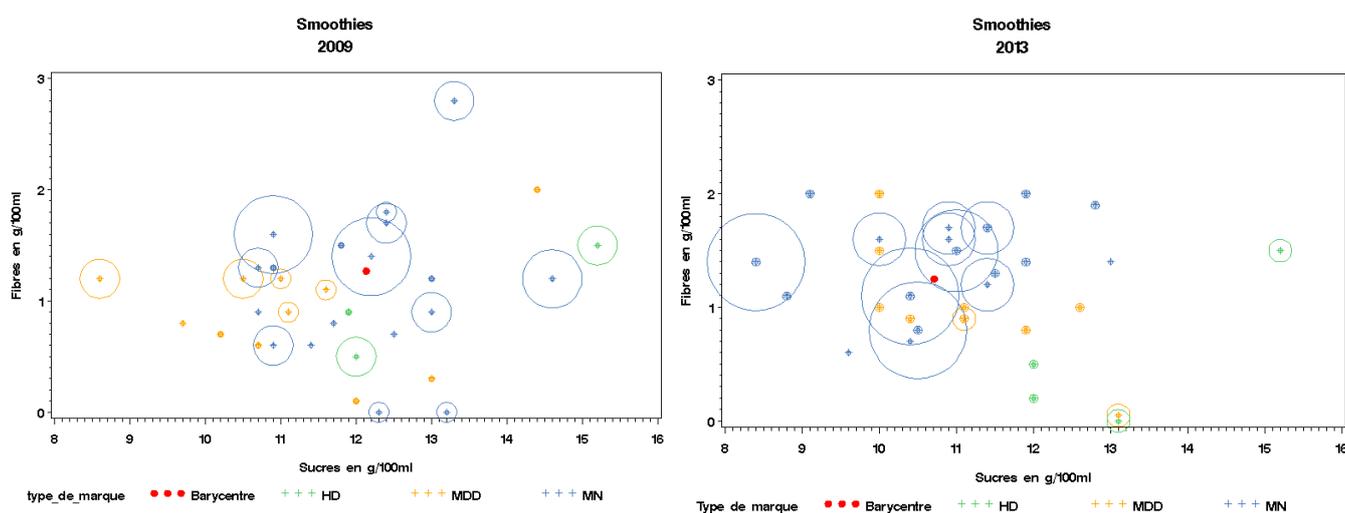
Delta=(Moy P-Moy); Delta(%)=(Moy P-Moy)/Moy

Les principales différences entre les moyennes pondérées des 2 années d'études, sont observées pour les teneurs en sucres, d'une part des produits issus du hard discount dans le sens d'une diminution de la moyenne pondérée en 2013 (2009 : 8,8g/100ml ; 2013 : 7,8g/100ml) et d'autre part pour les marques nationales dans le sens d'une augmentation de la moyenne pondérée en 2013 (2009 : 9,8g/100ml ; 2013 : 10,6g/100ml). Cette augmentation est à mettre en relation avec l'augmentation de la diversité des parfums, notamment des parfums naturellement plus sucrés.

En 2013, le principal écart entre moyenne et moyenne pondérée est observé pour les sucres et les marques de distributeurs entrée de gamme ainsi que le hard discount, respectivement -1,1g/100ml soit -14% par rapport à la moyenne arithmétique et -2,1g/100ml soit -21%. Cela est majoritairement dû aux produits édulcorés qui présentent des teneurs en sucres plus faibles et des parts de marché assez importantes.

Smoothies (Figure 53)

89% (n=33) en 2009 et 88% (n=37) en 2013 des produits de la famille des Smoothies étiquettent à la fois leurs teneurs en sucres et en fibres. La teneur moyenne pondérée en sucres de la famille des Smoothies diminue sensiblement de 12,1g/100ml en 2009 à 10,7g/100ml en 2013. Celle en fibres diminue quant à elle légèrement entre les 2 années d'étude de 1,3g/100ml en 2009 à 1,2g/100ml en 2013. Le barycentre s'est donc décalé selon l'axe des sucres, en diminuant.



Jus et nectars-Oqali-Comparaison 2009/2013-Edition 2015

Figure 53 : Teneurs en sucres et en fibres de la famille des Smoothies, pondérées par les parts de marché, pour 2009 et 2013.

La répartition des produits s'est modifiée entre les 2 années d'étude. En 2009, les teneurs en sucres de la majorité des produits étaient comprises entre 11 et 13g/100ml, en 2013 elles sont comprises entre 10 et 12g/100ml. Les produits avec les plus fortes parts de marché, essentiellement de marques nationales, ont suivi ce mouvement, ce qui explique la diminution de la teneur en sucres du barycentre. Concernant les fibres, en 2009 la majorité des produits présentaient des teneurs en fibres entre 0,5 et 1,5g/100ml, en 2013 la majorité des produits présentent des teneurs en fibres entre 1 et 2g/100ml. Comme observé précédemment, l'offre de la famille des Smoothies a beaucoup évolué : 19 produits « Retirés³⁸ » sur 33 récoltés en 2009, aucun produit « VN identiques³⁹ » et 26 produits « Ajoutés⁴⁰ » sur les 39 récoltés en 2013. Cette famille ne contenant pas de sucres ajoutés, les évolutions observées sont dues à la suppression des produits avec des fruits naturellement plus sucrés et à l'apparition de mélanges de fruits naturellement moins sucrés. Les variations des teneurs en fibres pourraient s'expliquer en partie par l'utilisation de purées de fruits plutôt que de jus de fruits.

³⁸ Produits retirés entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013.

³⁹ Produits avec des valeurs nutritionnelles identiques entre 2009 et 2013.

⁴⁰ Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2009.

Le Tableau 34 présente, pour la famille des Smoothies, les statistiques descriptives pondérées ou non par les parts de marché, par segment de marché, pour les 2 années d'étude.

Tableau 34 : Statistiques descriptives des teneurs moyennes en sucres et en fibres non pondérées et pondérées par les parts de marché par segment de marché et par année, pour la famille des Smoothies.

smoothies	2009						2013						
	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)	
Sucres (g/100ml)													
Marques nationales	18	12,1	14	12,3	+0,2	+2%	25	10,8	22	10,4	-0,4	-4%	
Marques de distributeurs	12	11,2	11	10,6	-0,5	-5%	10	11,1	10	11,4	+0,2	+2%	
Marques de distributeurs entrée de gamme													
Hard discount	3	13,0	3	13,6	+0,5	+4%	4	13,1	4	13,5	+0,4	+3%	
Distributeurs spécialisés bio													
<i>Total</i>	<i>33</i>	<i>11,8</i>	<i>28</i>	<i>12,1</i>	<i>+0,3</i>	<i>+2%</i>	<i>39</i>	<i>11,1</i>	<i>36</i>	<i>10,7</i>	<i>-0,4</i>	<i>-4%</i>	

N=effectif; Moy=moyenne

NP=effectif des produits ayant une part de marché; Moy P=moyenne pondérée par les parts de marché

Delta=(Moy P-Moy); Delta(%)=(Moy P-Moy)/Moy

smoothies	2009						2013						
	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)	
Fibres alimentaires (g/100ml)													
Marques nationales	18	1,1	14	1,4	+0,2	+22%	23	1,4	20	1,4	-0,02	-1%	
Marques de distributeurs	12	0,9	11	1,1	+0,2	+18%	10	1,0	10	0,8	-0,2	-21%	
Marques de distributeurs entrée de gamme													
Hard discount	3	1,0	3	1,0	+0,05	+5%	4	0,6	4	0,6	+0,1	+11%	
Distributeurs spécialisés bio													
<i>Total</i>	<i>33</i>	<i>1,0</i>	<i>28</i>	<i>1,3</i>	<i>+0,2</i>	<i>+22%</i>	<i>37</i>	<i>1,2</i>	<i>34</i>	<i>1,2</i>	<i>+0,1</i>	<i>+6%</i>	

N=effectif; Moy=moyenne

NP=effectif des produits ayant une part de marché; Moy P=moyenne pondérée par les parts de marché

Delta=(Moy P-Moy); Delta(%)=(Moy P-Moy)/Moy

La diminution de la teneur moyenne pondérée en sucres entre 2009 et 2013 est également observée au sein des marques nationales (2009 : 12,3g/100ml ; 2013 : 10,4g/100ml). Ces dernières sont majoritaires en nombre de références au sein de la famille des Smoothies.

Au sein d'une même année, en 2009, les marques nationales présentaient des teneurs moyennes arithmétiques en sucres plus faibles que les teneurs moyennes pondérées : +0,2g/100ml soit +2% par rapport à la teneur moyenne arithmétique. En 2013 le phénomène est inversé, la teneur moyenne arithmétique en sucres est plus élevée que celle pondérée (-0,4g/100ml soit -4%), cela est notamment dû à un produit avec une part de marché parmi les plus élevées et une teneur en sucres parmi les plus faibles.

Les autres segments de marché présents (marques de distributeurs et hard discount) présentent des effectifs plus faibles et donc plus difficiles à interpréter.

Jus de légumes (Figure 54)

75% (n=18) en 2009 et 68% (n=60) en 2013 des produits de la famille des Jus de légumes étiquettent à la fois leurs teneurs en sucres et en sodium. La teneur moyenne pondérée en sucres de la famille des Jus de légumes diminue légèrement de 3,9g/100ml en 2009 à 3,8g/100ml en 2013, de même que celle en sodium de 0,23g/100ml en 2009 à 0,15g/100ml en 2013. La position du barycentre a donc légèrement évolué entre 2009 et 2013.

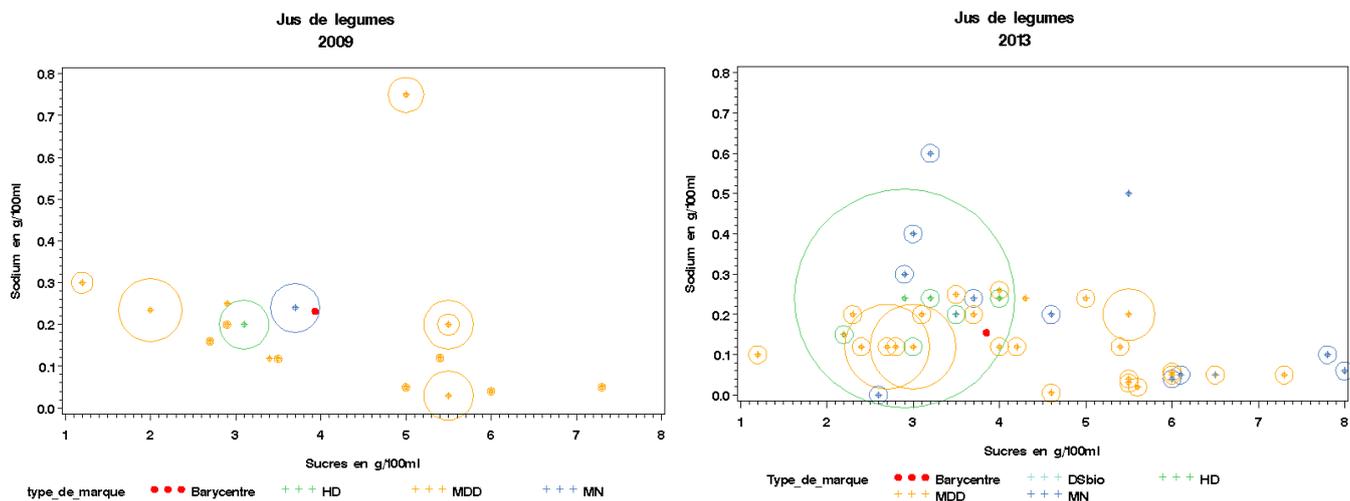


Figure 54 : Teneurs en sucres et en sodium de la famille des Jus de légumes, pondérées par les parts de marché, pour 2009 et 2013.

Jus et nectars-Oqali-Comparaison 2009/2013-Edition 2015

La structure globale de l'offre demeure la même entre 2009 et 2013, malgré une augmentation du nombre de références en 2013. Les teneurs en sucres sont comprises entre 1 et 8g/100ml. Les teneurs les plus faibles correspondent majoritairement aux jus de tomate et les teneurs les plus élevées aux jus de carotte et de betterave, naturellement plus sucrés. Les produits avec les parts de marché les plus élevées correspondent à des jus de tomate et présentent ainsi des teneurs en sucres parmi les plus faibles. Concernant les teneurs en sodium, le barycentre est fortement influencé par un produit issu du hard discount avec une part de marché élevée.

Le Tableau 35 présente, pour la famille des Jus de légumes, les statistiques descriptives pondérées ou non par les parts de marché, par segment de marché, pour les 2 années d'étude.

Tableau 35 : Statistiques descriptives des teneurs moyennes en sucres et en sodium non pondérées et pondérées par les parts de marché par segment de marché et par année, pour la famille des Jus de légumes.

jus de legumes	2009						2013					
	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)
Sucres (g/100ml)												
Marques nationales	1	3,7	1	3,7	+0,0	+0%	20	5,0	18	4,9	-0,1	-3%
Marques de distributeurs	16	4,2	14	4,1	-0,1	-2%	36	4,3	35	4,1	-0,2	-5%
Marques de distributeurs entrée de gamme												
Hard discount	1	3,1	1	3,1	+0,0	+0%	9	3,6	8	3,2	-0,4	-12%
Distributeurs spécialisés bio							5	4,9	0			
<i>Total</i>	<i>18</i>	<i>4,1</i>	<i>16</i>	<i>3,9</i>	<i>-0,2</i>	<i>-4%</i>	<i>70</i>	<i>4,5</i>	<i>61</i>	<i>3,8</i>	<i>-0,6</i>	<i>-14%</i>

N=effectif; Moy=moyenne

NP=effectif des produits ayant une part de marché; Moy P=moyenne pondérée par les parts de marché

Delta=(Moy P-Moy); Delta(%)=(Moy P-Moy)/Moy

jus de legumes	2009						2013					
	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)	N	Moy	NP	Moy P	Delta	Delta(%)
Fibres alimentaires (g/100ml)												
Marques nationales	1	1,0	1	1,0	+0,0	+0%	15	0,7	14	0,7	+0,04	+6%
Marques de distributeurs	16	0,3	14	0,2	-0,2	-50%	36	0,4	35	0,3	-0,1	-16%
Marques de distributeurs entrée de gamme												
Hard discount	1	0,6	1	0,6	+0,0	+0%	9	0,5	8	0,7	+0,2	+39%
Distributeurs spécialisés bio							5	0,8	0			
<i>Total</i>	<i>18</i>	<i>0,4</i>	<i>16</i>	<i>0,3</i>	<i>-0,1</i>	<i>-13%</i>	<i>65</i>	<i>0,5</i>	<i>57</i>	<i>0,5</i>	<i>-0,02</i>	<i>-4%</i>

N=effectif; Moy=moyenne

NP=effectif des produits ayant une part de marché; Moy P=moyenne pondérée par les parts de marché

Delta=(Moy P-Moy); Delta(%)=(Moy P-Moy)/Moy

Les teneurs moyennes pondérées en sucres des produits de marques de distributeurs sont semblables entre 2009 et 2013. Celles en sodium diminuent entre 2009 et 2013 (2009 : 0,24g/100ml ; 2013 : 0,12g/100ml).

Au sein d'une même année, pour les marques de distributeurs, les teneurs moyennes en sucres arithmétiques sont légèrement plus élevées que celles pondérées (2009 : -0,1g/100ml soit -2% par rapport à la moyenne arithmétique ; 2013 : -0,2g/100ml soit -5%).

Les faibles effectifs 2009 des autres segments de marché (marques nationales et hard discount) rendent difficile l'interprétation des résultats.

Globalement les résultats de l'étude de l'évolution des teneurs étiquetées en sucres, en fibres et en sodium pondérées par les parts de marché sont similaires à ceux non pondérés par les parts de marché. Quelques particularités sont à noter.

Concernant les **sucres** :

- les **Smoothies** présentent une diminution significative de la teneur moyenne pondérée en sucres entre 2009 et 2013 de -1,4g/100ml soit -12% par rapport à la teneur initiale. La diminution significative observée pour les données non pondérées (-0,7g/100ml soit -6%) est donc amplifiée. Il semblerait que les produits avec les plus fortes parts de marché correspondent aux smoothies de fruits ou de mélanges de fruits naturellement moins sucrés (ces produits ne contenant pas de sucres ajoutés) ;

- les **Nectars** présentent une tendance à la diminution de la teneur moyenne pondérée en sucres de -0,4g/100ml soit -4%, contrairement aux résultats non pondérés qui présentaient une légère tendance à l'augmentation (+0,2g/100ml soit +2%). Cela peut être dû au fait que les produits avec des parts de marché élevées présentent des teneurs en sucres parmi les plus faibles. Des produits avec édulcorants issus du hard discount et des marques de distributeurs entrée de gamme présentent notamment des parts de marché élevées ;

- les **Jus de légumes** présentent une tendance à la diminution de la teneur moyenne pondérée en sucres de -0,1g/100ml soit -2%, contrairement aux résultats non pondérés qui montraient une tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres de +0,3g/100ml soit +8%. Cette différence s'explique en partie par le fait que les jus de tomate possèdent des parts de marché plus importantes que les jus de carotte qui présentent les plus fortes teneurs en sucres.

Concernant les **fibres**, les tendances observées pour les données pondérées vont dans le même sens que celles observées dans l'étude des données non pondérées excepté pour les Smoothies. Pour ces derniers, cela peut être en partie dû au fait que des produits avec des parts de marché élevées présentent des teneurs en fibres parmi les plus faibles.

Concernant le **sodium**, comme pour l'étude des données non pondérées, la teneur moyenne en sodium pondérée par les parts de marché des Jus de légumes présente une tendance à la diminution (-0,08g/100ml soit -33%).

6. CONCLUSIONS

L'étude d'évolution des Jus et nectars porte sur 883 produits en 2009⁴¹ et 1682 produits en 2013⁴², soit 799 produits supplémentaires. Ceux-ci sont répartis en 5 familles : Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Nectars, Smoothies et Jus de légumes. Ces familles sont basées sur le décret 2013-1049⁴³, qui fournit des définitions réglementaires pour certaines catégories de produits, ainsi que sur le code national de bonnes pratiques des jus de légumes.

Les jus et nectars pris en compte lors de cette étude couvrent⁴⁴ au minimum 56% du marché du secteur en volume en 2009 et 83% en 2013.

D'après les données Kantar Worldpanel⁴⁵, et en considérant le marché global des jus et nectars, une diminution du volume de -1,5% est observée entre 2009 et 2013.

Concernant la répartition des parts de marché en volume entre 2009 et 2013, il est globalement observé, pour les produits récoltés par l'Oqali et pour le panel Kantar Worldpanel :

- **par segment de marché** : une augmentation de la part des marques de distributeurs et une diminution de la part des marques de distributeurs entrée de gamme et du hard discount ;
- **par catégorie de produits** : une augmentation de la part des purs jus au détriment des jus à base de concentré et des smoothies. La proportion de nectars reste relativement stable.

En nombre de référence, la répartition des produits par famille reste relativement inchangée entre 2009 et 2013. Concernant **les segments de marché**, en nombre de références, la proportion de produits de marques nationales augmente (2009 : n=206, 23% de l'ensemble des produits ; 2013 : n=529, 31%) au détriment de celle des marques de distributeurs (2009 : n=459, 52% ; 2013 : n=775, 46%) et des marques de distributeurs entrée de gamme (2009 : n=82, 9% ; 2013 : n=104, 6%) : du fait du mode d'obtention des données en 2009, les marques nationales étaient probablement sous-estimées lors de l'étude 2009. Par ailleurs, avec l'intégration dans cette étude des produits vendus dans les distributeurs spécialisés biologiques, le segment des distributeurs spécialisés bio apparaît en 2013 (n=28 ; 2%).

Afin d'étudier précisément les évolutions, l'offre a été décomposée en 4 sous-groupes :

- **Produits retirés (n=320 soit 36% des produits de 2009)** : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2009 mais pas en 2013 (produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013) ;
- **Produits identiques (n=39 soit 2% des produits de 2013)** : produits présents sur le marché à la fois en 2009 et en 2013, et semblables en tous points ;

⁴¹ Etude du secteur des jus et nectars-Oqali-Données 2009-Edition 2010 - 86% de produits recueillis en 2009 (n=756), 14% en 2010 (n=127).

⁴² 95% de produits recueillis en 2013 (n=1585), 5% en 2014 (n=97).

⁴³ Décret n°2013-1049 du 21 novembre 2013 modifiant le décret n°2003-838 du 1er septembre 2003 pris pour l'application de l'article L. 214-1 du code de la consommation en ce qui concerne les jus de fruits et certains produits similaires destinés à l'alimentation humaine.

⁴⁴ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel.

⁴⁵ Kantar Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

- **Produits modifiés (n=524 soit 31% des produits de 2013)** : produits présents sur le marché en 2009 et également en 2013 dans une version évoluée, impliquant au moins un changement de l'emballage et/ou de la composition ;
- **Produits ajoutés (n=1119 soit 67% des produits de 2013)** : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2013 mais pas en 2009 (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2009).

6.1 Conclusions sur l'offre

En nombre de références, l'offre de produits par segment de marché diffère entre 2009 et 2013. Pour les **marques nationales**, une augmentation de la proportion de Jus de fruits (2009 : 50% ; 2013 : 58%) et de Jus de légumes (2009 : 0,5% ; 2013 : 7%) est observée au détriment des Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : 24% ; 2013 : 13%) et des Smoothies (2009 : 11% ; 2013 : 5%). L'augmentation de la proportion de Jus de légumes peut être due en partie à l'intégration des produits de marques nationales vendues dans les magasins spécialisés biologiques. Le fait que les marques nationales étaient probablement sous-estimées lors de l'étude 2009 peut également avoir un impact sur la répartition des produits par famille. Les **marques de distributeurs** présentent une offre similaire entre 2009 et 2013. Au sein des **marques de distributeurs entrée de gamme**, une diminution de la proportion de Jus de fruits au profit des Jus de fruits à base de jus concentrés est observée. A noter que la proportion de Jus de fruits est plus faible dans ce segment de marché (autour de 20%), et que les Jus de légumes et les Smoothies ne sont pas représentés en 2013. Concernant le **hard discount**, la proportion de Nectars augmente de 19% en 2009 à 26% en 2013 au détriment des Jus de fruits (2009 : 40% ; 2013 : 37%) et des Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : 38% ; 2013 : 33%). Enfin, en 2013, les distributeurs spécialisés bio présentent uniquement des Jus de fruits (82%) et des Jus de légumes (18%).

Le secteur des jus et nectars étant peu transformé, les familles étant définies par procédé de fabrication et l'ajout de sucres étant interdit dans certaines familles, **l'évolution de l'offre des parfums par famille** a été étudiée afin de mieux comprendre et interpréter l'évolution du marché entre 2009 et 2013. **Globalement, entre 2009 et 2013, celle-ci se diversifie avec l'apparition en 2013, dans toutes les familles excepté les smoothies, de monoparfaits qui n'étaient pas présents en 2009, comme par exemple grenade, cranberry ou myrtille, ainsi qu'avec l'augmentation de la fréquence des parfums multifruits et bifruits.**

Plus particulièrement, pour les **Jus de fruits**, les parfums les plus fréquents en 2013 restent orange, multifruits, raisin et pomme. Cependant, la proportion de jus d'orange diminue de 34% des produits en 2009 à 23% en 2013 au profit des parfums bifruits (2009 : 3% ; 2013 : 8%), multifruits (2009 : 16% ; 2013 : 19%) et pomme (2009 : 11% ; 2013 : 13%). Pour les **Jus de fruits à base de jus concentrés**, les parfums les plus fréquents en 2013 restent orange, multifruits, pomme et ananas. A noter cependant une diminution de la proportion d'orange de 38% en 2009 à 30% en 2013 au profit du raisin (2009 : 2% ; 2013 : 7%), de la pomme (2009 : 15% ; 2013 : 17%) et des bifruits (2009 : 2% ; 2013 : 4%). Orange et multifruits sont également les parfums les plus fréquents au sein des **Nectars** en 2009 et en 2013. Les proportions de nectars orange et bifruits ont cependant diminué entre 2009 et 2013 (respectivement de 21% en 2009 à 15% en 2013, et de 9% à 5%), et ce au profit des nectars multifruits (2009 : 19% ;

2013 : 26%), abricot (2009 : 7% ; 2013 : 9%), pomme (2009 : 4% ; 2013 : 6%) et pêche (2009 : 2% ; 2013 : 4%). Pour ces 3 précédentes familles, la proportion de produits parfum orange diminue globalement au profit de parfums naturellement plus sucrés comme la pomme ou le raisin. Concernant les **Smoothies**, en 2013 l'offre est essentiellement composée de parfums bifruits (48%) et multifruits (45%). Les monoparfums présents en 2009 ne sont plus présents en 2013. Enfin, concernant les **Jus de légumes**, les jus de tomate ont diminué de 63% en 2009 à 48% en 2013 au profit des jus de carotte (2009 : 21% ; 2013 : 27%), de mélanges de légumes (2009 : 17% ; 2013 : 20%) et de betterave (aucun produit en 2009 contre 5% en 2013), naturellement plus sucrés. Cette modification de l'offre pour les Jus de légumes peut être en partie due au biais engendré par la récolte en 2013 de produits vendus dans les magasins biologiques.

6.2 Conclusions sur les paramètres d'étiquetage

La proportion de produits avec un **étiquetage nutritionnel** est restée identique entre 2009 et 2013, avec 94% des produits étudiés (respectivement n=833 et n=1588). La proportion de produits avec un étiquetage nutritionnel détaillé (de groupe 2/2+), déjà majoritaire en 2009, augmente légèrement entre 2009 et 2013 de 73% (n=647) à 75% (n=1266).

Le nombre de produits avec **allégation(s) nutritionnelle(s)** a significativement diminué entre 2009 (n=546 ; 62%) et 2013 (n=875 ; 52%) ($p < 0,0001$). L'étude par famille montre que cette diminution est observée pour les 3 familles qui présentaient le plus d'allégation(s) nutritionnelle(s) en 2009 : les Jus de fruits (2009 : n=333, 77% ; 2013 : n=552, 63%), les Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : n=151, 67% ; 2013 : n=189, 59%) et les Smoothies (2009 : n=20, 54% ; 2013 : n=21, 50%). Au niveau des segments de marché, la diminution globale est notamment portée par les marques nationales (2009 : n=154, 75% ; 2013 : n=304, 57%) et les marques de distributeurs (2009 : n=302, 66% ; 2013 : n=419, 54%). Plus particulièrement, une diminution de la fréquence de produits présentant des allégations sur les sucres ajoutés (83% des produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2009, et 72% en 2013) ainsi que les vitamines et minéraux est observée (54% en 2009 et 49% en 2013). La diminution globale peut s'expliquer en partie par la modification de la réglementation des jus de fruits sur les sucres ajoutés (interdiction des sucres ajoutés qui a entraîné la suppression d'allégations portant sur le caractère « sans sucres ajoutés » des produits). Elle peut également être en partie due à la modification de la réglementation sur les Apports Journaliers Recommandés (notamment sur la vitamine C - directive 2008/100/CE⁴⁶ modifie la directive 90/496/CE⁴⁷), impliquant une augmentation de la valeur minimum en nutriments pour alléguer sur le caractère « riche en » ou « source de » des produits.

La fréquence de produits avec **allégation(s) de santé** a significativement augmenté entre 2009 (n=11 ; 1%) et 2013 (n=45 ; 3%) ($p = 0,0186$), cependant elle reste faible. Les allégations de santé retrouvées sur les produits étudiés concernent principalement les antioxydants et les vitamines et minéraux. L'augmentation observée à l'échelle du secteur est principalement

⁴⁶ 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.

⁴⁷ Directive 90/496/CEE du Conseil, du 24 septembre 1990, relative à l'étiquetage nutritionnel des denrées alimentaires.

portée par la famille des Jus de fruits (2009 : n=5, 1% ; 2013 : n=37, 4%) et par le segment des marques de distributeurs (2009 : n=3, 1% ; 2013 : n=19, 2%).

La fréquence de produits avec **repère(s) nutritionnel(s)** a significativement augmenté entre 2009 (n=263 ; 30%) et 2013 (n=920 ; 55%) ($p < 0,0001$). Au niveau des familles, cette augmentation est significative pour les Jus de fruits (2009 : n=139, 32% ; 2013 : n=526, 60%), les Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : n=50, 22% ; 2013 : n=152, 48%) et les Nectars (2009 : n=53, 32% ; 2013 : n=188, 53%) qui présentent ainsi en 2013 les plus fortes proportions de produits avec repère(s) nutritionnel(s). Par segment de marché, cette augmentation est significative pour les marques de distributeurs (2009 : n=175, 38% ; 2013 : n=564, 73%), les marques de distributeurs entrée de gamme (2009 : n=16, 20% ; 2013 : n=45, 43%) et le hard discount (2009 : n=20, 15% ; 2013 : n=171, 70%).

La proportion de produits avec **adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux** a tendance à diminuer entre 2009 (n=148 ; 17%) et 2013 (n=243 ; 14%). Les fréquences de produits avec adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux par famille sont globalement similaires entre 2009 et 2013. L'étude par segment de marché a montré une diminution significative de la fréquence de produits avec adjonction(s) de vitamines et/ou minéraux pour les marques nationales : de 25% en 2009 (n=51) à 15% en 2013 (n=80).

Les fréquences de produits avec une **portion indiquée** et avec des **valeurs nutritionnelles à la portion** ont significativement augmenté entre 2009 et 2013 (respectivement de 56% à 74% et de 35% à 63%).

Concernant les **portions indiquées**, cette augmentation est observée pour l'ensemble des familles excepté les Jus de légumes. Plus particulièrement, elle est significative pour les Jus de fruits (2009 : n=262, 61% ; 2013 : n=676, 77%), les Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : n=92, 41% ; 2013 : n=236, 74%) et les Nectars (2009 : n=91, 55% ; 2013 : n=248, 70%). Par segment de marché, une augmentation significative de la fréquence de produits avec portion indiquée est observée pour les marques de distributeurs (2009 : n=342, 75% ; 2013 : n=729, 94%), les marques de distributeurs entrée de gamme (2009 : n=34, 41% ; 2013 : n=74, 71%) et le hard discount (2009 : n=31, 23% ; 2013 : n=204, 83%). De manière globale, les tailles de portions indiquées sont similaires entre 2009 et 2013. La taille de portion la plus fréquente est 200ml pour les 2 années, celle-ci correspond à l'objectif à atteindre pour les entreprises signataires de la Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels des jus de fruits et nectars signée par l'Union Nationale Interprofessionnelle des Jus de Fruits (UNIJUS).

Concernant les **valeurs nutritionnelles à la portion**, la fréquence de produits les étiquetant a augmenté dans l'ensemble des familles excepté les Smoothies. L'augmentation est significative pour les Jus de fruits (2009 : n=169, 39% ; 2013 : n=576, 66%), les Jus de fruits à base de jus concentrés (2009 : n=65, 29% ; 2013 : n=193, 60%) et les Nectars (2009 : n=55, 33% ; 2013 : n=228, 64%). Par segment de marché, une augmentation significative est observée pour les marques de distributeurs (2009 : n=230, 50% ; 2013 : n=672, 87%), les marques de distributeurs entrée de gamme (2009 : n=16, 20% ; 2013 : n=64, 62%) et le hard discount (2009 : n=19, 14% ; 2013 : n=197, 80%).

6.3 Conclusions sur les valeurs nutritionnelles

6.3.1 Sucres

L'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle des sucres porte sur les teneurs en sucres totaux étiquetés. **Ainsi, pour les familles des Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Smoothies et Jus de légumes, qui ne contiennent pas de sucres ajoutés⁴⁸, les évolutions qui pourraient être observées sont dues à des modifications de recettes (pourcentages et/ou types de fruits/légumes utilisés) ou de l'offre de parfums.** Seuls les Nectars peuvent contenir des sucres ajoutés. Cependant pour ces derniers, les teneurs minimales en jus et/ou purée de fruits sont réglementées et définies par fruits, ainsi les recettes (pourcentages et/ou types de fruits utilisés) ont également un impact sur les teneurs en sucres naturels et donc sur les teneurs en sucres totaux.

Les profils des teneurs en sucres restent globalement similaires entre 2009 et 2013 pour l'ensemble des familles du secteur des jus et nectars.

Plus précisément, seule la famille des **Smoothies** présente une diminution significative de la teneur moyenne en sucres de -0,7g/100ml soit -6% par rapport à la teneur initiale. Cette diminution s'accompagne d'un plus grand nombre de produits dans la tranche inférieure des teneurs en sucres de la famille : diminutions des valeurs de la médiane (-0,7g/100ml) et des 1^{er} et 3^{ème} quartiles (respectivement -0,5g/100ml et -0,6g/100ml). Les produits de cette famille ne contenant pas de sucres ajoutés, ces observations sont dues majoritairement à une modification de l'offre : suppression des parfums avec les fruits naturellement plus sucrés et apparition de mélanges de fruits naturellement moins sucrés. L'évolution est également en partie due à des reformulations (tendance à la diminution de -0,5g/100ml de la teneur moyenne en sucres des produits appariés, c'est-à-dire les produits captés par l'Oqali à la fois en 2009 et en 2013 sous une forme strictement identique ou évoluée). Cette dernière tendance à la diminution peut provenir de modifications de recettes (pourcentages et/ou types de fruits utilisés dans les mélanges de fruits) ou de l'étiquetage des teneurs en sucres. La diminution significative de la teneur moyenne en sucres est portée principalement par les marques nationales (diminution significative de -1,3g/100ml pour ce segment).

Pour les autres familles, les tendances suivantes sont observées :

- une légère tendance à la diminution de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 pour les **Jus de fruits** (-0,1g/100ml soit -1%). Ces produits ne contenant pas de sucres ajoutés, les tendances observées sont dues à des modifications dans les recettes (types de fruits utilisés et/ou pourcentages de fruits dans les mélanges de fruits) ou de l'offre de parfums ;

- à l'inverse, une légère tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 est observée pour les **Jus de fruits à base de jus concentrés** (+0,1g/100ml soit +1%) notamment en raison de l'augmentation de la variabilité des teneurs en sucres due à l'apparition de valeurs extrêmes supérieures. Ces produits ne contenant pas de sucres ajoutés, les évolutions observées sont également dues à des modifications dans les recettes (types de

⁴⁸ Les produits des familles des Jus de fruits et Jus de fruits à base de jus concentrés ne sont pas autorisés à utiliser des sucres ajoutés (réglementation en vigueur depuis 2013, les produits pris en compte en 2009 n'en comportaient également pas). Les produits des familles des Smoothies et des Jus de légumes pris en compte dans cette étude ne comportent pas de sucres ajoutés.

fruits utilisés et/ou pourcentages de fruits dans les mélanges de fruits) ou de l'offre de parfums. Une diminution significative de -0,1g/100ml de la teneur moyenne en sucres des produits appariés est cependant observée. Elle peut s'expliquer par un changement de recette pour les mélanges de fruits et/ou modification de l'étiquetage des teneurs en sucres. Par ailleurs, la tendance à la hausse de la teneur moyenne en sucres semble être portée par les produits issus du hard discount ;

- les **Nectars** présentent également une tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres entre 2009 et 2013 (+0,2g/100ml soit +2%), notamment en raison de l'augmentation de la variabilité des teneurs due à l'apparition de valeurs extrêmes supérieures. Une augmentation du nombre de produits dans les valeurs extrêmes inférieures est également observée. La tendance à l'augmentation observée est en partie expliquée par une modification de l'offre avec le retrait des produits présentant des teneurs en sucres parmi les plus faibles ainsi que par l'augmentation de la diversité des parfums. L'augmentation du nombre de références en 2013 ainsi que de la diversité des parfums conduit, d'une part, à un nombre de produits plus important dans les fourchettes hautes des teneurs en sucres (supérieures à 14g/100ml), correspondant à des parfums de type pruneau, banane, abricot ou pêche, et d'autre part à un plus grand nombre de produits dans les fourchettes basses des teneurs en sucres (autour de 5g/100ml) avec notamment des produits édulcorés. A noter également, l'apparition, suite à la modification de la réglementation, de 20 produits sans sucres ajoutés (et ne comprennent pas d'édulcorants ; 6% des produits de la famille des Nectars de 2013). Pour ces produits, les teneurs en sucres sont variables et s'expliquent par la teneur plus ou moins importante de fruits et/ou la nature des fruits utilisés. Quelques reformulations dans le sens d'une amélioration de l'offre sont à noter avec une légère tendance à la diminution de la teneur moyenne en sucres de -0,3g/100ml (soit -2%) pour les produits appariés, présents à la fois en 2009 et en 2013. Enfin, concernant les segments de marché, les profils sont similaires entre 2009 et 2013 pour les marques nationales et les marques de distributeurs, une tendance à plus de produits dans les fourchettes basses des teneurs est observée pour les marques de distributeurs entrée de gamme et à l'inverse, une tendance à plus de produits dans les fourchettes hautes pour les produits issus du hard discount ;

- enfin, la teneur moyenne en sucres des **Jus de légumes** présente également une tendance à l'augmentation (+0,3g/100ml soit +8%). Cette tendance à l'augmentation s'accompagne d'un plus grand nombre de produits dans la tranche supérieure des teneurs (augmentations des valeurs de la médiane et du 3^{ème} quartile, respectivement de +0,4g/100ml et +0,5g/100ml). Ces observations s'expliquent par une modification de l'offre : les produits « Ajoutés » présentent des teneurs en sucres parmi les plus élevées. Cela est dû à l'augmentation de la diversité des produits en 2013 notamment via l'augmentation de la proportion des jus de carotte et de betterave, naturellement plus sucrés. La modification de l'offre de produits peut être en partie due au biais engendré par la récolte en 2013 de produits vendus dans les magasins biologiques.

Globalement, les faibles différences observées, que ce soit pour les 4 familles sans sucres ajoutés ou pour la famille des Nectars, sont à mettre en relation avec l'augmentation de la diversité des parfums observée entre les produits récoltés en 2009 et ceux récoltés en 2013.

Il est également important de rappeler les biais d'interprétation des résultats engendrés par le fait que les marques nationales soient sous-estimées dans l'étude 2009 et par l'augmentation de la couverture du marché entre 2009 (56% du marché en volume) et 2013 (83%).

Concernant les nectars, la Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels (2006-2012) signée par l'Union Nationale Interprofessionnelle des Jus de Fruits (UNIJUS) comportait un engagement sur la diminution des teneurs en sucres ajoutés entre 2006 et 2012 de -5%. Les résultats présentés dans cette étude ne traduisent pas cet engagement car les données sont difficilement comparables. En effet, premièrement les résultats de l'étude Oqali portent sur les sucres totaux étiquetés en g/100ml (soit sur 58% des produits récoltés en 2009 et 80% des produits récoltés en 2013), ceux de la Charte portent sur les sucres ajoutés en grammes de matière sèche sur 100g ou 100ml (déclaration par les industriels engagés dans la Charte des volumes de sucres ajoutés pour l'ensemble de leurs produits). Les périodes d'étude sont également différentes : 2009-2013 pour l'étude sectorielle Oqali, 2006-2012 pour la Charte ; ainsi des progrès réalisés entre 2006 et 2009 ne seraient pas visibles dans l'étude sectorielle Oqali. Enfin le nombre de produits considéré est différent : l'étude sectorielle Oqali prend également en compte des produits non concernés par la Charte.

6.3.2 Fibres

Les profils des teneurs en fibres entre 2009 et 2013 restent globalement similaires pour l'ensemble des familles du secteur des jus et nectars étudié.

Les tests statistiques mettent en évidence une augmentation significative de la teneur moyenne entre 2009 et 2013 pour la famille des **Nectars** (+0,1g/100ml soit +39% par rapport à la teneur initiale). Cette augmentation est en grande partie expliquée par une modification de l'offre. Les produits « Ajoutés » (c'est-à-dire les innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2009) présentent une teneur moyenne en fibres significativement supérieure à celle des produits de 2009 (+0,1g/100ml). Les produits avec les teneurs en fibres les plus élevées correspondent notamment à des parfums goyave, poire ou pruneau. L'augmentation observée semble être portée principalement par les produits issus du hard discount et les marques nationales.

Aucune différence significative n'est observée pour les 4 autres familles. Quelques tendances sont cependant à noter :

- un plus grand nombre de produits dans les fourchettes hautes des teneurs en fibres pour les **Smoothies** (augmentations des valeurs de la médiane et des 1^{er} et 3^{ème} quartiles, respectivement +0,3g/100ml ; +0,3g/100ml et +0,2g/100ml) et **les Jus de légumes** (augmentation de la valeur de la médiane de +0,4g/100ml).

Globalement, l'impact nutritionnel des évolutions des teneurs en fibres est faible. L'ajout de fibres n'étant pas autorisé au sein des produits du secteur, les évolutions observées peuvent s'expliquer en partie par le type de fruit utilisé, les quantités de chaque type de fruit utilisées dans les mélanges de fruits ou l'emploi de purées de fruits (contenant plus de fibres) plutôt que de jus de fruits.

6.3.3 Sodium

L'étude de la variabilité des teneurs en sodium entre 2009 et 2013 porte uniquement sur la famille des **Jus de légumes**. En effet, les teneurs en sodium des familles des Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Nectars et Smoothies sont très faibles.

Aucune différence significative n'a été mise en évidence entre la teneur moyenne en sodium 2009 et 2013 pour les Jus de légumes. Cependant, la comparaison des distributions des teneurs entre 2009 et 2013 montre une tendance à la diminution de la teneur moyenne (-0,04g/100ml soit -21%) ainsi qu'une augmentation du nombre de produits dans les fourchettes basses des teneurs en sodium (diminutions des valeurs de la médiane et des 1^{er} et 3^{ème} quartiles, respectivement de -0,06g/100ml ; -0,07g/100ml et -0,04g/100ml). La tendance à la diminution de la teneur moyenne en sodium s'explique en partie par des reformulations (tendance à la diminution de la teneur moyenne en sodium des produits appariés de -0,06g/100ml) notamment sur les plus fortes teneurs en sodium en 2009. Celle-ci est portée principalement par les produits des marques de distributeurs (tendance à la diminution de la teneur moyenne en sodium de -0,06g/100ml) notamment en raison de produits salés à 6g/L en 2009 qui ont évolué en produits salés à 3g/L en 2013. Les effectifs des autres segments de marché en 2009 et/ou 2013 ne permettent pas d'interprétations.

A titre indicatif, la Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels (2006-2012) signée par l'Union Nationale Interprofessionnelle des Jus de Fruits (UNIJUS) comportait l'engagement suivant « *limiter la quantité de sel ajouté dans les jus de légumes à 6g/L* ». Cette teneur de 6g/L de sel est équivalente à 0,24g/100ml de sodium. Très peu de produits présentent en 2009 (n=3) et en 2013 (n=7) une teneur en sodium supérieure à cette valeur. Il est également important de préciser que celle-ci correspond à une teneur en sel ajouté, les teneurs en sodium présentées dans cette étude correspondent aux teneurs en sodium étiquetées (donc pas uniquement en sodium ajouté). Par ailleurs, cette étude prend en compte des produits dont les industriels ne sont pas signataires de cette Charte.

6.4 Conclusions sur les valeurs nutritionnelles pondérées par les parts de marché

Globalement les résultats de l'étude de l'évolution des teneurs étiquetées en sucres, en fibres et en sodium pondérées par les parts de marché sont similaires à ceux non pondérés par les parts de marché. Quelques particularités sont à noter.

Concernant les **sucres** :

- les **Smoothies** présentent une diminution significative de la teneur moyenne pondérée en sucres entre 2009 et 2013 de -1,4g/100ml soit -12% par rapport à la teneur initiale. La diminution significative observée pour les données non pondérées (-0,7g/100ml soit -6%) est donc amplifiée. Il semblerait que les produits avec les plus fortes parts de marché correspondent aux smoothies de fruits ou de mélanges de fruits naturellement moins sucrés (ces produits ne contenant pas de sucres ajoutés) ;

- les **Nectars** présentent une tendance à la diminution de la teneur moyenne pondérée en sucres de -0,4g/100ml soit -4%, contrairement aux résultats non pondérés qui présentaient une légère

tendance à l'augmentation (+0,2g/100ml soit +2%). Cela peut être dû au fait que les produits avec des parts de marché élevées présentent des teneurs en sucres parmi les plus faibles. Des produits avec édulcorants issus du hard discount et des marques de distributeurs entrée de gamme présentent notamment des parts de marché élevées ;

- les **Jus de légumes** présentent une tendance à la diminution de la teneur moyenne pondérée en sucres de -0,1g/100ml soit -2%, contrairement aux résultats non pondérés qui montraient une tendance à l'augmentation de la teneur moyenne en sucres de +0,3g/100ml soit +8%. Cette différence s'explique en partie par le fait que les jus de tomate possèdent des parts de marché plus importantes que les jus de carotte qui présentent les plus fortes teneurs en sucres.

Concernant les **fibres**, les tendances observées pour les données pondérées vont dans le même sens que celles observées dans l'étude des données non pondérées excepté pour les Smoothies. Pour ces derniers, cela peut être en partie dû au fait que des produits avec des parts de marché élevées présentent des teneurs en fibres parmi les plus faibles.

Concernant le **sodium**, comme pour l'étude des données non pondérées, la teneur moyenne en sodium pondérée par les parts de marché des Jus de légumes présente une tendance à la diminution (-0,08g/100ml soit -33%).

6.5 Perspectives

L'étude d'évolution des Jus et nectars a notamment permis de mettre en évidence une augmentation de l'étiquetage nutritionnel détaillé (qui deviendra obligatoire par la mise en place du règlement UE n°1169/2011), des repères nutritionnels, des portions indiquées et des valeurs nutritionnelles à la portion. Quelques différences de fréquences de présence des paramètres nutritionnels suivis subsistent par famille et par segment de marché en 2013.

L'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle des sucres, des fibres et du sodium (pour ce dernier nutriment uniquement pour les Jus de légumes) a mis en évidence quelques différences ponctuelles des teneurs moyennes entre 2009 et 2013.

A noter que l'ensemble des produits du secteur répondent au décret 2013-1049 (ou pour le cas des Jus de légumes à un code de bonnes pratiques), c'est-à-dire que les ingrédients, traitements et substances autorisés sont listés. Entre les 2 années d'étude la réglementation a évolué. Les principaux changements portent sur l'ajout de sucres non autorisés dans les jus de fruits et la possibilité d'élaborer un nectar sans addition de sucres ni d'édulcorants. Ainsi, les axes d'amélioration concernant les teneurs en sucres sont limités pour les Jus de fruits et Jus de fruits à base de jus concentrés, qui ne peuvent contenir par définition de sucres ajoutés, ainsi que pour les Smoothies et Jus de légumes pour lesquels les produits considérés ne contiennent pas de sucres ajoutés. Pour ces 4 dernières familles, seule une modification de l'offre est possible : développement de produits monofruit ou de mélanges de fruits naturellement moins sucrés. Concernant les Nectars, une démarche de réduction des teneurs en sucres ajoutés a été initiée par certains industriels dans le cadre de la Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels signée par l'Union Nationale Interprofessionnelle des Jus de Fruits (UNIJUS) entre 2006 et 2012. Les nectars étant souvent fabriqués à partir de jus très denses ou acides, l'addition de sucres est soumise à des contraintes techniques et organoleptiques. Afin de limiter la quantité de sucres ajoutés, certaines recettes peuvent avoir été modifiées en utilisant, dans

certains cas, des édulcorants. Cependant la modification de la réglementation permet également aujourd'hui de développer des produits sans sucres ajoutés. En 2013, plusieurs nectars sans sucres ajoutés ont été récoltés, il sera intéressant d'observer si ce développement s'intensifie ou non.

Concernant les fibres, l'ajout de celles-ci n'étant pas autorisé, les évolutions sont expliquées en partie par le type de fruits utilisé, les quantités de chaque type de fruits utilisés dans les mélanges de fruits ou l'emploi de purées de fruits plutôt que de jus de fruits.

Concernant le sodium, une démarche de réduction des teneurs en sel ajouté a également été initiée par certains industriels dans le cadre de la Charte d'engagements volontaires de progrès nutritionnels des jus de fruits et nectars signée par l'Union Nationale Interprofessionnelle des Jus de Fruits (UNIJUS) entre 2006 et 2012 (limiter la quantité de sel ajouté à 6g/L).

Pour finir, si quelques améliorations semblent possibles, celles-ci sont cependant soumises à l'acceptabilité des consommateurs et aux contraintes techniques et organoleptiques liées au secteur des Jus et nectars.

Annexe 1 : Lexique

Adjonction de vitamines et/ou minéraux

Tout enrichissement ou restauration de produits en vitamines et/ou minéraux.

L'**enrichissement** est l'adjonction à un aliment de un ou plusieurs éléments nutritifs essentiels qui sont ou non normalement contenus dans cet aliment, à l'effet de prévenir ou de corriger une carence démontrée en un ou plusieurs éléments nutritifs dans la population ou dans des groupes spécifiques de population (présence de la mention « enrichi en » sur l'emballage du produit).

La **restauration** est l'addition à un aliment de vitamine(s) et/ou minéraux qui ont été inévitablement perdus lors de sa fabrication, son entreposage et son transport, en quantités au moins égales à celles qui se trouvaient dans l'aliment avant sa transformation, son entreposage et son transport (présence de la mention « à teneur garantie en » sur l'emballage du produit).

Est également considérée comme adjonction de vitamines et/ou minéraux toute mention de vitamines et/ou minéraux dans la liste des ingrédients, accompagnée de la teneur correspondante dans la liste des valeurs nutritionnelles lorsque celle-ci respecte le seuil de « source », qu'il y ait ou non présence d'une allégation nutritionnelle relative à ces vitamines/minéraux.

Allégation

La réglementation définit une allégation comme 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, quelle qu'en soit la forme, qui affirme, suggère ou implique qu'une denrée alimentaire possède des caractéristiques particulières.

Allégation de santé

La réglementation définit une allégation santé comme 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.

La réglementation distingue deux types d'allégation de santé :

- les allégations de santé fonctionnelles (relatives à l'article 13 du règlement (CE) n° 1924/2006⁴⁹) 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 ;
- 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 portant sur les denrées alimentaires sont interdites, sauf si elles sont autorisées par la Commission européenne conformément à l'annexe du règlement (UE) n°432/2012⁵⁰ applicable à partir du 14 décembre 2012, ainsi qu'aux autres règlements ultérieurs listant des allégations de santé autorisées.

⁴⁹ 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.

⁵⁰ Règlement (UE) n° 432/2012 de la Commission du 16 mai 2012 établissant une liste des allégations de santé autorisées portant sur les denrées alimentaires, autres que celles faisant référence à la réduction du risque de maladie ainsi qu'au développement et à la santé infantiles.

L'indicateur présenté dans les rapports Oqali tient compte de l'ensemble des messages établissant un lien entre le produit ou un nutriment/substance contenu dans celui-ci d'une part et une fonction santé telle que décrite précédemment d'autre part, que cette association soit ou non reconnue comme allégation de santé autorisée par l'annexe du règlement n°432/2012. Cet indicateur fait ainsi état de l'ensemble des messages de santé portés à l'attention du consommateur sur l'emballage.

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 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°116/2010⁵¹ actuellement en vigueur, ainsi que celles pouvant avoir le même sens pour le consommateur.

Étiquetage nutritionnel ou déclaration nutritionnelle

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 Conseil⁵², 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 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 : le sel, 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.

⁵¹ 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.

⁵² Directive du conseil du 24 septembre 1990 relative à l'étiquetage nutritionnel des denrées alimentaires (90/496/CEE).

A partir de décembre 2014, conformément au règlement (UE) n° 1169/2011⁵³ concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, l'étiquetage nutritionnel obligatoire inclut les éléments suivants : la valeur énergétique et les teneurs en graisses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines et sel (**groupe INCO**).

Le contenu de la déclaration nutritionnelle obligatoire peut être complété par l'indication des quantités d'un ou de plusieurs des éléments suivants : acides gras mono-insaturés, acides gras polyinsaturés, polyols, amidon, fibres alimentaires et tous vitamines ou minéraux énumérés à l'annexe XIII du règlement n° 1169/2011 (ces déclarations nutritionnelles sont nommées « **groupe INCO +** » dans les rapports publiés par l'Oqali).

Ce règlement est applicable à partir du 13 décembre 2014 pour les denrées alimentaires présentant un étiquetage nutritionnel préexistant, et à partir du 13 décembre 2016 pour les autres.

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...

Portion indiquée

Les portions indiquées regroupent :

- les portions clairement inscrites dans une allégation, une recommandation de consommation⁵⁴ ou un repère nutritionnel, qu'elles soient quantifiées ou non (ex. « 3 biscuits » ou « 10g de margarine ») ;
- les portions figurant dans le tableau nutritionnel lorsque les valeurs nutritionnelles pour une portion différente de 100g sont exprimées.

Poids d'une unité

Une unité correspond à la plus petite unité indivisible constituant le produit (par exemple un yaourt dans un lot de 16 yaourts, une canette de soda, un petit paquet de chips, une tranche de jambon dans un paquet de 4 tranches ou un nugget dans un paquet de 30 nuggets). A noter que dans certains cas (ex : nugget, biscuit), plusieurs unités peuvent être consommées en une seule prise par le consommateur.

Le poids de cette unité est renseigné dans la base Oqali lorsqu'il est explicitement mentionné sur l'emballage du produit.

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...).

⁵³ Règlement (UE) n°1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n°1924/2006 et (CE) n°1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/CEE de la Commission, la directive 90/496/CEE du Conseil, la directive 1999/10/CE de la Commission, la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/CE et 2008/5/CE de la Commission et le règlement (CE) n°608/2004 de la Commission.

⁵⁴ Les recommandations de consommation visent à orienter le consommateur dans ses choix de consommation et à le guider pour intégrer le produit dans son alimentation. Elles regroupent tous les messages indiquant quand, comment, avec quoi, en quelle quantité et/ou à quelle fréquence consommer le produit.

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 présents 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 de l'Oqali, chaque secteur peut être divisé en 8 segments de marché :

- marques nationales (MN) : ce sont les produits de marque ;
- marques de distributeurs (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 de distributeurs entrée de gamme (MDDeg) : ce sont les produits à marques d'enseignes de la distribution 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 ;
- hard discount (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 ;
- restauration hors foyer (RHF) : ce sont les produits à destination de la restauration commerciale et collective ;
- centrales d'achat (CA) : ce sont les produits distribués en centrales d'achat ;
- pharmacie (PH) : définie comme les produits distribués exclusivement en pharmacie ;
- distributeurs spécialisés bio (DS bio) : définis comme les produits à marque d'enseigne de la distribution spécialisée biologique.

Valeurs nutritionnelles par portion

Les valeurs nutritionnelles par portion correspondent aux valeurs nutritionnelles présentes dans le tableau nutritionnel pour une portion donnée, qu'elles soient quantifiées ou non (ex. « 3 biscuits » ou « 10g de margarine »), en complément des valeurs nutritionnelles aux 100g. Cette portion des valeurs nutritionnelles peut être égale à 100g si le poids d'une unité et/ou la portion indiquée est aussi égale à 100g.

Valeurs nutritionnelles non quantifiées

Les valeurs nutritionnelles non quantifiées correspondent aux valeurs indiquées dans le tableau nutritionnel comme étant « < » à une valeur donnée. Elles sont intégrées aux études après division par 2 de la valeur seuil donnée.

Annexe 2 : Types d'allégations nutritionnelles retrouvées parmi les produits étudiés au sein du secteur des jus et nectars

Type d'allégation nutritionnelle	Nombre de produits en 2009	% par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2009 (n=546)	Nombre de produits en 2013	% par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2013 (n=875)
SANS SUCRES AJOUTES	455	83%	633	72%
NATURELLEMENT RICHE EN VITAMINES ET/OU MINERAUX	125	23%	67	8%
A TENEUR GARANTIE EN VITAMINES ET/OU MINERAUX	76	14%	29	3%
SOURCE DE VITAMINES ET/OU MINERAUX	59	11%	171	20%
RICHE EN VITAMINES ET/OU MINERAUX	42	8%	53	6%
ENRICHIS EN VITAMINES ET/OU MINERAUX	29	5%	87	10%
NATURELLEMENT SOURCE DE VITAMINES ET/OU MINERAUX	11	2%	114	13%
RICHE EN FIBRES	5	1%	0	0%
CONTIENT NATURELLEMENT DES POLYPHENOLS	3	1%	2	0,2%
SOURCE DE FIBRES	2	0,4%	4	0,5%
REDUCTION DE LA TENEUR EN SUCRES	2	0,4%	2	0,2%
VALEUR ENERGETIQUE REDUITE	2	0,4%	0	0%
FAIBLE VALEUR ENERGETIQUE	1	0,2%	1	0,1%
NATURELLEMENT SOURCE DE FIBRES	1	0,2%	0	0%
SANS SODIUM OU SANS SEL AJOUTE	0	0%	7	1%
NATURELLEMENT RICHE EN FIBRES	0	0%	3	0,3%
CONTIENT DE LA PROANTHOCYANIDINE	0	0%	1	0,1%
REDUIT EN SODIUM OU EN SEL	0	0%	1	0,1%
SANS SODIUM OU SANS SEL	0	0%	1	0,1%

Annexe 3 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits en 2013 : statistiques descriptives pour 100ml

Les tableaux suivants présentent, par famille de produits et par nutriment, pour 2013, les principales statistiques descriptives ainsi que les teneurs moyennes pondérées ou non par les parts de marché, pour 100ml. Le nombre de produits inclus dans le calcul de la moyenne pondérée est plus faible que pour la moyenne non pondérée car seuls les produits pour lesquels une part de marché a pu être affectée (par référence = code barre) ont été considérés.

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

Jus de fruits	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Lipides (g/100ml)	Acides gras saturés (g/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)	Protéines (g/100ml)	Fibres Alimentaires (g/100ml)	Sodium (g/100ml)
Effectif	839	839	782	839	783	839	741	674
Min	27	0,0	0,0	5,7	4,3	0,0	0,0	0,00
Max	93	1,3	0,5	21,0	19,1	1,6	3,0	0,10
1er quartile	45	0,0	0,0	10,2	9,7	0,3	0,1	0,00
Mediane	48	0,1	0,0	11,0	10,5	0,5	0,2	0,00
3eme quartile	52	0,2	0,0	12,0	11,5	0,6	0,3	0,01
Moyenne	50	0,1	0,0	11,5	10,9	0,5	0,3	0,00
Ecart-type	9	0,1	0,0	2,3	2,2	0,3	0,3	0,01
Coefficient de variation en %	18	119,9	290,1	19,8	20,4	57,2	124,7	198,94
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	775	775	721	775	722	775	683	629
Moyenne pondérée par les parts de marché	47	0,1	0,0	10,7	10,3	0,5	0,3	0,00
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-5	-22,0	-49,4	-7,3	-5,4	20,4	13,6	-28,18

Jus de fruits a base de jus concentres	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Lipides (g/100ml)	Acides gras saturés (g/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)	Protéines (g/100ml)	Fibres Alimentaires (g/100ml)	Sodium (g/100ml)
Effectif	309	309	285	309	285	309	280	273
Min	30	0,0	0,0	7,5	7,0	0,0	0,0	0,00
Max	92	0,5	0,1	22,7	18,1	1,2	1,0	0,05
1er quartile	44	0,0	0,0	10,1	9,6	0,2	0,0	0,00
Mediane	47	0,1	0,0	11,0	10,4	0,5	0,1	0,01
3eme quartile	50	0,2	0,1	11,9	11,4	0,6	0,3	0,01
Moyenne	48	0,1	0,0	11,3	10,7	0,4	0,2	0,00
Ecart-type	7	0,1	0,0	1,8	1,7	0,2	0,2	0,01
Coefficient de variation en %	15	102,6	137,0	15,9	15,7	59,2	112,3	167,60
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	277	277	259	277	259	277	255	248
Moyenne pondérée par les parts de marché	45	0,1	0,0	10,6	10,2	0,4	0,1	0,00
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-6	0,7	-7,9	-5,9	-4,7	2,7	-20,5	-24,51

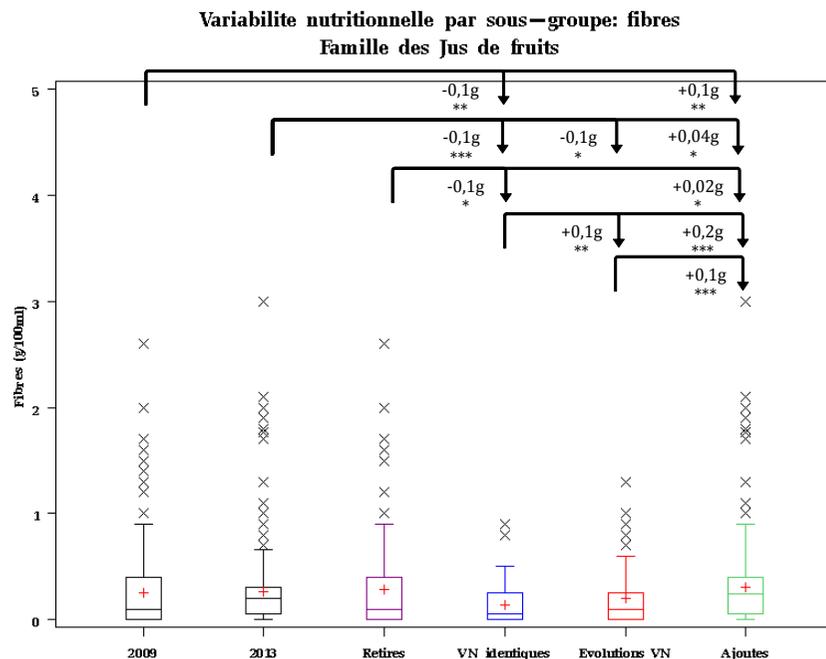
Nectars	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Lipides (g/100ml)	Acides gras saturés (g/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)	Protéines (g/100ml)	Fibres Alimentaires (g/100ml)	Sodium (g/100ml)
Effectif	318	318	285	318	285	318	261	235
Min	18	0,0	0,0	4,2	4,0	0,0	0,0	0,00
Max	78	0,3	0,3	19,0	16,5	0,9	1,9	0,05
1er quartile	43	0,0	0,0	10,3	9,5	0,2	0,0	0,00
Mediane	47	0,1	0,0	11,2	10,5	0,3	0,1	0,01
3eme quartile	51	0,1	0,0	12,1	11,5	0,4	0,3	0,01
Moyenne	46	0,1	0,0	11,0	10,2	0,3	0,2	0,00
Ecart-type	9	0,1	0,0	2,3	2,1	0,2	0,3	0,01
Coefficient de variation en %	20	104,2	234,5	20,6	21,1	62,0	129,0	182,57
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	269	269	241	269	241	269	221	196
Moyenne pondérée par les parts de marché	42	0,0	0,0	9,9	9,2	0,3	0,1	0,00
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-9	-7,3	-32,3	-9,6	-9,9	4,9	-41,8	0,78

Smoothies	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Lipides (g/100ml)	Acides gras saturés (g/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)	Protéines (g/100ml)	Fibres Alimentaires (g/100ml)	Sodium (g/100ml)
Effectif	42	42	39	42	39	42	37	31
Min	45	0,0	0,0	9,6	8,4	0,4	0,0	0,00
Max	73	0,3	0,2	16,0	15,2	1,4	2,0	0,01
1er quartile	50	0,1	0,0	11,1	10,4	0,5	0,9	0,00
Mediane	54	0,1	0,0	11,9	11,1	0,6	1,2	0,00
3eme quartile	57	0,2	0,1	13,0	11,9	0,6	1,5	0,01
Moyenne	55	0,1	0,0	12,1	11,1	0,6	1,2	0,00
Ecart-type	6	0,1	0,1	1,6	1,4	0,2	0,5	0,00
Coefficient de variation en %	11	75,7	177,2	12,8	12,7	27,2	44,0	113,54
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	39	39	36	39	36	39	34	28
Moyenne pondérée par les parts de marché	54	0,1	0,1	12,0	10,7	0,6	1,2	0,00
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-0,2	-35,5	87,8	-0,7	-3,7	10,0	5,6	16,90

Jus de legumes	Valeur énergétique (kcal/100ml)	Lipides (g/100ml)	Acides gras saturés (g/100ml)	Glucides (g/100ml)	Sucres (g/100ml)	Protéines (g/100ml)	Fibres Alimentaires (g/100ml)	Sodium (g/100ml)
Effectif	80	80	70	80	70	80	65	60
Min	14	0,0	0,0	2,4	1,2	0,0	0,0	0,00
Max	71	0,3	0,1	16,0	8,0	1,4	1,5	0,60
1er quartile	17	0,1	0,0	3,1	2,9	0,5	0,1	0,05
Mediane	23	0,1	0,0	4,7	4,0	0,6	0,5	0,12
3eme quartile	31	0,2	0,1	6,7	6,0	0,8	0,7	0,20
Moyenne	25	0,1	0,0	5,1	4,5	0,7	0,5	0,15
Ecart-type	9	0,1	0,0	2,3	1,8	0,2	0,4	0,11
Coefficient de variation en %	36	86,2	123,4	43,9	40,2	37,2	77,7	76,75
Nombre de produits affectés à une part de marché (pour le calcul de la moyenne pondérée)	69	69	61	69	61	69	57	55
Moyenne pondérée par les parts de marché	21	0,1	0,0	4,2	3,8	0,7	0,5	0,15
Delta en % (moyenne pondérée versus non pondérée)	-14	-22,6	8,9	-19,4	-13,5	-1,5	-4,5	3,84

Annexe 4 : Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous-groupe

Fibres : Jus de fruits

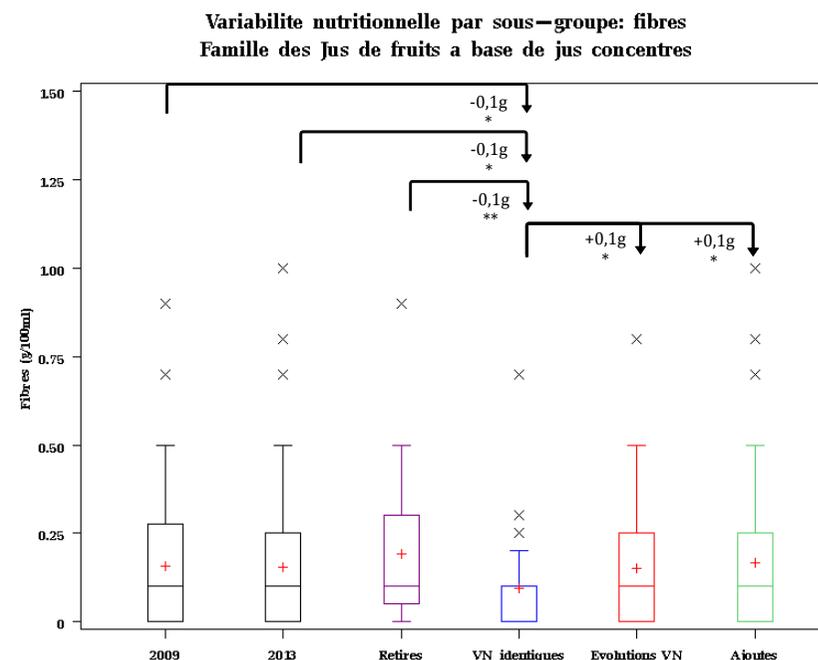


Legende	Definition
2009	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=358)
2013	Offre captée par l'Oqali en 2013 (n=741)
Retires	Produits retirés entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013 (n=124)
VN identiques	Produits avec des valeurs nutritionnelles identiques entre 2009 et 2013 (n=54)
Evolutions VN	Produits avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (n=201)
Ajoutes	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2009 (n=486)

Effet année: * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Fibres : Jus de fruits à base de jus concentrés



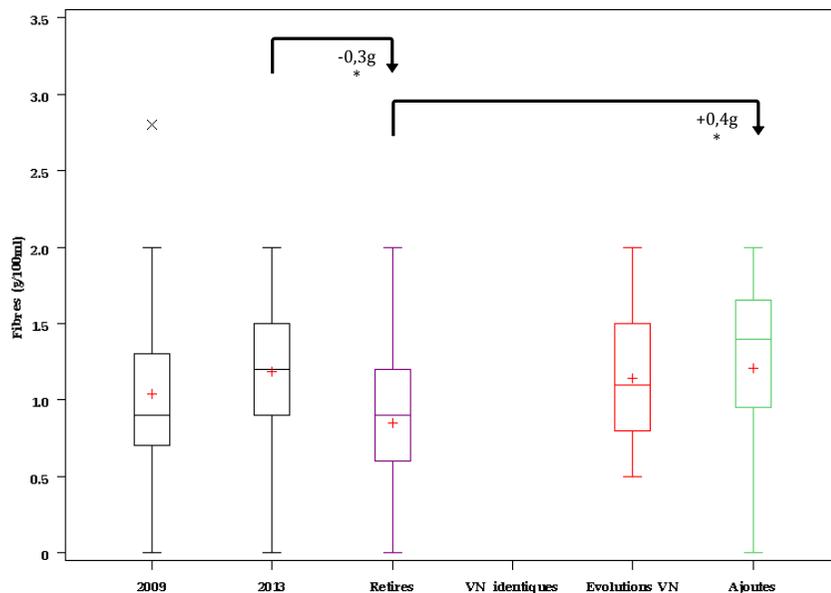
Legende	Definition
2009	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=164)
2013	Offre captée par l'Oqali en 2013 (n=280)
Retires	Produits retirés entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013 (n=67)
VN identiques	Produits avec des valeurs nutritionnelles identiques entre 2009 et 2013 (n=32)
Evolutions VN	Produits avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (n=95)
Ajoutes	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2009 (n=153)

Effet année: * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Fibres : Smoothies

Variabilité nutritionnelle par sous-groupe: fibres
Famille des Smoothies



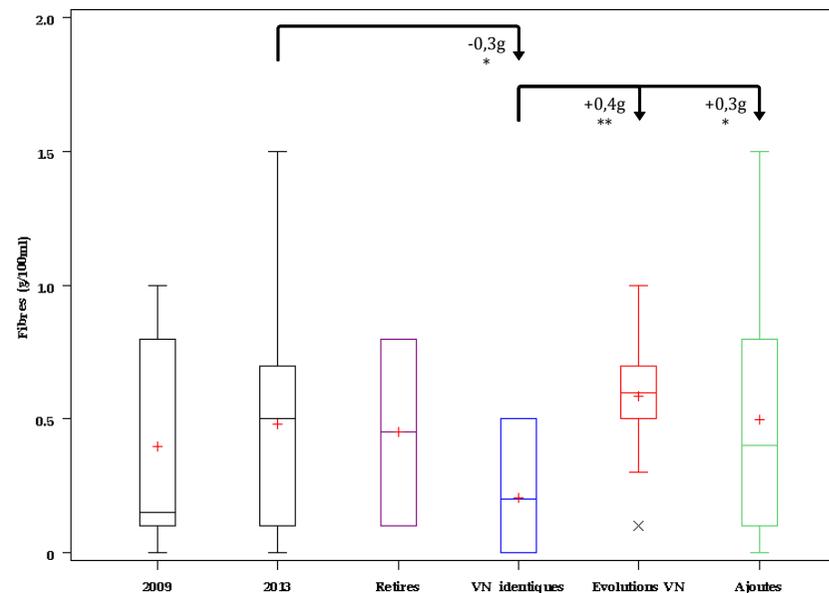
Legende	Definition
2009	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=33)
2013	Offre captée par l'Oqali en 2013 (n=37)
Retires	Produits retirés entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013 (n=19)
VN identiques	Produits avec des valeurs nutritionnelles identiques entre 2009 et 2013 (n=0)
Evolutions VN	Produits avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (n=13)
Ajoutes	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2009 (n=24)

Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Fibres : Jus de légumes

Variabilité nutritionnelle par sous-groupe: fibres
Famille des Jus de légumes



Legende	Definition
2009	Offre captée par l'Oqali en 2009 (n=18)
2013	Offre captée par l'Oqali en 2013 (n=65)
Retires	Produits retirés entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013 (n=2)
VN identiques	Produits avec des valeurs nutritionnelles identiques entre 2009 et 2013 (n=7)
Evolutions VN	Produits avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (n=13)
Ajoutes	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2009 (n=45)

Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

Jus et nectars - Oqali - Comparaison 2009/2013 - Edition 2015

Annexe 5 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par segment de marché et par année

Les tableaux suivants présentent les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en fibres pour les échantillons de 2009 et de 2013 au sein de chaque segment de marché et par sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100ml et les pourcentages d'évolution pour les familles des Jus de fruits, Jus de fruits à base de jus concentrés, Smoothies et Jus de légumes.

jus de fruits	2009			2013			Différence entre 2009 et 2013	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100ml)																				
Marques nationales	87	0,4	0,4	206	0,4	0,4	+0,1*	+16%	47	0,3	0,5	12	0,3	0,3	30	0,4	0,4	164	0,4	0,4
Marques de distributeurs	223	0,2	0,3	415	0,2	0,3	-0,02	-10%	68	0,3	0,4	37	0,1	0,1	132	0,2	0,2	246	0,2	0,3
Marques de distributeurs entrée de gamme	5	0,1	0,1	18	0,2	0,2	+0,1	+88%	2	0,1	0,1	1	0,0		7	0,2	0,1	10	0,2	0,2
Hard discount	43	0,2	0,2	81	0,2	0,2	-0,04	-17%	7	0,2	0,2	4	0,2	0,1	32	0,2	0,1	45	0,2	0,2
Distributeurs spécialisés bio				21	0,4	0,4												21	0,4	0,4

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

¹produits captés par l'Oqali en 2009 mais pas en 2013 (produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013)

²produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2013 mais pas en 2009 (innovations, extensions de gamme (par exemple : nouveau parfum dans une gamme ou changement des parfums dans un assortiment) et produits non captés par l'Oqali en 2009)

jus de fruits à base de jus concentrés	2009			2013			Différence entre 2009 et 2013	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100ml)																				
Marques nationales	41	0,1	0,2	59	0,1	0,2	-0,02	-17%	22	0,1	0,2	4	0,1	0,1	15	0,1	0,1	40	0,1	0,2
Marques de distributeurs	80	0,2	0,2	113	0,2	0,2	+0,003	+2%	30	0,3	0,2	19	0,1	0,1	35	0,2	0,1	59	0,2	0,2
Marques de distributeurs entrée de gamme	9	0,1	0,1	32	0,1	0,2	+0,01	+6%	1	0,0		2	0,0	0,0	23	0,1	0,1	7	0,2	0,3
Hard discount	34	0,2	0,1	76	0,2	0,2	-0,01	-5%	14	0,2	0,1	7	0,3	0,2	22	0,2	0,2	47	0,2	0,2
Distributeurs spécialisés bio																				

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

¹produits captés par l'Oqali en 2009 mais pas en 2013 (produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013)

²produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2013 mais pas en 2009 (innovations, extensions de gamme (par exemple : nouveau parfum dans une gamme ou changement des parfums dans un assortiment) et produits non captés par l'Oqali en 2009)

smoothies	2009			2013			Différence entre 2009 et 2013	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100ml)																				
Marques nationales	18	1,1	0,7	23	1,4	0,4	+0,2	+21%	10	0,8	0,6				7	1,2	0,3	16	1,5	0,4
Marques de distributeurs	12	0,9	0,5	10	1,0	0,5	+0,1	+10%	8	0,9	0,6				4	1,2	0,6	6	0,9	0,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	1,0	0,5	4	0,6	0,7	-0,4	-43%	1	0,9					2	1,0	0,7	2	0,1	0,1
Distributeurs spécialisés bio																				

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

¹produits captés par l'Oqali en 2009 mais pas en 2013 (produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013)

²produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2013 mais pas en 2009 (innovations, extensions de gamme (par exemple : nouveau parfum dans une gamme ou changement des parfums dans un assortiment) et produits non captés par l'Oqali en 2009)

jus de legumes	2009			2013			Différence entre 2009 et 2013	Evolution (%)	Retirés ¹			VN identiques ²			Evolutions VN ³			Ajoutés ⁴		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100ml)																				
Marques nationales	1	1,0		15	0,7	0,4	-0,4	-35%							1	1,0		14	0,6	0,4
Marques de distributeurs	16	0,3	0,4	36	0,4	0,3	+0,003	+1%	2	0,5	0,5	7	0,2	0,2	10	0,6	0,3	19	0,3	0,3
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	0,6		9	0,5	0,3	-0,1	-10%							2	0,6	0,1	7	0,5	0,3
Distributeurs spécialisés bio				5	0,8	0,3												5	0,8	0,3

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Effet année : * si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001

¹produits captés par l'Oqali en 2009 mais pas en 2013 (produits retirés du marché entre 2009 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013)

²produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

³produits captés par l'Oqali en 2009 et en 2013 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2009 et 2013 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

⁴produits captés par l'Oqali en 2013 mais pas en 2009 (innovations, extensions de gamme (par exemple : nouveau parfum dans une gamme ou changement des parfums dans un assortiment) et produits non captés par l'Oqali en 2009)