



# **OBSERVATOIRE DE LA QUALITÉ DE L'ALIMENTATION (Oqali)**

## **ÉTUDE DU SECTEUR DES PRODUITS TRAITEURS FRAIS**

Données 2009

**Oqali**

Observatoire  
de la qualité  
de l'alimentation



Edition 2010



**OBSERVATOIRE DE LA  
QUALITÉ DE  
L'ALIMENTATION  
(Oqali)**

**ÉTUDE DU SECTEUR DES  
PRODUITS TRAITEURS  
FRAIS**

Données 2009



# SOMMAIRE

1. INTRODUCTION .....	11
1.1 Le marché des produits traiteurs frais.....	11
1.2 Contexte d'analyse du secteur .....	11
1.3 Segmentation du secteur .....	12
1.4 Description des données Oqali .....	12
1.5 Couverture du marché.....	14
2. ETUDE DE L'ETIQUETAGE DES PRODUITS .....	16
2.1 Suivi des paramètres d'étiquetage.....	16
2.2 Groupes d'étiquetage nutritionnel.....	18
2.3 Allégations nutritionnelles et de santé .....	20
2.3.1 Focus sur les allégations nutritionnelles.....	21
2.3.2 Fréquence d'apparition des allégations nutritionnelles.....	22
2.4 Portions indiquées .....	23
2.4.1 Présence de portions indiquées .....	23
2.4.2 Taille des portions indiquées .....	24
2.5 Valeurs nutritionnelles à la portion .....	26
2.6 Recommandations pour une alimentation équilibrée .....	27
2.7 Présence de repères nutritionnels.....	28
3. ANALYSE DES VALEURS NUTRITIONNELLES.....	33
3.1 Caractéristiques nutritionnelles des familles de produits .....	33
3.2 Teneurs en nutriments.....	34
3.2.1 Résultats pour le secteur .....	34
3.2.2 Résultats par famille.....	35
3.3 Comparaison inter et intra familles de produits .....	35
3.4 Comparaison des teneurs moyennes en nutriments avec/sans pondération par les parts de marché <sup>45</sup>	
3.5 Combinaisons de nutriments .....	48
3.5.1 Résultats pour le secteur .....	48
3.5.2 Résultats par famille.....	49
4. CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES.....	58
4.1 Etude de l'étiquetage.....	58
4.2 Etude de la composition nutritionnelle .....	59
4.3 Perspectives.....	61

## LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Répartition des références par segment de marché en 2009 (en % et en nombre de références) .....	13
Figure 2 : Répartition des sources selon les segments de marché en 2009 (en %) .....	14
Figure 3 : Paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des produits traiteurs frais (en %) .....	17
Figure 4 : Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel sur l'ensemble du secteur des produits traiteurs frais (en % et en nombre de références) .....	18
Figure 5 : Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel par segment de marché (en %) .....	19
Figure 6 : Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel pour les familles des produits traiteurs frais (en %) .....	19
Figure 7 : Répartition des produits avec allégations sur le secteur (en % et en nombre de références) .....	20
Figure 8 : Répartition des types d'allégations sur le secteur (en % et en nombre d'allégations) .....	21
Figure 9 : Répartition des produits avec allégations nutritionnelles par segment de marché (en %) .....	22
Figure 10 : Répartition des produits avec ou sans portions indiquées par segment de marché (en %) .....	23
Figure 11: Répartition des produits avec ou sans portions indiquées par famille (en %) .....	24
Figure 12 : Répartition de la taille des portions indiquées par famille de produits 1/2 .....	25
Figure 13 : Répartition de la taille des portions indiquées par famille de produits 2/2 .....	26
Figure 14 : Répartition des produits avec des VN à la portion par segment de marché (en %) .....	27
Figure 15 : Répartition des produits avec recommandations de consommation par segment de marché détaillé (en %) .....	28
Figure 16 : Répartition des produits avec repères nutritionnels par segment de marché détaillé (en %) .....	29
Figure 17 : Répartition des produits avec ou sans repères nutritionnels par famille (en %) .....	30
Figure 18 : Position des repères nutritionnels pour le secteur (en % et en nombre de références) .....	31
Figure 19 : Distribution de la valeur énergétique dans les produits traiteurs frais .....	36
Figure 20 : Distribution des teneurs en protéines dans les produits traiteurs frais .....	37
Figure 21 : Distribution des teneurs en glucides dans les produits traiteurs frais .....	38
Figure 22 : Distribution des teneurs en sucres dans les produits traiteurs frais .....	39
Figure 23 : Distribution des teneurs en lipides dans les produits traiteurs frais .....	40
Figure 24 : Distribution des teneurs en acides gras saturés dans les produits traiteurs frais .....	41
Figure 25 : Distribution des teneurs en fibres dans les produits traiteurs frais .....	42
Figure 26 : Distribution des teneurs en sodium dans les produits traiteurs frais 1/2 .....	43
Figure 27 : Distribution des teneurs en sodium dans les produits traiteurs frais 2/2 .....	44
Figure 28 : Combinaison glucides/lipides pour le secteur des produits traiteurs frais .....	48
Figure 29 : Combinaison AGS/lipides pour les féculents cuisinés .....	49
Figure 30 : Combinaison glucides/fibres pour les féculents cuisinés .....	50
Figure 31 : Combinaison lipides/sodium pour les Hachis Parmentier .....	50
Figure 32 : Combinaison lipides/sodium pour les légumes cuisinés .....	51
Figure 33 : Combinaison fibres/sucres pour les légumes cuisinés .....	52
Figure 34 : Combinaison lipides/sodium pour les paëllas .....	52
Figure 35 : Combinaison lipides/AGS pour les parmentiers .....	53
Figure 36 : Combinaison lipides/AGS pour les pâtes fraîches .....	53
Figure 37 : Combinaison lipides/AGS pour les produits exotiques .....	54
Figure 38 : Combinaison glucides/sucres pour les produits exotiques .....	54
Figure 39 : Combinaison glucides/fibres pour les salades à base de féculents .....	55
Figure 40 : Combinaison lipides/sodium pour les tartinables salés .....	55
Figure 41 : Combinaison AGS/lipides pour les viandes-féculents .....	56
Figure 42 : Combinaison AGS/lipides pour les viandes-légumes .....	56
Figure 43 : Positionnement des familles de produits traiteurs frais au sein du repère construit par les axes 1 et 2 de l'AFD .....	67

Figure 44 : Positionnement des familles de plats cuisinés au sein du repère construit par les axes 1 et 2 de l'AFD..... 69

## **LISTE DES TABLEAUX**

Tableau 1 : Répartition des références par famille en 2009.....	12
Tableau 2 : Détail des sources utilisées pour les produits traiteurs frais.....	14
Tableau 3 : Couverture des segments de marché par l'Oqali en 2009 .....	15
Tableau 4 : Liste des familles prises en compte dans les traitements sur les paramètres d'étiquetage .....	16
Tableau 5 : Fréquence d'apparition des allégations nutritionnelles pour le secteur des produits traiteurs frais.....	22
Tableau 6 : Fréquence d'apparition des nutriments dans les repères nutritionnels pour le secteur (en nombre d'apparitions et en %).....	30
Tableau 7 : Teneurs en nutriments du groupe 2 pour le secteur des produits traiteurs frais .....	35
Tableau 8 : Différence entre moyennes pondérée et non pondérée par les parts de marché .....	46
Tableau 9 : Prédiction de l'affectation en familles par l'AFD au sein du secteur des produits traiteurs frais .....	68
Tableau 10 : Prédiction de l'affectation en familles par l'AFD au sein du secteur des plats cuisinés (produits traiteur frais).....	70
Tableau 11 : Teneurs moyennes en nutriments du groupe 2 (avec et sans pondération par les parts de marché) par famille .....	71

## **LISTE DES ANNEXES**

Annexe 1 : Liste des traitements .....	62
Annexe 2 : Lexique.....	63
Annexe 3 : Caractéristiques nutritionnelles des familles de produits - Analyse factorielle discriminante (AFD).....	66
Annexe 4 : Teneurs en nutriments du groupe 2 par famille de produits traiteurs frais .....	71

## **LISTE DES SIGLES**

AFD : analyse factorielle discriminante

Afssa : Agence française de sécurité sanitaire des aliments

AGS : acides gras saturés

ANC : apports nutritionnels conseillés

CE : Commission Européenne

CEE : Communauté Economique Européenne

cm : cœur de marché

CV : coefficient de variation

eg : entrée de gamme

HD : hard discount

hg : haut de gamme

INCA 2 : Etude Individuelle Nationale des Consommations Alimentaires 2006-2007

MDD : marques de distributeurs

MG : matières grasses

MN : marques nationales

RNJ : repères nutritionnels journaliers

Synafap : Syndicat des fabricants des produits traiteurs frais

VN : valeurs nutritionnelles

## SYNTHÈSE

Cette étude constitue un état des lieux à T<sub>0</sub> des caractéristiques nutritionnelles et des paramètres d'étiquetage des produits du secteur. Ainsi, ce bilan sera utilisé comme référence pour le suivi des évolutions des indicateurs étudiés pour ce secteur.

Pour l'année 2009, 981 références de produits traiteurs frais sont enregistrées dans la base Oqali : 47% sont des produits à marque de distributeurs (MDD), 44% des produits à marque nationale (MN) et 9% des produits hard discount (HD). Les données ont été classées en 6 segments de marché : MN cœur de marché et haut de gamme (MNcm et MNhg), MDD cœur de marché, entrée de gamme et haut de gamme (MDDcm, MDDeg et MDDhg), hard discount (HD). Au niveau de détail le plus fin, le secteur compte 36 catégories de produits tels que les plats cuisinés à base de viandes-féculents, les pâtes fraîches, les salades, les sandwiches, les quiches, etc.

Les conclusions faites sur le secteur des produits traiteurs frais concernent uniquement les données disponibles dans la base de données Oqali (représentant 30% du marché 2009 en volume) et ne peuvent pas être appliquées à l'ensemble du secteur.

L'étude des paramètres d'étiquetage concerne 878 produits. Sur l'ensemble de l'échantillon, 86% des produits présentent un étiquetage nutritionnel et la majorité des produits (58%) propose un étiquetage de groupe 2/2+.

34 produits (4% de l'échantillon) présentent au moins une allégation (nutritionnelle et/ou de santé). Parmi ces produits, 23 proposent au moins une allégation nutritionnelle (soit 3% de l'échantillon).

55% des références de l'échantillon affichent des repères nutritionnels et 26% des produits possèdent au moins une recommandation de consommation.

72% des produits indiquent des portions. Celles-ci s'étalent de 23 g à 500 g, en raison de l'hétérogénéité des produits. 55% des produits avec étiquetage nutritionnel présentent des valeurs nutritionnelles à la portion.

La fréquence de ces indicateurs varie en fonction du segment de marché. Ainsi, les produits MDD présentent un étiquetage nutritionnel plus complet (70% des références avec étiquetage 2/2+ vs 51% pour les marques nationales et 19% pour les HD). Les références MN, quant à elles, affichent plus de portions indiquées (87% des références vs 68% pour les MDD et 39% pour les HD), plus de valeurs nutritionnelles à la portion (73% des références avec étiquetage nutritionnel vs 46% pour les MDD et 23% pour les HD), plus de recommandations de consommation (53% des références vs 12% pour les MDD) et plus de repères nutritionnels (66% des références vs 55% pour les MDD et 18% pour les HD). De la même manière, les références MN comptent plus de produits avec allégations nutritionnelles (6% des références vs 2% pour les MDD). Les références HD ne proposent ni d'allégations nutritionnelles ni de recommandations de consommation.

Au niveau des familles, les paëllas et les parmentiers sont les mieux renseignées : la totalité des références de ces familles affiche un étiquetage nutritionnel de groupe 2/2+, des portions indiquées et des repères nutritionnels. La famille des tartinables salés est la moins bien renseignée : 50% des références ne présentent pas d'étiquetage nutritionnel et aucun produit

de la famille n'affiche d'indication de portion ou de repères nutritionnels. Ceci peut s'expliquer par la taille souvent réduite des emballages pour ces produits.

Au sein du secteur des produits traiteurs frais, la composition nutritionnelle des produits est très variable, d'une famille à l'autre mais aussi au sein d'une même famille. Ceci peut s'expliquer par le grand nombre de familles de produits et par la grande diversité de recettes associées.

L'amplitude des coefficients de variation (s'étalant entre 0% et 173% selon les nutriments et les familles) illustre la variabilité intra-famille des teneurs en nutriments. Celle-ci est particulièrement nette pour les familles et nutriments suivants :

- les tartinables salés, pour les teneurs en lipides et en protéines ;
- les pâtes fraîches, les salades à base de féculents et les plats cuisinés à base de viandes-féculents, pour les teneurs en glucides et en sodium ;
- les féculents cuisinés, pour les teneurs en glucides ;
- les pizzas, les produits exotiques et les snacks, pour les teneurs en sodium ;
- les gratins, les parmentiers et les sandwiches pour les teneurs en AGS ;
- les tartes salées pour les teneurs en AGS et sodium.

Cette variabilité de composition nutritionnelle à l'échelle de la famille peut ouvrir des pistes de réflexion pour l'amélioration des caractéristiques nutritionnelles des produits. Le partenariat avec les professionnels du secteur est important pour identifier par exemple les contraintes technologiques, sensorielles, économiques ou réglementaires et donc envisager les marges de manœuvre possibles.

A terme, la priorité de l'Oqali est d'améliorer la couverture du secteur, en renforçant les partenariats avec les enseignes (notamment pour les produits à marque distributeur et hard discount) et en réalisant des analyses de composition nutritionnelle (notamment pour les produits mal renseignés).

# 1. INTRODUCTION

## 1.1 Le marché des produits traiteurs frais

En 2009, le marché français des produits traiteurs frais représente 2,9 milliards d'euro pour un volume de 721 000 tonnes. 83% des ventes en volume et chiffre d'affaires sont réalisées en grande distribution. Les salades traiteurs et les plats cuisinés sont leaders avec respectivement 25,2% et 17,4% de parts de marché en volume du secteur des produits traiteurs frais. Ces deux familles réunies représentent 43% du marché en volume et 37% en valeur.

### Consommation des produits traiteurs frais

Dans l'enquête INCA 2, les catégories qui peuvent prendre en compte certains produits traiteurs sont les « plats composés » (dont les salades composées) et les « pizzas, quiches, sandwiches ». Dans ces catégories, les produits traiteurs frais ne sont pas distingués des plats appertisés, du fait maison, des produits surgelés ou de la restauration. Pour les adultes, les résultats de cette enquête sont les suivants :

- 86% consomment environ 71,1 g/jour de plats composés dont les salades composées (soit 26 kg/an, l'équivalent d'environ 86 plats cuisinés individuels<sup>1</sup> par an) ;
- 68% consomment environ 41,3 g/jour de pizzas, quiches et sandwiches par semaine (soit 15 kg/an).

Pour les enfants, les résultats sont les suivants :

- 91% consomment environ 58,3 g/jour de plats composés dont les salades composées (soit 21 kg/an, l'équivalent d'environ 71 plats cuisinés individuels<sup>1</sup> par an) ;
- 80% consomment environ 34,1 g/jour de pizzas, quiches et sandwiches par semaine (soit 12,4 kg/an)<sup>2</sup>.

D'après une estimation du Syndicat des fabricants des produits traiteurs frais (Synafap), les produits traiteurs frais dans leur ensemble représentent environ 17% de la consommation totale des catégories INCA 2 « plats cuisinés » et « tartes salées et sandwiches » (soit environ 19 g/j).

## 1.2 Contexte d'analyse du secteur

Le secteur des produits traiteurs frais s'est engagé à coopérer avec l'Observatoire de la qualité de l'alimentation (Oqali) pour l'année 2009. Une convention de partenariat a été signée entre l'Oqali et le Synafap, ce qui a permis aux adhérents de ce syndicat de contribuer efficacement à l'alimentation de la base de données Oqali.

La classification utilisée par l'Oqali décompose le secteur en 36 catégories (niveau de détail le plus fin). Le nombre de références disponibles dans certaines de ces catégories étant faible, les

---

<sup>1</sup> Les plats cuisinés individuels regroupent différentes familles, comme par exemple les poissons/crustacés légumes, les viandes-féculents ou les viandes-légumes

<sup>2</sup> Etude Individuelle Nationale des Consommations Alimentaires 2006-2007, réalisée par l'Afssa

traitements des données d'étiquetage et de composition nutritionnelle ont été réalisés en regroupant plusieurs d'entre elles.

La liste des traitements réalisés est disponible en annexe 1.

### 1.3 Segmentation du secteur

On distingue trois segments correspondant aux types de marques suivantes : marques nationales (MN), marques de distributeurs (MDD) et marques de hard discount (HD). Chacun de ces trois segments est subdivisé en niveaux de gamme (entrée de gamme - eg, cœur de marché - cm, haut de gamme - hg). Dans le cas du marché des produits traiteurs frais, les références disponibles se répartissent en :

- marques nationales cœur de marché (ou MNcm) ;
- marques nationales haut de gamme (MNhg) ;
- marques de distributeurs cœur de marché (MDDcm) ;
- marques de distributeurs haut de gamme (MDDhg) ;
- marques de distributeurs d'entrée de gamme (MDDeg) ;
- marques de hard discount (HD).

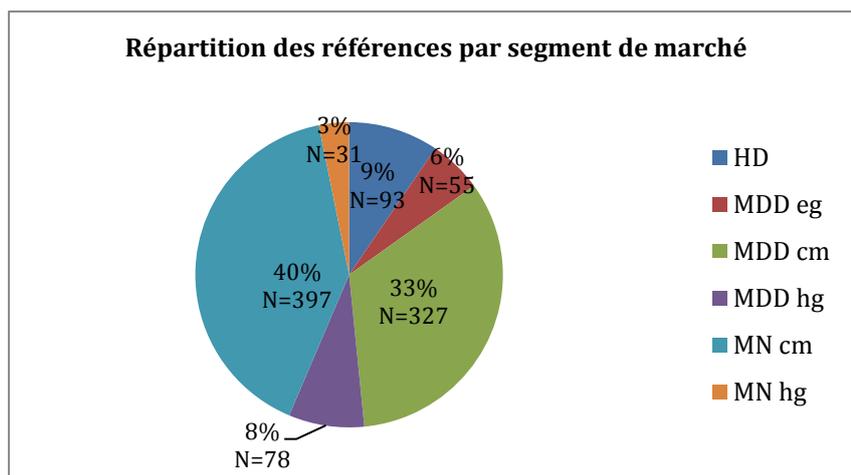
### 1.4 Description des données Oqali

981 références sont enregistrées dans la base pour l'année 2009. Elles se répartissent selon les familles et selon les segments de marché de la façon suivante (tableau 1 et figure 1) :

**Tableau 1 : Répartition des références par famille en 2009**

Familles	Nb d'individus
Autres produits	10
Autres produits traiteurs de la mer	25
Charcuteries pâtisseries	36
Snacks	18
Blinis	4
Crêpes	28
Desserts	7
Légumes cuisinés	10
Panés	7
Pâtes fraîches	35
Pizzas	68
Choucroutes	7
Couscous	20

Familles	Nb d'individus
Féculents cuisinés	34
Gratins	25
Hachis Parmentier	21
Lasagnes bœuf	14
Lasagnes saumon	3
Paëlla	11
Parmentier	16
Poissons/crustacés légumes	5
Poissons/crustacés féculents	57
Spaghetti bolognaise	9
Tagliatelles carbonara	10
Viandes féculents	128
Viandes légumes	19
Légumes farcis-riz	10
Produits exotiques	45
Autres salades	7
Salades composées	23
Salades crudités	49
Salades féculents	62
Sandwiches	81
Sauces	12
Tartinables salés	10
Tartes salées	55



**Figure 1 : Répartition des références par segment de marché en 2009 (en % et en nombre de références)**

Les données recueillies proviennent majoritairement de trois sources (tableau 2) :

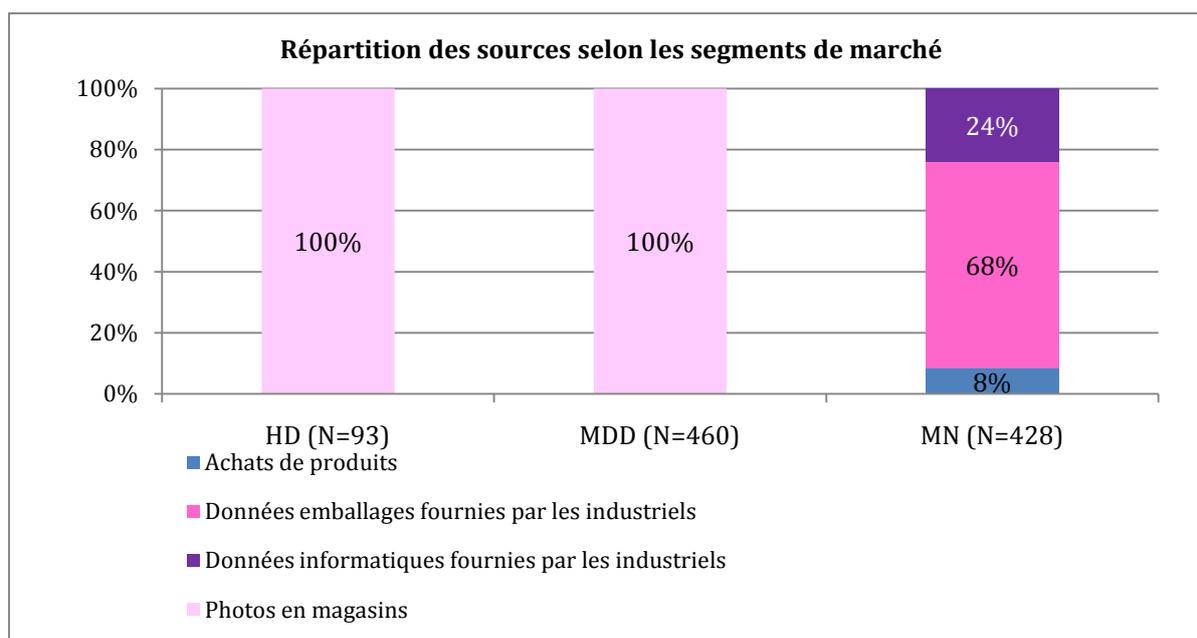
- l'envoi d'emballages ou de fichiers informatiques par les industriels engagés dans la convention de partenariat ;

- les photos des emballages des produits prises lors de visites en magasin, dans les enseignes ayant signé une convention de partenariat ;
- l'achat de produits en magasins.

**Tableau 2 : Détail des sources utilisées pour les produits traiteurs frais**

Types de sources	Nombre de références (2009)
Achats de produits	36
Données emballages fournies par les industriels	289
Données informatiques fournies par les industriels	103
Photos en magasin	553
<b>Total</b>	<b>981</b>

Ces sources varient en fonction du segment marché (figure 2) : pour les produits MDD et HD, les informations proviennent exclusivement des photos prises en magasins. Pour les produits à marque nationale, les données proviennent des achats (8% des produits) ou des industriels (sous forme de fichiers informatiques pour 24% des produits ou d'emballages papier pour 68% des produits).



**Figure 2 : Répartition des sources selon les segments de marché en 2009 (en %)**

## 1.5 Couverture du marché

La base de données Oqali couvre 30% du marché des produits traiteurs frais en volume en 2009. Sur les 981 références, 721 ont une part de marché associée. Pour 260 produits, la correspondance entre la base Oqali et la base TNS Kantar/Worldpanel n'a pas pu être retrouvée : 165 produits à marque nationale, 67 produits MDD et 28 produits HD. La couverture du marché est donc sous-estimée.

Cette couverture du marché est variable selon les segments de marché (tableau 3).

**Tableau 3 : Couverture des segments de marché par l'Oqali en 2009**

	<b>Parts de marché couvertes par l'Oqali en 2009 en volume (%)</b>	<b>Couverture du marché par segment de marché (volume)</b>
MN	10%	21%
MDD	18%	49%
HD	2%	13%

En comparant la répartition par segments de marché de l'échantillon Oqali par rapport au marché (base de référence TNS), on observe que les produits MDD sont surreprésentés alors que les produits MN et HD sont sous-représentés.

La faible couverture du marché peut s'expliquer par :

- l'absence de certaines marques nationales dans la base Oqali (notamment non membres du Synafap) ;
- la présence dans la base TNS de 5% de produits « autres marques non distributeurs », rendant le matching avec la base Oqali impossible ;
- un partenariat avec les enseignes de distribution, notamment les HD, à développer.

Les méthodologies des traitements réalisés sont décrites dans le rapport méthodologique de l'Oqali publié en mai 2010.

Un lexique annexé au rapport (annexe 2) présente l'ensemble des définitions utiles pour la lecture de ce rapport.

## 2. ÉTUDE DE L'ÉTIQUETAGE DES PRODUITS

Les conclusions faites sur le secteur des produits traiteurs frais concernent uniquement les données disponibles dans la base Oqali (représentant 30% du marché 2009 en volume) et ne peuvent donc pas être appliquées à l'ensemble du secteur.

### 2.1 Suivi des paramètres d'étiquetage

Pour l'année 2009, des emballages ont été récoltés pour 878 produits. Ces emballages proviennent de diverses sources : envoi par les industriels, prise de photos en magasins et achats de produits.

L'ensemble des traitements d'étiquetage sur le secteur porte sur ces 878 références. Les familles de produits sont détaillées dans le tableau 4. Pour les traitements par familles de produits, les familles prises en compte sont celles qui comportent au minimum 10 individus (cellules en violet) et celles qui ont été regroupées (cellules en gris). Par exemple, dans la famille des plats cuisinés viandes + féculents, on retrouve les spaghettis bolognaise, les tagliatelles à la carbonara et les viandes-féculents. Les familles avec un nombre d'individus <10 ou trop hétérogènes (cellules en blanc) ne sont prises en considération que dans les traitements sur le secteur.

**Tableau 4 : Liste des familles prises en compte dans les traitements sur les paramètres d'étiquetage**

Familles	Traitements étiquetage par famille	Nombre d'individus
Autres produits		10
Autres produits traiteurs de la mer	Autres produits traiteurs de la mer	24
Charcuteries pâtisseries	Charcuteries pâtisseries/snacks - N=53	35
Snacks		18
Blinis		4
Crêpes	Crêpes	26
Desserts		7
Légumes cuisinés		7
Panés		7
Pâtes fraîches	Pâtes fraîches	35
Pizzas	Pizzas	68
Choucroutes		7
Couscous	Couscous	15
Féculents cuisinés	Féculents cuisinés	26
Gratins	Gratins	21
Hachis Parmentier	Hachis Parmentier	17
Lasagnes bœuf	Lasagnes (bœuf et saumon) - N=15	13
Lasagnes saumon		2
Paëllas	Paëllas	10
Parmentiers	Parmentiers	13
Poissons/crustacés légumes	Plats cuisinés poissons-légumes ou féculents - N=48	5
Poissons/crustacés féculents		43

Familles	Traitements étiquetage par famille	Nombre d'individus
Spaghettis bolognaise	Plats cuisinés viandes-féculeux - N=122	8
Tagliatelles carbonara		8
Viandes-féculeux		106
Viandes-légumes	Viandes-légumes - N=26	18
Légumes farcis-riz		8
Produits exotiques	Produits exotiques	42
Autres salades	Salades - N=134	7
Salades composées		23
Salades crudités		49
Salades féculents		62
Sandwiches	Sandwiches	74
Sauces	Sauces	12
Tartinables salés	Tartinables salés	10
Tartes salées	Tartes salées	38
	<b>Total</b>	<b>878</b>

Parmi les informations étiquetées, 6 paramètres ont été étudiés (figure 3) :

- les groupes d'étiquetage nutritionnel ;
- les allégations nutritionnelles et de santé ;
- les portions indiquées ;
- les valeurs nutritionnelles à la portion ;
- les recommandations pour une alimentation équilibrée ;
- les repères nutritionnels.

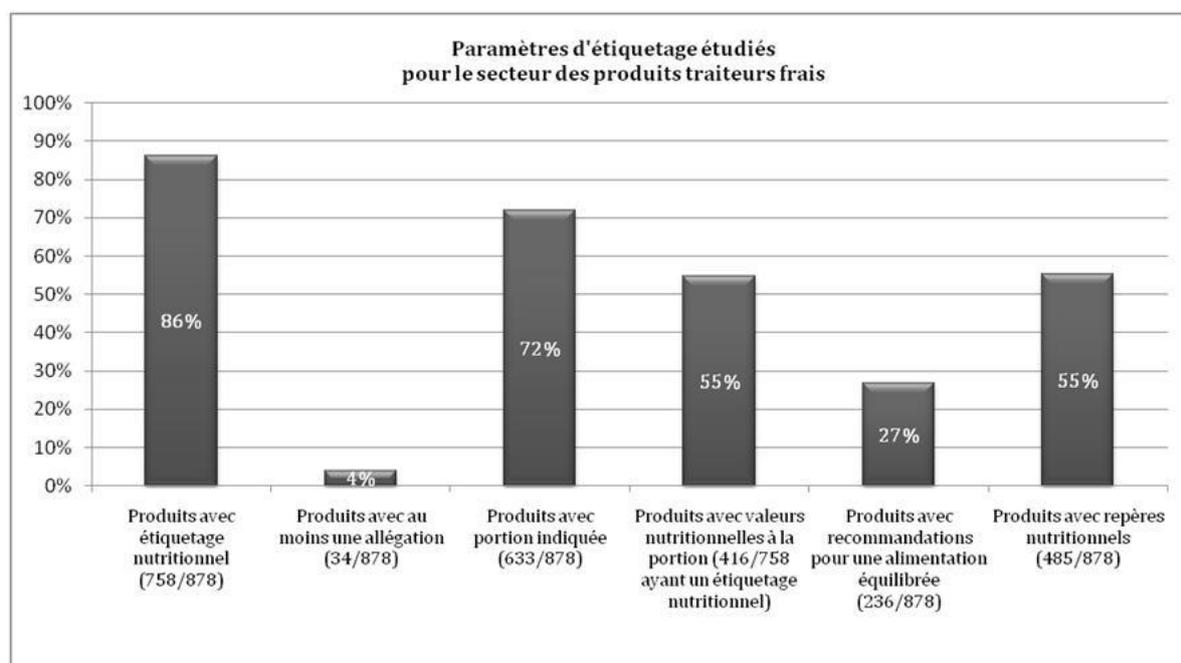


Figure 3 : Paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des produits traiteurs frais (en %)

## 2.2 Groupes d'étiquetage nutritionnel

Pour ce traitement, cinq types d'étiquetage ont été envisagés : groupe 0, groupe 1, groupe 1+, groupe 2 et groupe 2+.

86% des produits du secteur présentent un étiquetage nutritionnel. La majorité des produits (58%) présente un étiquetage de groupe 2/2+ (dont 49% un étiquetage de groupe 2+). L'étiquetage de groupe 1/1+ figure sur 29% des références et 14% des produits n'ont pas d'étiquetage nutritionnel (figure 4).

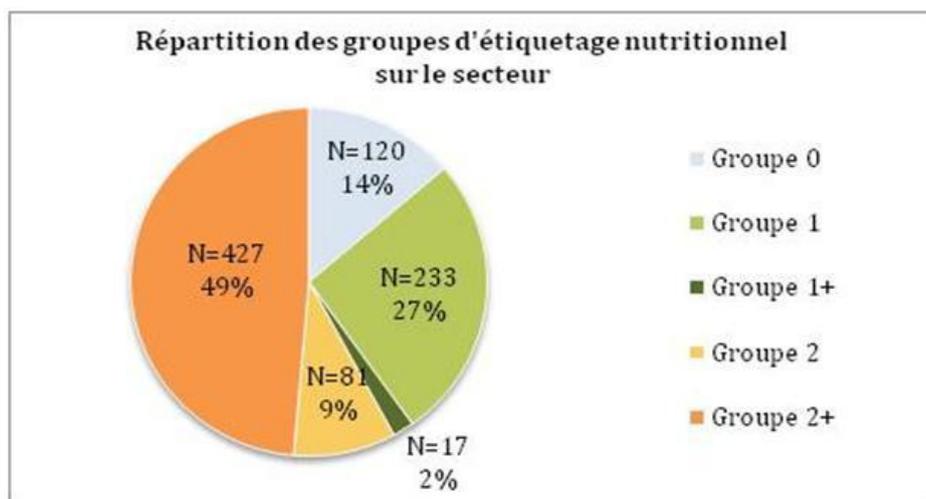


Figure 4 : Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel sur l'ensemble du secteur des produits traiteurs frais (en % et en nombre de références)

La majorité des produits MDD (70%) présente un étiquetage nutritionnel de groupe 2/2+ contre 51% pour les produits à marque nationale et 19% pour les produits hard discount. Pour les produits HD, le groupe 1/1+ est dominant (47% des produits).

Au niveau des gammes, pour les MN, les références haut de gamme sont bien renseignées (80% de produits avec un étiquetage nutritionnel de groupe 2/2+). Pour les MDD, les cœurs de marché sont les mieux renseignés avec 78% des références avec un étiquetage nutritionnel de groupe 2/2+ (figure 5).

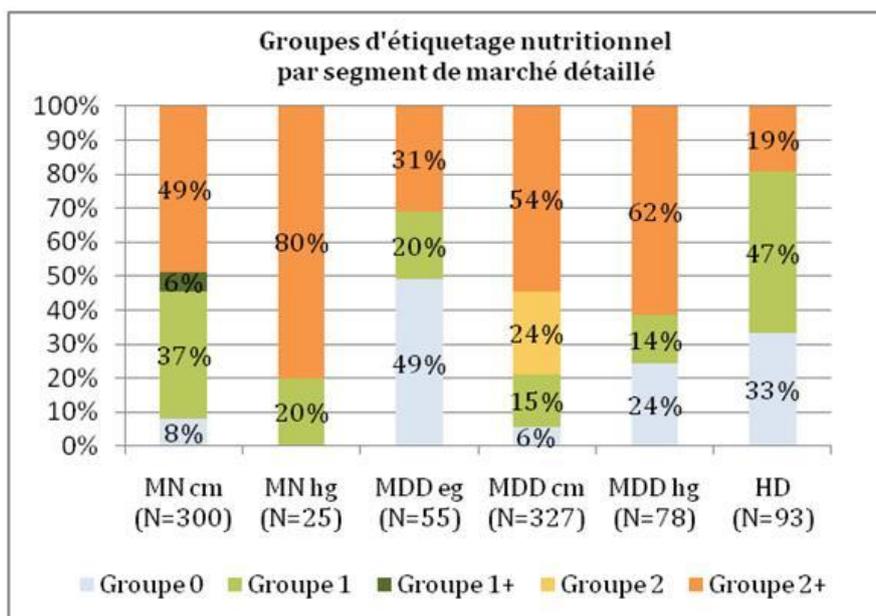


Figure 5 : Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel par segment de marché (en %)

Les paëllas et les parmentiers sont les mieux renseignés avec 100% d'étiquetage nutritionnel de groupe 2/2+. Ils sont suivis par les plats cuisinés à base de poisson (légumes ou féculents), de viande-légumes et de viande-féculents qui ont respectivement 94%, 89% et 87% d'étiquetage de groupe 2/2+.

Les tartinables salés et les charcuteries pâtisseries/snacks présentent la plus grosse proportion de produits non étiquetés avec respectivement 50% et 43% de références sans étiquetage nutritionnel (figure 6). Pour les tartinables salés, ceci peut s'expliquer par la taille souvent réduite des emballages.

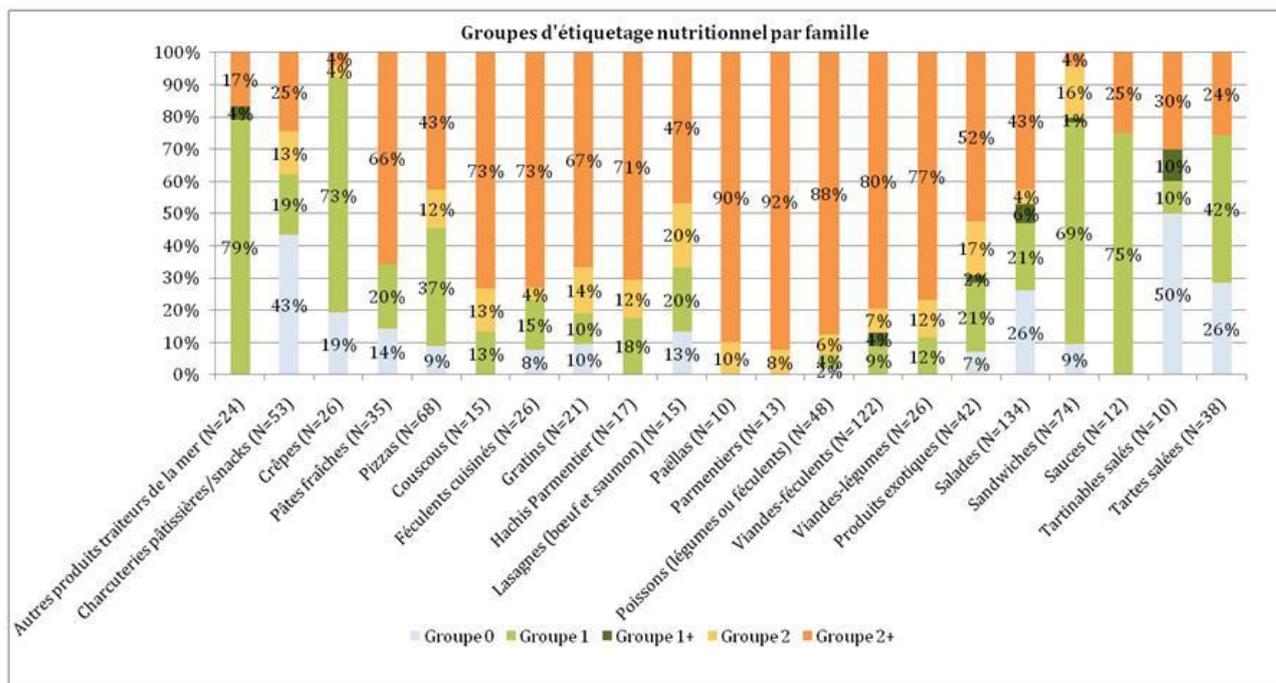


Figure 6 : Répartition des groupes d'étiquetage nutritionnel pour les familles des produits traiteurs frais (en %)

#### Conclusions :

86% des produits présentent un étiquetage nutritionnel et la majorité (58%) propose un étiquetage de groupe 2/2+. 70% des produits MDD ont un étiquetage de groupe 2/2+. Cette proportion est de 51% pour les MN et de 19% pour les HD.

Les familles des paëllas et des parmentiers sont les mieux renseignées avec 100% d'étiquetage 2/2+. 50% des tartinables salés et 43% des charcuteries pâtisseries/snacks ne proposent pas d'étiquetage nutritionnel.

### 2.3 Allégations nutritionnelles et de santé

Pour l'étude du secteur des produits traiteurs frais, différents types d'allégations ont été relevés :

- les allégations nutritionnelles proprement dites, qui sont présentes dans l'annexe du règlement (CE) n°1924/2006. Il s'agit à la fois des allégations correspondant au libellé exact de cette annexe ou toute autre allégation susceptible d'avoir le même sens pour le consommateur<sup>3</sup> ;
- les allégations de santé<sup>4</sup>.

Au niveau du secteur des produits traiteurs frais, sur 878 produits, 34 produits (soit 4%) présentent au moins une allégation (allégation nutritionnelle ou de santé) (figure 7).



Figure 7 : Répartition des produits avec allégations sur le secteur (en % et en nombre de références)

En particulier, 23 produits présentent au moins une allégation nutritionnelle (3% des références) et 15 produits présentent au moins une allégation de santé (2% des références).

<sup>3</sup> Exemple d'allégation correspondant au libellé exact : « faible teneur en matières grasses » ; exemple d'allégation susceptible d'avoir le même sens pour le consommateur « 1,9% de matières grasses »

<sup>4</sup> Exemple d'allégation de santé relevée sur les produits traiteurs frais : « la vitamine A prévient différents troubles de la vue et participe à la bonne vision nocturne »

Pour l'ensemble du secteur, sur les 34 produits portant au moins une allégation, 59 allégations ont été comptabilisées.

Parmi ces 59 allégations recensées, 40 sont des allégations nutritionnelles (68% des allégations) et 19 sont des allégations de santé (32% des allégations) (figure 8).

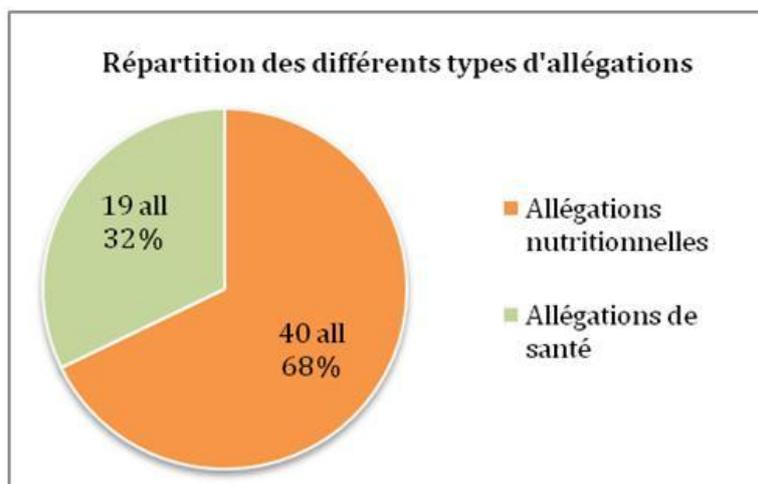


Figure 8 : Répartition des types d'allégations sur le secteur (en % et en nombre d'allégations)

**Conclusions :**

**Pour l'année 2009, sur 878 produits traiteurs frais, 34 (soit 4% du secteur) proposent au moins une allégation (allégation nutritionnelle et/ou de santé).**

**40 allégations sur 59 recensées sont des allégations nutritionnelles.**

### 2.3.1 Focus sur les allégations nutritionnelles

Sur les 878 produits du secteur, 23 (soit 3%) présentent au moins une allégation nutritionnelle.

La proportion de produits avec au moins une allégation nutritionnelle s'élève à 6% pour les MN et 2% pour les MDD. Aucune allégation nutritionnelle n'a été relevée sur des produits hard discount.

Pour les MN et les MDD, les produits allégués sont des références cœur de marché (figure 9).

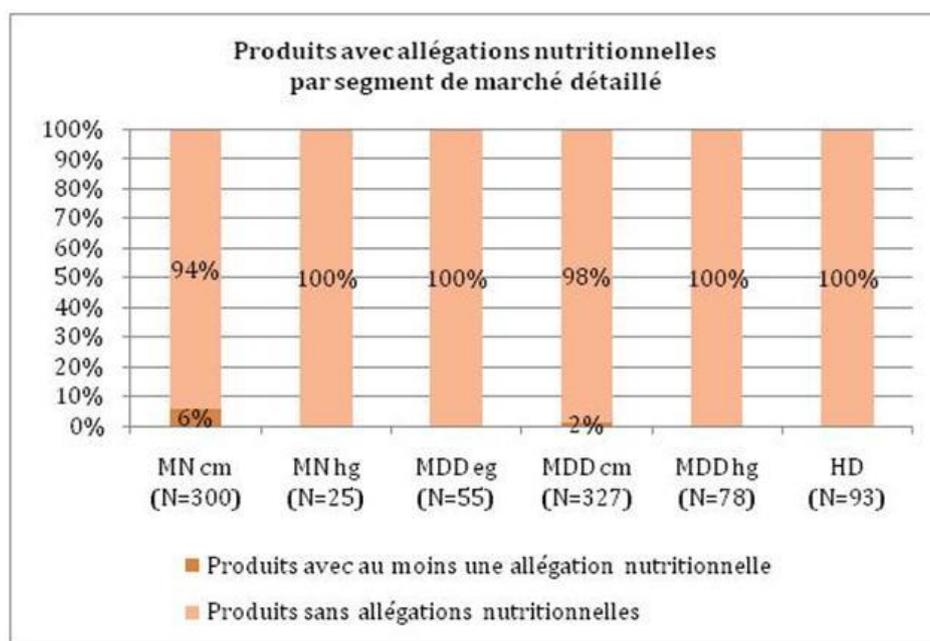


Figure 9 : Répartition des produits avec allégations nutritionnelles par segment de marché (en %)

### 2.3.2 Fréquence d'apparition des allégations nutritionnelles

40 allégations nutritionnelles ont été relevées sur les 23 produits du secteur en possédant au moins une.

Les allégations nutritionnelles les plus fréquentes portent sur les matières grasses et les graisses saturées : 35% des allégations relevées sont du type « faible teneur en matières grasses » et 18% sont du type « faible teneur en graisses saturées » (tableau 5).

Tableau 5 : Fréquence d'apparition des allégations nutritionnelles pour le secteur des produits traiteurs frais

Allégations nutritionnelles rencontrées	Fréquence d'apparition	%
Faible teneur en MG	14	35%
Faible teneur en graisses saturées	7	18%
Réduit en sodium ou en sel	4	10%
Source de protéines	3	8%
Source de vitamines et/ou minéraux	3	8%
Allégé/light en MG	2	5%
Riche en protéines	2	5%
Réduit en calorie	1	3%
Riche en oméga 3	1	3%
Source d'oméga 3	1	3%
Riche en fibres	1	3%
Source de fibres	1	3%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

### Conclusions :

Les produits qui proposent des allégations nutritionnelles sont des marques nationales cœur de marché (6% des références) ou des MDDcm (2%).

Les allégations nutritionnelles les plus fréquentes portent sur les matières grasses et les graisses saturées : 35% d'allégations nutritionnelles du type « faible teneur en matières grasses » et 18% du type « faible teneur en graisses saturées ».

## 2.4 Portions indiquées

### 2.4.1 Présence de portions indiquées

Sur le secteur des produits traiteurs frais, 72% des produits (soit 633 références sur 878) proposent des portions indiquées.

Il ressort que 87% des références MN, 68% des références MDD et 39% des références HD indiquent des portions. Au niveau des gammes de prix, pour les MN, les produits haut de gamme indiquent le plus de portions (92% contre 86% pour les cœurs de marché). Pour les MDD, les produits cœur de marché et haut de gamme proposent respectivement 75% et 74% de portions indiquées contre 24% pour les entrées de gamme (figure 10).

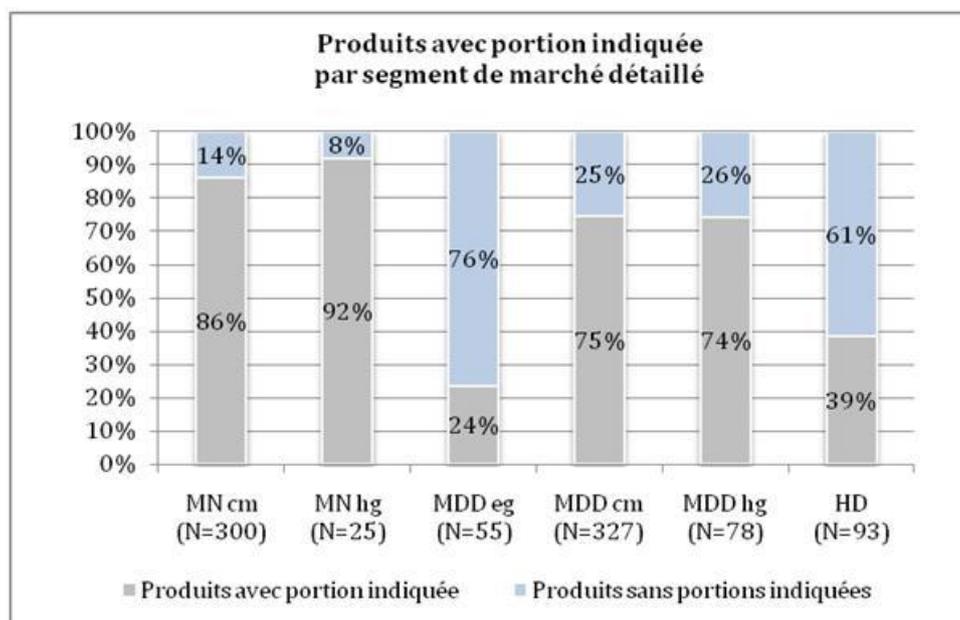


Figure 10 : Répartition des produits avec ou sans portions indiquées par segment de marché (en %)

A l'échelle des familles, 8 familles sur 21 indiquent des portions sur la totalité de leurs références : les couscous, les hachis Parmentier, les paëllas, les parmentiers, les plats cuisinés à base de poissons, les plats cuisinés à base de viande-légumes, les plats cuisinés à base de viande-féculents et les sauces. En revanche, aucune portion n'est indiquée sur les tartinables salés, ceci peut s'expliquer par la taille souvent réduite des emballages de ces produits (figure 11).

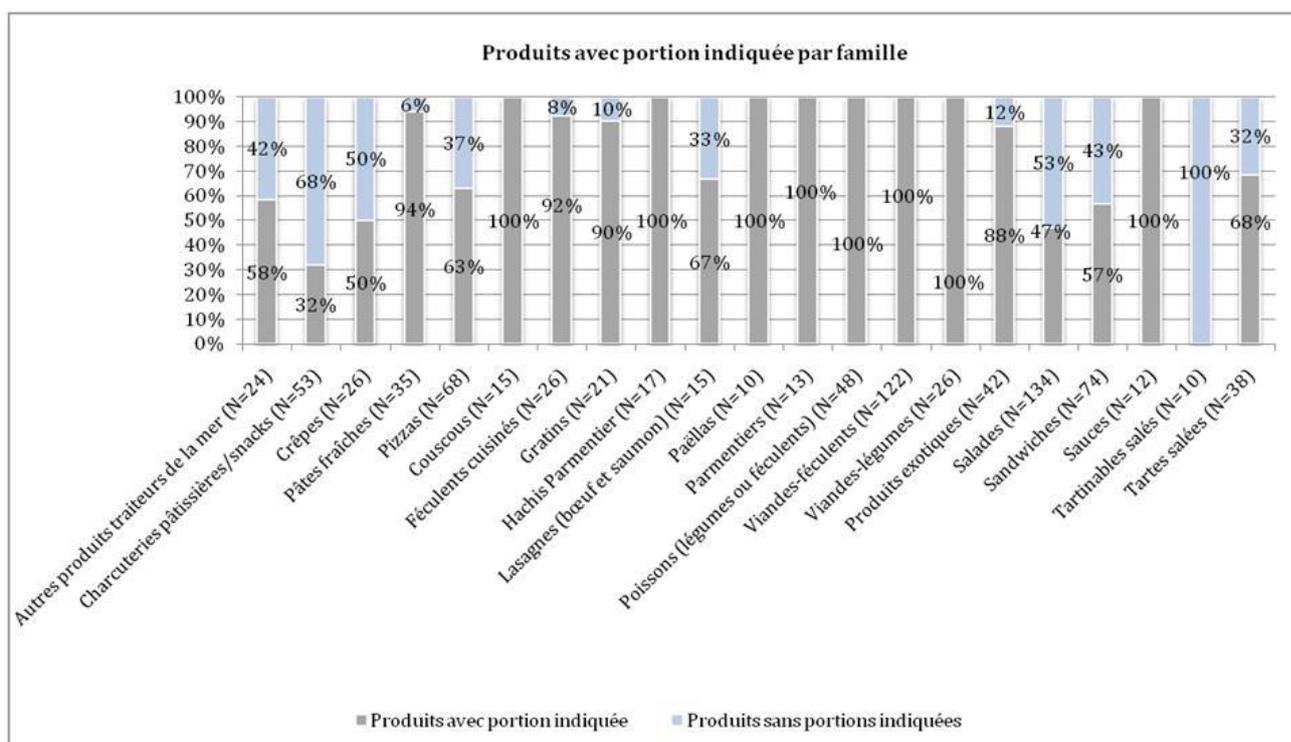
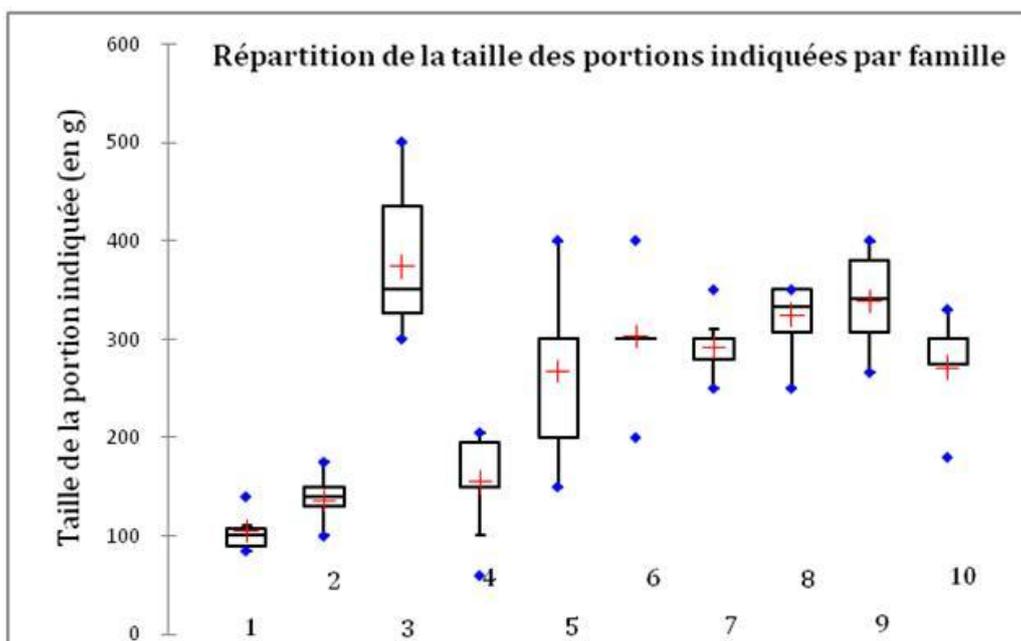


Figure 11: Répartition des produits avec ou sans portions indiquées par famille (en %)

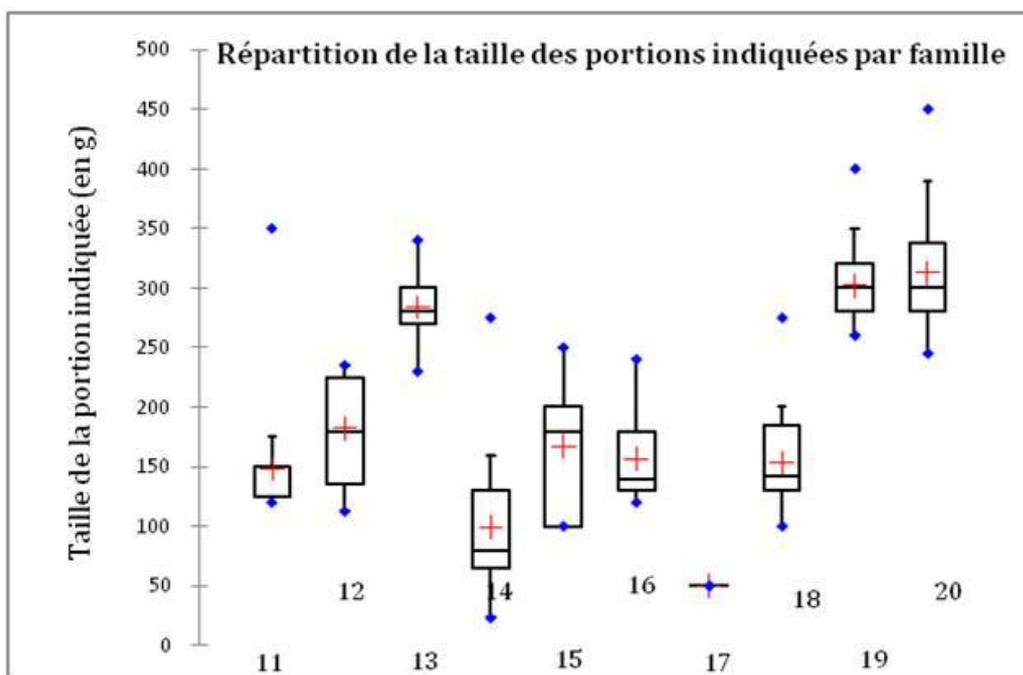
## 2.4.2 Taille des portions indiquées

Sur le secteur, les tailles de portions indiquées s'étalent de 23 g à 500 g. Il est important de noter que les tailles de portions indiquées sont variables d'une famille à l'autre et sont logiquement liées à la diversité des produits de ce secteur. Au sein des familles, on observe une variabilité intra-famille de la taille des portions indiquées plus ou moins importante. Par exemple, les tailles des portions indiquées sont homogènes pour les sauces (la totalité des portions indiquées font 50 g). Pour d'autres familles, les tailles de portions indiquées sont plus hétérogènes : par exemple, la famille des couscous indique des portions allant de 300 g à 500 g. Cette variabilité de tailles de portions est également observée pour les féculents cuisinés, les pizzas, les produits exotiques et les salades (figures 12 et 13).



1	Autres produits traiteurs de la mer
2	Charcuteries pâtisseries et snacks
3	Couscous
4	Crêpes
5	Féculets cuisinés
6	Gratins
7	Hachis Parmentier
8	Lasagnes
9	Paëllas
10	Parmentiers

**Figure 12 : Répartition de la taille des portions indiquées par famille de produits 1/2**



11	Pâtes fraîches
12	Pizzas
13	Poissons/crustacés aux légumes ou féculents
14	Produits exotiques
15	Salades
16	Sandwiches
17	Sauces
18	Tartes salées
19	Viandes féculents
20	Viandes légumes

Figure 13 : Répartition de la taille des portions indiquées par famille de produits 2/2

#### Conclusions :

Sur le secteur, 72% des références présentent des portions indiquées. Les tailles de ces portions vont de 23 g à 500 g. Elles sont très variables d'une famille à l'autre et sont logiquement liées à la diversité des produits au sein du secteur.

Pour certaines familles, on observe également une variabilité intra-famille des portions indiquées.

## 2.5 Valeurs nutritionnelles à la portion

On retrouve des valeurs nutritionnelles à la portion sur les emballages dans 55% des cas (soit 416 références sur les 758 ayant un étiquetage nutritionnel).

Les références MN sont celles qui affichent le plus de valeurs nutritionnelles à la portion (73%). Elles sont suivies des références MDD (46%) puis des HD (23%).

Au niveau des gammes de prix, pour les MN, les produits haut de gamme proposent plus de VN à la portion que les produits cœur de marché (respectivement 92% et 71%). Pour les MDD, les produits cœur de marché indiquent plus de VN à la portion (53% des produits) que les produits haut de gamme (25%) et entrée de gamme (18%) (figure 14).

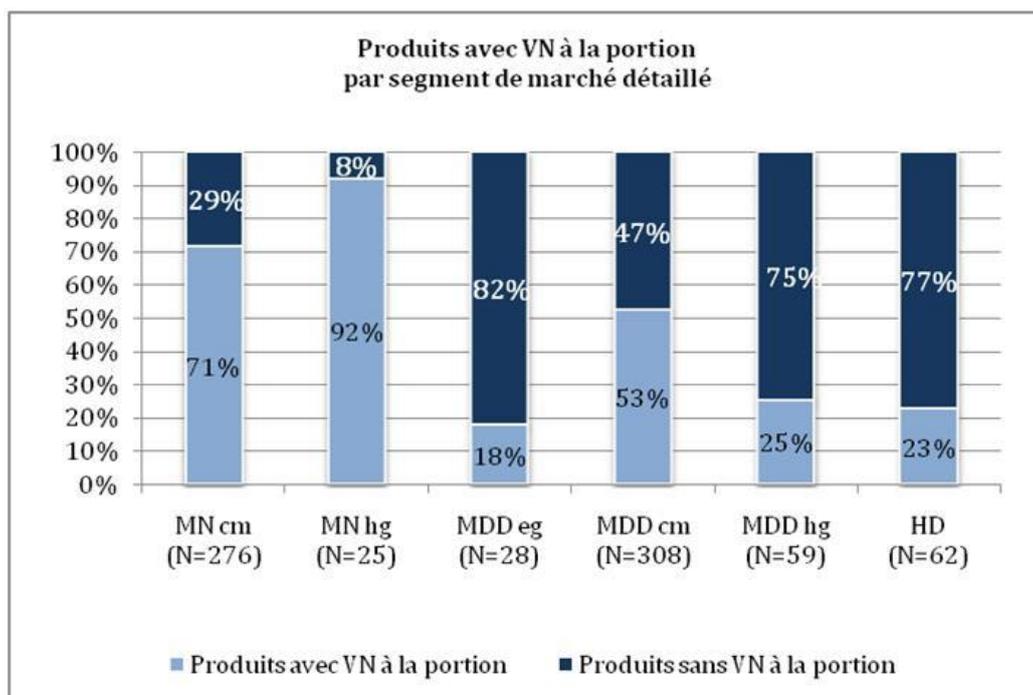


Figure 14 : Répartition des produits avec des VN à la portion par segment de marché (en %)

## 2.6 Recommandations pour une alimentation équilibrée

Ces recommandations rassemblent les recommandations de consommation (relatives à l'accompagnement conseillé dans le cadre d'un repas équilibré<sup>5</sup>) et les recommandations nutritionnelles d'ordre plus général<sup>6</sup>.

Sur l'ensemble du secteur, 27% des produits (soit 236 références sur 878) possèdent au moins une recommandation pour une alimentation équilibrée.

Sur ces 236 produits, 244 recommandations pour une alimentation équilibrée ont été relevées. 94% sont des recommandations de consommation et 6% sont des recommandations nutritionnelles plus générales.

<sup>5</sup> Exemple : « suggestion d'un repas équilibré : salade de mâche + 1 galette tartiflette + 1 tranche de pain complet + 1 yaourt nature + 1 kiwi »

<sup>6</sup> Exemple : « pour une alimentation variée et équilibrée, les nutritionnistes recommandent de consommer du poisson 2 fois par semaine »

## Focus sur les recommandations de consommation

Sur le secteur des produits traiteurs frais, 230 produits (soit 26% du secteur) possèdent au moins une recommandation de consommation.

53% des produits à marque nationale proposent des recommandations de consommation contre 12% des MDD. Aucune référence HD n'indique de recommandations de consommation.

Au niveau des gammes de prix, pour les MN, les produits haut de gamme proposent plus de recommandations de consommation (84%) que les produits cœur de marché (51%) (figure 15).

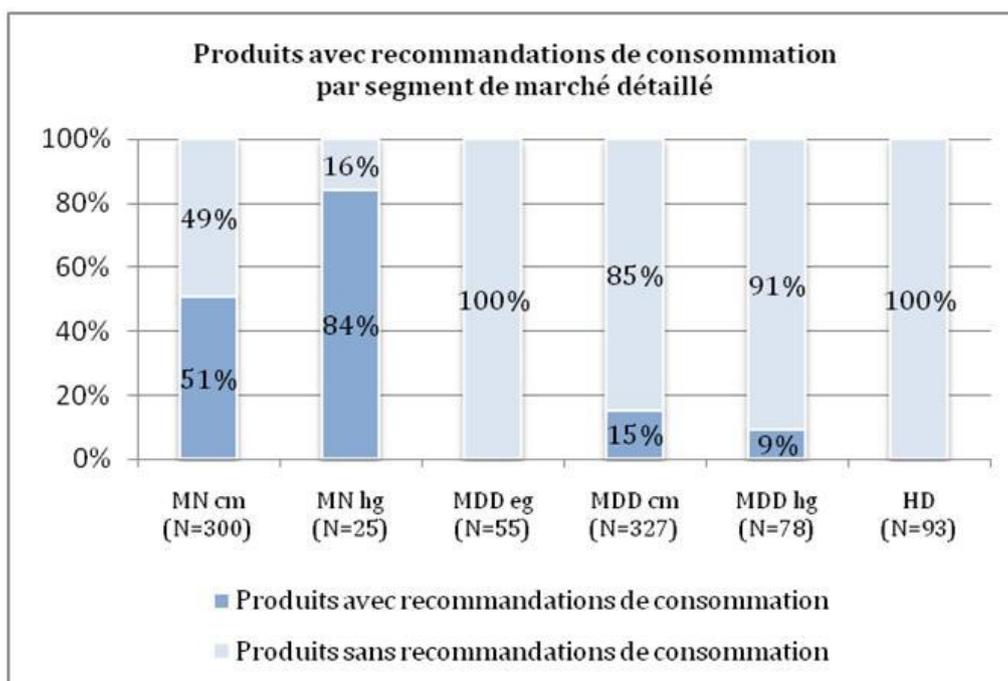


Figure 15 : Répartition des produits avec recommandations de consommation par segment de marché détaillé (en %)

### Conclusions :

**26% des produits (soit 230 références) proposent des recommandations de consommation. On les retrouve sur 53% des références MN et sur 12% des MDD. Aucune référence HD ne propose de recommandations de consommation. Pour les MN, les produits haut de gamme en proposent plus que les cœurs de marché (84% des produits vs 51%).**

## 2.7 Présence de repères nutritionnels

Sur l'ensemble du secteur, 55% des produits (soit 485 références) affichent des repères nutritionnels.

Les références MN présentent le plus de repères nutritionnels (66% des produits contre 55% pour les MDD et 18% pour les HD).

Au niveau des gammes de prix, pour les produits à marque nationale, ce sont les produits haut de gamme qui proposent le plus de repères nutritionnels (88% des produits vs 64% pour les cœurs de marché). Pour les MDD, les produits cœur de marché présentent plus de repères nutritionnels (61% des produits) que les MDDhg (55%) ou les MDDeg (16%) (figure 16).

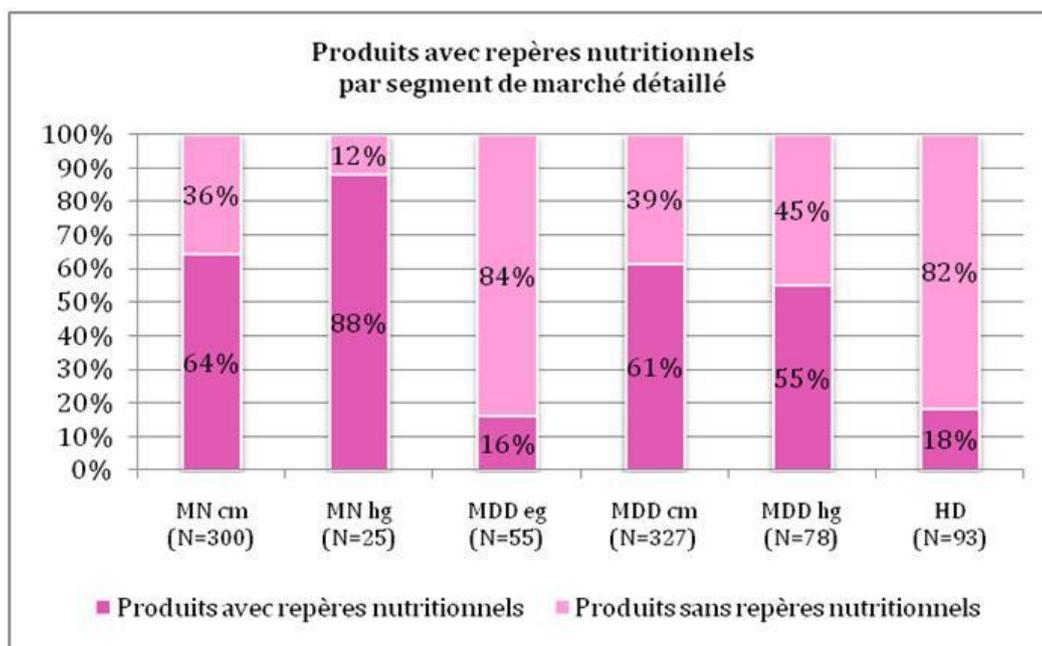


Figure 16 : Répartition des produits avec repères nutritionnels par segment de marché détaillé (en %)

A l'échelle des familles, la totalité des références de paëllas et parmentiers présente des repères nutritionnels. En revanche, dans la famille des tartinables salés, aucun produit n'affiche de repères nutritionnels. Ceci peut s'expliquer par la taille souvent réduite des emballages pour ces produits (figure 17).

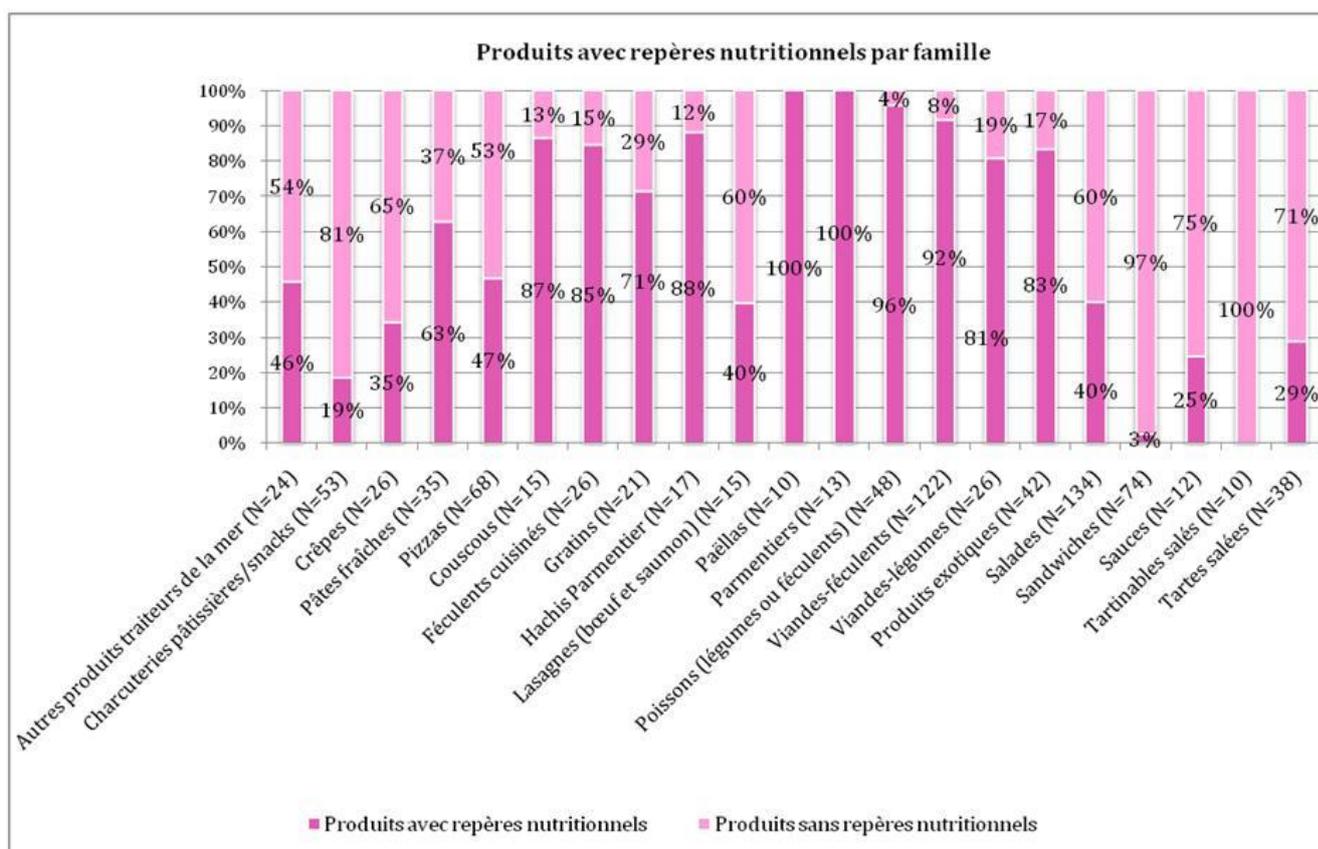


Figure 17 : Répartition des produits avec ou sans repères nutritionnels par famille (en %)

Les nutriments les plus rencontrés dans les repères nutritionnels sont les lipides, le sel et l'énergie avec respectivement 98%, 89% et 85% d'apparition dans les 485 produits avec repères nutritionnels<sup>7</sup> (tableau 6).

Tableau 6 : Fréquence d'apparition des nutriments dans les repères nutritionnels pour le secteur (en nombre d'apparitions et en %)

Nutriments indiqués dans les repères nutritionnels	Nombre d'apparition	% d'apparition par rapport au nombre de produits avec repères nutritionnels
Lipides	475	98%
Sel	434	89%
Energie	413	85%
Glucides simples	320	66%
Protéines	237	49%
Fibres	185	38%
Glucides complexes	113	23%
Acides gras saturés	112	23%
Glucides totaux	109	22%

<sup>7</sup> Les repères nutritionnels regroupent toutes les icônes de type pictogrammes, cadrans, etc. Une définition détaillée de ce paramètre est donnée dans le lexique.

Aucun produit ne possède de logo d'appréciation globale du produit, c'est-à-dire de logo qui qualifie la qualité nutritionnelle du produit de manière générale (exemple : curseur nutritionnel), plutôt que nutriment par nutriment.

### Position des repères nutritionnels

Les différents repères nutritionnels relevés peuvent se situer soit uniquement en face avant de l'emballage, soit en face avant et sur d'autres faces (côté, arrière), soit uniquement sur d'autres faces.

72% des produits avec repères nutritionnels (soit 351 produits sur 485) présentent ces repères à l'arrière du produit et/ou sur le côté. Seuls 9% des produits (45 références sur 485) présentent les repères uniquement en face avant. Enfin, 18% des produits les présentent à la fois sur la face avant et sur d'autres faces (figure 18).

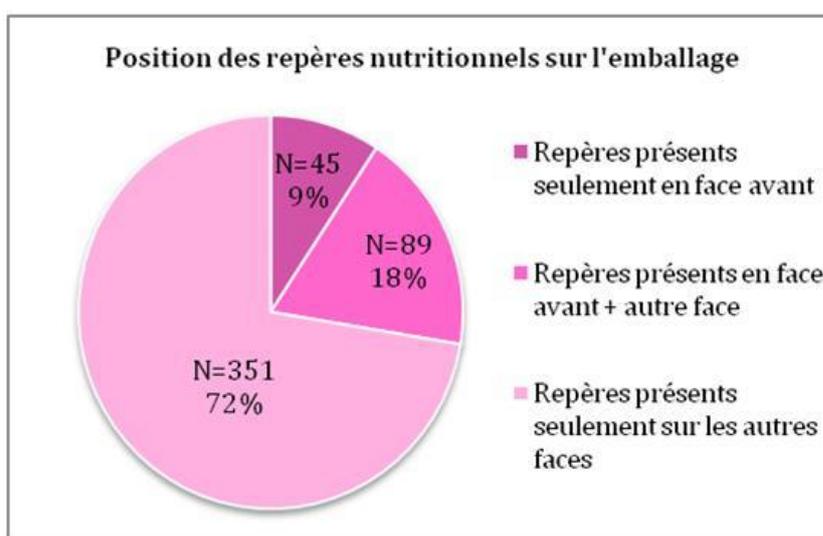


Figure 18 : Position des repères nutritionnels pour le secteur (en % et en nombre de références)

#### Conclusions :

**55% des produits du secteur présentent des repères nutritionnels.**

**Les références MN sont celles qui en affichent le plus (66% des références). Elles sont suivies des MDD (55%) puis des HD (18%).**

**La plupart des références présente ces repères nutritionnels à l'arrière du produit et/ou sur le côté (72% des références avec repères).**

**Les lipides, le sel et l'énergie sont les nutriments les plus rencontrés dans les repères nutritionnels (au moins 85% des cas).**

Pour conclure sur le suivi des paramètres d'étiquetage, des tests statistiques ont mis en évidence des différences significatives selon la famille d'appartenance pour les paramètres suivants :

- le groupe d'étiquetage nutritionnel ;
- la présence de portions indiquées ;
- la présence de recommandations de consommation ;
- la présence de repères nutritionnels.

Par ailleurs, des tests statistiques ont aussi mis en évidence des différences significatives selon le segment de marché pour tous les paramètres d'étiquetage étudiés.

Pour le secteur des produits traiteurs frais, il y a donc des effets significatifs « famille » et « segment de marché » sur les paramètres d'étiquetage.

### 3. ANALYSE DES VALEURS NUTRITIONNELLES

Les conclusions faites sur le secteur des produits traiteurs frais concernent uniquement les données disponibles dans la base Oqali (représentant 30% du marché 2009 en volume) et ne peuvent donc pas être appliquées à l'ensemble du secteur.

Le secteur des produits traiteurs frais est constitué d'un grand nombre de familles de produits. Ces familles se caractérisent par :

- une grande diversité de matières premières utilisées (viande, poisson, légumes, féculents, etc.) ;
- un large choix de recettes allant des sandwiches et des salades aux plats cuisinés et aux tartes/quiches.

Ainsi, la composition nutritionnelle des produits du secteur dépend de ces caractéristiques.

À l'échelle de la famille, les traitements par segment de marché n'ont pas été réalisés si, pour les marques nationales :

- une entreprise réalise à elle seule plus de 80% des volumes ;
- au moins 3 entreprises ou marques ne sont pas prises en compte dans l'analyse.

#### 3.1 Caractéristiques nutritionnelles des familles de produits

Afin d'étudier les caractéristiques nutritionnelles des familles de produits traiteurs frais, une analyse multivariée a été réalisée en prenant en compte la famille d'affectation des différents produits ainsi que leur composition nutritionnelle (nutriments du groupe 2). Le traitement détaillé est disponible en annexe 3.

##### **Conclusions :**

**Au sein du secteur des produits traiteurs frais, la variabilité de composition nutritionnelle entre les familles est expliquée en premier lieu par la teneur en glucides complexes des produits et en deuxième lieu par le rapport AGS/lipides et par la teneur en lipides des produits.**

**En particulier, par rapport à l'ensemble de l'échantillon étudié :**

- les pâtes fraîches sont caractérisées par de plus fortes teneurs en glucides complexes ;
- les salades composées et les salades à base de crudités se distinguent par des teneurs plus faibles en glucides complexes ;
- les tartinables salés ont de plus faibles teneurs en glucides complexes et de plus fortes teneurs en lipides ;
- les panés et les produits exotiques sont caractérisés par de plus fortes teneurs en lipides ;
- les charcuteries pâtisseries, les snacks et les tartes salées ont de plus fortes teneurs en lipides et des ratios AGS/lipides plus élevés ;
- les gratins, les Hachis Parmentier, les parmentiers et les plats cuisinés poissons/légumes présentent de plus forts ratios AGS/lipides.

**Si on se focalise uniquement sur les familles de plats cuisinés, la variabilité de composition nutritionnelle entre les familles est expliquée en premier lieu par le rapport AGS/lipides et par la teneur en glucides complexes des produits et en deuxième lieu par les teneurs en protéines des produits.**

**En particulier, par rapport à l'ensemble des familles de plats cuisinés de l'échantillon étudié :**

- **les paëllas, les couscous et les plats cuisinés viandes-féculents sont caractérisés par de plus fortes teneurs en glucides complexes et en protéines ;**
- **les plats cuisinés poissons-féculents, les spaghettis bolognaise et les tagliatelles carbonara sont caractérisés par de plus fortes teneurs en glucides complexes ;**
- **les plats cuisinés viandes-légumes présentent de plus faibles teneurs en glucides complexes et de plus fortes teneurs en protéines ;**
- **les plats cuisinés poissons-légumes se distinguent par de plus faibles teneurs en glucides complexes, de plus fortes teneurs en lipides et de plus forts ratios AGS/lipides ;**
- **les gratins et les Hachis Parmentier se caractérisent par de plus forts rapports AGS/lipides ;**
- **les parmentiers se distinguent par de plus fortes teneurs en protéines et de plus forts ratios AGS/lipides.**

## **3.2 Teneurs en nutriments**

Des statistiques descriptives sur les teneurs en nutriments des produits traiteurs frais ont été calculées pour l'ensemble du secteur et pour chaque famille au niveau de détail le plus fin.

### **3.2.1 Résultats pour le secteur**

Le calcul des coefficients de variation (CV) des teneurs en nutriments au sein du secteur permet de distinguer les nutriments avec les plus fortes dispersions. Le coefficient de variation se calcule comme le rapport de l'écart-type à la moyenne. Plus la valeur du CV est élevée, plus la dispersion autour de la moyenne, c'est-à-dire la tendance qu'ont les valeurs de la distribution à s'étaler de part et d'autre de la moyenne, est grande. Sans unité, il permet la comparaison de distributions de valeurs dont les échelles de mesure ne sont pas comparables.

En particulier, sur l'ensemble du secteur, les CV s'étalent de 36% à 81%. Ils sont donc supérieurs à 30% pour tous les nutriments du groupe 2 (tableau 7).

**Tableau 7 : Teneurs en nutriments du groupe 2 pour le secteur des produits traiteurs frais**

Secteur	Energie Kcal/100g	Protéines g/100g	Glucides g/100g	Sucres g/100g	Lipides g/100g	AG saturés g/100g	Fibres g/100g	Sodium g/100g
<b>Nb d'individus</b>	981	981	981	981	981	981	981	981
<b>Nb d'observations</b>	871	872	872	582	871	581	566	618
<b>Minimum</b>	40	0,6	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,05
<b>Maximum</b>	572	20,0	48,0	29,0	60,2	12,9	9,5	0,95
<b>1er Quartile</b>	128	5,6	9,5	1,4	5,5	1,1	1,0	0,31
<b>Médiane</b>	161	7,5	15,0	2,1	7,7	2,4	1,7	0,39
<b>3ème Quartile</b>	227	9,7	24,1	3,0	11,3	4,2	2,5	0,49
<b>Moyenne</b>	177	7,7	16,8	2,5	8,8	3,0	2,0	0,42
<b>Ecart-type</b>	66	3,2	9,5	2,0	5,4	2,4	1,4	0,15
<b>Moyenne pondérée par les parts de marché</b>	168	6,5	16,0	2,6	8,7	2,8	2,3	0,42
<b>Coefficient de variation (CV)</b>	<b>37%</b>	<b>42%</b>	<b>56%</b>	<b>81%</b>	<b>61%</b>	<b>80%</b>	<b>68%</b>	<b>36%</b>
<b>Δ (moyenne pondérée vs non pondérée)</b>	-5,1%	-15,6%	-4,4%	6,5%	-1,9%	-9,3%	13,3%	1,4%

### 3.2.2 Résultats par famille

Le tableau 11 (en annexe 4) présente les teneurs moyennes, avec et sans pondération par les parts de marché, pour chacun des nutriments du groupe 2 et pour chaque famille de produits traiteurs frais. Les cellules en violet indiquent des coefficients de variation supérieurs à 30% ; les cellules en orange indiquent une différence entre moyennes pondérée et non pondérée supérieure à 10%.

On observe une variabilité intra-famille des teneurs en nutriments. En effet, au sein des familles, les CV s'étalent entre 0% et 173% selon les nutriments.

En particulier, les nutriments qui varient le plus sont les sucres (les CV dépassent 30% pour 31 familles sur 36 testées et varient entre 0% et 173%), les fibres (les CV dépassent 30% pour 28 familles sur 36 testées et varient entre 0% et 160%) et les AGS (les CV dépassent 30% pour 28 familles sur 36 testées et varient entre 0% et 103%).

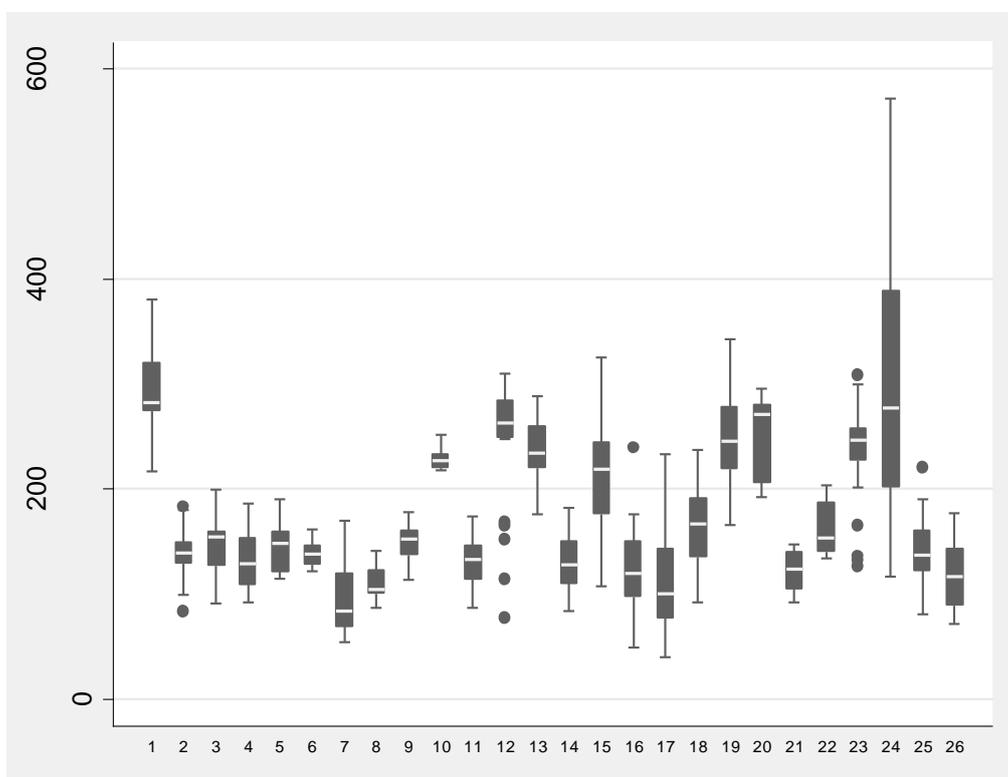
Ces résultats sont toutefois à considérer avec précaution pour les nutriments dont les teneurs sont faibles au sein du secteur.

### 3.3 Comparaison inter et intra familles de produits

La « boîte à moustache » ou boxplot permet de présenter graphiquement la distribution de chaque nutriment considéré au sein d'une famille de produits. Elle permet également de comparer la distribution de ces nutriments entre les familles. A la différence du coefficient de variation, qui mesure la dispersion autour de la moyenne, les boxplots permettent de visualiser l'ensemble de la distribution et notamment les paramètres de dispersion tels que les quartiles.

Les figures 19 à 27 présentent la distribution de chaque nutriment considéré (énergie, glucides, sucres, lipides, acides gras saturés, fibres et sodium) par famille de produits traiteurs frais.

La distribution des valeurs énergétiques pour les produits traiteurs frais se situe entre 40 et 572 kcal/100g (figure 19).

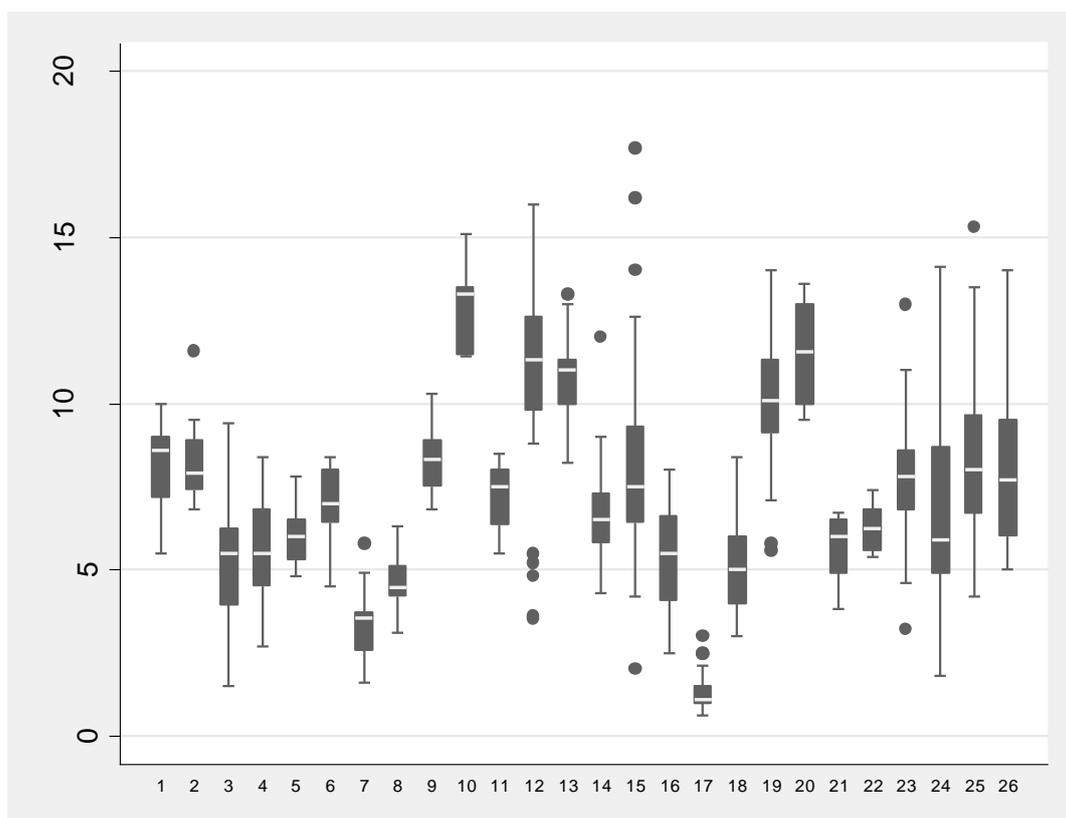


1	Charcuteries pâtisseries	14	Poissons/crustacés féculents
2	Couscous	15	Produits exotiques
3	Féculents cuisinés	16	Salades composées
4	Gratins	17	Salades crudités
5	Hachis Parmentier	18	Salades féculents
6	Lasagnes	19	Sandwiches
7	Légumes cuisinés	20	Snacks
8	Légumes farcis-riz	21	Spaghetti bolognaise
9	Paëlla	22	Tagliatelles carbonara
10	Panés	23	Tartes salées
11	Parmentier	24	Tartinables salés
12	Pâtes fraîches	25	Viandes féculents
13	Pizzas	26	Viandes légumes

**Figure 19 : Distribution de la valeur énergétique dans les produits traiteurs frais**

On note une dispersion des valeurs énergétiques pour l'ensemble des familles. En particulier, cette dispersion est plus forte pour les produits exotiques et les tartinables salés.

La distribution des teneurs en protéines pour les produits traiteurs frais se situe entre 0,6 et 18 g/100g. Certaines familles se distinguent par des teneurs plus élevées en protéines (les panés, les pâtes fraîches, les pizzas, les sandwiches et les snacks, avec des médianes supérieures à 10 g/100g). D'autres familles se distinguent par des teneurs plus faibles en protéines (les légumes cuisinés, les légumes farcis-riz, les salades à base de crudités et les salades à base de féculents, avec des médianes inférieures ou égales à 5 g/100g) (figure 20).

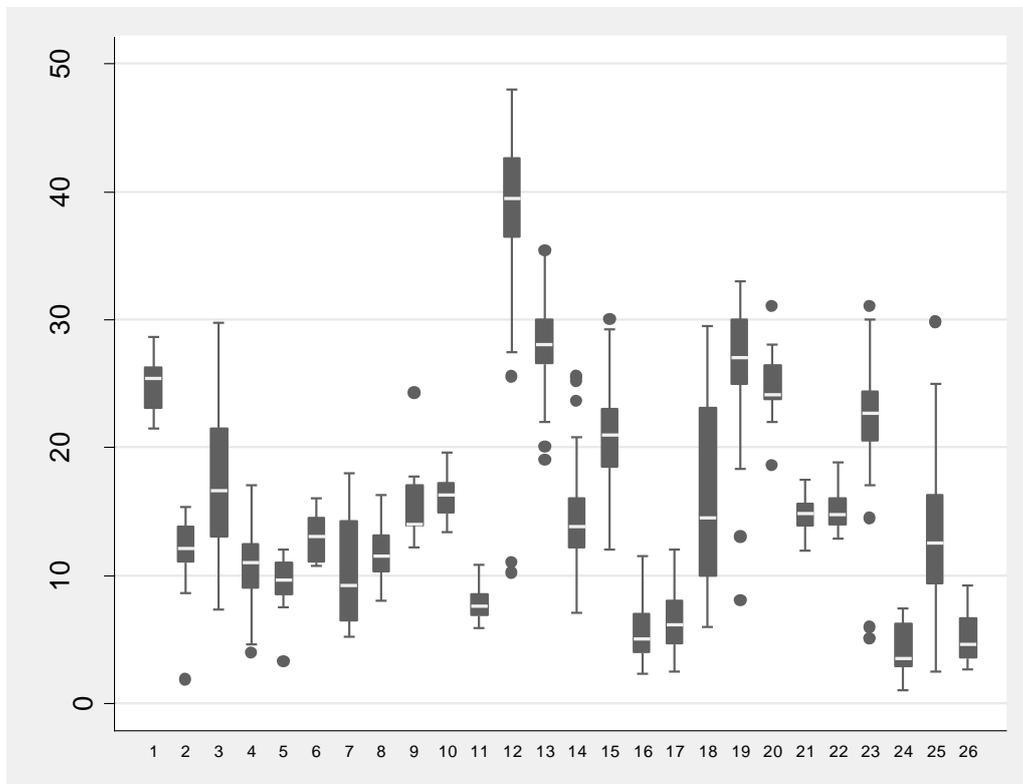


1	Charcuteries pâtisseries	14	Poissons/crustacés féculents
2	Couscous	15	Produits exotiques
3	Féculents cuisinés	16	Salades composées
4	Gratins	17	Salades crudités
5	Hachis Parmentier	18	Salades féculents
6	Lasagnes	19	Sandwiches
7	Légumes cuisinés	20	Snacks
8	Légumes farcis-riz	21	Spaghettis bolognaise
9	Paëllas	22	Tagliatelles carbonara
10	Panés	23	Tartes salées
11	Parmentiers	24	Tartinables salés
12	Pâtes fraîches	25	Viandes féculents
13	Pizzas	26	Viandes légumes

Figure 20 : Distribution des teneurs en protéines dans les produits traiteurs frais

La dispersion des teneurs en protéines est variable selon les familles. En particulier, cette dispersion est plus forte pour les féculents cuisinés, les pâtes fraîches, les produits exotiques, les sandwiches, les tartes salées, les tartinables salés, les viandes-féculents et les viandes-légumes.

La distribution des teneurs en glucides pour les produits traiteurs frais se situe entre 1 et 48 g/100g. Les familles des charcuteries pâtissières, des pâtes fraîches, des pizzas et des sandwiches se distinguent par des teneurs plus élevées en glucides (médianes supérieures à 25 g/100g) (figure 21).

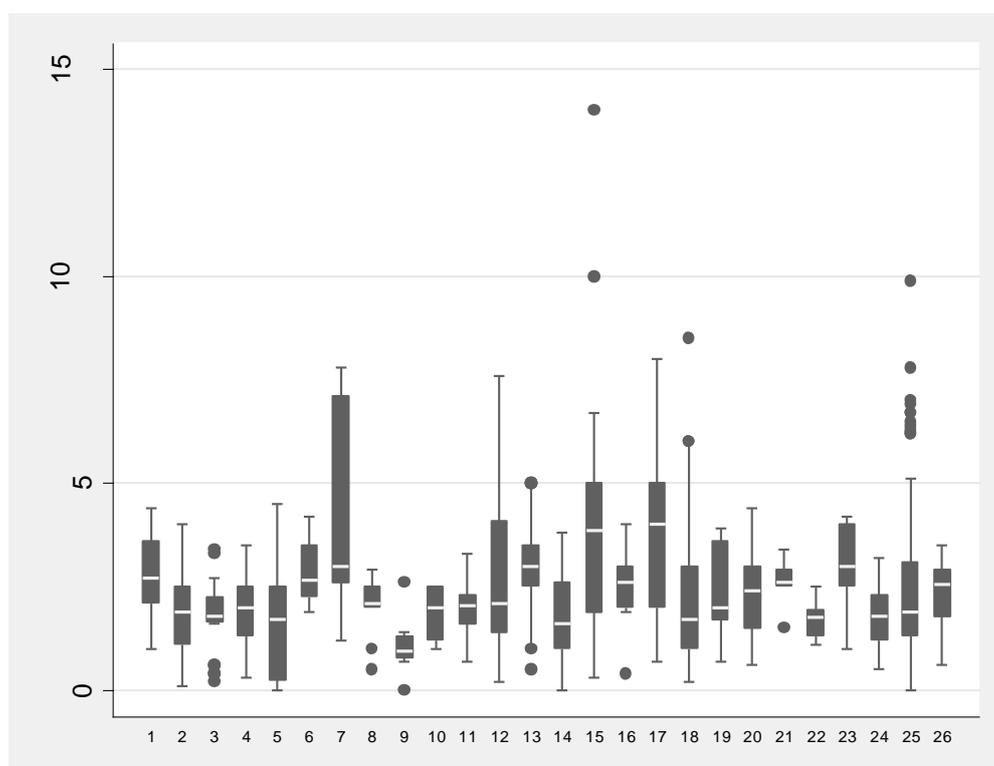


1	Charcuteries pâtissières	14	Poissons/crustacés féculents
2	Couscous	15	Produits exotiques
3	Féculents cuisinés	16	Salades composées
4	Gratins	17	Salades crudités
5	Hachis Parmentier	18	Salades féculents
6	Lasagnes	19	Sandwiches
7	Légumes cuisinés	20	Snacks
8	Légumes farcis-riz	21	Spaghettis bolognaise
9	Paëllas	22	Tagliatelles carbonara
10	Panés	23	Tartes salées
11	Parmentiers	24	Tartinables salés
12	Pâtes fraîches	25	Viandes féculents
13	Pizzas	26	Viandes légumes

**Figure 21 : Distribution des teneurs en glucides dans les produits traiteurs frais**

On note une dispersion des teneurs en glucides pour l'ensemble des familles. En particulier, cette dispersion est plus forte pour les féculents cuisinés, les pâtes fraîches, les produits exotiques, les salades à base de féculents et les viandes-féculents.

La distribution des teneurs en sucres pour les produits traiteurs frais se situe entre 0 et 10 g/100g. Une référence de la famille des produits exotiques a une teneur en sucres de 14 g/100g (figure 22).



1	Charcuteries pâtisseries	14	Poissons/crustacés féculents
2	Couscous	15	Produits exotiques
3	Féculents cuisinés	16	Salades composées
4	Gratins	17	Salades crudités
5	Hachis Parmentier	18	Salades féculents
6	Lasagnes	19	Sandwiches
7	Légumes cuisinés	20	Snacks
8	Légumes farcis-riz	21	Spaghettis bolognaise
9	Paëllas	22	Tagliatelles carbonara
10	Panés	23	Tartes salées
11	Parmentiers	24	Tartinables salés
12	Pâtes fraîches	25	Viandes féculents
13	Pizzas	26	Viandes légumes

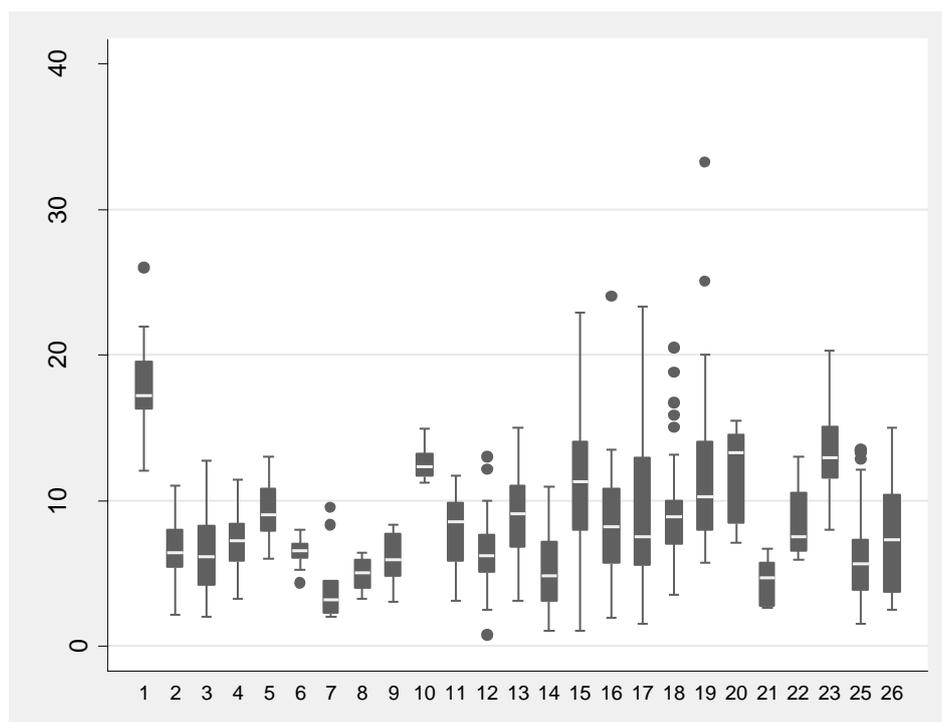
Figure 22 : Distribution des teneurs en sucres dans les produits traiteurs frais

La dispersion des teneurs en sucres est variable selon les familles. En particulier, cette dispersion est plus forte pour les légumes cuisinés, les pâtes fraîches, les produits exotiques, les salades à base de crudités et de féculents et les viandes-féculents.

Néanmoins, ces produits ne font pas partie des plus forts contributeurs aux apports en sucres.

La distribution des teneurs en lipides pour les produits traiteurs frais se situe entre 0,77 et 60,2 g/100g. Pour la famille des tartinables salés on observe une dispersion particulièrement forte de teneurs en lipides (de 9,1 g/100g à 60,2 g/100g), due à la grande hétérogénéité des produits de cette famille. Les tartinables salés se distinguent également par des teneurs plus élevées en lipides (médiane supérieure à 20 g/100g).

Sans considérer la famille des tartinables salés, la distribution des teneurs en lipides pour les produits traiteurs frais se situe entre 0,77 et 23,3 g/100g. Une référence de la famille des sandwiches a une teneur en lipides de 33,2 g/100g (figure 23).



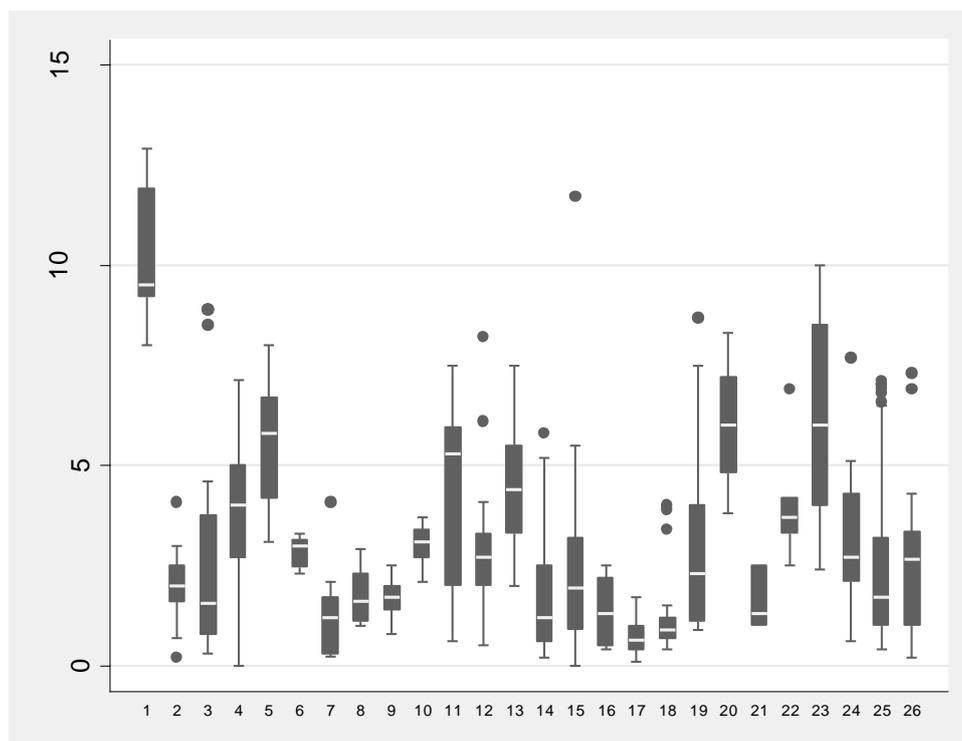
1	Charcuteries pâtisseries	14	Poissons/crustacés féculents
2	Couscous	15	Produits exotiques
3	Féculents cuisinés	16	Salades composées
4	Gratins	17	Salades crudités
5	Hachis Parmentier	18	Salades féculents
6	Lasagnes	19	Sandwiches
7	Légumes cuisinés	20	Snacks
8	Légumes farcis-riz	21	Spaghettis bolognaise
9	Paëllas	22	Tagliatelles carbonara
10	Panés	23	Tartes salées
11	Parmentiers	25	Viandes féculents
12	Pâtes fraîches	26	Viandes légumes
13	Pizzas		

**Figure 23 : Distribution des teneurs en lipides dans les produits traiteurs frais**

La dispersion des teneurs en lipides est variable selon les familles. En particulier, cette dispersion est plus forte pour les produits exotiques et les salades à base de crudités.

La distribution des teneurs en acides gras saturés pour les produits traiteurs frais se situe entre 0 et 12,9 g/100g. Certaines familles très différentes se distinguent par des teneurs plus élevées en AGS (avec des médianes supérieures à 5 g/100g) (figure 24) :

- charcuteries pâtisseries ;
- snacks et tartes salées ;
- Hachis Parmentier ;
- parmentiers.

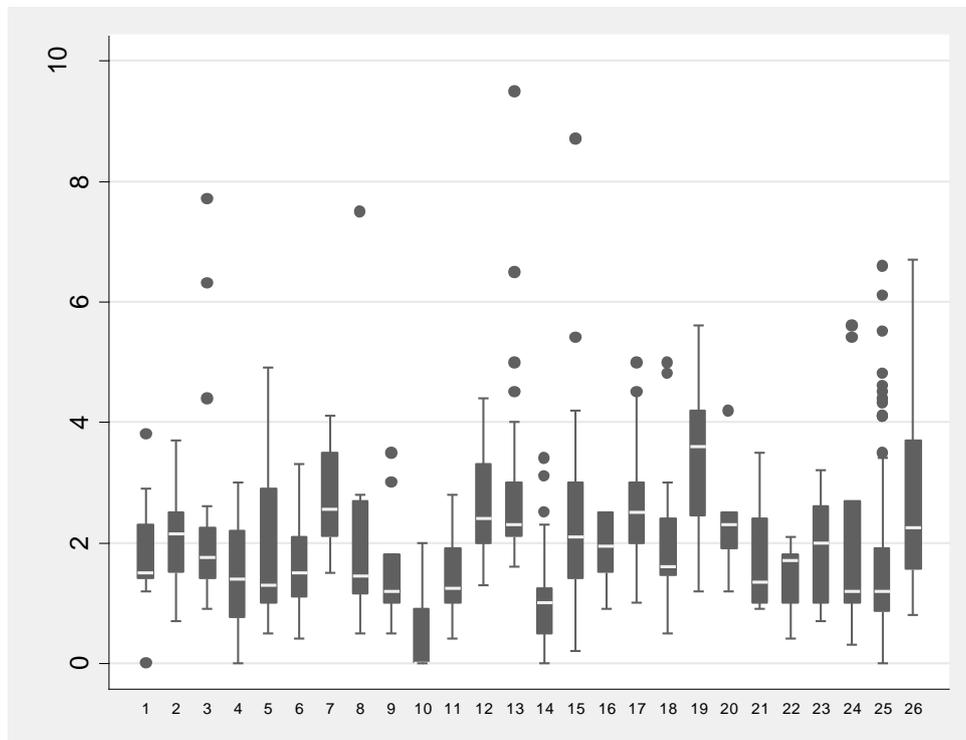


1	Charcuteries pâtisseries	14	Poissons/crustacés féculents
2	Couscous	15	Produits exotiques
3	Féculents cuisinés	16	Salades composées
4	Gratins	17	Salades crudités
5	Hachis Parmentier	18	Salades féculents
6	Lasagnes	19	Sandwiches
7	Légumes cuisinés	20	Snacks
8	Légumes farcis-riz	21	Spaghettis bolognaise
9	Paëllas	22	Tagliatelles carbonara
10	Panés	23	Tartes salées
11	Parmentiers	24	Tartinables salés
12	Pâtes fraîches	25	Viandes féculents
13	Pizzas	26	Viandes légumes

**Figure 24 : Distribution des teneurs en acides gras saturés dans les produits traiteurs frais**

La dispersion des teneurs en AGS est variable selon les familles. En particulier, cette dispersion est plus forte pour les gratins, les parmentiers, les pizzas, les poissons/crustacés-féculents, les produits exotiques, les sandwiches, les tartes salées et les viandes-féculents.

La distribution des teneurs en fibres pour les produits traiteurs frais se situe entre 0 et 6,7 g/100g. Quatre références (appartenant aux familles des féculents cuisinés, des légumes farcis-riz, des pizzas et des produits exotiques) ont des teneurs en fibres comprises entre 7,5 g/100g et 9,5 g/100g. Les sandwiches se distinguent par des teneurs plus élevées en fibres (médiane supérieure à 3,5 g/100g) alors que les panés se distinguent par des teneurs moins élevées en fibres (médiane inférieure à 0,5 g/100g) (figure 25).

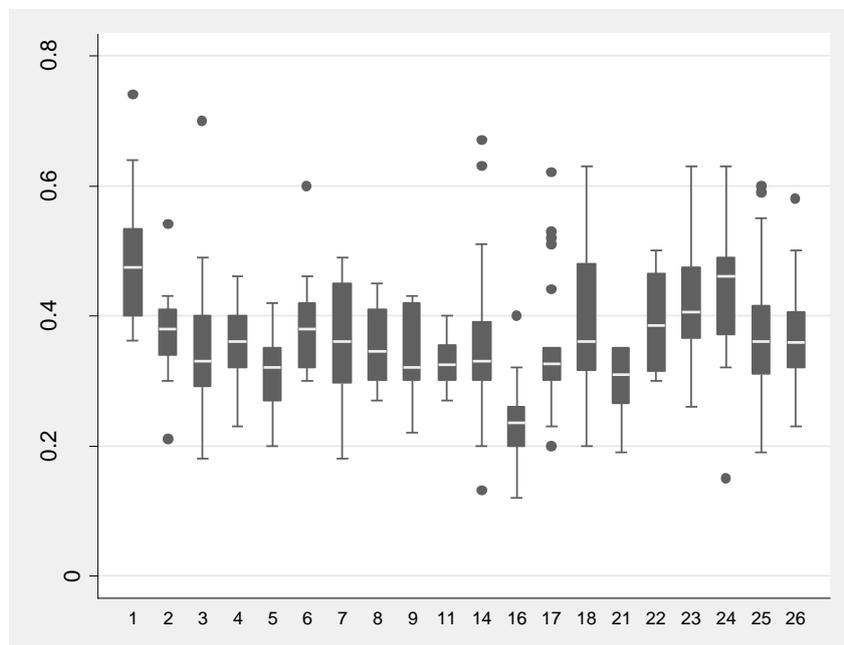


1	Charcuteries pâtisseries	14	Poissons/crustacés féculents
2	Couscous	15	Produits exotiques
3	Féculents cuisinés	16	Salades composées
4	Gratins	17	Salades crudités
5	Hachis Parmentier	18	Salades féculents
6	Lasagnes	19	Sandwiches
7	Légumes cuisinés	20	Snacks
8	Légumes farcis-riz	21	Spaghettis bolognaise
9	Paëllas	22	Tagliatelles carbonara
10	Panés	23	Tartes salées
11	Parmentiers	24	Tartinables salés
12	Pâtes fraîches	25	Viandes féculents
13	Pizzas	26	Viandes légumes

Figure 25 : Distribution des teneurs en fibres dans les produits traiteurs frais

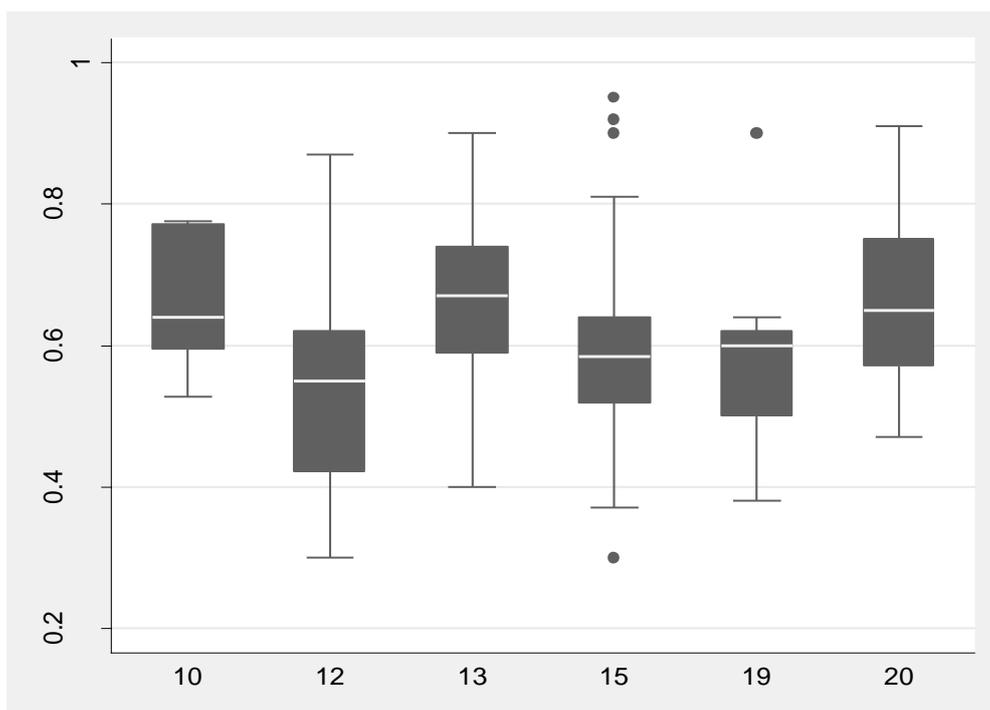
La dispersion des teneurs en fibres est variable selon les familles. En particulier, cette dispersion est plus forte pour les Hachis Parmentier, les produits exotiques, les sandwiches et les viandes-légumes.

La distribution des teneurs en sodium pour les produits traiteurs frais se situe entre 0,12 et 0,95 g/100g. Pour ce nutriment, les familles qui se distinguent par des teneurs plus élevées en sodium (panés, pâtes fraîches, pizzas, produits exotiques, sandwiches et snacks, avec des médianes supérieures à 0,5 g/100g) ont été séparées des autres familles (figures 26 et 27).



1	Charcuteries pâtisseries	14	Poissons/crustacés féculents
2	Couscous	16	Salades composées
3	Féculents cuisinés	17	Salades crudités
4	Gratins	18	Salades féculents
5	Hachis Parmentier	21	Spaghettis bolognaise
6	Lasagnes	22	Tagliatelles carbonara
7	Légumes cuisinés	23	Tartes salées
8	Légumes farcis-riz	24	Tartinables salés
9	Paëllas	25	Viandes féculents
11	Parmentiers	26	Viandes légumes

Figure 26 : Distribution des teneurs en sodium dans les produits traiteurs frais 1/2



10	Panés	15	Produits exotiques
12	Pâtes fraîches	19	Sandwiches
13	Pizzas	20	Snacks

**Figure 27 : Distribution des teneurs en sodium dans les produits traiteurs frais 2/2**

La dispersion des teneurs en sodium est variable selon les familles. En particulier, cette dispersion est plus forte pour les pâtes fraîches, les pizzas, les produits exotiques, les salades à base de féculents, les snacks, les tartes salées et les viandes-féculents.

Pour compléter cette comparaison des valeurs nutritionnelles inter et intra familles, un test statistique a été réalisé et a mis en évidence une différence significative de teneurs en nutriments selon la famille pour tous les nutriments testés (énergie, protéines, glucides, sucres, glucides complexes, lipides, AGS, fibres et sodium). Il y a donc un effet famille significatif sur la composition nutritionnelle des produits traiteurs frais.

#### **Conclusions :**

**Quand on considère le secteur dans son ensemble, on observe des dispersions pour tous les nutriments. Celles-ci mettent en évidence des différences de composition nutritionnelle entre les familles.**

**On note également une certaine dispersion au sein des familles. Elle est particulièrement nette pour les familles et nutriments suivants :**

- **les tartinables salés, pour les teneurs en lipides et en protéines ;**
- **les pâtes fraîches, les salades à base de féculents et les plats cuisinés viandes-féculents, pour les teneurs en glucides et en sodium ;**
- **les féculents cuisinés, pour les teneurs en glucides ;**
- **les pizzas, les produits exotiques et les snacks, pour les teneurs en sodium ;**
- **les gratins, les parmentiers et les sandwiches pour les teneurs en AGS ;**
- **les tartes salées pour les teneurs en AGS et sodium.**

### **3.4 Comparaison des teneurs moyennes en nutriments avec/sans pondération par les parts de marché**

Afin d'évaluer la position des références les plus importantes en volume de l'échantillon suivi par l'Oqali, la différence entre les moyennes pondérée et non pondérée par les parts de marché a été calculée pour le secteur et pour chaque famille. Le tableau 11 présenté en annexe 4 indique les couples famille-nutriment pour lesquels la différence entre moyennes pondérée et non pondérée par les parts de marché est supérieure à 10% (cases orange).

La liste des familles pour lesquelles la différence entre moyennes pondérée et non pondérée par les parts de marché est supérieure à 10% a été dressée, par nutriment. Cette différence est supérieure ou égale à 20% pour les familles en police bleue (tableau 8).

**Tableau 8 : Différence entre moyennes pondérée et non pondérée par les parts de marché**

	Moyenne pondérée < Moyenne non pondérée	Moyenne pondérée > Moyenne non pondérée
<b>Energie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autres produits</li> <li>- Autres produits traiteurs de la mer</li> <li>- Légumes cuisinés</li> <li>- Poissons/crustacés légumes</li> <li>- Autres salades</li> <li>- Salades composées</li> <li>- Tartinables salés</li> </ul>	Blinis
<b>Protéines</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autres produits traiteurs de la mer</li> <li>- Légumes cuisinés</li> <li>- Poissons/crustacés légumes</li> <li>- Viandes légumes</li> <li>- Produits exotiques</li> <li>- Salades composées</li> <li>- Tartinables salés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autres produits</li> <li>- Crêpes</li> <li>- Pâtes fraîches</li> <li>- Féculents cuisinés</li> <li>- Spaghettis bolognaise</li> </ul>
<b>Glucides</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autres produits</li> <li>- Autres produits traiteurs de la mer</li> <li>- Crêpes</li> <li>- Autres salades</li> <li>- Tartinables salés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Choucroutes</li> <li>- Féculents cuisinés</li> <li>- Légumes farcis-riz</li> <li>- Poissons/crustacés légumes</li> <li>- Salades féculents</li> </ul>
<b>Sucres</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autres produits</li> <li>- Pizzas</li> <li>- Produits exotiques</li> <li>- Tagliatelles carbonara</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autres produits traiteurs de la mer</li> <li>- Charcuteries pâtisseries</li> <li>- Crêpes</li> <li>- Pâtes fraîches</li> <li>- Choucroutes</li> <li>- Couscous</li> <li>- Hachis Parmentier</li> <li>- Paëllas</li> <li>- Poissons/crustacés légumes</li> <li>- Salades composées</li> <li>- Salades féculents</li> <li>- Tartinables salés</li> </ul>
<b>Lipides</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autres produits</li> <li>- Légumes cuisinés</li> <li>- Choucroutes</li> <li>- Féculents cuisinés</li> <li>- Poissons/crustacés légumes</li> <li>- Autres salades</li> <li>- Salades composées</li> <li>- Tartinables salés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Blinis</li> <li>- Crêpes</li> <li>- Paëllas</li> <li>- Spaghettis bolognaise</li> <li>- Viandes-légumes</li> <li>- Produits exotiques</li> </ul>
<b>AGS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autres produits</li> <li>- Autres produits traiteurs de la mer</li> <li>- Légumes cuisinés</li> <li>- Choucroutes</li> <li>- Féculents cuisinés</li> <li>- Poissons/crustacés légumes</li> <li>- Viandes-légumes</li> <li>- Salades composées</li> <li>- Salades féculents</li> <li>- Tartinables salés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crêpes</li> <li>- Pâtes fraîches</li> <li>- Parmentiers</li> <li>- Tagliatelles carbonara</li> <li>- Produits exotiques</li> </ul>
<b>Fibres</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autres produits traiteurs de la mer</li> <li>- Choucroutes</li> <li>- Hachis Parmentier</li> <li>- Lasagnes bœuf</li> <li>- Paëllas</li> <li>- Poissons/crustacés féculents</li> <li>- Spaghetti bolognaise</li> <li>- Viandes-féculents</li> <li>- Viandes-légumes</li> <li>- Tartinables salés</li> <li>- Tartes salées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autres produits</li> <li>- Pizzas</li> <li>- Féculents cuisinés</li> <li>- Tagliatelles carbonara</li> </ul>
<b>Sodium</b>	Salades composées	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autres produits</li> <li>- Crêpes</li> <li>- Hachis Parmentier</li> <li>- Produits exotiques</li> </ul>

Sur l'échantillon suivi par l'Oqali, on constate que les références ayant les plus grosses parts de marché ne se distinguent pas des autres références de l'échantillon de la même famille en termes de composition nutritionnelle, pour la majorité des combinaisons nutriment-famille :

- 217 cas sur 264 étudiés quand on considère une différence entre les moyennes pondérée et non pondérée par les parts de marché supérieure à 20% ;
- 169 cas sur 264 étudiés quand on considère une différence supérieure à 10%.

Lorsqu'une différence de teneur en nutriments est constatée, l'influence des références les plus vendues est variable selon la famille considérée. On constate par exemple que, pour les poissons/crustacés légumes, les références les plus vendues de l'échantillon étudié ont des teneurs plus faibles en AGS par rapport aux autres références alors que pour les produits exotiques, les références les plus vendues de l'échantillon ont des teneurs plus élevées en AGS par rapport aux autres références.

Pour une différence entre les moyennes pondérée et non pondérée par les parts de marché supérieure à 10%, au niveau des familles, on constate notamment que :

- pour les poissons/crustacés légumes, les références les plus vendues de l'échantillon ont des teneurs plus élevées en glucides et en sucres et des teneurs plus faibles en protéines, en lipides et en AGS par rapport aux autres références ;
- pour les produits exotiques, les références les plus vendues de l'échantillon ont des teneurs plus élevées en lipides, en AGS et en sodium et des teneurs plus faibles en protéines et en sucres par rapport aux autres références ;
- pour les féculents cuisinés, les références les plus vendues de l'échantillon ont des teneurs moins élevées en lipides et en AGS et des teneurs plus élevées en protéines, en glucides et en fibres par rapport aux autres références ;
- pour les crêpes, les références les plus vendues de l'échantillon ont des teneurs moins élevées en glucides et des teneurs plus élevées en protéines, en sucres, en lipides, en AGS et en sodium par rapport aux autres références ;
- pour les salades composées, les références les plus vendues de l'échantillon ont des teneurs plus élevées en sucres et des teneurs plus faibles en protéines, en lipides, en AGS et en sodium par rapport aux autres références ;
- pour les choucroutes, les références les plus vendues de l'échantillon ont des teneurs moins élevées en lipides, en AGS et en fibres et des teneurs plus élevées en glucides et en sucres par rapport aux autres références.

#### **Conclusions :**

**Pour l'échantillon étudié, au sein d'une famille, les références ayant les plus grosses parts de marché ne se distinguent pas des autres références en termes de composition nutritionnelle, pour la majorité des combinaisons nutriment-famille. Un écart peut cependant apparaître pour quelques cas : les poissons/crustacés légumes, les produits exotiques, les féculents cuisinés, les crêpes, les salades composées et les choucroutes.**

### 3.5 Combinaisons de nutriments

Les nuages de points permettent de mettre en évidence une corrélation ou une dispersion entre deux variables. Ce traitement a été réalisé pour les combinaisons de nutriments les plus pertinentes : glucides/lipides, AGS/lipides, sodium/lipides, sucres/fibres, glucides/sucres et fibres/glucides.

#### 3.5.1 Résultats pour le secteur

Pour le secteur dans son entier, ce traitement a été réalisé sans pondération par les parts de marché. Un code couleur permet de différencier les familles. Les chiffres apparaissant dans les graphiques indiquent l'effectif des références représentées par un point dans le graphique (ayant les mêmes valeurs nutritionnelles), si cet effectif est supérieur à 1.

Sur le secteur, on observe une dispersion importante du nuage de points pour la combinaison glucides/lipides, qui s'explique par la grande variété de produits existante (figure 28).

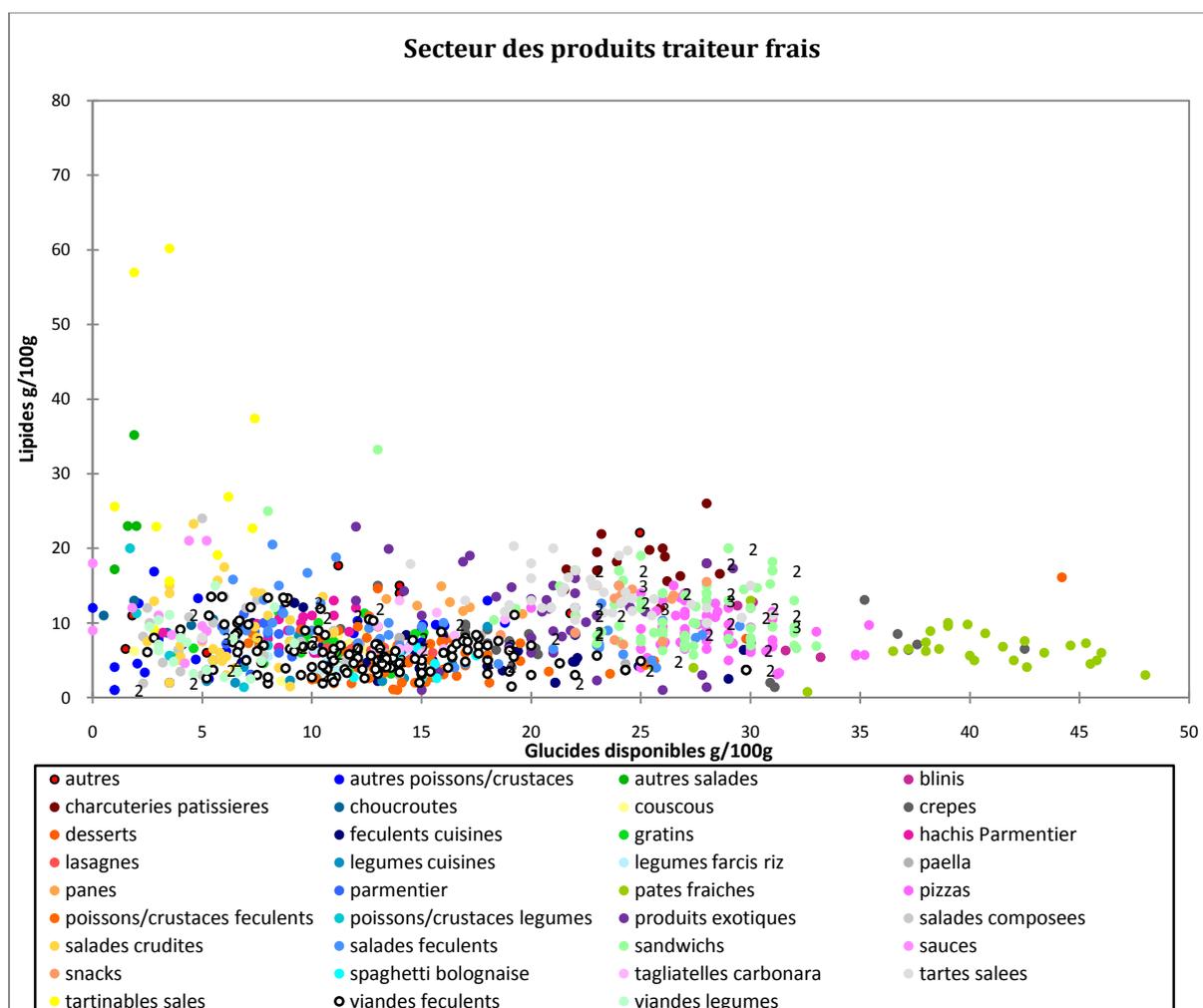


Figure 28 : Combinaison glucides/lipides pour le secteur des produits traiteurs frais

### 3.5.2 Résultats par famille

Au sein des familles, le traitement a été réalisé en pondérant, selon le cas, chaque référence par la part de marché associée. Les segments de marché sont différenciés par couleurs uniquement si, pour les MN, une entreprise ne réalise pas à elle seule plus de 80% des volumes et si au moins 3 entreprises ou marques sont prises en compte dans l'analyse.

Les combinaisons les plus intéressantes sont présentées dans les figures 29 à 42.

Pour les nuages de points pondérés, il est important de préciser que seules les références présentant les valeurs nutritionnelles pour les nutriments considérés et pour lesquelles une part de marché a pu être identifiée sont représentées dans le nuage de points.

Pour la famille des féculents cuisinés, on observe une corrélation positive pour la combinaison AGS/lipides ( $R^2=0,74$ ) : plus la teneur en lipides est élevée, plus la teneur en AGS augmente (figure 29).

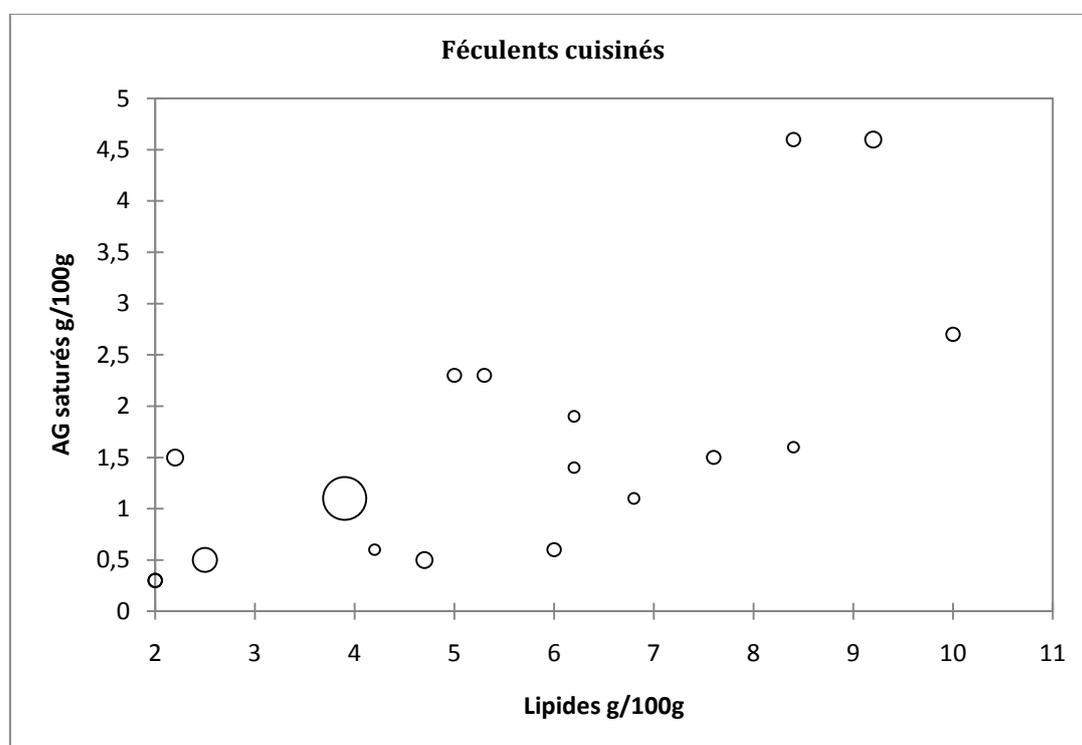


Figure 29 : Combinaison AGS/lipides pour les féculents cuisinés

La référence la plus vendue de l'échantillon étudié a une teneur en lipides parmi les moins élevées de la catégorie, inférieure au premier quartile ( $q_1=4,2$  g/100g).

Au sein de cette famille, pour la combinaison fibres/glucides, on observe une dispersion du nuage de points (figure 30).

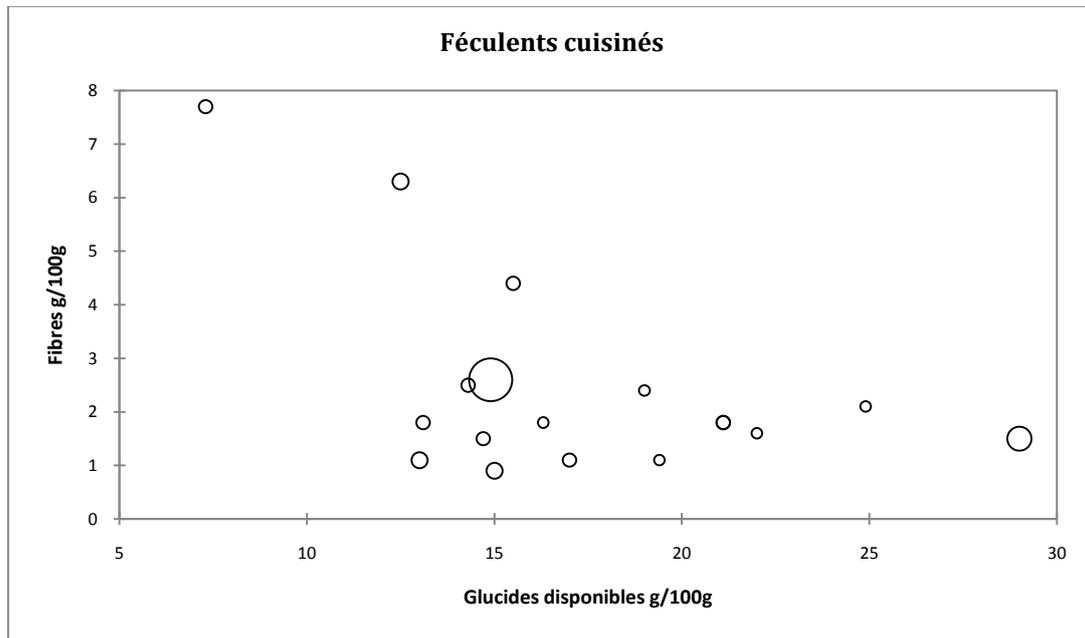


Figure 30 : Combinaison glucides/fibres pour les féculeux cuisinés

La référence la plus vendue de l'échantillon étudié a une teneur en fibres parmi les plus élevées de la catégorie, supérieure au 3<sup>e</sup> quartile ( $q_3=2,2$  g/100g).

Pour les Hachis Parmentier, on observe une dispersion du nuage de points pour la combinaison sodium/lipides ( $R^2=0,21$ ) (figure 31).

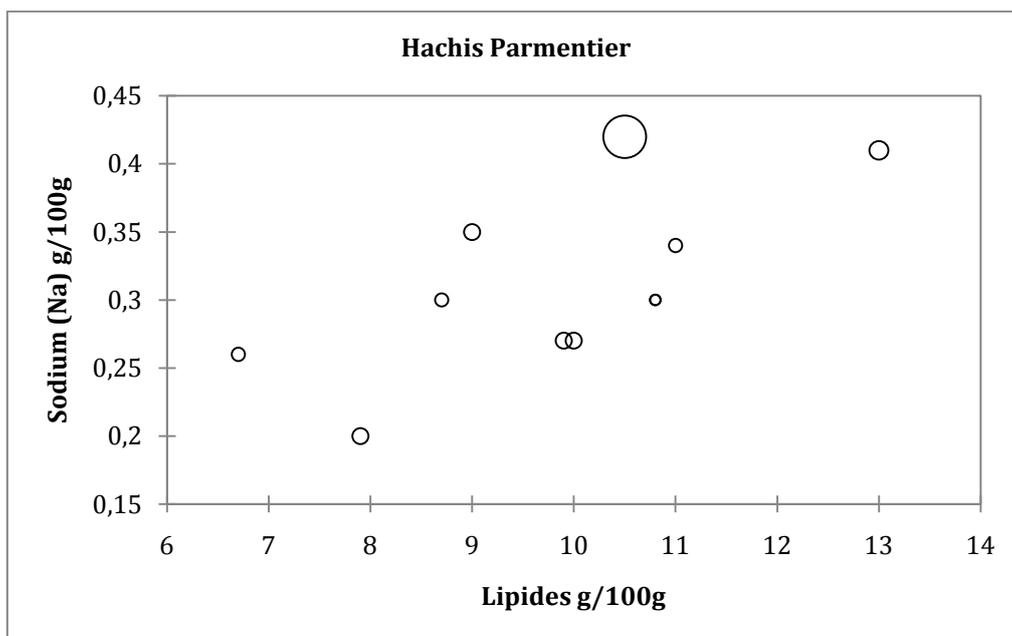


Figure 31 : Combinaison lipides/sodium pour les Hachis Parmentier

La référence la plus vendue de l'échantillon étudié est caractérisée par des teneurs en lipides et en sodium parmi les plus élevées de la catégorie, supérieures ou proches des 3<sup>èmes</sup> quartiles ( $q_3=10,8$  g/100g pour les lipides et  $q_3=0,35$  g/100g pour le sodium).

Pour les légumes cuisinés, on observe une corrélation positive entre les lipides et le sodium ( $R^2=0,56$ ) et une dispersion du nuage de points pour la combinaison sucres/fibres (figures 32 et 33).

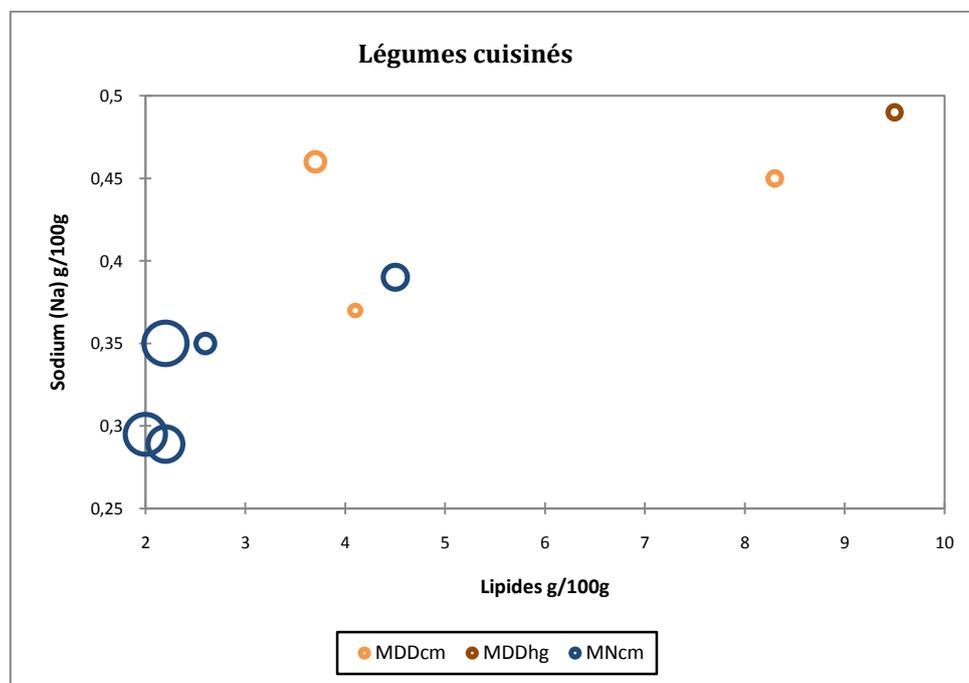


Figure 32 : Combinaison lipides/sodium pour les légumes cuisinés

Parmi les 5 références à marque nationale de l'échantillon étudié, 4 présentent des teneurs en lipides parmi les moins élevées de la catégorie, inférieures ou proches du 1<sup>er</sup> quartile ( $q_1=2,2$  g/100g) et 2 références présentent également des teneurs en sodium parmi les moins élevées de la catégorie, inférieures au 1<sup>er</sup> quartile ( $q_1=0,31$  g/100g).

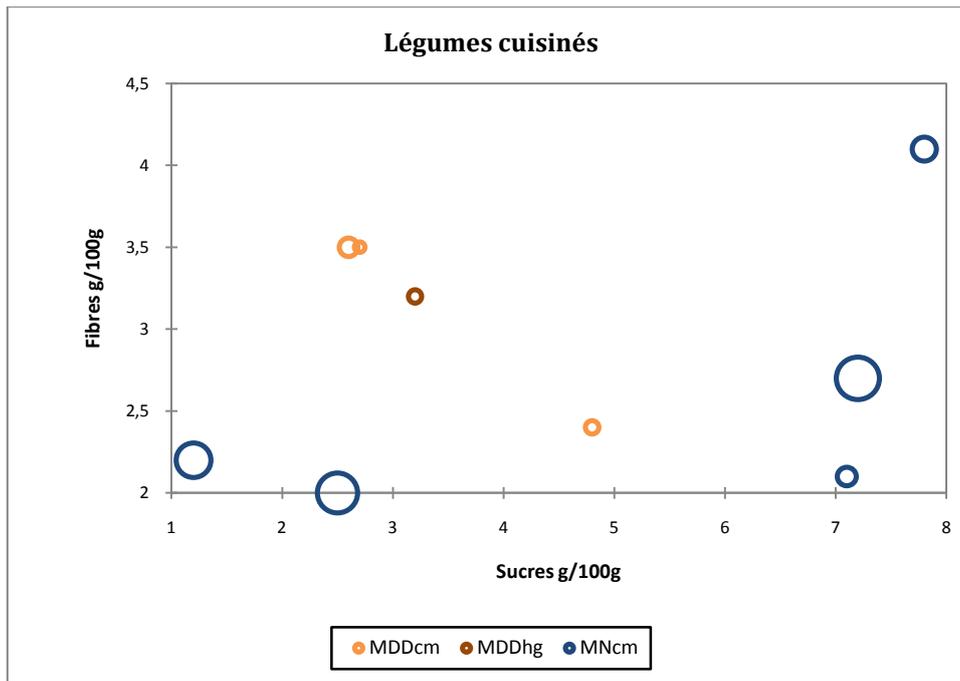


Figure 33 : Combinaison fibres/sucres pour les légumes cuisinés

Parmi les 5 références à marque nationale de l'échantillon étudié, 3 références sont caractérisées par des teneurs en sucres parmi les plus élevées de la catégorie, supérieures au 3<sup>e</sup> quartile ( $q_3=6,5$  g/100g) et 2 références présentent également des teneurs en sucres parmi les moins élevées de la catégorie, inférieures au 1<sup>er</sup> quartile ( $q_1=2,6$  g/100g).

Pour les paëllas, on observe une dispersion du nuage de points pour la combinaison lipides/sodium (figure 34).

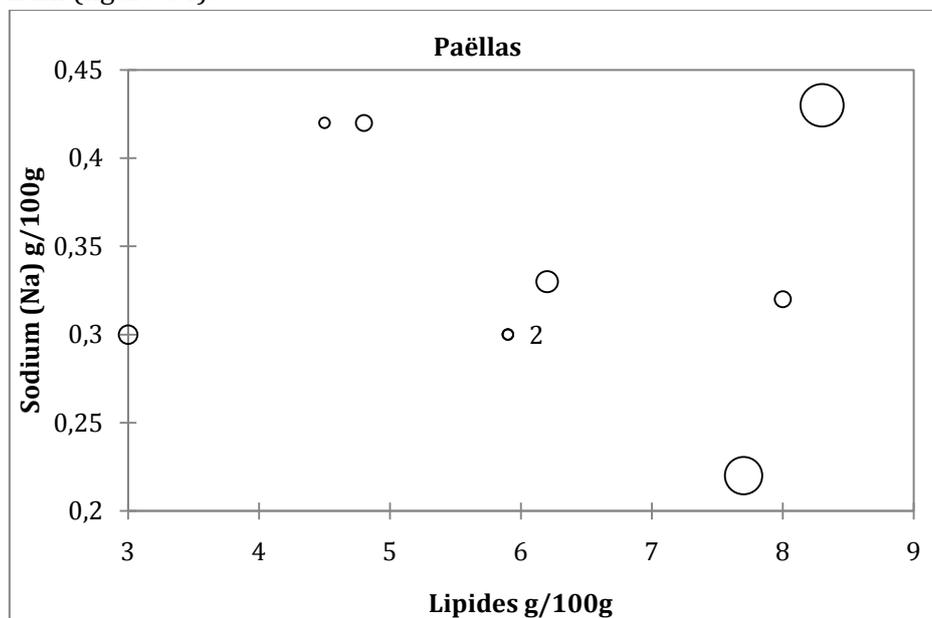


Figure 34 : Combinaison lipides/sodium pour les paëllas

Les références les plus vendues de l'échantillon étudié présentent des teneurs en lipides parmi les plus élevées de la catégorie, supérieures au 3<sup>e</sup> quartile ( $q_3=7,5$  g/100g).

Pour les parmentiers, on observe une corrélation positive entre les lipides et les AGS ( $R^2=0,88$ ) : plus la teneur en lipides est élevée, plus la teneur en AGS est élevée (figure 35).

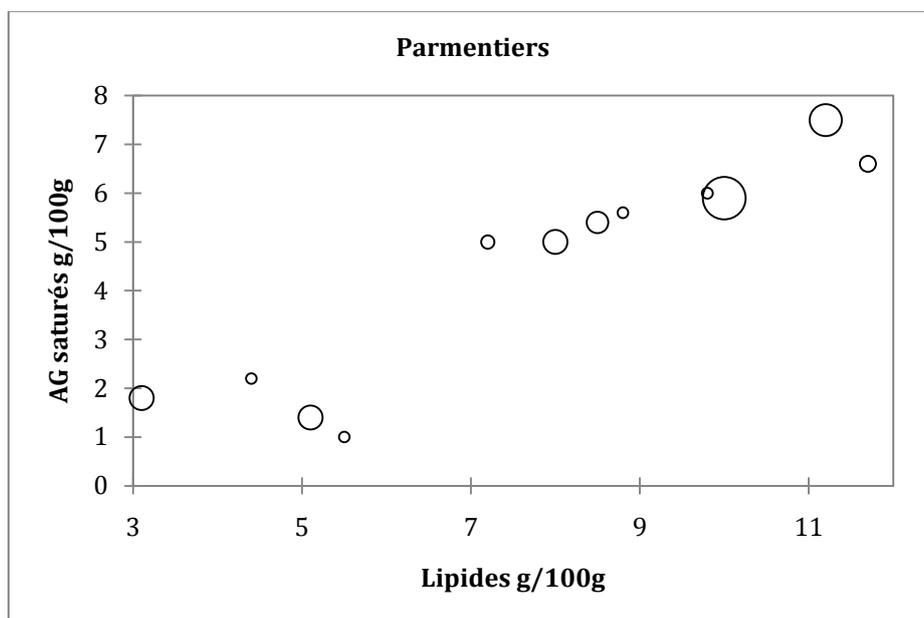


Figure 35 : Combinaison lipides/AGS pour les parmentiers

Parmi les références les plus vendues de l'échantillon étudié, certaines ont des teneurs en lipides et en AGS parmi les plus élevées de la catégorie, supérieures aux 3<sup>èmes</sup> quartiles ( $q_3=9,8$  g/100g pour les lipides et  $q_3=5,9$  g/100g pour les AGS).

Pour les pâtes fraîches, on observe une corrélation positive entre les lipides et les AGS ( $R^2=0,8$ ) (figure 36).

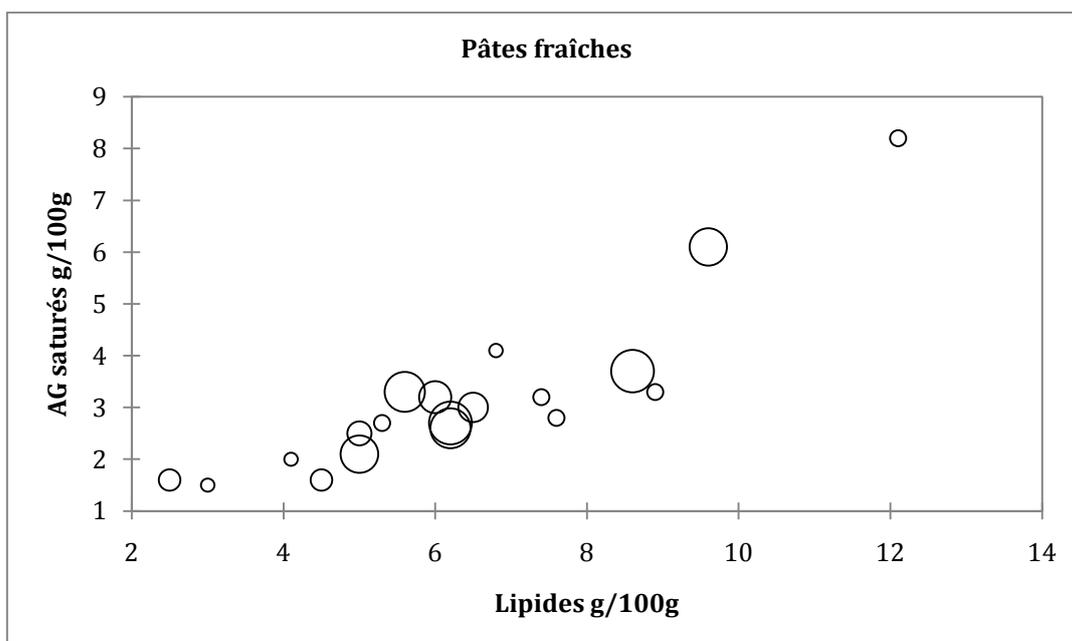


Figure 36 : Combinaison lipides/AGS pour les pâtes fraîches

Pour les produits exotiques, on observe une dispersion du nuage de points pour les combinaisons lipides/AGS ( $R^2=0,4$ ) et glucides/sucres (figures 37 et 38).

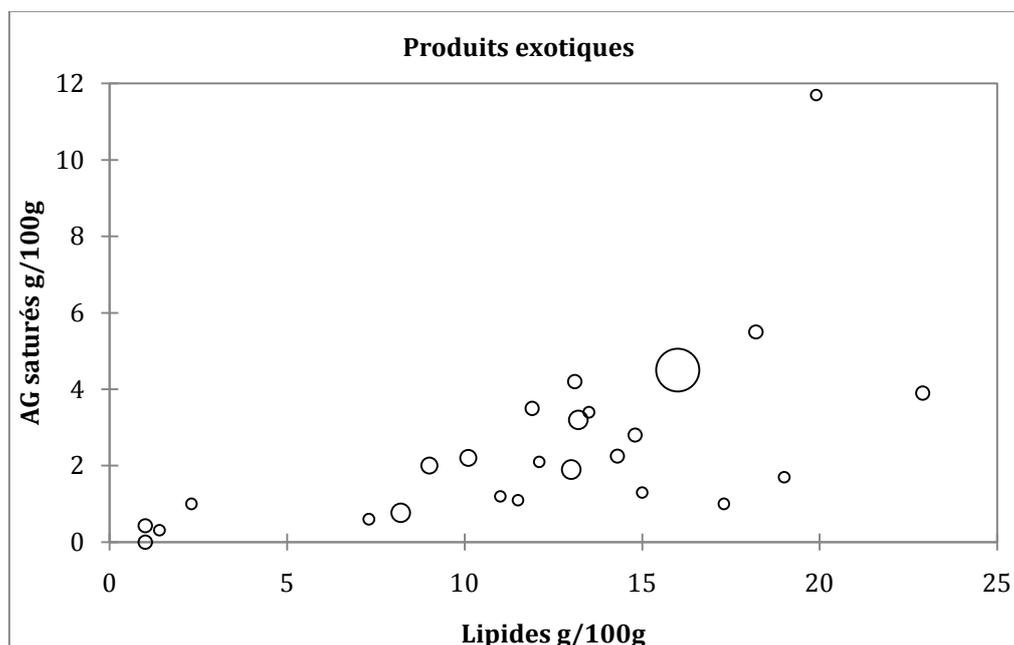


Figure 37 : Combinaison lipides/AGS pour les produits exotiques

La référence la plus vendue de l'échantillon étudié a des teneurs en lipides et en AGS parmi les plus élevées de la catégorie, supérieures aux 3<sup>èmes</sup> quartiles ( $q_3=13,9$  g/100g pour les lipides et  $q_3=3,1$  g/100g pour les AGS).

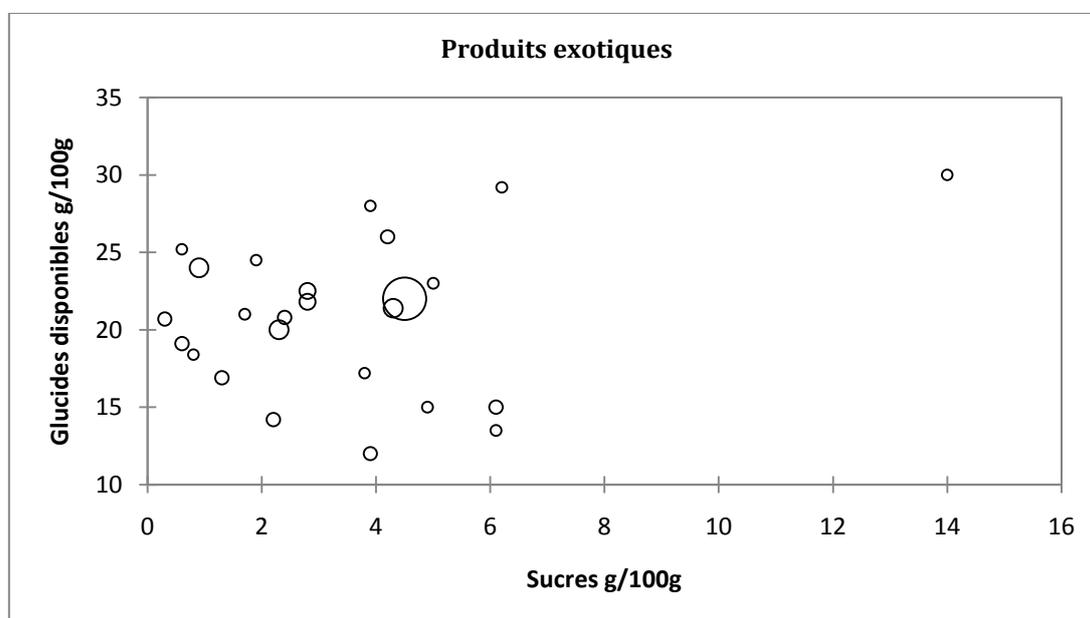


Figure 38 : Combinaison glucides/sucres pour les produits exotiques

La référence la plus vendue de l'échantillon étudié a une teneur en sucres parmi les plus élevées de la catégorie, supérieure au 3<sup>e</sup> quartile ( $q_3=2,9$  g/100g).

Pour les salades à base de féculents, on observe une dispersion du nuage de points pour la combinaison glucides/fibres (figure 39).

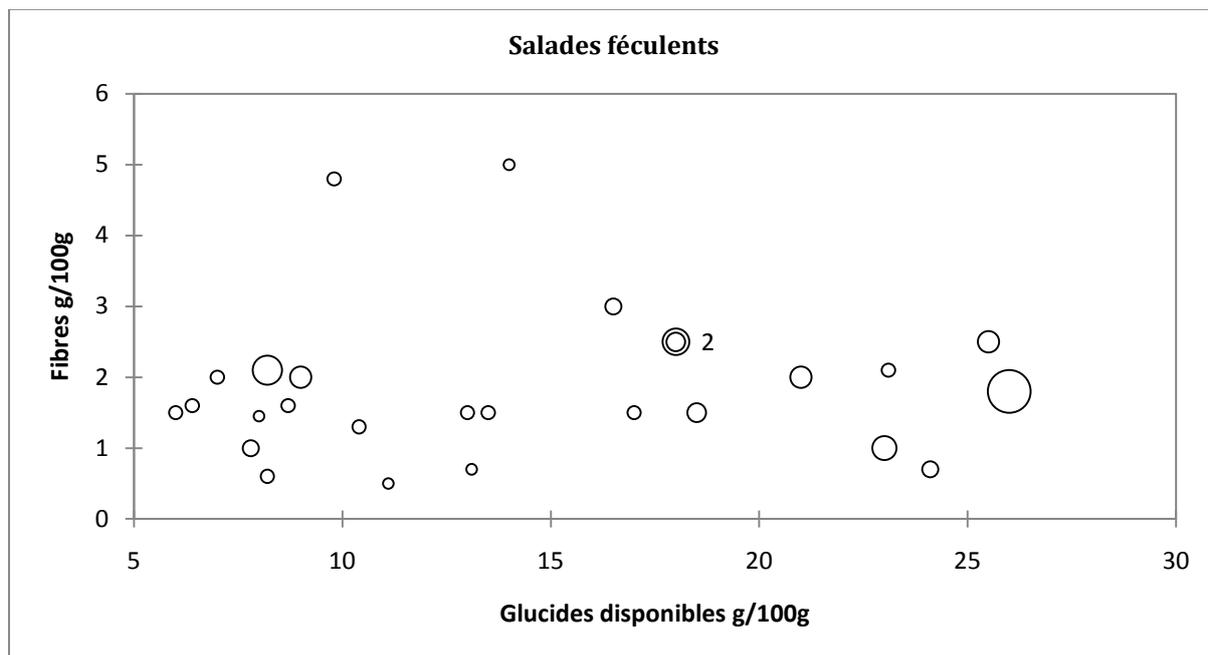


Figure 39 : Combinaison glucides/fibres pour les salades à base de féculents

La référence la plus vendue de l'échantillon étudié a une teneur en glucides parmi les plus élevées de la catégorie, supérieure au 3<sup>e</sup> quartile ( $q_3=23$  g/100g).

Pour les tartinales salés, on distingue les taramas, qui ont des teneurs en lipides plus élevées que les autres références de la catégorie (figure 40).

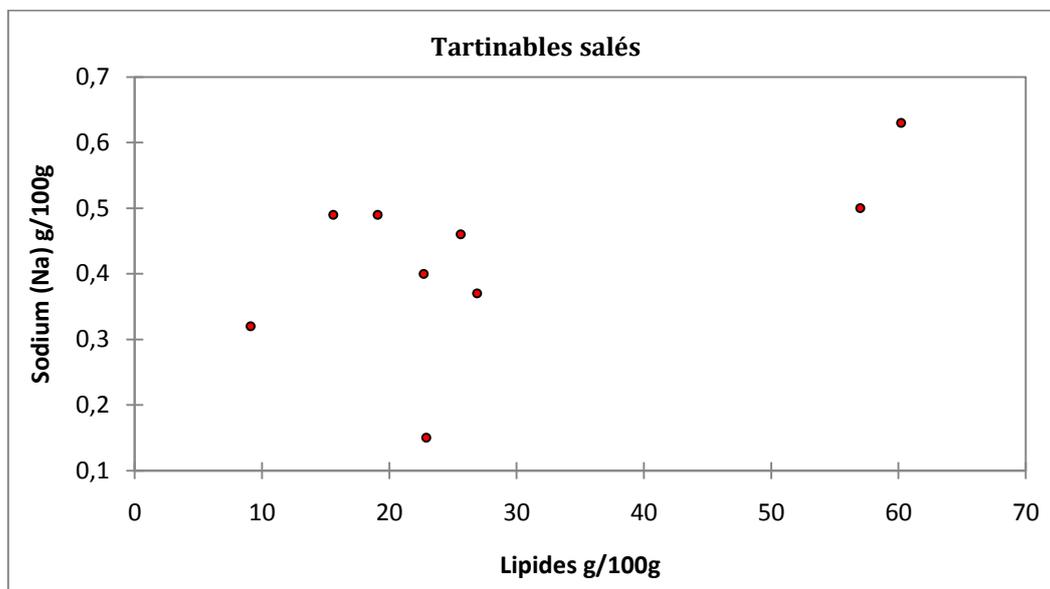


Figure 40 : Combinaison lipides/sodium pour les tartinales salés

Pour les viandes-féculents, on observe une corrélation positive entre les lipides et les AGS ( $R^2=0,78$ ) (figure 41).

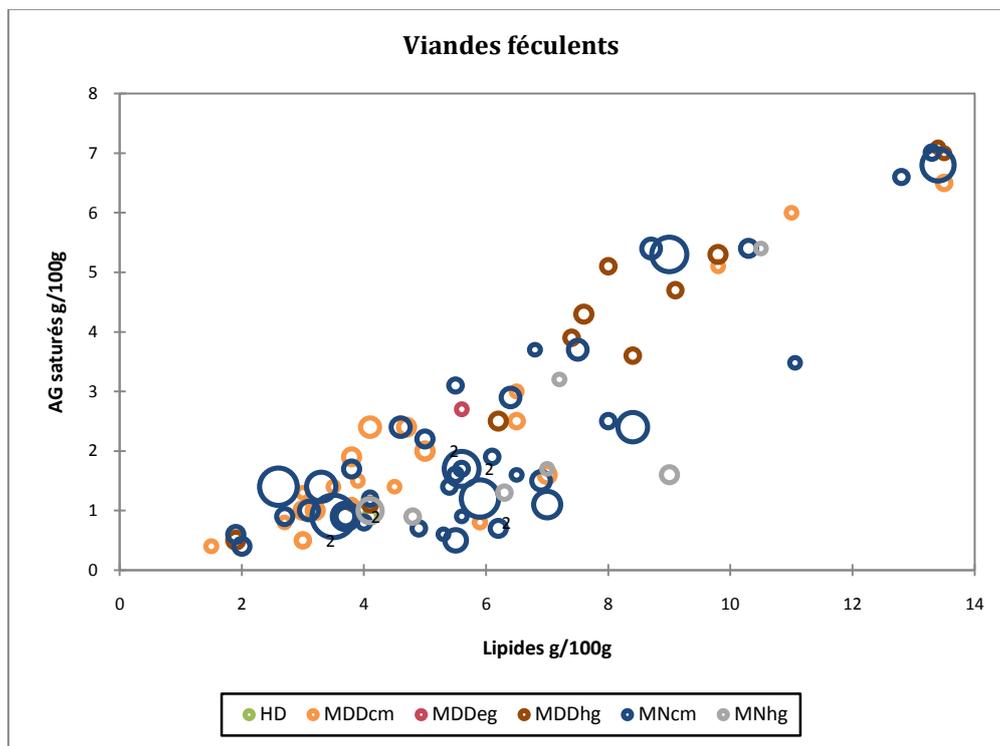


Figure 41 : Combinaison AGS/lipides pour les viandes-féculents

Pour les viandes-légumes, on observe une corrélation positive entre les lipides et les AGS ( $R^2=0,53$ ) (figure 42).

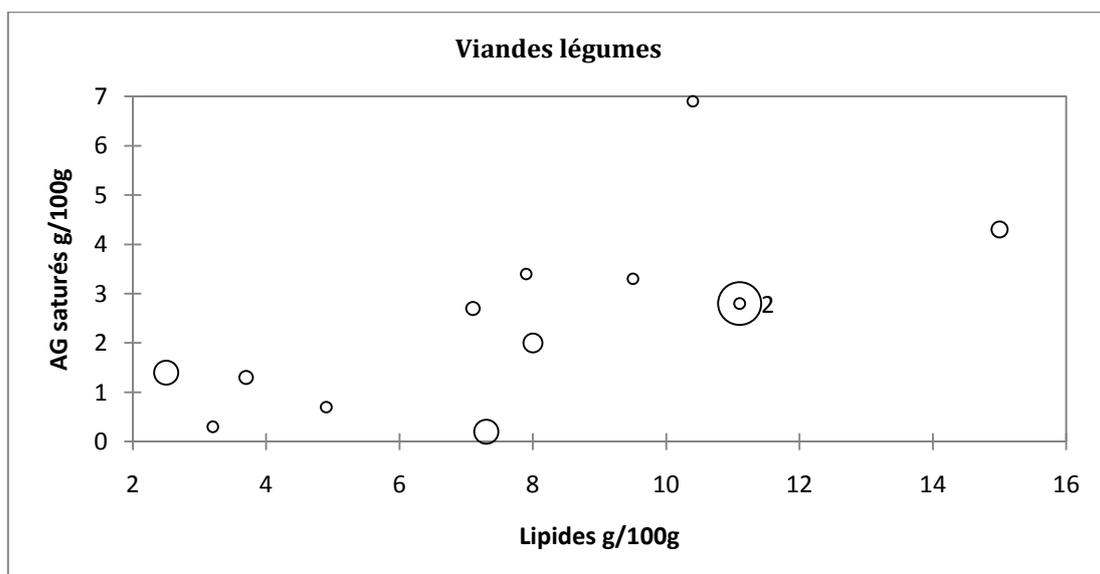


Figure 42 : Combinaison AGS/lipides pour les viandes-légumes

La référence la plus vendue de l'échantillon étudié présente une teneur en lipides parmi les plus élevées de la catégorie, supérieure au 3<sup>e</sup> quartile ( $q_3=10$  g/100g).

**Conclusions :**

**Pour l'échantillon étudié, les traitements réalisés ont permis de montrer qu'à l'échelle de la famille, on observe une corrélation positive entre :**

- **les lipides et les acides gras saturés pour 5 familles (féculents cuisinés, parmentiers, pâtes fraîches, viandes-féculents et viandes-légumes) parmi les 9 pour lesquelles cette combinaison a été testée ;**
- **les lipides et le sodium pour 1 famille seulement (légumes cuisinés) parmi les 13 pour lesquelles cette combinaison a été testée.**

**Aucune corrélation n'a été identifiée pour les autres couples de nutriments testés.**

## 4. CONCLUSIONS ET PERSPECTIVES

Pour l'année 2009, 981 références de produits traiteurs frais sont enregistrées dans la base Oqali : 47% sont des produits à marque de distributeurs (MDD), 44% des produits à marque nationale (MN) et 9% des produits hard discount (HD). Les données ont été classées en 6 segments de marché : MN cœur de marché et haut de gamme (MNcm et MNhg), MDD cœur de marché, entrée de gamme et haut de gamme (MDDcm, MDDeg et MDDhg), hard discount (HD). Au niveau de détail le plus fin, le secteur compte 36 catégories de produits. Pour quelques traitements, plusieurs familles ont été regroupées lorsque le nombre de références disponibles était trop faible. Les produits suivis sont, par exemple, les plats cuisinés à base de viandes-féculents, les pâtes fraîches, les salades, les sandwiches, les couscous, les choucroutes, les lasagnes, ...

Les conclusions faites sur le secteur des produits traiteurs frais concernent uniquement les données disponibles dans la base Oqali (représentant 30% du marché 2009 en volume) et ne peuvent donc pas être appliquées à l'ensemble du secteur.

### 4.1 Etude de l'étiquetage

#### Au niveau du secteur

L'étude des paramètres d'étiquetage concerne 878 produits pour lesquels l'Oqali dispose des emballages. Cette étude montre que, sur le secteur, 86% des produits présentent un étiquetage nutritionnel. En particulier, la majorité des produits (58%) propose un étiquetage de groupe 2/2+.

34 produits (4% du secteur) présentent au moins une allégation (nutritionnelle et/ou de santé). Parmi ces produits, 23 proposent au moins une allégation nutritionnelle (soit 3% du secteur).

40 allégations sur 59 relevées sont des allégations nutritionnelles. Les allégations nutritionnelles les plus fréquentes portent sur les matières grasses et les graisses saturées : 35% d'allégations nutritionnelles relevées sont du type « faible teneur en matières grasses » et 18% du type « faible teneur en graisses saturées ».

72% des produits indiquent une portion. Les tailles de ces portions sont très variables d'une famille à l'autre (elles s'étalent de 23 g à 500 g) et sont logiquement liées à la diversité des produits au sein du secteur.

55% des produits avec étiquetage nutritionnel présentent des valeurs nutritionnelles à la portion.

55% des références du secteur affichent des repères nutritionnels et 26% des produits possèdent au moins une recommandation de consommation.

#### Au niveau des segments de marché

Les produits à marque de distributeurs sont les plus renseignés concernant le groupe d'étiquetage nutritionnel (70% des références avec étiquetage 2/2+ vs 51% pour les marques

nationales et 19% pour les HD). Les références MN, quant à elles, affichent plus de portions indiquées (87% des références vs 68% pour les MDD et 39% pour les HD), plus de valeurs nutritionnelles à la portion (73% des références avec étiquetage nutritionnel vs 46% pour les MDD et 23% pour les HD), plus de recommandations de consommation (53% des références vs 12% pour les MDD) et plus de repères nutritionnels (66% des références vs 55% pour les MDD et 18% pour les HD). De la même manière, les MN comptent plus de produits avec allégations nutritionnelles (6% des références vs 2% pour les MDD). Les références HD ne proposent ni d'allégations nutritionnelles ni de recommandations de consommation.

Au niveau des gammes, les conclusions dépendent du segment de marché considéré. Au sein des marques nationales, les produits haut de gamme sont systématiquement mieux renseignés que les produits cœur de marché : plus d'étiquetage nutritionnel du groupe 2/2+ (respectivement 80% et 49% des références), plus d'indication de portions (respectivement 92% vs 86% des références), plus de valeurs nutritionnelles à la portion (respectivement 92% vs 71% des références avec étiquetage nutritionnel), plus de recommandations de consommation (respectivement 84% vs 51% des références) et plus de repères nutritionnels (respectivement 88% vs 64% des références). Au sein des MDD, les références haut de gamme affichent moins de produits avec valeurs nutritionnelles à la portion par rapport aux produits cœur de marché (respectivement 25% et 53% des références avec étiquetage nutritionnel), moins de produits avec recommandations de consommation (respectivement 9% et 15% des références) et moins de produits avec repères nutritionnels (respectivement 55% et 61% des références).

#### **Au niveau des familles**

Les familles des paëllas et des parmentiers sont les mieux renseignées : la totalité des références de ces familles affiche un étiquetage nutritionnel de groupe 2/2+, des indications de portions et des repères nutritionnels. La famille des tartinables salés est la moins bien renseignée : 50% des références ne présentent pas d'étiquetage nutritionnel et aucun produit de la famille n'affiche d'indication de portion ou de repères nutritionnels. Ceci peut s'expliquer par la taille souvent réduite des emballages.

## **4.2 Etude de la composition nutritionnelle**

Le secteur des produits traiteurs frais est constitué d'un grand nombre de familles de produits, caractérisées par une grande diversité de recettes. Ainsi, la composition nutritionnelle des produits est très variable d'une famille à l'autre mais aussi au sein d'une même famille.

La variabilité de composition nutritionnelle entre les familles est expliquée en premier lieu par la teneur en glucides complexes des produits et en deuxième lieu par le rapport AGS/lipides et par la teneur en lipides des produits.

En particulier, par rapport à l'ensemble de l'échantillon étudié :

- les pâtes fraîches sont caractérisées par de plus fortes teneurs en glucides complexes ;
- les salades composées et les salades à base de crudités se distinguent par des teneurs plus faibles en glucides complexes ;
- les tartinables salés ont de plus faibles teneurs en glucides complexes et de plus fortes teneurs en lipides ;

- les panés et les produits exotiques sont caractérisés par de plus fortes teneurs en lipides ;
- les charcuteries pâtisseries, les snacks et les tartes salées ont de plus fortes teneurs en lipides et des ratios AGS/lipides plus élevés ;
- les gratins, les Hachis Parmentier, les parmentiers et les plats cuisinés poissons/légumes présentent de plus forts ratios AGS/lipides.

Si on se focalise uniquement sur les familles de plats cuisinés, la variabilité de composition nutritionnelle entre les familles est expliquée en premier lieu par le rapport AGS/lipides et par la teneur en glucides complexes des produits et en deuxième lieu par les teneurs en protéines des produits.

En particulier, par rapport à l'ensemble des familles de plats cuisinés de l'échantillon étudié :

- les paëllas, les couscous et les plats cuisinés viandes-féculents sont caractérisés par de plus fortes teneurs en glucides complexes et en protéines ;
- les plats cuisinés poissons-féculents, les spaghettis bolognaise et les tagliatelles carbonara sont caractérisés par de plus fortes teneurs en glucides complexes ;
- les plats cuisinés viandes-légumes présentent de plus faibles teneurs en glucides complexes et de plus fortes teneurs en protéines ;
- les plats cuisinés poissons-légumes se distinguent par de plus faibles teneurs en glucides complexes, de plus fortes teneurs en lipides et de plus forts ratios AGS/lipides ;
- les gratins et les Hachis Parmentier se caractérisent par de plus forts rapports AGS/lipides ;
- les parmentiers se distinguent par de plus fortes teneurs en protéines et de plus forts ratios AGS/lipides.

Pour l'échantillon étudié, à l'échelle de la famille, on observe une corrélation positive entre :

- les lipides et les acides gras saturés pour 5 familles (féculents cuisinés, parmentiers, pâtes fraîches, viandes-féculents et viandes-légumes) parmi les 9 pour lesquelles cette combinaison a été testée ;
- les lipides et le sodium pour 1 famille seulement (légumes cuisinés) parmi les 13 pour lesquelles cette combinaison a été testée.

Enfin, on observe une variabilité intra-famille des teneurs en nutriments : les coefficients de variation s'étalent entre 0% et 173% selon les nutriments et les familles. Elle est particulièrement nette pour les familles et nutriments suivants :

- les tartinables salés, pour les teneurs en lipides et en protéines ;
- les pâtes fraîches, les salades à base de féculents et les plats cuisinés à base de viandes-féculents, pour les teneurs en glucides et en sodium ;
- les féculents cuisinés, pour les teneurs en glucides ;
- les pizzas, les produits exotiques et les snacks, pour les teneurs en sodium ;
- les gratins, les parmentiers et les sandwiches pour les teneurs en AGS ;
- les tartes salées pour les teneurs en AGS et sodium.

Cette variabilité de composition nutritionnelle à l'échelle de la famille peut ouvrir des pistes de réflexion pour l'amélioration des caractéristiques nutritionnelles des produits. Le partenariat avec les professionnels du secteur est important pour identifier les contraintes, par exemple, technologiques, sensorielles, économiques ou réglementaires et donc envisager les marges de manœuvre possibles.

### **4.3 Perspectives**

La priorité de l'Oqali est d'améliorer la couverture du secteur, en mobilisant plusieurs leviers :

- renforcer les partenariats avec les enseignes, notamment pour les produits à marque de distributeur et hard discount ;
- réaliser des analyses de composition nutritionnelle, notamment pour les produits mal renseignés.

Cette étude constitue un état des lieux à  $T_0$  des caractéristiques nutritionnelles et des paramètres d'étiquetage des produits du secteur. Ainsi, ce bilan sera utilisé comme référence pour le suivi des évolutions des indicateurs étudiés pour ce secteur.

La fréquence des bilans dépendra du rythme d'évolution du secteur et sera décidée en collaboration avec le groupe de travail sectoriel.

## **Annexe 1 : Liste des traitements**

### **Etude des paramètres d'étiquetage**

Groupes d'étiquetage nutritionnel

Allégations nutritionnelles et de santé

Portions indiquées

Valeurs nutritionnelles à la portion

Repères nutritionnels

Recommandations pour une alimentation équilibrée

### **Etude de la composition nutritionnelle**

Caractéristiques nutritionnelles des familles de produits

Teneurs en nutriments pour le secteur

Teneurs en nutriments par famille de produits

Comparaison inter et intra familles de produits

Comparaison des teneurs moyennes en nutriments avec et sans pondération par les parts de marché

Combinaisons de nutriments pour le secteur

Combinaisons de nutriments avec et sans pondération par les parts de marché

## Annexe 2 : Lexique

### Allégation

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

### Allégation de santé

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

Les allégations de santé fonctionnelles sont des allégations qui décrivent ou mentionnent :

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

### Allégation nutritionnelle

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

En particulier, dans les rapports sectoriels effectués par l'Oqali, ont été considérées comme « allégations nutritionnelles » toutes les allégations remplissant les conditions d'utilisation de l'annexe du règlement (CE) n°1924/2006 du parlement européen actuellement en vigueur.

### Etiquetage nutritionnel

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

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

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

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

### **Famille de produits**

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

### **Portion indiquée**

Les portions indiquées regroupent :

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

### **Produit**

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

### **Recommandations de consommation**

Ce sont toutes les recommandations relatives à l'accompagnement conseillé dans le cadre d'un repas équilibré (petit-déjeuner, déjeuner, goûter, apéritif, dîner). Généralement, elles informent le consommateur sur l'intégration du produit étudié dans une alimentation équilibrée.

### **Recommandations nutritionnelles générales**

Ce sont toutes les recommandations qui fournissent des informations de base sur l'alimentation et la nutrition. Par exemple, elles sont du type : « nombre de portions recommandées par jour : au moins 5 portions de fruits et légumes ; 6 portions de pain, pâtes, riz, légumes secs ; 1 à 2 portions de viandes, poissons, œufs ; 3 produits laitiers ».

### **Repères nutritionnels**

Les repères nutritionnels pris en compte dans le cadre de l'Oqali rassemblent toutes les icônes de type % des RNJ (Repères Nutritionnels Journaliers), % des ANC (Apports Nutritionnels Conseillés), cadrans, cartouches, curseurs, échelles, nutri-pass ou camembert présentes sur

l'emballage du produit. Ils symbolisent l'apport en kcal et/ou en nutriments d'une portion donnée du produit pour un type de consommateur (par exemple, adulte dont les besoins journaliers sont de 2000 kcal).

### **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 tous les traitements réalisés dans les études sectorielles, chaque secteur a été divisé en 3 segments de marché :

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

Une ventilation plus fine et au cas par cas a pu être définie au sein de chaque rapport sectoriel, afin de distinguer éventuellement les produits en gammes :

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

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

### **Valeurs nutritionnelles à la portion**

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

## **Annexe 3 : Caractéristiques nutritionnelles des familles de produits - Analyse factorielle discriminante (AFD)**

Ce traitement permet de mettre en évidence les indicateurs nutritionnels qui expliquent au mieux l'affectation des références au sein des différentes familles. Il permet également d'étudier l'homogénéité de la composition nutritionnelle au sein des familles telles que définies par le groupe de travail.

Une première AFD sur les données 2009 a été réalisée sur l'ensemble des familles du secteur des produits traiteurs frais (hors blinis, crêpes, desserts, choucroutes, lasagnes au saumon, sauces, autres salades et autres produits traiteurs de la mer, présentant trop peu d'individus). Les variables prises en compte sont les suivantes : famille d'affectation, teneurs en protéines, sucres, glucides complexes, lipides, fibres, sodium et proportion d'AGS par rapport aux lipides (AGS/lipides).

Sur les 888 références appartenant aux familles concernées, 545 ont été prises en compte dans le traitement. Il s'agit des produits pour lesquels l'ensemble des nutriments impliqués dans l'AFD est renseigné, c'est-à-dire les références présentant un étiquetage nutritionnel de groupe 2.

### **Résultats de l'AFD descriptive**

Les deux premiers axes factoriels construits par l'AFD permettent d'expliquer 79% de la variance totale observée (64% pour le premier axe et 15% pour le deuxième axe).

Le premier axe est majoritairement construit par la variable glucides complexes. Il oppose la famille des pâtes fraîches, caractérisées par de plus fortes teneurs en glucides complexes et les familles de salades composées, salades crudités et tartinables, avec de plus faibles teneurs en glucides complexes.

Le deuxième axe est construit principalement par les variables lipides et AGS/lipides. Il distingue :

- les familles des tartinables, panés et produits exotiques, caractérisées par de plus fortes teneurs en lipides ;
- les familles des charcuteries pâtisseries, snacks et tartes salées, avec de plus fortes teneurs en lipides et des ratios AGS/lipides plus élevés ;
- les familles des gratins, Hachis Parmentier, parmentiers et les plats cuisinés poissons-légumes, avec de plus forts rapports AGS/lipides.

La figure 43 schématise le positionnement relatif des différentes familles prises en compte dans l'AFD, dans le repère construit par les axes 1 et 2.

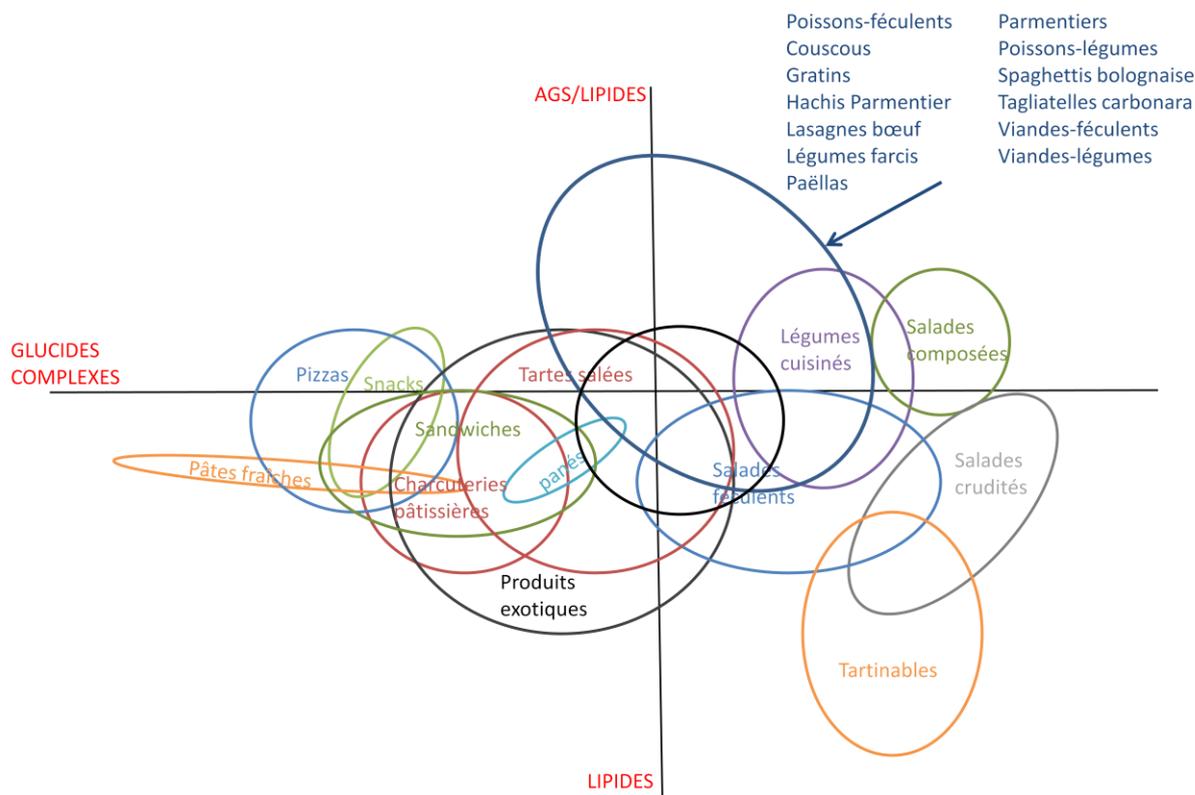


Figure 43 : Positionnement des familles de produits traiteurs frais au sein du repère construit par les axes 1 et 2 de l'AFD

### Résultat du test de prédiction des familles

Pour la majorité des familles prises en compte dans l'AFD (21 sur 28), le taux de références correctement classées selon les indicateurs nutritionnels mis en évidence par l'AFD est supérieur à 50% (tableau 9). La famille des autres produits traiteurs frais, très hétérogène, présente logiquement un faible taux de prédiction. Des erreurs de prédiction sont notamment décelées entre les féculents cuisinés et les produits contenant des féculents (Hachis Parmentier, salades féculents, paëllas, tagliatelles carbonara) et entre les couscous et les plats cuisinés à base de viandes accompagnés de féculents ou de légumes.

**Tableau 9 : Prédiction de l'affectation en familles par l'AFD au sein du secteur des produits traiteurs frais**

Famille	Nombre d'individus pris en compte dans l'AFD	Proportion de références « bien classées »	Famille d'affectation si prédiction incorrecte
autres produits traiteurs frais	6	17%	poissons-légumes, panés, produits exotiques, tartes salées
charcuteries pâtisseries	9	100%	
snacks	11	81,8%	
légumes cuisinés	10	60%	
panés	17	100%	
pâtes fraîches	23	78,3%	
pizzas	37	67,6%	
couscous	14	35,7%	poissons-féculents, viandes-féculents, viandes-légumes
féculents cuisinés	24	12,5%	Hachis Parmentier, salades féculents, paëllas, tagliatelles carbonara
gratins	20	60%	
Hachis Parmentier	15	60%	
lasagnes de bœuf	9	33%	Hachis Parmentier, couscous, spaghettis bolognaise, tagliatelles carbonara, viandes-féculents
légumes farcis-riz	8	50%	
paëllas	10	90%	
parmentiers	14	78,6%	
poissons-légumes	5	20%	parmentiers, gratins, tartes salées
poissons-féculents	52	38,5%	gratins, paëllas
spaghettis bolognaise	6	83,3%	
tagliatelles carbonara	6	50%	
viandes-féculents	108	21,3%	couscous, paëllas, poissons-féculents, gratins
viandes-légumes	16	68,8%	
produits exotiques	29	55,2%	
salades composées	10	100%	
salades de crudités	22	90,9%	
salades de féculents	31	77,4%	
sandwiches	15	73,3%	
tartinables	9	66,7%	
tartes salées	19	57,9%	

Afin d'affiner l'analyse réalisée sur l'ensemble du secteur, une deuxième AFD a été réalisée en considérant les mêmes variables et en se concentrant uniquement sur les familles de plats cuisinés : couscous, gratins, Hachis Parmentier, lasagnes de bœuf, légumes farcis-riz, paëllas, parmentiers, poissons-légumes, poissons-féculents, spaghettis bolognaise, tagliatelles carbonara, viandes-féculents, viandes-légumes.

Sur les 345 références appartenant aux familles concernées, 283 ont été prises en compte dans le traitement.

## Résultats de l'AFD descriptive

Les deux premiers axes factoriels construits par l'AFD permettent d'expliquer 73% de la variance totale observée (45% pour le premier axe et 28% pour le deuxième axe).

Le premier axe est majoritairement construit par les variables glucides complexes et rapport AGS/lipides. Il distingue :

- les familles des paëllas, poissons-féculeux, spaghettis bolognaise, tagliatelles carbonara, couscous et viandes-féculeux, caractérisées par de plus fortes teneurs en glucides complexes ;
- la famille des viandes-légumes, avec de plus faibles teneurs en glucides complexes ;
- la famille des poissons-légumes, avec de plus faibles teneurs en glucides complexes et de plus forts ratios AGS/lipides;
- les familles des gratins, Hachis Parmentier et parmentiers, caractérisées par de plus forts rapports AGS/lipides.

Le deuxième axe est construit principalement par les variables glucides complexes et protéines. Il oppose les familles des couscous, paëllas, parmentiers, poissons-légumes, viandes-féculeux et viandes-légumes aux autres familles. Celles-ci se distinguent par de plus fortes teneurs en protéines.

La figure 44 schématise le positionnement relatif des différentes familles prises en compte dans l'AFD, dans le repère construit par les axes 1 et 2.

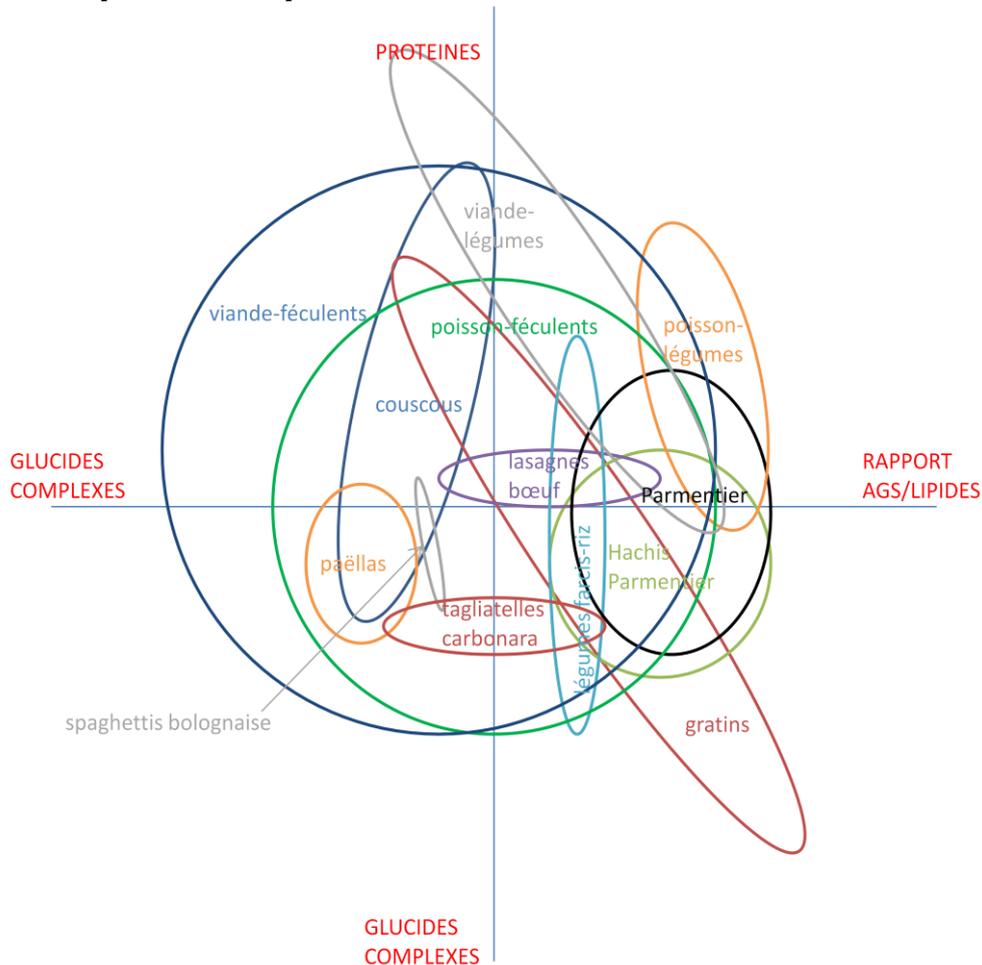


Figure 44 : Positionnement des familles de plats cuisinés au sein du repère construit par les axes 1 et 2 de l'AFD

## Résultat du test de prédiction des familles

Pour la majorité des familles prises en compte dans l'AFD (8 sur 13), le taux de références correctement classées selon les indicateurs nutritionnels mis en évidence par l'AFD est supérieur à 50% (tableau 10).

**Tableau 10 : Prédiction de l'affectation en familles par l'AFD au sein du secteur des plats cuisinés**

Famille	Nombre d'individus pris en compte dans l'AFD	Proportion de références « bien classées »	Famille d'affectation si prédiction incorrecte
couscous	14	28,6%	viandes-féculents, poissons-féculents, spaghettis bolognaise, viandes-légumes
gratins	20	60%	
Hachis Parmentier	15	53,3%	
lasagnes de bœuf	9	22,2%	gratins, viandes-féculents, spaghettis bolognaise, tagliatelles carbonara, couscous
légumes farcis-riz	8	75%	
paëllas	10	90%	
parmentiers	14	78,6%	
poissons-légumes	5	20%	parmentiers, gratins, viandes-légumes
poissons-féculents	52	28,9%	paëllas
spaghettis bolognaise	6	66,7%	
tagliatelles carbonara	6	83,3%	
viandes-féculents	108	23,15%	couscous, paëllas
viandes-légumes	16	81,25%	

## Annexe 4 : Teneurs en nutriments du groupe 2 par famille de produits traiteurs frais

Tableau 11 : Teneurs moyennes en nutriments du groupe 2 (avec et sans pondération par les parts de marché) par famille

Familles	Nb d'individus	Energie Kcal/100g			Protéines g/100g			Glucides g/100g			Sucres g/100g			Lipides g/100g			AG saturés g/100g			Fibres g/100g			Sodium g/100g		
		Nb obs	Moy	Moy (PDM)	Nb obs	Moy	Moy (PDM)	Nb obs	Moy	Moy (PDM)	Nb obs	Moy	Moy (PDM)	Nb obs	Moy	Moy (PDM)	Nb obs	Moy	Moy (PDM)	Nb obs	Moy	Moy (PDM)	Nb obs	Moy	Moy (PDM)
<b>Autres produits</b>	10	8	207	148	8	10,8	16,1	8	11,8	5,5	8	2,7	2,1	8	13,0	6,8	8	4,7	1,3	6	3,2	7,6	8	0,57	0,66
<b>Autres produits traiteurs de la mer</b>	25	25	158	116	25	14,1	7,8	25	7,6	4,6	4	1,5	1,6	25	7,7	7,4	4	6,4	4,6	4	1,4	1,2	5	0,36	0,37
<b>Charcuteries pâtisseries</b>	36	17	291	278	17	8,0	7,9	17	24,9	24,6	9	2,9	3,2	17	17,8	16,6	9	10,2	10,1	10	1,8	1,6	10	0,50	0,47
<b>Snacks</b>	18	14	251	248	14	11,5	11,2	14	24,7	24,7	11	2,4	2,3	14	11,7	11,5	11	6,0	6,2	11	2,3	2,2	11	0,67	0,68
<b>Blinis</b>	4	4	232	257	4	6,1	5,8	4	31,1	29,9	2	3,6	3,5	4	9,2	12,6	2	3,0	2,7	2	2,9	2,9	2	0,52	0,53
<b>Crêpes</b>	28	25	189	194	25	7,8	9,2	25	22,7	18,7	2	0,8	1,3	25	7,4	9,2	2	5,9	6,7	2	1,4	1,5	4	0,57	0,74
<b>Desserts</b>	7	3	252		3	3,5		3	29,0		2	20,6		3	12,9		2	8,6		2	4,2		2	0,05	
<b>Légumes cuisinés</b>	10	10	93	76	10	3,5	2,9	10	10,4	9,9	10	4,2	4,5	10	4,1	2,8	10	1,3	0,9	10	2,7	2,6	10	0,36	0,34
<b>Panés</b>	7	7	229		7	12,9		7	16,3		7	1,9		7	12,6		7	3,0		7	0,5		7	0,66	
<b>Pâtes fraîches</b>	35	30	251	262	30	10,6	11,9	30	37,3	38,4	23	2,8	3,4	30	6,5	6,7	23	2,9	3,2	23	2,6	2,9	23	0,55	0,55
<b>Pizzas</b>	68	62	237	234	62	10,8	11,1	62	28,1	26,5	37	3,0	2,2	62	9,0	9,2	37	4,5	4,9	37	2,9	4,0	37	0,66	0,62
<b>Choucroutes</b>	7	6	121	111	6	5,2	4,8	6	3,6	5,2	3	1,3	2,5	6	9,7	8,1	3	3,3	1,8	3	3,9	3,1	3	0,57	0,52
<b>Couscous</b>	20	20	138	137	20	8,2	8,0	20	11,7	11,4	16	1,9	2,2	20	6,4	6,7	17	2,0	2,0	14	2,1	2,0	17	0,37	0,36
<b>Féculeux cuisinés</b>	34	32	146	147	32	5,0	5,8	32	17,3	20,0	24	1,8	1,8	32	6,4	4,8	24	2,9	1,3	24	2,2	2,5	25	0,36	0,38
<b>Gratins</b>	25	23	129	134	23	5,6	5,8	23	10,7	11,0	21	1,9	2,0	23	7,0	7,4	21	3,9	4,2	20	1,5	1,4	21	0,36	0,36
<b>Hachis Parmentier</b>	21	21	146	154	21	6,1	6,7	21	9,5	8,6	16	1,6	2,0	21	9,3	10,2	16	5,6	6,1	15	1,8	1,4	17	0,32	0,36
<b>Lasagnes bœuf</b>	14	12	136	137	12	6,7	6,9	12	12,9	13,7	9	2,9	3,2	12	6,4	6,0	9	2,9	3,0	9	1,7	1,3	9	0,38	0,35
<b>Lasagnes saumon</b>	3	3	146	142	3	7,6	7,3	3	13,4	13,3	3	2,7	2,6	3	6,9	6,6	3	2,6	2,6	3	1,3	1,2	3	0,41	0,42

Familles	Nb d'individus	Energie Kcal/100g			Protéines g/100g			Glucides g/100g			Sucres g/100g			Lipides g/100g			AG saturés g/100g			Fibres g/100g			Sodium g/100g		
		Nb obs	Moy	Moy (PDM)	Nb obs	Moy	Moy (PDM)	Nb obs	Moy	Moy (PDM)	Nb obs	Moy	Moy (PDM)	Nb obs	Moy	Moy (PDM)	Nb obs	Moy	Moy (PDM)	Nb obs	Moy	Moy (PDM)	Nb obs	Moy	Moy (PDM)
Légumes farcis-riz	10	10	111	113	10	4,6	4,5	10	11,9	13,1	9	2,0	1,9	10	5,0	4,7	9	1,8	1,9	8	2,3	2,3	10	0,36	0,37
Paëllas	11	11	149	159	11	8,2	8,3	11	15,4	15,7	10	1,1	1,2	11	6,1	7,0	11	1,7	1,8	10	1,6	1,3	11	0,33	0,34
Parmentiers	16	16	131	136	16	7,2	7,7	16	7,7	7,4	16	2,0	2,1	16	8,0	8,4	16	4,5	5,0	14	1,4	1,4	16	0,33	0,34
Poissons/crustacés légumes	5	5	130	91	5	7,5	5,8	5	4,4	6,7	5	1,7	2,4	5	9,1	4,5	5	3,9	2,4	5	1,4	1,4	5	0,33	0,35
Poissons/crustacés féculents	57	56	130	128	56	6,6	6,9	56	14,4	13,6	53	1,8	1,8	56	5,0	5,1	53	1,8	1,9	52	1,0	0,9	54	0,34	0,33
Spaghettis bolognaise	9	9	122	126	9	5,6	6,2	9	14,7	13,8	7	2,6	2,5	9	4,6	5,3	6	1,6	1,6	6	1,8	1,3	7	0,30	0,30
Tagliatelles carbonara	10	10	161	153	10	6,3	6,2	10	15,0	14,3	8	1,7	1,2	10	8,5	7,8	7	4,0	4,4	6	1,5	1,7	8	0,39	0,39
Viandes féculents	128	128	139	140	128	8,2	7,8	128	12,8	13,7	111	2,5	2,4	128	6,0	5,9	110	2,4	2,3	108	1,6	1,4	120	0,36	0,35
Viandes légumes	19	19	118	125	19	7,8	6,5	19	5,1	5,3	16	2,4	2,5	19	7,3	8,5	16	2,7	2,1	16	2,7	2,1	16	0,37	0,34
Produits exotiques	45	42	213	223	42	8,1	7,0	42	20,8	21,4	30	3,9	3,4	42	10,8	12,2	30	2,4	3,1	29	2,4	2,2	30	0,59	0,67
Autres salades	7	4	262	231	4	8,4	8,8	4	1,6	1,4	1	0,7	0,7	4	24,6	21,1	1	3,0	3,0	1	0,5	0,5	1	0,58	0,58
Salades composées	23	21	123	102	21	5,5	4,4	21	5,6	5,4	10	2,5	3,1	21	8,7	7,0	10	1,4	0,8	10	1,9	2,0	18	0,23	0,21
Salades crudités	49	33	110	111	33	1,4	1,3	33	6,5	6,2	22	3,7	3,7	33	8,7	9,1	22	0,7	0,7	22	2,6	2,7	22	0,35	0,32
Salades féculents	62	45	166	172	45	4,9	4,8	45	16,2	18,5	31	2,2	2,6	45	9,2	8,8	31	1,1	0,9	31	1,9	1,9	31	0,39	0,38
Sandwiches	81	73	250	237	74	10,3	10,4	74	26,7	25,9	15	2,4	2,5	74	11,7	10,7	15	2,9	3,0	15	3,4	3,4	15	0,57	0,53
Sauces	12	12	129		12	2,4		12	3,5		3	0,2		12	11,6		3	7,4		3	3,8		3	0,53	
Tartinables salés	10	10	311	204	10	6,8	6,1	10	4,2	3,7	9	1,8	2,1	10	29,7	18,3	9	3,3	1,9	9	2,3	1,7	9	0,42	0,40
Tartes salées	55	45	240	253	45	7,7	8,0	45	21,9	23,9	19	2,9	2,9	44	13,5	13,4	19	6,5	6,6	19	1,9	1,6	28	0,42	0,40

Cellules en violet : coefficients de variation supérieurs à 30% - Cellules en orange : différence entre moyennes pondérée et non pondérée supérieure à 10%