



# **BOISSONS RAFRAICHISSANTES SANS ALCOOL**

Evolution du secteur entre 2010  
et 2013

**SYNTHESE**



**EDITION 2015**



L'étude d'évolution des boissons rafraîchissantes sans alcool porte sur 845 produits en 2010<sup>1</sup> et 1421 produits en 2013. Elle compare les paramètres de l'étiquetage ainsi que les valeurs nutritionnelles étiquetées des teneurs en sucres. Les produits sont répartis en 19 familles, appartenant chacune à l'une des 3 catégories suivantes :

- **Boissons à teneur en sucres  $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$** , comprenant les : Eaux aromatisées à teneur en sucres  $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ , Boissons au thé à teneur en sucres  $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ , Colas à teneur en sucres  $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ , Limonades à teneur en sucres  $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ , Tonics et bitters à teneur en sucres  $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$ , Boissons énergisantes à teneur en sucres  $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$  et Boissons aux fruits à teneur en sucres  $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$  ;
- **Boissons à teneur en sucres  $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$** , comprenant les : Eaux aromatisées à teneur en sucres  $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ , Boissons au thé à teneur en sucres  $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ , Colas à teneur en sucres  $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ , Limonades à teneur en sucres  $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ , Tonics et bitters à teneur en sucres  $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ , Boissons énergisantes à teneur en sucres  $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$ , Boissons aux fruits gazeuses à teneur en sucres  $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$  et Boissons aux fruits plates à teneur en sucres  $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$  ;
- **Autres boissons**, comprenant les : Boissons aux fruits à teneur en fruits  $\geq 50\%$ , Boissons aux légumes et/ou fruits, Boissons végétales et Boissons pour le sport.

La valeur de  $2,5\text{g}/100\text{ml}$  a été choisie et justifiée lors de l'étude d'état des lieux<sup>1</sup> car il s'agit d'un seuil réglementaire défini dans l'annexe du rectificatif au règlement (CE) n°1924/2006<sup>2</sup> pour l'accès à l'allégation « faible teneur en sucres ».

Les boissons rafraîchissantes sans alcool prises en compte lors de cette étude couvrent<sup>3</sup> au minimum 78% du marché du secteur en volume en 2010 et 86% en 2013.

**En nombre de références**, parmi l'échantillon Oqali considéré, une diminution de la proportion de produits dont la teneur en sucres est  $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$  est observée (29% des produits du secteur en 2010 ; 21% en 2013) en parallèle d'une augmentation de la proportion de produits dont la teneur en sucres est  $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$  (61% des produits du secteur en 2010 ; 66% en 2013). Cette augmentation est en partie portée par les Boissons aux fruits plates à teneur en sucres  $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$  qui représentaient 17% des produits du secteur en 2010, et 23% en 2013. **En volume**, selon les données Kantar Worldpanel<sup>4</sup>, et uniquement pour les références considérées par l'Oqali, l'évolution constatée est inverse à celle observée en nombre de références. En effet, une augmentation de la part des produits à teneur en sucres  $\leq 2,5\text{g}/100\text{ml}$  est observée (30% des produits du secteur en 2010 ; 32% en 2013) en parallèle d'une diminution de la part des produits dont la teneur en sucres est  $> 2,5\text{g}/100\text{ml}$  (68% des produits du secteur en 2010 ; 67% en 2013). Cette évolution est toutefois à mettre en relation avec une tendance à la diminution du marché global en volume. En effet, entre 2010 et 2013 et d'après les données Kantar Worldpanel, en considérant le marché global des boissons rafraîchissantes sans alcool, une diminution du volume de -5,5% est constatée. En considérant uniquement les données Kantar Worldpanel, et en distinguant les boissons allégées des autres boissons grâce aux descripteurs disponibles, une légère augmentation de +0,8% de la part de ces boissons allégées entre 2010 et 2013 est observée (22,7% du marché total en 2010 ; 23,5% en 2013), alors que le volume du marché total diminue. Par ailleurs, par sous-groupe de produits, l'évolution la plus importante est observée

<sup>1</sup> Etude du secteur des Boissons rafraîchissantes sans alcool-Oqali-Données 2010-Edition 2012.

<sup>2</sup> Rectificatif au règlement (CE) n°1924/2006 du Parlement européen et du Conseil (20/12/2006) concernant les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires.

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

<sup>4</sup> Kantar Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

pour les Eaux aromatisées, dont la part diminue de 2% entre 2010 et 2013. Les évolutions de tous les autres sous-groupes sont limitées (inférieures à 1%).

Afin d'étudier précisément les évolutions, l'offre a été décomposée en 4 sous-groupes (en nombre de références) :

- **Produits retirés** : correspondant à **32% des produits de 2010 (n=272)**, intégrant les produits retirés du marché entre 2010 et 2013 ou non captés par l'Oqali en 2013 ;
- **Produits identiques** : correspondant à **6% des produits de 2013 (n=92)**, réunissant les produits présents sur le marché à la fois en 2010 et en 2013, et semblables en tous points ;
- **Produits modifiés** : correspondant à **34% des produits de 2013 (n=480)**, intégrant les produits présents sur le marché en 2010 et également en 2013 mais dans une version évoluée, impliquant au moins un changement de l'emballage et/ou de la composition ;
- **Produits ajoutés** : correspondant à **60% des produits de 2013 (n=849)**, réunissant les innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2010.

L'étude de l'offre de produits par segment de marché montre que les marques de distributeurs et les marques nationales sont représentées dans toutes les familles. Les marques de distributeurs entrée de gamme proposent une offre de produits moins diversifiée : 6 familles ne sont pas représentées dans ce segment ni en 2010, ni en 2013. Les produits issus du hard discount sont eux présents en 2010 et en 2013 dans 17 familles sur les 19 étudiées.

**Concernant les paramètres de l'étiquetage (Tableau A), des augmentations significatives** sont observées entre 2010 et 2013 pour :

- les repères nutritionnels (2010 : 54% ; 2013 : 59%), dont l'augmentation est portée par une augmentation significative des produits de marques de distributeurs et des produits issus du hard discount ;
- les portions indiquées (2010 : 71% ; 2013 : 77%), pour lesquelles les marques de distributeurs ainsi que les produits issus du hard discount présentent une augmentation significative. Concernant les tailles de portions indiquées, celles-ci sont restées équivalentes entre les 2 années d'étude pour une majorité de familles, et correspondent principalement à une portion de 200ml. A noter que pour les formats individuels de type canette (330ml), les portions indiquées sont pour la majorité de 330ml et sont donc supérieures à la portion indiquée de 200ml retrouvée le plus fréquemment pour les formats de boissons à partager ;
- les valeurs nutritionnelles à la portion (2010 : 40% ; 2013 : 58%), dont l'augmentation est portée par une augmentation significative des produits de marques de distributeurs, de marques de distributeurs entrée de gamme ainsi que des produits issus du hard discount.

La proportion de produits avec un étiquetage nutritionnel a tendance à augmenter (2010 : 92% ; 2013 : 94%), tandis que celle de produits avec un étiquetage nutritionnel détaillé (groupe 2/2+) reste majoritaire en 2013, mais a tendance à diminuer (2010 : 78% ; 2013 : 75%). Ce résultat est à relativiser avec l'apparition

en 2013 de 14% (n=205 sur 1421) de produits étiquetés selon le règlement 1169/2011<sup>5</sup> dit « INCO » applicable à partir du 13 décembre 2014 (regroupés pour cette étude avec les produits de groupe 1+, car ils ne présentaient pas tous les nutriments du groupe 2).

**Tableau A : Comparaison des fréquences de présence des principaux paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des boissons rafraîchissantes sans alcool entre 2010 et 2013, par famille de produits, par segment de marché et pour l'ensemble du secteur.**

	Étiquetage nutritionnel <sup>(1)</sup>			Étiquetage nutritionnel détaillé <sup>(1)</sup>			Allégations nutritionnelles			Allégations de santé			Repère nutritionnel			Portion indiquée			Valeurs nutritionnelles à la portion		
	2010	2013	Delta	2010	2013	Delta	2010	2013	Delta	2010	2013	Delta	2010	2013	Delta	2010	2013	Delta	2010	2013	Delta
<b>Famille de produits</b>																					
Eaux aromatisées a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	96%	95%	-1%	79%	87%	+8%	81%	67%	-13%	7%	7%	-0%	39%	64%	+25%**	53%	77%	+24%**	35%	69%	+34%***
Boissons au the a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	92%	100%	+8%	67%	68%	+1%	67%	56%	-11%	4%	0%	-4%	38%	60%	+23%	67%	84%	+17%	46%	80%	+34%*
Colas a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	97%	97%	-0%	88%	89%	+0%	74%	64%	-10%	3%	1%	-2%	67%	69%	+2%	83%	84%	+2%	36%	56%	+20%*
Limonades a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	74%	86%	+11%	51%	57%	+6%	46%	45%	-0%	6%	0%	-6%	31%	38%	+7%	54%	57%	+3%	26%	48%	+22%*
Tonics et bitters a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	100%	100%	+0%	100%	67%	-33%	80%	33%	-47%	0%	0%	+0%	60%	33%	-27%	80%	100%	+20%	40%	100%	+60%
Boissons energisantes a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	100%	100%	+0%	71%	89%	+17%	71%	89%	+17%	0%	11%	+11%	14%	11%	-3%	29%	22%	-6%	14%	0%	-14%
Boissons aux fruits a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	100%	99%	-1%	96%	80%	-16%	82%	72%	-9%	0%	0%	+0%	78%	68%	-9%	86%	88%	+2%	53%	64%	+11%
Eaux aromatisées a teneur en sucres > 2,5g/100ml	100%	100%	+0%	66%	74%	+8%	20%	20%	-1%	0%	11%	+11%	48%	61%	+13%	70%	85%	+14%	45%	67%	22%*
Boissons au the a teneur en sucres > 2,5g/100ml	92%	94%	+2%	73%	76%	+2%	13%	14%	+2%	6%	1%	-6%	62%	67%	+5%	72%	84%	+12%*	44%	70%	+26%***
Colas a teneur en sucres > 2,5g/100ml	89%	90%	+2%	77%	80%	+3%	0%	7%	+7%	0%	0%	+0%	57%	59%	+2%	77%	77%	+0%	36%	54%	+17%
Limonades a teneur en sucres > 2,5g/100ml	84%	80%	-4%	66%	58%	-9%	1%	4%	+3%	0%	0%	+0%	51%	58%	+7%	73%	72%	-1%	48%	59%	+11%
Tonics et bitters a teneur en sucres > 2,5g/100ml	94%	100%	+6%	81%	90%	+8%	0%	7%	+7%	0%	0%	+0%	44%	62%	+18%	69%	90%	+21%	44%	69%	+25%
Boissons energisantes a teneur en sucres > 2,5g/100ml	95%	100%	+5%	71%	85%	+13%	52%	61%	+8%	0%	0%	+0%	29%	35%	+6%	33%	41%	+8%	10%	15%	+6%
Boissons aux fruits gazeuses a teneur en sucres > 2,5g/100ml	90%	97%	+7%	84%	86%	+2%	4%	10%	+5%	0%	0%	+0%	59%	70%	+11%	77%	92%	+14%**	35%	62%	+27%***
Boissons aux fruits plates a teneur en sucres > 2,5g/100ml	90%	91%	+1%	76%	65%	-11%	13%	20%	+7%	1%	1%	+1%	62%	64%	+2%	72%	78%	+6%	39%	55%	16%**
Boissons aux fruits a teneur en sucres > ou = 50%	97%	98%	+1%	86%	67%	-20%	72%	70%	-2%	14%	12%	-1%	41%	33%	-8%	66%	68%	+2%	34%	57%	+22%*
Boissons aux legumes et/ou fruits	89%	100%	+11%	83%	90%	+7%	78%	40%	-38%	17%	0%	-17%	50%	30%	-20%	78%	80%	+2%	67%	70%	+3%
Boissons vegetales	100%	96%	-4%	100%	84%	-16%	70%	75%	+5%	20%	19%	-1%	40%	44%	+4%	50%	58%	+8%	50%	51%	+1%
Boissons pour le sport	100%	100%	+0%	93%	100%	+7%	33%	56%	+22%	60%	72%	+12%	27%	78%	+51%**	80%	94%	+14%	53%	33%	-20%
<b>Segment de marché</b>																					
Marques nationales	96%	88%	-7%	87%	68%	-19%	47%	44%	-3%	8%	7%	-1%	64%	57%	-7%	69%	63%	-6%	27%	30%	+4%
Marques de distributeurs	95%	98%	+3%	82%	79%	-3%	29%	26%	-3%	3%	2%	-0%	57%	63%	+6%*	83%	91%	+8%***	58%	76%	+19%***
Marques de distributeurs entree de gamme	79%	92%	+13%	46%	52%	+6%	23%	28%	+5%	0%	0%	+0%	25%	30%	+5%	40%	52%	+11%	15%	40%	+25%**
Hard Discount	80%	94%	+14%	55%	85%	+30%	25%	25%	-0%	2%	0%	-2%	33%	65%	+32%***	43%	82%	+39%***	17%	79%	+62%***
<b>Ensemble des produits du secteur</b>																					
Secteur	92%	94%	+1%	78%	75%	-3%	34%	33%	-1%	4%	4%	-0,4%	54%	59%	+6%**	71%	77%	+7%***	40%	58%	+18%***

Effet année: \* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,0001

<sup>(1)</sup> Tests statistiques effectués uniquement sur le secteur pour ce paramètre

<sup>5</sup> 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.

**L'étude des valeurs nutritionnelles pour 100ml** (Tableau B) a montré qu'une très grande majorité des familles présente une tendance à la diminution des teneurs moyennes en sucres entre 2010 et 2013. Les tests statistiques mettent en évidence des diminutions significatives pour 6 familles des catégories des Boissons à teneur en sucres > 2,5g/100ml et des Autres boissons :

- Pour les **Eaux aromatisées à teneur en sucres > 2,5g/100ml**, la diminution significative de la teneur moyenne en sucres observée (**-0,6g/100ml, soit -15%**) est en partie liée à des reformulations de produits. En effet, une diminution significative de -0,6% (soit -14%) est observée pour les produits appariés (retrouvés en 2010 et en 2013). Cette évolution peut en partie être accordée à l'augmentation, entre 2010 et 2013, du nombre de produits à la fois sucrés-édulcorés. En effet, 86% (n=6) des produits appariés de la famille qui présentent une diminution de leurs teneurs en sucres comprennent des édulcorants en 2013 alors qu'ils n'en comportaient pas en 2010. La diminution significative de la teneur moyenne en sucres est d'autre part liée à une amélioration de l'offre : les produits « Ajoutés » possèdent une teneur significativement plus faible que celle de l'offre 2010 (-0,7g/100ml). De plus, les produits « Retirés » présentent la teneur moyenne en sucres la plus élevée des sous-groupes. La diminution significative observée pour la teneur moyenne en sucres de la famille semble principalement portée par les marques nationales, pour lesquelles une diminution significative de la teneur moyenne est observée (-1,5g/100ml), qui peut en partie s'expliquer par l'utilisation plus importante d'édulcorants puisqu'en 2010, 100% des produits de marques nationales étiquetant une teneur en sucres étaient uniquement sucrés. En 2013, 100% de ces produits sont sucrés-édulcorés. Il faut cependant noter que les effectifs sont relativement faibles en 2010 (n=7) et en 2013 (n=8).

- Pour les **Colas à teneur en sucres > 2,5g/100ml**, la diminution significative de la teneur moyenne en sucres observée (**-0,9g/100ml, soit -9%**) semble en majorité liée à des reformulations réalisées entre 2010 et 2013. En effet, les produits appariés présentent une diminution significative de leur teneur moyenne en sucres de -0,6g/100ml (-6%). Ces évolutions peuvent en partie être accordées à l'augmentation, entre 2010 et 2013, du nombre de produits à la fois sucrés-édulcorés. En effet, 46% (n=6) des produits appariés de la famille présentant une diminution de leurs teneurs en sucres comprennent des édulcorants en 2013 alors qu'ils n'en comportaient pas en 2010. Les produits de marques nationales, de marques de distributeurs et issus du hard discount montrent une tendance non significative à la diminution de leurs teneurs moyennes en sucres, qui peut en partie s'expliquer par l'utilisation plus importante d'édulcorants en 2013 qu'en 2010.

- Pour les **Boissons énergisantes à teneur en sucres > 2,5g/100ml**, la diminution significative de la teneur moyenne en sucres observée (**-0,9g/100ml soit -8%**) semble en partie liée à une amélioration de l'offre. En effet, les produits « Ajoutés » présentent une teneur moyenne en sucres significativement plus faible que celle des produits captés par l'Oqali en 2010 (-1,3g/100ml). La diminution semble essentiellement portée par les produits de marques nationales qui présentent une tendance à la diminution de -1,1g/100ml.

- Pour les **Boissons aux fruits gazeuses à teneur en sucres > 2,5g/100ml**, la diminution significative de la teneur moyenne en sucres observée (**-0,9g/100ml soit -10%**) semble liée à plusieurs facteurs. En effet, les produits appariés présentent une diminution significative de leur teneur moyenne en sucres de -0,6g/100ml (-7%), ce qui va dans le sens de reformulations. Cette évolution peut, en partie seulement, être accordée à l'augmentation, entre 2010 et 2013, du nombre de produits à la fois sucrés-édulcorés. En effet, 14% (n=4) des produits appariés de la famille présentant une diminution de leurs teneurs en sucres comprennent des édulcorants en 2013 alors qu'ils n'en comportaient pas en 2010. Par ailleurs, la teneur moyenne en sucres des produits « Ajoutés » est significativement inférieure à celle des produits de 2010 (-1,2g/100ml), ce qui va dans le sens d'une amélioration de l'offre. Cette évolution semble

être portée essentiellement par les produits de marques de distributeurs (diminution significative de la teneur moyenne de -1,2g/100ml) et issus du hard discount (diminution significative de la teneur moyenne de -0,9g/100ml). Pour les marques de distributeurs, la diminution de la teneur en sucres peut en partie s'expliquer par l'utilisation plus importante d'édulcorants en 2013 qu'en 2010. En 2010, 2% des produits étiquetant une teneur en sucres comportaient des édulcorants, alors qu'en 2013, 22% de ces produits en contiennent. Ce n'est pas le cas des produits issus du hard discount.

- Pour les **Boissons aux fruits plates à teneur en sucres > 2,5g/100ml**, la diminution significative de la teneur moyenne en sucres observée (**-0,3g/100ml soit -3%**) est en partie due à la reformulation de produits présents sur le marché en 2010 et en 2013. En effet, la teneur moyenne en sucres des produits appariés diminue significativement de -0,5g/100ml (-5%). Ces évolutions peuvent, en partie seulement, être accordées à l'augmentation, entre 2010 et 2013, du nombre de produits à la fois sucrés-édulcorés. En effet, 10% (n=3) des produits appariés de la famille présentant une diminution de leurs teneurs en sucres comprennent des édulcorants en 2013 alors qu'ils n'en comportaient pas en 2010. Par ailleurs, les produits « Ajoutés » présentent une teneur moyenne en sucres significativement inférieure à celle des produits captés par l'Oqali en 2010 (-0,4g/100ml). Ainsi, il semblerait que, pour les produits étudiés, la diminution de la teneur moyenne soit d'autre part due à l'apparition de produits avec des teneurs en sucres plus faibles. Cette diminution semble être portée essentiellement par les produits de marques de distributeurs entrée de gamme qui présentent une diminution significative de -2,6g/100ml (soit -31%) par rapport à la teneur initiale. Cette diminution peut en partie s'expliquer par l'utilisation plus importante d'édulcorants puisqu'en 2010, aucun produit de marque de distributeur entrée de gamme étiquetant une teneur en sucres ne comportait d'édulcorant alors qu'en 2013, 100% de ces produits en contiennent. Il faut cependant relativiser ce résultat au vue des faibles effectifs de la famille dans ce segment de marché en 2010 (n=4) et en 2013 (n=3) par rapport à l'effectif total de la famille.

- Pour les **Boissons aux légumes et/ou fruits**, la diminution significative de la teneur moyenne en sucres observée (**-5,5g/100ml soit -43%**) s'explique majoritairement par une modification de l'offre. En effet, les produits « Ajoutés » présentent une teneur significativement inférieure à celle des produits captés par l'Oqali en 2010 (-5,8g/100ml). Ce sous-groupe représente 70% (n=7) de l'effectif de 2013. En parallèle, les produits « Retirés » représentent 81% (n=13) de l'effectif de 2010 et ont une teneur moyenne en sucres significativement supérieure à celle des produits captés par l'Oqali en 2013 (+6,6g/100ml). Les tests statistiques mettent en évidence que la teneur moyenne en sucres des produits de marques de distributeurs a significativement diminué entre 2010 et 2013 (-6,6g/100ml soit -55% par rapport à la teneur initiale), tout comme celle des produits issus du hard discount (-8,4g/100ml soit -56%). Par ailleurs, les teneurs en sucres des produits de cette famille sont plus influencées par les ingrédients (fruits et légumes) que par les sucres ajoutés en tant qu'ingrédients.

Le tableau B récapitule les évolutions observées entre 2010 et 2013, au sein du secteur des boissons rafraîchissantes sans alcool. Pour les évolutions observées sur les produits appariés et au sein des segments de marché, seules les évolutions qui sont significatives sont détaillées.

**Tableau B : Récapitulatif des différences de teneurs en sucres entre 2010 et 2013, au sein des boissons rafraîchissantes sans alcool étudiées.**

Famille de produits	Sucres (g/100ml): Différences entre 2010 et 2013								
	Tous produits		Tous produits Teneurs pondérées par les parts de marché selon les données Kantar Worldpanel <sup>(1)</sup>		Evolutions significatives pour les produits appariés		Evolutions significatives pour les segments de marché		
Eaux aromatisées a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	-0,2	-82%	-0,1	-90%					
Boissons au thé a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	-0,1	-25%	-0,1	-27%					
Colas a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	-0,1	-60%	-0,01	-37%	-0,04*	-52%	MDD	-0,1*	-49%
Limonades a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	-0,004	-7%	-0,01	-7%					
Tonics et bitters a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	-0,1	-45%	-0,02	-89%					
Boissons énergisantes a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	+0,2	+54%	+0,01	+205%					
Boissons aux fruits a teneur en sucres < ou = 2,5g/100ml	-0,1	-6%	-0,1	-15%			HD	-0,7**	-59%
Eaux aromatisées a teneur en sucres > 2,5g/100ml	-0,6***	-15%	-0,3	-6%	-0,6*	-14%	MN	-1,5***	-33%
Boissons au thé a teneur en sucres > 2,5g/100ml	-0,2	-3%	-0,2	-3%					
Colas a teneur en sucres > 2,5g/100ml	-0,9*	-9%	-0,2	-2%	-0,6**	-6%			
Limonades a teneur en sucres > 2,5g/100ml	-0,6	-7%	-0,5	-7%	-0,6***	-7%	MDD	-1,0**	-11%
Tonics et bitters a teneur en sucres > 2,5g/100ml	+0,1	+2%	-0,1	-1%					
Boissons énergisantes a teneur en sucres > 2,5g/100ml	-0,9*	-8%	-0,5**	-5%					
Boissons aux fruits gazeuses a teneur en sucres > 2,5g/100ml	-0,9***	-10%	-0,3**	-3%	-0,6***	-7%	MDD HD	-1,2*** -0,9*	-12% -10%
Boissons aux fruits plates a teneur en sucres > 2,5g/100ml	-0,3*	-3%	-0,3	-3%	-0,5***	-5%	MDDeg	-2,6*	-31%
Boissons aux fruits a teneur en fruits > ou = 50%	+0,01	+0%	-0,25	-3%					
Boissons aux légumes et/ou fruits	-5,5***	-43%	-1,9	-16%			MDD HD	-6,6* -8,4*	-55% -56%
Boissons végétales	-0,1	-2%	+0,8	+36%					
Boissons pour le sport	+1,0	+23%	+0,1	+3%					

Case en violet : différence significative entre les teneurs moyennes de 2010 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 2010 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

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



L'étude de l'évolution des teneurs en sucres a mis en évidence des tendances à la diminution de teneurs moyennes entre 2010 et 2013 pour la quasi-totalité des familles. Ces évolutions sont en ligne avec l'accord collectif signé dans le cadre du Programme National pour l'Alimentation avec certaines entreprises du secteur. Les entreprises signataires s'engagent, entre 2010 et 2015, à baisser de 5% le taux moyen de sucres de l'ensemble des boissons rafraichissantes sans alcool, notamment via l'utilisation plus importante d'édulcorants. Cet emploi plus fréquent d'édulcorants parmi les produits dont les teneurs en sucres diminuent est constaté dans le présent rapport, entre 2010 et 2013.

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 boissons rafraichissantes sans alcool.

L'ensemble des résultats de l'étude est détaillé dans le rapport *Etude du secteur des Boissons rafraichissantes sans alcool – Oqali – Comparaison 2010/2013 – Edition 2015*.