



# JUS ET NECTARS

Evolution du secteur entre 2009  
et 2013

**SYNTHESE**



**EDITION 2015**



L'étude d'évolution des jus et nectars porte sur 883 produits en 2009<sup>1</sup> et 1682 produits en 2013<sup>2</sup>. 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 2013-1049<sup>3</sup>, 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 couvrent<sup>4</sup> 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 Worldpanel<sup>5</sup>, 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) ;
- **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.

---

<sup>1</sup> 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).

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

<sup>3</sup> 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.

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

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

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 Recommandés<sup>6</sup> (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%).

---

<sup>6</sup> 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 ajoutés<sup>7</sup>, 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*
nectars	+0,2	+2%	-0,4	-4%	-0,3	-2%		
smoothies	-0,7*	-6%	-1,4**	-12%	-0,5	-4%	MN	-1,3**
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

<sup>7</sup> 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 <sup>(1)</sup>		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 à 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

<sup>(1)</sup> 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 <sup>(1)</sup>		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

<sup>(1)</sup> 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*.