

Oqali

# SNACKING SURGELE

Pizzas, Tartes, Feuilletés, Crêpes & Galettes, Cakes,  
Sandwiches et Assimilés

Evolution du secteur  
entre 2015 et 2018

## RAPPORT DETAILLE

  
RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE  
*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

  
anses

INRAE



EDITION 2021

## **Liste des intervenants**

### **Coordination de l'étude**

Elena SAUVAGE – Anses

Aurore COUDRAY – Anses

### **Coordination scientifique**

Julie GAUVREAU-BEZIAT – Anses

Jean-Luc VOLATIER – Anses

### **Contribution scientifique**

Hélène MATHIOT – Anses

Olivier DIGAUD – Anses

Barbara DUPLESSIS – Anses

Ce rapport a été validé par le Comité de Pilotage Oqali le 29/10/2021.

## SOMMAIRE

INTRODUCTION .....	15
1. PRESENTATION DU SECTEUR.....	15
1.1. Sources des données .....	16
1.2. Nomenclature.....	16
2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI.....	19
2.1. Couverture du marché.....	19
2.2. Représentativité des segments de marché .....	20
3. EVOLUTION DE L’OFFRE EN NOMBRE DE REFERENCES.....	21
3.1. Evolution de l’offre par famille.....	21
3.2. Evolution de l’offre par segment de marché.....	22
3.3. Evolution de l’offre par segment de marché et par famille .....	23
3.4. Etude du renouvellement de l’offre .....	24
3.5. Les modifications d’étiquetage .....	27
4. EVOLUTION DE L’OFFRE PONDEREE PAR LES PARTS DE MARCHE.....	28
4.1. Evolution de l’offre pondérée par les parts de marché par famille .....	28
4.2. Evolution de l’offre pondérée par les parts de marché par segment de marché .....	30
4.3. Evolution de l’offre pondérée par les parts de marché par sous-groupe.....	31
5. EVOLUTION DES PARAMETRES D’ETIQUETAGE.....	32
6. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES.....	40
6.1. Méthodologie.....	40
6.2. Fréquence d’étiquetage par nutriment suivi.....	42
6.3. Evolution des teneurs en matières grasses.....	44
6.3.1. Evolution des teneurs en matières grasses par famille .....	44
6.3.2. Evolution des teneurs en matières grasses par famille, pour les produits appariés (reformulations).....	48
6.3.3. Evolution des teneurs en matières grasses par famille et sous-groupe .....	54

6.3.4.	Evolution des teneurs en matières grasses par famille et segment de marché...	58
6.3.5.	Synthèse des évolutions des teneurs en matières grasses .....	60
6.4.	Evolution des teneurs en acides gras saturés .....	62
6.4.1.	Evolution des teneurs en acides gras saturés par famille.....	62
6.4.2.	Evolution des teneurs en acides gras saturés par famille, pour les produits appariés (reformulations).....	66
6.4.3.	Evolution des teneurs en acides gras saturés par famille et sous-groupe.....	75
6.4.4.	Evolution des teneurs en acides gras saturés par famille et segment de marché	81
6.4.5.	Synthèse des évolutions des teneurs en acides gras saturés.....	85
6.5.	Evolution des teneurs en sucres.....	87
6.5.1.	Evolution des teneurs en sucres par famille .....	87
6.5.2.	Evolution des teneurs en sucres par famille, pour les produits appariés (reformulations).....	91
6.5.3.	Evolution des teneurs en sucres par famille et sous-groupe.....	99
6.5.4.	Evolution des teneurs en sucres par famille et segment de marché .....	102
6.5.5.	Synthèse des évolutions des teneurs en sucres .....	107
6.6.	Evolution des teneurs en protéines .....	109
6.6.1.	Evolution des teneurs en protéines par famille.....	109
6.6.2.	Evolution des teneurs en protéines par famille, pour les produits appariés (reformulations).....	113
6.6.3.	Evolution des teneurs en protéines par famille et sous-groupe .....	119
6.6.4.	Evolution des teneurs en protéines par famille et segment de marché.....	120
6.6.5.	Synthèse des évolutions des teneurs en protéines.....	121
6.7.	Evolution des teneurs en fibres .....	122
6.7.1.	Evolution des teneurs en fibres par famille.....	122
6.7.2.	Evolution des teneurs en fibres par famille, pour les produits appariés (reformulations).....	126
6.7.3.	Evolution des teneurs en fibres par famille et sous-groupe .....	133
6.7.4.	Evolution des teneurs en fibres par famille et segment de marché.....	137
6.7.5.	Synthèse des évolutions des teneurs en fibres.....	138

6.8.	Evolution des teneurs en sel .....	140
6.8.1.	Evolution des teneurs en sel par famille .....	140
6.8.2.	Evolution des teneurs en sel par famille, pour les produits appariés (reformulations).....	144
6.8.3.	Evolution des teneurs en sel par famille et sous-groupe .....	152
6.8.4.	Evolution des teneurs en sel par famille et segment de marché.....	153
6.8.5.	Synthèse des évolutions des teneurs en sel.....	154
6.9.	Synthèse de l'évolution des valeurs nutritionnelles étiquetées .....	156
7.	EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES PONDEREES PAR LES PARTS DE MARCHE .....	163
7.1.	Méthodologie.....	163
7.2.	Evolution des valeurs nutritionnelles étiquetées pondérées par les parts de marché.....	164
8.	CONTRIBUTIONS DE L'OFFRE ET LA DEMANDE A L'EVOLUTION DE LA QUALITE NUTRITIONNELLE.....	167
8.1.	Méthodologie.....	167
8.2.	Résultats .....	169
9.	TRAITEMENTS SUPPLEMENTAIRES : ETUDE DE LA COMPOSITION NUTRITIONNELLE POUR LA CATEGORIE DES PIZZAS SURGELEES ENTRE 2010 ET 2018 .....	171
9.1.	Méthodologie.....	171
9.2.	Evolution des teneurs en matières grasses au sein de la catégorie des Pizzas surgelées.....	173
9.3.	Evolution des teneurs en acides gras saturés au sein de la catégorie des Pizzas surgelées .....	174
9.4.	Evolution des teneurs en sucres au sein de la catégorie des Pizzas surgelées .....	177
9.5.	Evolution des teneurs en protéines au sein de la catégorie des Pizzas surgelées .....	180
9.6.	Evolution des teneurs en fibres au sein de la catégorie des Pizzas surgelées.....	181
9.7.	Evolution des teneurs en sel au sein de la catégorie des Pizzas surgelées.....	182
9.8.	Synthèse de l'évolution des valeurs nutritionnelles pour la catégorie des Pizzas surgelées .....	184

## Liste des figures

Figure 1 : Comparaison de la répartition du Snacking surgelé par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente et au sein du secteur entier d'après les données Kantar - Panel Worldpanel, pour 2015 et 2018.....	20
Figure 2 : Comparaison de la répartition des produits par famille entre 2015 et 2018 pour le secteur du Snacking surgelé étudié. ....	21
Figure 3 : Comparaison de la répartition des produits étudiés entre segments de marché, en nombre de références en 2015 et en 2018 pour le secteur du Snacking surgelé.....	22
Figure 4 : Décomposition de l'offre du secteur du Snacking surgelé en 2018 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits retirés de 2015.....	24
Figure 5 : Décomposition de l'offre du secteur du Snacking surgelé en 2018 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits retirés de 2015, par famille.....	25
Figure 6 : Décomposition de l'offre du secteur du Snacking surgelé en 2018 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits retirés de 2015, par segment de marché.....	26
Figure 7 : Nombre de produits par type de modification entre 2015 et 2018 sur l'ensemble des produits ayant été modifiés.....	27
Figure 8 : Comparaison des principaux paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur du Snacking surgelé entre 2015 et 2018.....	32
Figure 9 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2015 et 2018 pour la catégorie des Pizzas surgelées. ....	35
Figure 10 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2015 et 2018 pour la catégorie des Quiches et tartes surgelées.....	36
Figure 11 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2015 et 2018 pour la catégorie des Feuilletés surgelés.....	36
Figure 12 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2015 et 2018 pour la catégorie des Sandwiches et apparentés surgelés.....	37
Figure 13 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2015 et 2018 pour la catégorie des Autres snackings surgelés.....	37
Figure 14 : Pourcentage de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une stabilité de la taille de portion indiquée entre 2015 et 2018 au sein du Snacking surgelé étudié.....	38
Figure 15 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié.....	46

Figure 16 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par famille et par année au sein des produits appariés du Snacking surgelé étudié.....	50
Figure 17 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en matières grasses identique entre 2015 et 2018, par famille, au sein du Snacking surgelé étudié.....	52
Figure 18 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille des Pizzas fromages étudiée.....	56
Figure 19 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille des Pains surprises et canapés apéritifs étudiée.....	57
Figure 20 : Variabilité nutritionnelle des teneurs en matières grasses (g/100g) par segment de marché au sein de la famille des Pizzas fromages étudiée.....	59
Figure 21 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par famille et par année au sein des produits du Snacking surgelé étudié. ....	64
Figure 22 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par famille et par année au sein des produits appariés du Snacking surgelé étudié. ....	68
Figure 23 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en acides gras saturés identique entre 2015 et 2018, par famille, au sein du Snacking surgelé étudié.....	70
Figure 24 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés de la famille Tartes aux fromages étudiée.....	72
Figure 25 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés de la famille Tartes aux légumes étudiée.....	73
Figure 26 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés de la famille Assortiments de snacking étudiée.....	74
Figure 27 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille Pizzas jambon fromage étudiée.....	77
Figure 28 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille Pizzas fromages étudiée. ....	78
Figure 29 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille Baguettes et tartines garnies étudiée. ....	79
Figure 30 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille Pains surprises et canapés apéritifs étudiée.....	80
Figure 31 : Variabilité nutritionnelle des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par segment de marché au sein de la famille Pizzas fromages étudiée.....	82
Figure 32 : Variabilité nutritionnelle des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par segment de marché au sein de la famille Baguettes et tartines garnies étudiée. ....	83

Figure 33 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié.....	89
Figure 34 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par famille et par année au sein des produits appariés du Snacking surgelé étudié.....	93
Figure 35 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sucres identique entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié.....	95
Figure 36 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés de la famille Pizzas viandes autres étudiée.....	97
Figure 37 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés de la famille Crêpes et galettes végétariennes étudiée.....	98
Figure 38 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille Pizzas jambon fromage étudiée.....	100
Figure 39 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille Pains surprises et canapés apéritifs étudiée.....	101
Figure 40: Variabilité nutritionnelle des teneurs en sucres (g/100g) par segment de marché au sein de la famille Pizzas légumes étudiée.....	103
Figure 41 : Variabilité nutritionnelle des teneurs en sucres (g/100g) par segment de marché au sein de la famille Crêpes et galettes végétariennes étudiée.....	105
Figure 42 : Variabilité nutritionnelle des teneurs en sucres (g/100g) par segment de marché au sein de la famille Pains surprises et canapés apéritifs étudiée.....	106
Figure 43 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié.....	111
Figure 44 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par famille et par année au sein des produits appariés du Snacking surgelé étudié.....	115
Figure 45 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en protéines identique entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié.....	117
Figure 46 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100g) par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié.....	124
Figure 47 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100g) par famille et par année au sein des produits appariés du Snacking surgelé étudié.....	128
Figure 48 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en fibres identique entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié.....	130
Figure 49 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en fibres des produits appariés de la famille Tartes avec viande ou poisson étudiée.....	132

Figure 50 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille Pizzas jambon fromage étudiée.....	135
Figure 51 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille Pizzas fromages étudiée. ....	136
Figure 52 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié.....	142
Figure 53 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par famille et par année au sein des produits appariés du Snacking surgelé étudié.....	146
Figure 54 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sel identique entre 2015 et 2018, par famille, au sein du Snacking surgelé étudié. ....	148
Figure 55 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en sel des produits appariés de la famille Crêpes et galettes végétariennes étudiée. ....	150
Figure 56 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en sel des produits appariés de la famille Autres sandwiches étudiée. ....	151
Figure 57 : Décomposition de l'évolution des teneurs moyennes pondérées en nutriments d'intérêt entre $t_{n-1}$ et $t_n$ . ....	167
Figure 58 : Illustration de la méthode 1 de transformation des données.....	168
Figure 59 : Illustration de la méthode 2 de transformation des données.....	169

## Liste des tableaux

Tableau 1 : Comparaison de la répartition du nombre de références par segment de marché et par famille pour le secteur du Snacking surgelé entre 2015 et 2018.....	23
Tableau 2 : Comparaison de la répartition des parts de marché par famille pour les références recueillies par l'Oqali associées à un volume de vente en 2015 et en 2018, pour le secteur du Snacking surgelé étudié. ....	29
Tableau 3 : Comparaison de la répartition des parts de marché par segment de marché pour les références recueillies par l'Oqali associées à un volume de vente en 2015 et en 2018, pour le secteur du Snacking surgelé étudié. ....	30
Tableau 4 : Comparaison de la répartition des parts de marché par sous-groupe pour les références recueillies par l'Oqali associées à un volume de vente, pour le secteur du Snacking surgelé étudié.....	31
Tableau 5 : Comparaison des fréquences de présence des paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur du Snacking surgelé entre 2015 et 2018, pour l'ensemble du secteur, par famille de produits et par segment de marché.....	33
Tableau 6 : Fréquence des nutriments concernés par les allégations nutritionnelles pour le secteur du Snacking surgelé, en 2015 et 2018.....	35
Tableau 7 : Fréquence des différents types d'allégations nutritionnelles pour le secteur du Snacking surgelé, en 2015 et en 2018. ....	35
Tableau 8 : Evolutions de tailles de portions indiquées des produits appariés présentant une taille de portion indiquée en 2015 et en 2018 au sein du Snacking surgelé. ....	39
Tableau 9 : Fréquences d'étiquetage des matières grasses, acides gras saturés, sucres, protéines, fibres et sel en 2015 et en 2018 pour le secteur du Snacking surgelé étudié. ....	43
Tableau 10 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié. ....	47
Tableau 11 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du Snacking surgelé étudié.....	51
Tableau 12 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en matières grasses identique par famille au sein du Snacking surgelé étudié. ....	53
Tableau 13 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par famille et par sous-groupe au sein du Snacking surgelé étudié. ....	55
Tableau 14 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par segment de marché et par année au sein de la famille des Pizzas fromages étudiée.....	59
Tableau 15 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses, entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié. ....	61

Tableau 16: Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié. ....	65
Tableau 17 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du Snacking surgelé étudié. ....	69
Tableau 18 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en acides gras saturés identique par famille au sein du Snacking surgelé étudié. ....	71
Tableau 19 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par famille et par sous-groupe au sein du Snacking surgelé étudié. ....	76
Tableau 20 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par segment de marché et par année au sein de la famille Pizzas fromages étudiée. ....	82
Tableau 21 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par segment de marché et par année au sein de la famille Baguettes et tartines garnies étudiée. ....	84
Tableau 22 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés, entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié. ....	85
Tableau 23 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié. ....	90
Tableau 24 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du Snacking surgelé étudié. ....	94
Tableau 25 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sucres identique par famille au sein du Snacking surgelé étudié. ....	96
Tableau 26 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par famille et par sous-groupe au sein du Snacking surgelé étudié. ....	99
Tableau 27 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille Pizzas légumes étudiée. ....	104
Tableau 28 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille Crêpes et galettes végétariennes étudiée. ....	105
Tableau 29 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille Pains surprises et canapés apéritifs étudiée. ....	106
Tableau 30 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres, entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié. ....	108
Tableau 31 : Statistiques descriptives des teneurs en protéines par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié. ....	112
Tableau 32 : Statistiques descriptives des teneurs en protéines par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du Snacking surgelé étudié. ....	116

Tableau 33 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en protéines identique par famille au sein du Snacking surgelé étudié. ....	118
Tableau 34 : Statistiques descriptives des teneurs en protéines par famille et par sous-groupe au sein du Snacking surgelé étudié. ....	119
Tableau 35 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines, entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié. ....	121
Tableau 36 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié. ....	125
Tableau 37 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du Snacking surgelé étudié. ....	129
Tableau 38 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en fibres identique par famille au sein du Snacking surgelé étudié. ....	131
Tableau 39 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par famille et par sous-groupe au sein du Snacking surgelé étudié. ....	134
Tableau 40 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en fibres, entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié. ....	139
Tableau 41 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié. ....	143
Tableau 42 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du Snacking surgelé étudié. ....	147
Tableau 43 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sel identique par famille au sein du Snacking surgelé étudié. ....	149
Tableau 44 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par famille et par sous-groupe au sein du Snacking surgelé étudié. ....	152
Tableau 45 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel, entre 2015 et 2018, au sein des produits du Snacking surgelé étudié. ....	155
Tableau 46 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, fibres et sel entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié. ....	158
Tableau 47 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, protéines, fibres et sel pondérées par les parts de marché, entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié. ....	165
Tableau 48 : Evolution des moyennes pondérées entre 2015 et 2018 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs selon la méthode 1. ....	169
Tableau 49 : Evolution des teneurs moyennes en matières grasses par famille entre 2010 et 2018 au sein de la catégorie des Pizzas surgelées. ....	173

Tableau 50 : Evolution des teneurs moyennes en acides gras saturés par famille entre 2010 et 2018 au sein de la catégorie des Pizzas surgelées.....	174
Tableau 51 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre 2010 et 2018 au sein de la famille des Pizzas jambon fromage.....	175
Tableau 52 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre 2010 et 2018 au sein de la famille des Pizzas fromages. ....	176
Tableau 53 : Evolution des teneurs moyennes en sucres par famille entre 2010 et 2018 au sein de la catégorie des Pizzas surgelées. ....	177
Tableau 54 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre 2010 et 2018 au sein de la famille des Pizzas jambon fromage.....	178
Tableau 55 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre 2010 et 2018 au sein de la famille des Pizzas charcuterie.....	179
Tableau 56 : Evolution des teneurs moyennes en protéines par famille entre 2010 et 2018 au sein de la catégorie des Pizzas surgelées.....	180
Tableau 57 : Evolution des teneurs moyennes en fibres par famille entre 2010 et 2018 au sein de la catégorie des Pizzas surgelées. ....	181
Tableau 58 : Evolution des teneurs moyennes en sel par famille entre 2010 et 2018 au sein de la catégorie des Pizzas surgelées. ....	182
Tableau 59 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre 2010 et 2018 au sein de la famille des Pizzas charcuterie.....	183
Tableau 60 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, protéines, fibres et sel entre 2010 et 2018, au sein de la catégorie des Pizzas surgelées étudiées.....	185

## Liste des annexes

ANNEXE 1 : Lexique.....	186
ANNEXE 2 : Effectifs de produits par famille et segment de marché pour le secteur du Snacking surgelé en 2015 et 2018 .....	192
ANNEXE 3 : Comparaison des tailles de portion indiquée en 2015 et 2018 par famille du secteur Snacking surgelé.....	193
ANNEXE 4 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits en 2018 : statistiques descriptives pour 100g.....	195
ANNEXE 5 : Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous-groupe.....	202
ANNEXE 6 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par segment de marché et année .....	205
ANNEXE 7 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par segment de marché et année .....	213
ANNEXE 8 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et année.....	221
ANNEXE 9 : Statistiques descriptives des teneurs en protéines par segment de marché et année.....	229
ANNEXE 10 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par segment de marché et année.....	237
ANNEXE 11 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par segment de marché et année .....	244
ANNEXE 12 : Statistiques descriptives des teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, protéines, fibres et sel pondérées par les parts de marché.....	252
ANNEXE 13 : Evolution des moyennes pondérées entre 2015 et 2018 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs selon la méthode 2 .....	253
ANNEXE 14 : Parts de marché par famille et par sous-groupe, pour les familles du secteur du Snacking surgelé d'après la méthode Griffith.....	254
ANNEXE 15 : Teneurs moyennes non pondérées en nutriments d'intérêt par famille et par sous-groupe d'après la méthode Griffith .....	256
ANNEXE 16 : Effectifs de produits par famille et segment de marché pour la catégorie des Pizzas surgelées en 2010.....	259
ANNEXE 17 : Effectifs de produits par famille et nutriment étiqueté pour la catégorie des Pizzas surgelées en 2010.....	260

## INTRODUCTION

L'objectif de ce rapport est de présenter, pour le secteur du Snacking surgelé, l'évolution :

- de l'offre ;
- de l'information nutritionnelle apportée par les emballages ;
- de la composition nutritionnelle des produits.

Les données servant de référence pour 2015 sont extraites de la base de données Oqali au moment de la réalisation du rapport d'évolution. En effet, à l'occasion de corrections effectuées, certaines informations étudiées ont pu être modifiées ou corrigées au cours du temps. Ainsi, les données 2015 actualisées et utilisées pour cette étude peuvent être quelque peu différentes de celles du rapport d'état des lieux du secteur<sup>1</sup>.

Les principaux résultats de cette étude d'évolution sont présentés dans le résumé *Synthèse de l'étude d'évolution du secteur du Snacking surgelé – Oqali – Comparaison 2015/2018 – Edition 2021*.

Par convention, dans ce rapport le terme « point » a été employé afin de signifier « point de pourcentage ».

### 1. PRESENTATION DU SECTEUR

Cette étude sur le Snacking surgelé intègre les produits du rayon surgelé du type pizzas, quiches, burgers, feuilletés et autres que les plats complets, accompagnements et viandes ou poissons seuls qui appartiennent quant à eux au secteur Oqali des Plats cuisinés surgelés<sup>2</sup> (le périmètre de produits pris en compte est détaillé dans la partie 1.2 Nomenclature). L'étude porte sur 1108 produits recueillis en 2015 et 1147 récoltés en 2018, soit 39 références supplémentaires.

Dans ce rapport, les différents produits seront étudiés par famille et par segment de marché. La présente étude prend en compte à la fois les références de distributeurs spécialisés<sup>3</sup> (DS), de marques nationales (MN), de marques de distributeurs (MDD) et de hard discount (HD). Les produits des marques de distributeurs entrée de gamme (premier prix - MDDeg) seront également distingués (Annexe 1).

---

<sup>1</sup> Etude du secteur du Snacking surgelé-Oqali-Données 2015-Edition 2017, disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>

<sup>2</sup> Etude du secteur des Plats cuisinés surgelés-Oqali-Comparaison 2012/2016-Edition 2017

<sup>3</sup> Définis comme les freezers centers et les entreprises de vente de surgelés à domicile.

## 1.1. Sources des données

En 2015, 66% des données provenaient d’emballages transmis par les partenaires industriels et distributeurs, 22% de visites en magasins réalisées par les équipes Oqali (suite à la mise en place de partenariats) et 12% provenaient de moyens propres Oqali.

En 2018, 47% des données proviennent d’emballages transmis par les partenaires industriels et distributeurs, 35% de visites en magasins réalisées par les équipes Oqali et 18% de moyens propres Oqali.

## 1.2. Nomenclature

La classification a été définie en concertation avec les professionnels du secteur et a été construite par recette. Le secteur du Snacking surgelé comportant une diversité importante de produits, certaines familles correspondent à des recettes phares, comme par exemple les quiches lorraines ou encore les croque-monsieur, alors que d’autres regroupent une plus grande variété de produits, mais toujours réunis autour d’une même base de recette (tartes aux fromages ou feuilletés végétariens par exemple).

Par ailleurs, il est à noter que les produits de tous formats (formats mini type apéritifs, formats individuels et formats à partager) correspondant à un même type de recette se trouvent, la plupart du temps, réunis au sein de la même famille (par exemple les mini croque-monsieur avec les croque-monsieur individuels ou les feuilletés apéritifs avec la famille de feuilletés leur correspondant selon la présence ou non de viande/poisson dans leur garniture).

Ainsi, 31 familles de produits sont distinguées :

- les **pizzas** réparties au sein des 8 familles suivantes :
  - **Pizzas jambon fromage** réunissant les pizzas au jambon cuit et fromage, les pizzas royales et hawaïennes (ananas et jambon) ;
  - **Pizzas charcuterie** correspondant aux pizzas au chorizo, pepperoni, campagnardes, au speck, à la saucisse, etc. ;
  - **Pizzas viandes type bolognaise** rassemblant les pizzas au bœuf telles que les pizzas à la bolognaise ;
  - **Pizzas viandes autres** réunissant les pizzas à base de poulet, de dinde, de type pizza kebab par exemple ;
  - **Pizzas produits de la mer** rassemblant les pizzas contenant du poisson et/ou des fruits de mer telles que les pizzas océanes ;
  - **Pizzas fromages** correspondant notamment aux pizzas 3 ou 4 fromages, aux pizzas au chèvre, à la raclette, etc. (certaines peuvent contenir des lardons) ;
  - **Pizzas type Margarita** réunissant les pizzas contenant de la sauce tomate et du fromage (type tomate mozzarella), ainsi que celles contenant le terme « Margarita » dans leur dénomination de vente ;

- **Pizzas légumes** rassemblant les pizzas ne contenant, dans leur garniture, que des légumes (présence de fromage possible), telles qu'une pizza 4 saisons ;
- les **quiches et tartes** réparties au sein des 4 familles suivantes :
  - **Quiches lorraines** rassemblant les quiches lorraines (quiches à base de lardons, avec ou sans pâte) ;
  - **Tartes avec viande ou poisson** réunissant les quiches, tartes, tourtes (avec ou sans pâte, sont exclues celles à base de pâte feuilletée) contenant de la viande (autres que quiches lorraines) ou du poisson/mollusque/crustacé, telles que les flammekueches ou les tartes saumon épinards ;
  - **Tartes aux fromages** correspondant aux tartes végétariennes (avec ou sans pâte) aux fromages, sans viande, ni poisson, ni légume, telles que les tartes 3 fromages ou au maroilles ;
  - **Tartes aux légumes** rassemblant les tartes végétariennes aux légumes (avec ou sans pâte et pouvant contenir du fromage, à l'exclusion des tartes à base de pâte feuilletée), comme par exemple une tarte fine courgette chèvre ou une tarte au poireau et à la crème ;
- les **cakes** correspondant aux 2 familles suivantes :
  - **Cakes salés avec viande ou poisson** correspondant aux cakes avec viande ou poisson tels qu'un cake jambon olive par exemple ;
  - **Cakes salés végétariens** qui rassemblent les cakes sans viande ni poisson comme un cake chèvre tomate ou bleu miel romarin ;
- les **crêpes et galettes salées** réparties en 2 familles :
  - **Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson** réunissant les crêpes salées, galettes et pastillas (feuille de brick hormis celles se présentant en format « mini ») dont la garniture inclut une viande ou un poisson/fruit de mer, telles qu'une galette jambon fromage ;
  - **Crêpes et galettes végétariennes** réunissant les crêpes et galettes salées dont la garniture est végétarienne (sans viande ni poisson), comme une crêpe au fromage ou aux champignons ;
- les **feuilletés** correspondant aux 3 familles suivantes :
  - **Feuilletés avec viande ou poisson et viandes en croûte** regroupant les feuilletés (y compris les tourtes à base de pâte feuilletée) de tous formats dont la garniture inclut une viande ou un poisson/fruit de mer, ainsi que les viandes enrobées de pâte, comme par exemple des mini feuilletés saucisses, un panier feuilleté au saumon ou encore un pâté en croûte ;
  - **Feuilletés avec escargot** qui rassemblent les feuilletés garnis d'escargots (au beurre persillé majoritairement) ;

- **Feuilletés végétariens** regroupant les feuilletés (y compris les tourtes à base de pâte feuilletée) dont la garniture est végétarienne (sans viande ni poisson) tels que les paniers feuilletés chèvre épinard ;
- les **sandwiches ou apparentés** se répartissant au sein de 4 familles :
  - **Croque-monsieur** réunissant les sandwiches du type croque-monsieur (dont des croque-rosti) ;
  - **Burgers** qui regroupent les différents produits dénommés burgers, dont des « potatoes burgers » mais aussi cheeseburgers, bacon burgers notamment ;
  - **Wraps et kebabs** avec les produits de type wraps et kebabs constitués d'une garniture entourée d'une galette de blé/froment, comme par exemple des wraps poulet bacon ;
  - **Autres sandwiches** regroupant les autres produits de type sandwiches à base de pain tels que des buns, hot dog, bagels ou encore paninis ;
- les **Baguettes et tartines garnies** correspondant aux baguettes et tartines grillées avec des garnitures variées telles qu'une tartine jambon tomate et fromage par exemple ;
- les **Salades** qui réunissent des salades à base de féculents, de crudités, de légumes, avec présence éventuelle de viande ou de poisson, comme un taboulé ou une salade de pâtes à l'italienne par exemple ;
- les **produits de type cocktails et apéritifs** répartis au sein de 5 familles :
  - **Aumônières apéritives** rassemblant les bouchées apéritives et mini pastillas composées d'une garniture emballée dans une feuille de brick ;
  - **Choux et gougères** qui regroupent les bouchées apéritives constituées d'une pâte à chou garnie, telles que des gougères au fromage ;
  - **Pains surprises et canapés apéritifs** réunissant les mini sandwiches apéritifs au pain de mie/pain suédois et les canapés tartinés ;
  - **Verrines apéritives** qui rassemblent les amuse-bouche à consommer froids en verrine, cuillères, etc. à base de mousses, fromage frais, saumon, etc. ;
  - **Autres apéritifs** correspondant aux bouchées apéritives n'appartenant à aucune autre famille comme les brochettes de crevettes, fruits lardés, macarons salés ou autres pâtisseries salées ;
- les **Assortiments de snacking** regroupant les assortiments de produits appartenant à des familles différentes (et pour lesquels seules des valeurs nutritionnelles moyennes à l'assortiment sont disponibles).

## 2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI

### 2.1. Couverture<sup>4</sup> du marché

A partir des données 2015 et 2018 de Kantar - Panel Worldpanel<sup>5</sup>, les parts de marché des produits ont pu être calculées en considérant le marché du Snacking surgelé :

**D'après les données Kantar - Panel Worldpanel, et en considérant le marché du Snacking surgelé, une légère diminution du volume de vente total de -2% est observée entre 2015 et 2018.**

**Les produits de Snacking surgelé pris en compte lors de cette étude couvrent<sup>4</sup> au minimum 80% du marché du secteur en volume en 2015 comme en 2018.** La couverture<sup>4</sup> du marché en volume est donc stable entre les 2 suivis.

A noter que cette couverture<sup>4</sup> est sous-estimée du fait que certains produits retrouvés sur le marché ne peuvent pas être attribués précisément à une ligne de la base communiquée par Kantar - Panel Worldpanel. Ainsi, 8% des produits de 2015 et 5% de ceux de 2018 n'ont pas pu être associés à une part de marché. Par ailleurs, la couverture est inférieure à 100% car des produits présents dans la base de données Kantar - Panel Worlpanel ne sont pas retrouvés parmi les produits récoltés par l'Oqali.

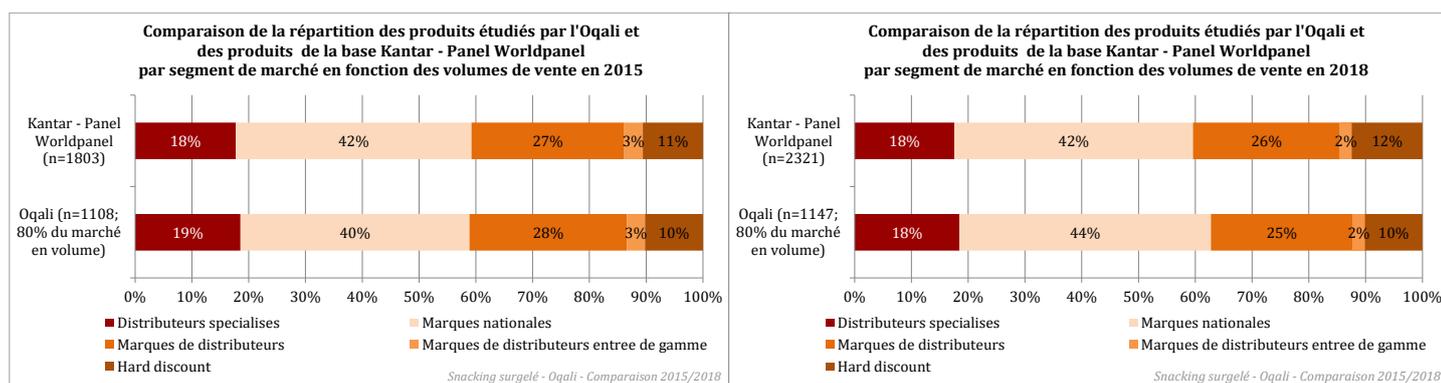
---

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

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

## 2.2. Représentativité des segments de marché

La Figure 1 compare, pour les années 2015 et 2018, la répartition des parts de marché par segment entre les produits recueillis par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente, et les données du secteur entier (d'après Kantar - Panel Worldpanel).



**Figure 1 : Comparaison de la répartition du Snacking surgelé par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à un volume de vente et au sein du secteur entier d'après les données Kantar - Panel Worldpanel, pour 2015 et 2018.**

Au sein de l'échantillon Oqali, **la représentativité en volume des différents segments de marché reste globalement stable** entre les 2 suivis. Comme en 2015, la répartition est très similaire entre les produits Oqali et les données Kantar - Panel Worldpanel en 2018, ce qui traduit le fait que **les produits récoltés par l'Oqali sont bien représentatifs du marché du Snacking surgelé.**

### 3. EVOLUTION DE L'OFFRE EN NOMBRE DE REFERENCES

Un tableau détaillant les effectifs de produits récoltés en 2015 et en 2018 par famille et par segment de marché est disponible en Annexe 2.

#### 3.1. Evolution de l'offre par famille

La Figure 2 compare la répartition par famille des références étudiées en 2015 et en 2018. Les pourcentages sont exprimés par rapport à l'effectif total du secteur, soit 1108 produits en 2015 et 1147 en 2018.

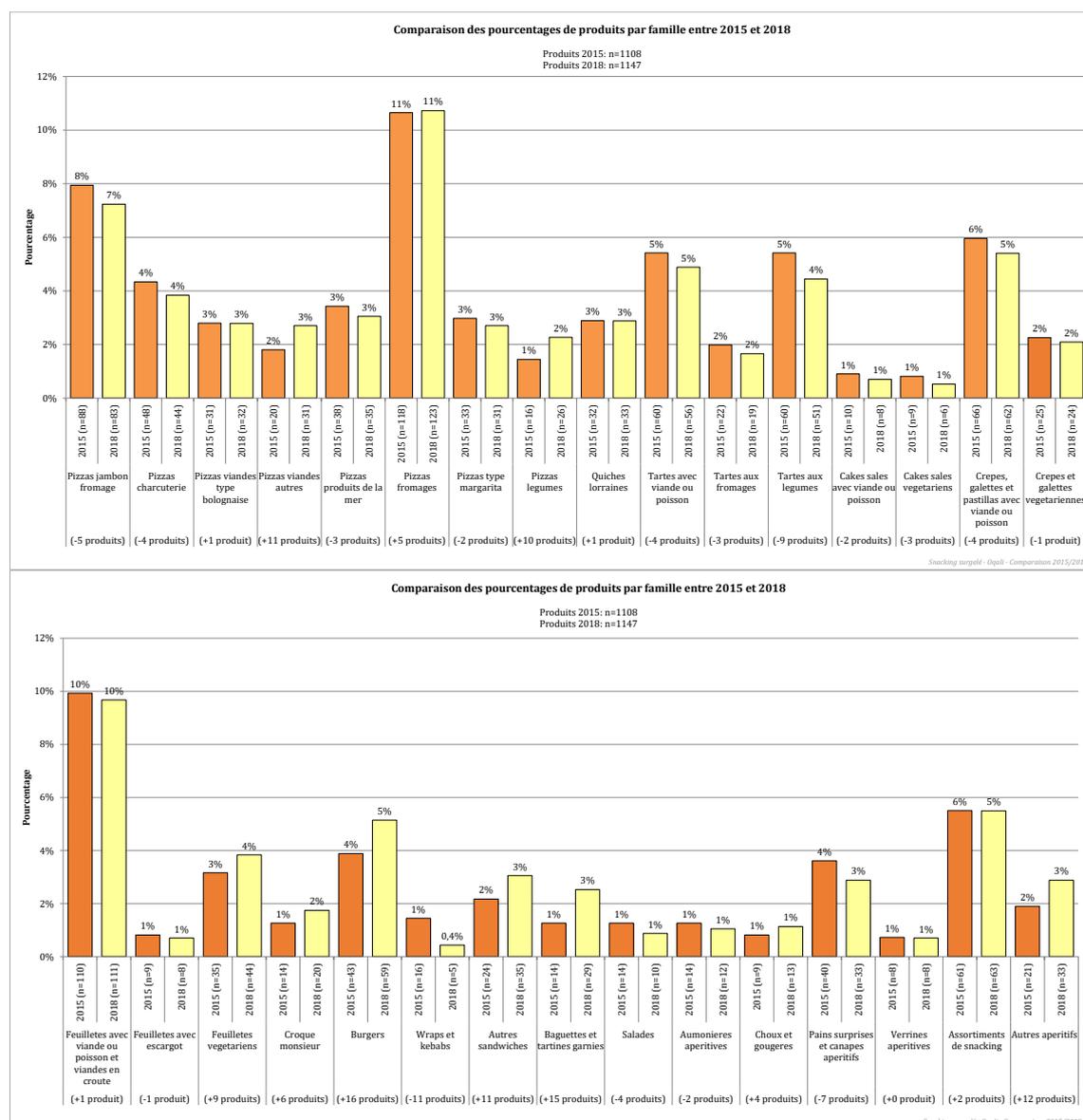
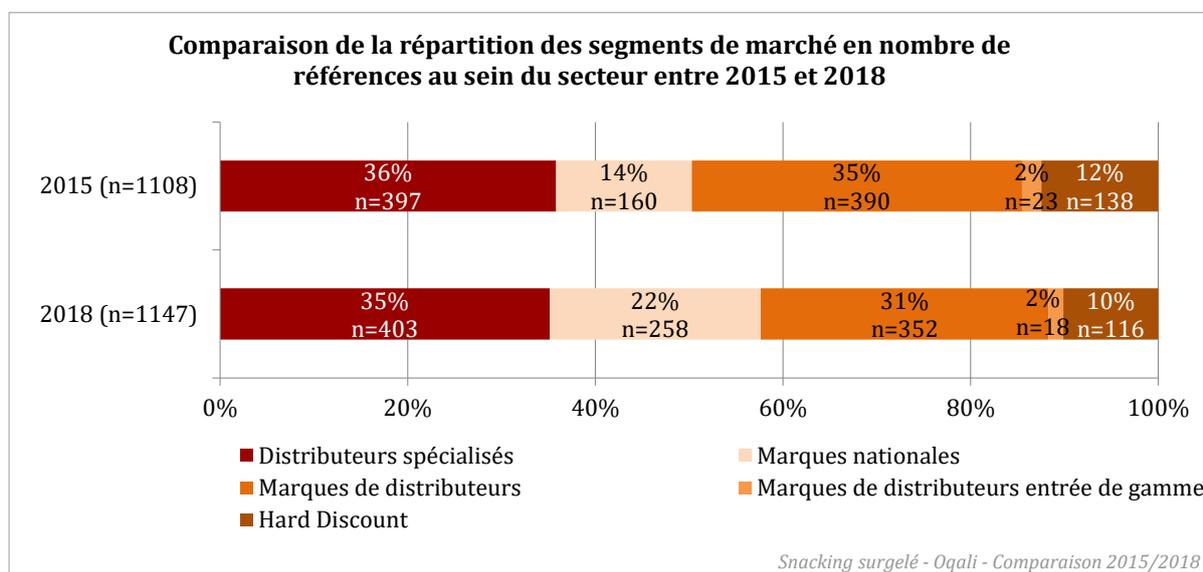


Figure 2 : Comparaison de la répartition des produits par famille entre 2015 et 2018 pour le secteur du Snacking surgelé étudié.

**Entre 2015 et 2018, la répartition des produits selon les familles reste relativement inchangée.**

### 3.2. Evolution de l'offre par segment de marché

La Figure 3 compare la répartition des produits étudiés entre segments de marché pour les 2 années de suivi.



**Figure 3 : Comparaison de la répartition des produits étudiés entre segments de marché, en nombre de références en 2015 et en 2018 pour le secteur du Snacking surgelé.**

**Entre 2015 et 2018, la proportion de produits de marques nationales augmente (+8 points), au détriment des marques de distributeurs (-4 points), des produits issus du hard discount (-2 points) et des produits de distributeurs spécialisés (-1 point). La proportion de produits de marques de distributeurs entrées de gamme est, quant à elle, stable (2%). Entre 2015 et 2018, l'effectif de produits récoltés augmente pour les marques nationales (+98 produits) et légèrement pour les produits des distributeurs spécialisés (+6 produits), alors qu'il diminue au sein des marques de distributeurs (-38 produits), des produits issus du Hard discount (-22 produits) et des marques de distributeurs entrée de gamme (-5 produits).**

### 3.3. Evolution de l'offre par segment de marché et par famille

Le Tableau 1 compare l'évolution de la répartition de l'offre de produits, en nombre de références, par segment de marché et par famille entre 2015 et 2018.

**Tableau 1 : Comparaison de la répartition du nombre de références par segment de marché et par famille pour le secteur du Snacking surgelé entre 2015 et 2018.**

Famille de produits	Distributeurs spécialisés			Marques nationales			Marques de distributeurs			Marques de distributeurs entrée de gamme			Hard discount		
	2015 (n=397)	2018 (n=403)	Delta	2015 (n=160)	2018 (n=258)	Delta	2015 (n=390)	2018 (n=352)	Delta	2015 (n=23)	2018 (n=18)	Delta	2015 (n=138)	2018 (n=116)	Delta
Pizzas jambon fromage	5%	4%	-1	9%	9%	-1	11%	10%	-1	0%	0%	0	7%	8%	+1
Pizzas charcuterie	3%	2%	-1	8%	5%	-3	4%	4%	+0,2	0%	0%	0	5%	7%	+2
Pizzas viandes type bolognaise	1%	1%	-0,02	5%	5%	+0,4	4%	3%	-0,5	0%	0%	0	3%	2%	-1
Pizzas viandes autres	1%	1%	-0,01	4%	6%	+2	2%	3%	+1	0%	0%	0	2%	3%	+0,4
Pizzas produits de la mer	2%	1%	-1	4%	2%	-1	5%	5%	+0,5	0%	0%	0	4%	4%	-0,04
Pizzas fromages	7%	6%	-0,3	12%	9%	-3	13%	16%	+2	9%	0%	-9	13%	16%	+2
Pizzas type margarita	1%	1%	-0,02	3%	4%	+1	2%	1%	-1	35%	22%	-13	6%	7%	+1
Pizzas legumes	2%	2%	+0,5	3%	4%	+1	1%	2%	+1	0%	0%	0	0%	0%	0
Quiches lorraines	2%	3%	+1	2%	1%	-1	5%	4%	-0,4	0%	0%	0	1%	2%	+0,3
Tartes avec viande ou poisson	7%	7%	-0,1	4%	3%	-1	6%	5%	-1	0%	0%	0	3%	3%	+1
Tartes aux fromages	2%	2%	+0,2	0%	0,4%	+0,4	3%	2%	-0,3	0%	0%	0	4%	2%	-2
Tartes aux legumes	7%	5%	-2	3%	2%	-0,2	6%	6%	-0,2	0%	0%	0	3%	2%	-1
Cakes sales avec viande ou poisson	1%	1%	+0,2	1%	0%	-1	1%	0,3%	-0,2	0%	0%	0	1%	1%	+0,1
Cakes sales vegetariens	1%	1%	-0,3	1%	0%	-1	1%	0,3%	-0,5	0%	0%	0	0%	1%	+1
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	6%	7%	+1	6%	5%	-2	5%	3%	-1	22%	28%	+6	7%	6%	-1
Crepes et galettes vegetariennes	2%	2%	-0,03	1%	1%	-0,1	3%	3%	-1	0%	0%	0	1%	3%	+2
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	14%	13%	-1	5%	8%	+3	8%	7%	-1	0%	0%	0	10%	9%	-1
Feuilletes avec escargot	1%	1%	-1	0%	1%	+1	1%	1%	+0,1	0%	0%	0	1%	1%	-1
Feuilletes vegetariens	3%	4%	+1	1%	3%	+2	3%	3%	+0,02	13%	22%	+9	4%	5%	+1
Croque monsieur	2%	2%	+1	1%	2%	+1	1%	1%	+0,4	0%	0%	0	1%	1%	-1
Burgers	2%	3%	+2	3%	6%	+4	5%	6%	+0,3	13%	22%	+9	7%	5%	-1
Wraps et kebabs	2%	1%	-1	4%	0,4%	-3	0%	0,3%	+0,3	0%	0%	0	3%	0%	-3
Autres sandwichs	3%	4%	+1	8%	6%	-2	0,3%	1%	+1	0%	0%	0	0%	1%	+1
Baguettes et tartines garnies	3%	3%	+1	2%	3%	+2	0%	1%	+1	0%	0%	0	1%	3%	+3
Salades	3%	2%	-1	0%	0%	0	0%	0%	0	0%	0%	0	1%	0%	-1
Aumonieres apertives	3%	2%	-1	0%	1%	+1	1%	1%	+0,1	0%	0%	0	1%	0%	-1
Choux et gougeres	2%	2%	+0,2	1%	1%	+0,2	1%	1%	+0,3	0%	0%	0	0%	1%	+1
Pains surprises et canapas apertifs	5%	4%	-1	3%	3%	-0,02	3%	3%	-1	0%	0%	0	3%	1%	-2
Verrines apertives	1%	1%	+0,2	0%	1%	+1	1%	0,3%	-0,5	0%	0%	0	1%	0%	-1
Assortiments de snacking	4%	3%	-1	7%	6%	-1	6%	8%	+2	9%	6%	-3	6%	5%	-1
Autres apertifs	5%	6%	+1	2%	3%	+1	0%	0,3%	+0,3	0%	0%	0	0%	2%	+2
Toutes familles confondues	100%	100%	-	100%	100%	-	100%	100%	-	100%	100%	-	100%	100%	-

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années inférieur ou égal à 2  
En vert : les variations supérieures ou égales à 5 points entre les 2 années

**Entre 2015 et 2018, en nombre de références, l'offre de produits par famille au sein de chaque segment de marché reste globalement stable.**

Les évolutions observées pour les produits des marques de distributeurs entrée de gamme sont à relativiser au vu du faible effectif de ce segment de marché. A noter également que c'est ce segment de marché qui possède l'offre la moins diversifiée : sur les 31 familles que compte ce secteur, les produits de ce segment sont répartis en 6 familles en 2015 et en 5 familles en 2018.

### 3.4. Etude du renouvellement de l'offre

Afin d'identifier si les références produits disponibles en 2018 sont semblables à celles recueillies en 2015, les produits ont été classés selon les sous-groupes suivants :

- **Produits retirés** : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018) ;
- **Produits identiques** : produits présents sur le marché à la fois en 2015 et en 2018, et semblables en tous points ;
- **Produits modifiés** : produits présents sur le marché en 2015 et également en 2018 mais dans une version évoluée, impliquant au moins un changement de l'emballage (portions, repères nutritionnels, allégations, autres informations) et/ou de la composition (valeurs nutritionnelles ou listes d'ingrédients) ;
- **Produits ajoutés** : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations ou extensions de gamme : nouvelle recette par exemple, et produits non captés par l'Oqali en 2015).

Cette segmentation sera désignée par le terme « **sous-groupes** » dans la suite du rapport. Les **produits identiques et les produits modifiés forment les produits appariés** : ce sont les produits qui possèdent une version, identique ou non, en 2015 et en 2018.

Les figures suivantes présentent la décomposition de l'offre 2018 en produits identiques, modifiés et ajoutés ainsi que les produits de 2015 ayant été retirés, et ce, à l'échelle du secteur, des familles puis des segments de marché.

➤ À l'échelle du secteur (Figure 4) :

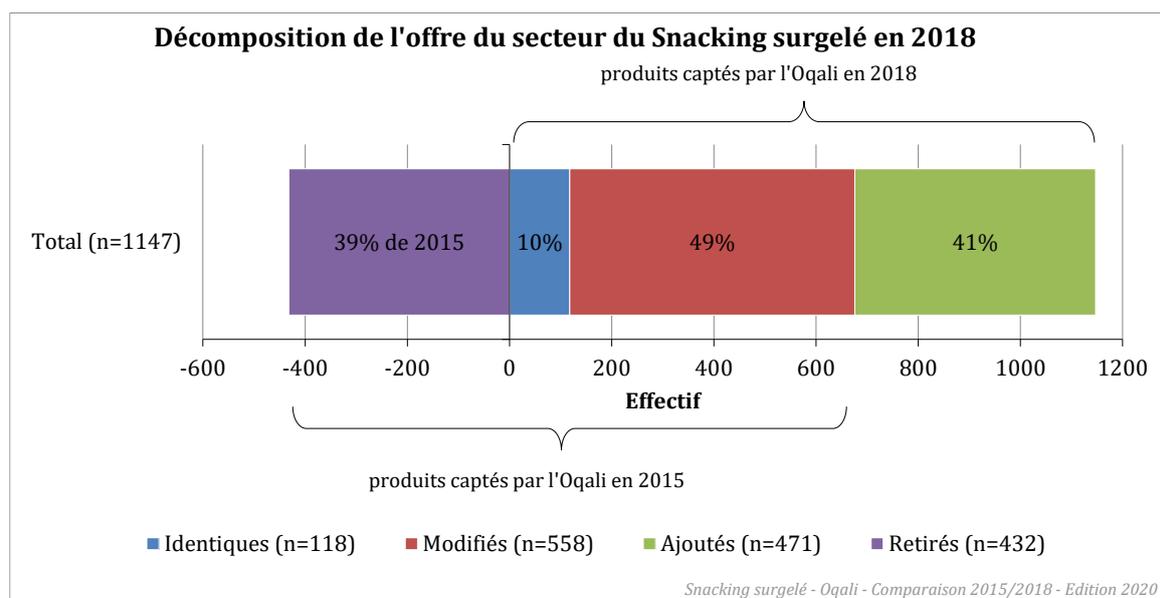
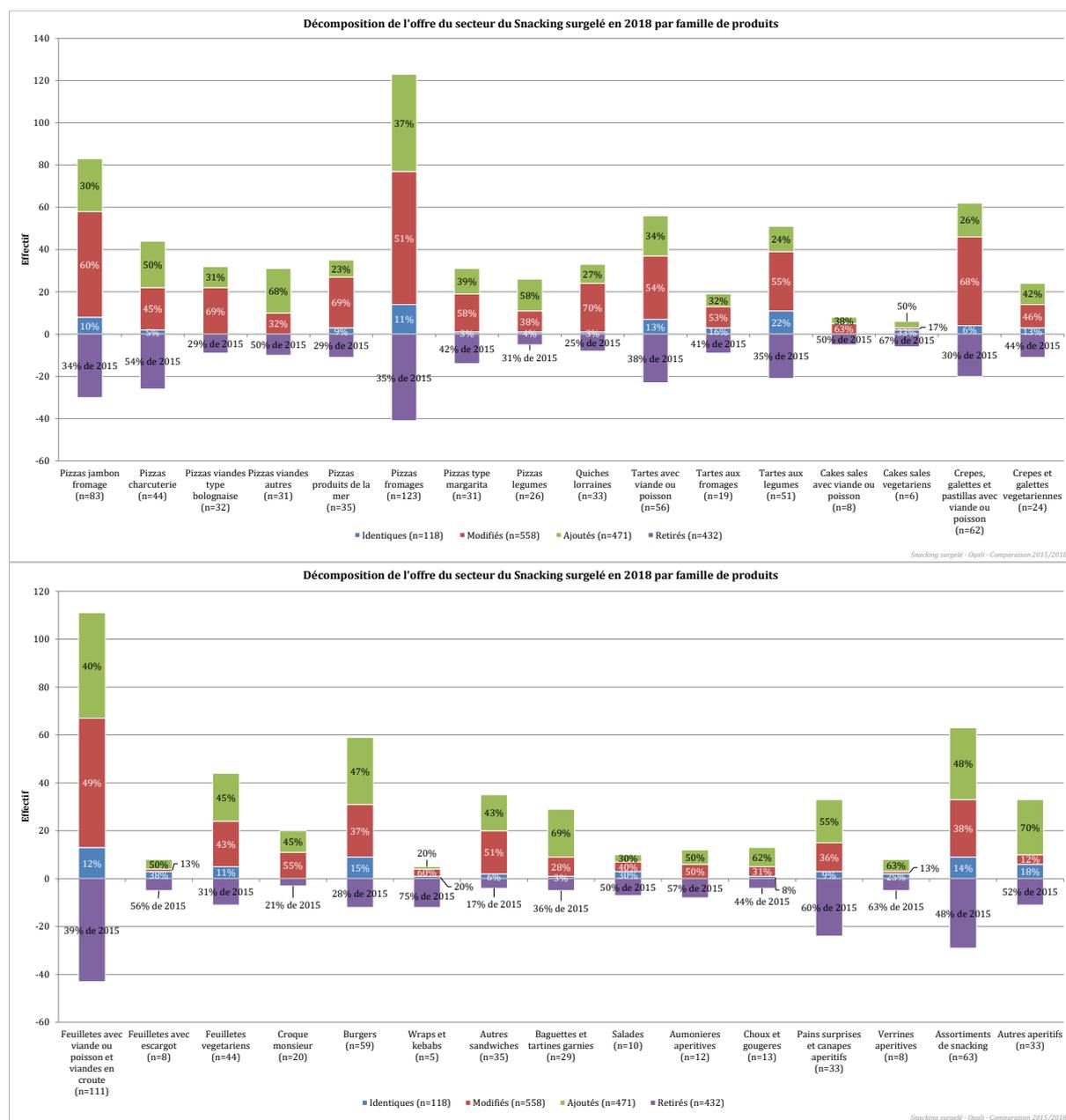


Figure 4 : Décomposition de l'offre du secteur du Snacking surgelé en 2018 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits retirés de 2015.

➤ À l'échelle des familles de produits (Figure 5) :



**Figure 5 : Décomposition de l'offre du secteur du Snacking surgelé en 2018 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits retirés de 2015, par famille.**

➤ À l'échelle des segments de marché (Figure 6) :

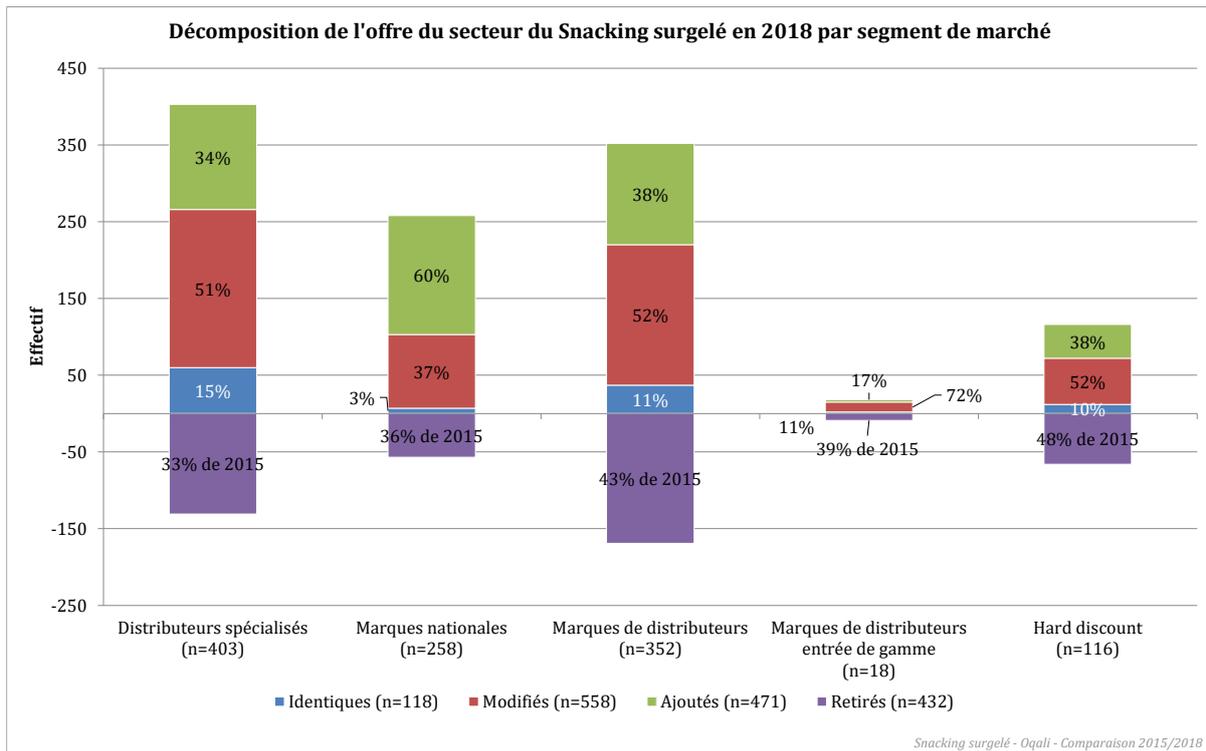


Figure 6 : Décomposition de l'offre du secteur du Snacking surgelé en 2018 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits retirés de 2015, par segment de marché.

Sur l'ensemble du secteur et en nombre de références, **les produits modifiés et les produits ajoutés (captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015) sont majoritaires et représentent respectivement 49% (n=558) et 41% (n=471) de l'offre 2018. De plus, 10% (n=118) des produits étudiés sont des produits identiques entre 2015 et 2018 et enfin 39% des produits pris en compte dans la première étude n'ont pas été retrouvés pour l'étude d'évolution (n=432). Ces pourcentages traduisent un renouvellement important qui est retrouvé au niveau des familles et des segments de marché.**

Globalement, par famille, les produits **ajoutés** représentent entre 20% (Wraps et kebabs) et 70% (Autres apéritifs) des produits de 2018 et les produits **retirés** entre 17% (Autres sandwiches) et 75% (Wraps et kebabs) des produits de 2015.

Au niveau des segments de marché, les marques nationales présentent le renouvellement le plus important (60% des produits de 2018 sont ajoutés et 36% des produits de 2015 sont retirés).

### 3.5. Les modifications d'étiquetage

Les types de modifications suivis concernent : les allégations nutritionnelles, les allégations de santé, les repères nutritionnels, l'étiquetage de portions indiquées ou de valeurs nutritionnelles par portion<sup>6</sup>, le poids d'une unité, les valeurs nutritionnelles<sup>7</sup>, ainsi que les groupes nutritionnels, la liste des ingrédients et l'étiquetage nutritionnel simplifié.

La Figure 7 représente les effectifs de produits par type de modification observé parmi les 558 produits modifiés entre 2015 et 2018. A noter qu'un produit peut être concerné par plusieurs types de modification. Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre total de produits modifiés (n=558).

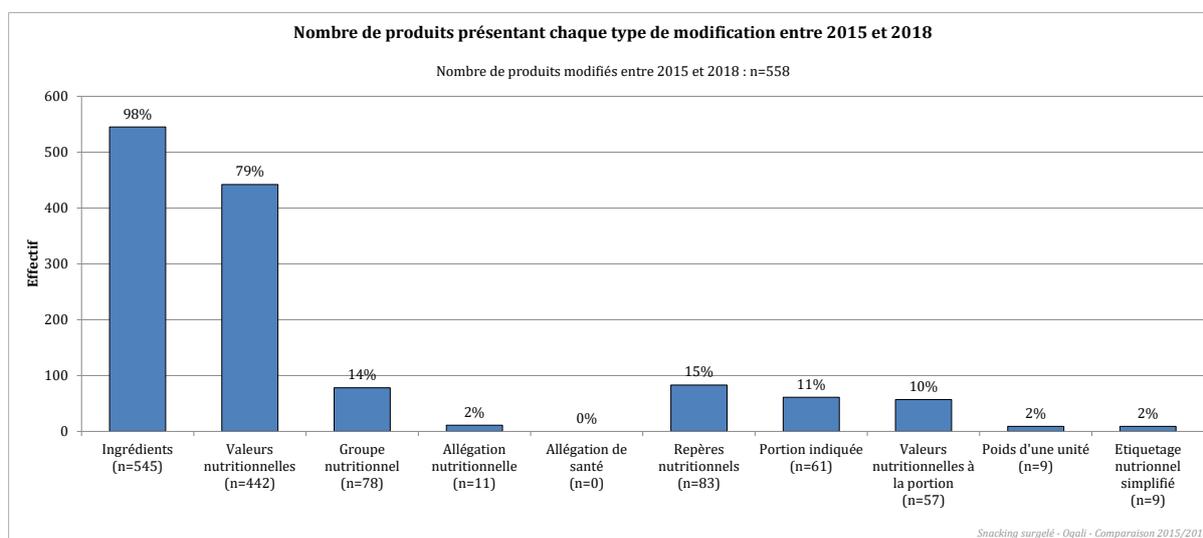


Figure 7 : Nombre de produits par type de modification entre 2015 et 2018 sur l'ensemble des produits ayant été modifiés.

**Les modifications les plus fréquemment retrouvées portent sur les ingrédients (n=545 ; 98% des produits modifiés) puis sur les valeurs nutritionnelles (n=442 ; 79%).**

A l'inverse, les modifications les moins fréquentes portent sur les allégations, très peu présentes dans ce secteur (allégations de santé (n=0 ; 0%) ; allégations nutritionnelles (n=11 ; 2%)).

Contrairement à la plupart des autres secteurs Oqali ayant fait l'objet d'une première étude d'évolution, les 2 récoltes du Snacking surgelé ont été effectuées après la mise en place du règlement 1169/2011<sup>8</sup> dit « INCO » (cf. lexique en Annexe 1). C'est pourquoi, relativement peu de modifications du groupe nutritionnel sont observées (n=78, 14%).

<sup>6</sup> Suivis dans la partie 5 et dont les définitions sont disponibles en Annexe 1

<sup>7</sup> Dont les évolutions sont présentées dans la partie 6

<sup>8</sup> Règlement (UE) n°1169/2011 du Parlement Européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n°1924/2006 et (CE) n°1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/CEE de la Commission, la directive 90/496/CEE du Conseil, la directive 1999/10/CE de la Commission, la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/CE et

## **4. EVOLUTION DE L'OFFRE PONDEREE PAR LES PARTS DE MARCHE<sup>9</sup>**

En considérant l'ensemble des références Oqali recueillies en 2015 et en 2018 pour lesquelles il a été possible d'attribuer un volume de vente selon les données Kantar - Panel Worldpanel<sup>10</sup>, cette partie a pour objectif d'étudier l'évolution des répartitions des volumes par famille, segment de marché et sous-groupe.

### **4.1. Evolution de l'offre pondérée par les parts de marché par famille**

Le Tableau 2 compare la répartition des parts de marché associées aux produits Oqali (uniquement) par famille de produits entre 2015 et 2018.

---

2008/5/CE de la Commission et le règlement (CE) n°608/2004 de la Commission. Journal officiel de l'Union Européenne L304 du 22 novembre 2011.

<sup>9</sup> A noter que pour les indicateurs pondérés par les volumes de vente, les parts de marché des produits Oqali par famille, segment et sous-groupe sont rapportées à un total de 100%. Les parts de marché des produits non couverts par l'Oqali sont ainsi supposées avoir la même évolution que celles de l'échantillon recueilli sur la période.

<sup>10</sup> Kantar – Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

**Tableau 2 : Comparaison de la répartition des parts de marché par famille pour les références recueillies par l'Oqali associées à un volume de vente en 2015 et en 2018, pour le secteur du Snacking surgelé étudié.**

Famille de produits	Répartition des volumes de vente <sup>1</sup> des produits récoltés par l'Oqali			Effectif de produits associés à un volume de vente		
	2015 T0	2018 T1	Delta T0-T1 (3 ans)	2015 T0	2018 T1	Delta T0-T1 (3 ans)
Pizzas jambon fromage	15%	14%	-1	80	79	-1
Pizzas charcuterie	4%	4%	-1	40	41	+1
Pizzas viandes type bolognaise	5%	6%	+1	27	31	+4
Pizzas viandes autres	2%	4%	+1	18	30	+12
Pizzas produits de la mer	5%	4%	-1	33	34	+1
Pizzas fromages	17%	18%	+1	101	119	+18
Pizzas type margarita	4%	4%	+1	29	29	+0
Pizzas legumes	1%	2%	+0,5	11	23	+12
Quiches lorraines	3%	3%	-0,02	31	32	+1
Tartes avec viande ou poisson	3%	3%	+1	55	54	-1
Tartes aux fromages	1%	1%	+0,5	19	19	+0
Tartes aux legumes	3%	3%	+0,4	57	47	-10
Cakes sales avec viande ou poisson	0,1%	0,2%	+0,1	10	8	-2
Cakes sales vegetariens	0,1%	0,2%	+0,1	9	6	-3
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	10%	9%	-1	62	59	-3
Crepes et galettes vegetariennes	2%	2%	-0,2	23	24	+1
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	8%	7%	-1	105	102	-3
Feuilletes avec escargot	0,2%	0,1%	-0,1	8	8	+0
Feuilletes vegetariens	3%	3%	+0,2	35	42	+7
Croque monsieur	0,3%	0,3%	+0,02	13	19	+6
Burgers	5%	5%	-0,5	42	57	+15
Wraps et kebabs	1%	0,3%	-0,2	15	4	-11
Autres sandwichs	4%	3%	-0,3	23	31	+8
Baguettes et tartines garnies	1%	1%	+0,1	12	28	+16
Salades	1%	0,4%	-0,5	14	10	-4
Aumonieres apertives	1%	0,2%	-0,4	13	12	-1
Choux et gougeres	0,2%	0,2%	+0,003	9	13	+4
Pains surprises et canapes apertifs	1%	1%	+0,04	37	33	-4
Verrines apertives	0,1%	0,1%	-0,02	8	8	+0
Assortiments de snacking	2%	2%	+0,2	54	63	+9
Autres apertifs	0,4%	0,4%	+0,1	21	30	+9
Toutes familles confondues	100%	100%	-	1014	1095	+81

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali par famille de produits versus le volume total des produits identifiés par l'Oqali selon Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années inférieur ou égal à 2

Case en vert : variation supérieure ou égale à 5 points entre les pourcentages des 2 années

**La répartition des parts de marché associées aux produits Oqali par famille est relativement stable entre les 2 suivis** (écarts inférieurs ou égaux à 1 point entre 2015 et 2018, Tableau 2). Les familles associées aux volumes de vente les plus importants pour les 2 années de suivi sont : les Pizzas fromages (17% des parts de marché en 2015 et 18% en 2018), les Pizzas jambon fromage (15% en 2015 et 14% en 2018), puis les Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (10% en 2015 et 9% en 2018).

## 4.2. Evolution de l'offre pondérée par les parts de marché par segment de marché

Le Tableau 3 compare la répartition des volumes de vente associés aux produits Oqali (uniquement) par segment de marché entre 2015 et 2018.

**Tableau 3 : Comparaison de la répartition des parts de marché par segment de marché pour les références recueillies par l'Oqali associées à un volume de vente en 2015 et en 2018, pour le secteur du Snacking surgelé étudié.**

Segment de marché	Répartition des volumes de vente <sup>1</sup> des produits récoltés par l'Oqali			Effectif de produits associés à un volume de vente		
	2015 T0	2018 T1	Delta T0-T1 (3 ans)	2015 T0	2018 T1	Delta T0-T1 (3 ans)
Distributeurs spécialisés	19%	18%	-0,1	352	370	+18
Marques nationales	40%	44%	+4	153	246	+93
Marques de distributeurs	28%	25%	-3	377	348	-29
Marques de distributeurs entrée de gamme	3%	2%	-1	21	18	-3
Hard discount	10%	10%	-0,1	111	113	+2
Tous segments confondus	100%	100%	-	1014	1095	+81

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali par segment de marché versus le volume total des produits identifiés par l'Oqali selon Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années inférieur ou égal à 2

Case en vert : variation supérieure ou égale à 5 points entre les pourcentages des 2 années

Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali et/ou aucune donnée présente dans Kantar Panel - Worldpanel l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali et/ou aucune donnée présente dans Kantar Panel - Worldpanel sur au moins une des 2 années considérées

Concernant la répartition des parts de marché associées aux produits Oqali par segment de marché entre 2015 et 2018, il est observé une **légère augmentation de la part des marques nationales (+4 points) au détriment des marques de distributeurs (-3 points) et dans une moindre mesure des marques de distributeurs entrée de gamme (-1 point)** (Tableau 3). A noter qu'une augmentation de la proportion de produits de marques nationales (+8 points) est également observée en nombre de références au sein de l'échantillon Oqali (non pondéré) (Figure 3).

### 4.3. Evolution de l'offre pondérée par les parts de marché par sous-groupe

Le Tableau 4 compare la répartition des volumes de vente associés aux produits Oqali (uniquement) par sous-groupe entre 2015 et 2018.

**Tableau 4 : Comparaison de la répartition des parts de marché par sous-groupe pour les références recueillies par l'Oqali associées à un volume de vente, pour le secteur du Snacking surgelé étudié.**

Sous-groupe	Retirés <sup>1</sup>	Identiques <sup>2</sup>	Modifiés <sup>3</sup>	Ajoutés <sup>4</sup>
Répartition des volumes de vente <sup>5</sup> des produits récoltés par l'Oqali	19%	6%	75%	20%
Effectif de produits associés à un volume de vente	377	104	541	450

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre l'état des lieux et le suivi ou non captés par l'Oqali au suivi)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 semblables en tout point

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 mais dans une version évoluée, impliquant un changement de l'emballage (informations générales, portions, repères nutritionnels, allégations) et/ou de la composition (valeurs nutritionnelles ou listes d'ingrédients)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouveau parfum par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

<sup>5</sup> ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali par sous-groupe versus le volume total des produits identifiés par l'Oqali selon Kantar Panel - Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française) au sein du marché de 2015 pour le sous-groupe des produits retirés et au sein du marché de 2018 pour les sous-groupes des produits identiques, modifiés et ajoutés

Case en vert : part de marché la plus élevée

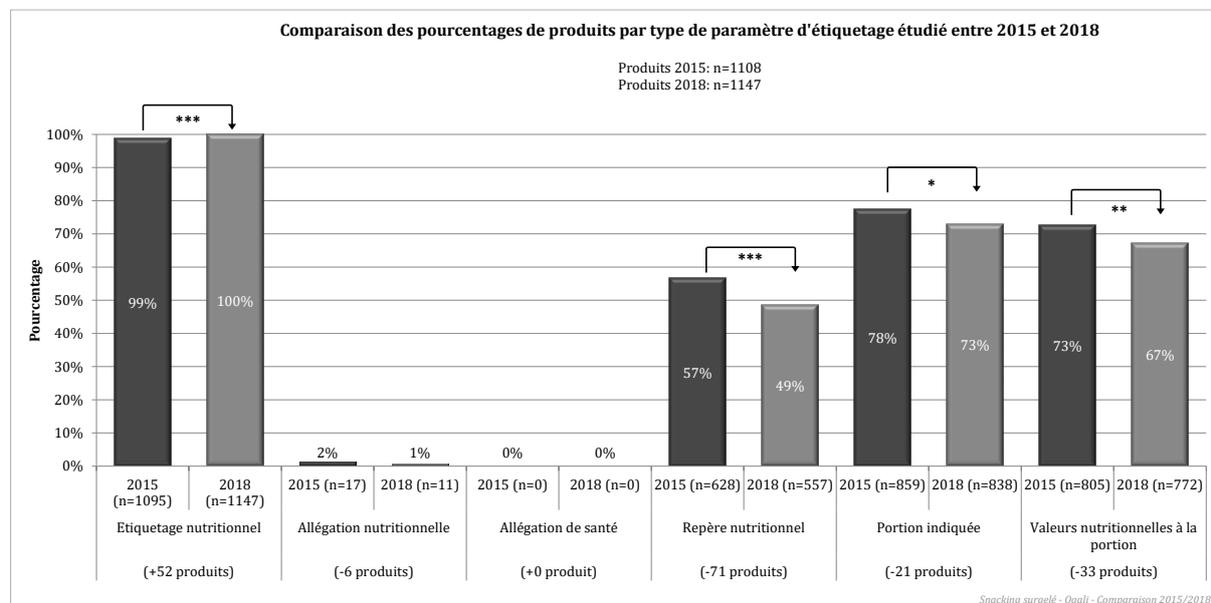
A l'échelle du secteur total et en termes de volumes de vente associés aux produits récoltés par l'Oqali, **les références modifiées sont celles possédant les volumes de vente les plus élevés** (75% des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali en 2018 ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel). Elles sont suivies par les produits ajoutés qui représentent 20% des volumes de vente. Les produits retirés correspondent, quant à eux, à 19% du volume de vente des produits récoltés par l'Oqali en 2015 ayant été associés à un volume de vente Kantar - Panel Worldpanel.

## 5. EVOLUTION DES PARAMETRES D'ETIQUETAGE<sup>11</sup>

Parmi les informations présentes sur les étiquettes des produits, les fréquences de présence de 6 paramètres nutritionnels ont été suivies : étiquetage nutritionnel, allégations nutritionnelles et de santé, repères nutritionnels, portions indiquées, valeurs nutritionnelles à la portion (Figure 8) (la définition de ces différents paramètres est reprise dans le lexique en Annexe 1. A noter que ces indicateurs ne prennent pas en compte les volumes de vente.

Un tableau récapitulant le détail des effectifs de produits récoltés en 2015 et en 2018 par famille et par segment de marché est disponible en Annexe 2.

**A l'échelle du secteur du Snacking surgelé, des évolutions significatives de la présence de certains paramètres d'étiquetage sont constatées entre 2015 et 2018 (Figure 8, Tableau 5).**



**Figure 8 : Comparaison des principaux paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur du Snacking surgelé entre 2015 et 2018.**

<sup>11</sup> Des tests statistiques (chi-2) ont été effectués pour mettre en évidence des évolutions significatives de la proportion de produits présentant ou non tel paramètre entre les 2 années. Les traitements statistiques réalisés sur ces paramètres sont décrits dans le rapport méthodologique 2010 (Rapport méthodologique 2009, disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>). Par convention, le terme « significatif » a été employé afin d'indiquer que l'évolution observée est statistiquement significative (p-value inférieure à 0,05). Ce test tient compte à la fois de la proportion et des effectifs : plus les effectifs sont élevés, plus les écarts de proportion mis en évidence sont faibles. Lorsque cette différence est significative, elle est matérialisée par une flèche entre les 2 années sur les figures et par des étoiles dans les tableaux.

**Tableau 5 : Comparaison des fréquences de présence des paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur du Snacking surgelé entre 2015 et 2018, pour l'ensemble du secteur, par famille de produits et par segment de marché.**

	Etiquetage nutritionnel <sup>(1)</sup>			Allégation nutritionnelle			Allégation de santé			Repère nutritionnel			Portion indiquée			Valeurs nutritionnelles à la portion		
	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta
<b>Ensemble des produits du secteur</b>																		
Secteur (2015 : n=1108 ; 2018 : n=1147)	99%	100%	+1***	2%	1%	-1	0%	0%	+0	57%	49%	-8***	78%	73%	-4*	73%	67%	-5**
<b>Famille de produits</b>																		
Pizzas jambon fromage (2015 : n=88 ; 2018 : n=83)	100%	100%	+0	5%	1%	-3	0%	0%	+0	69%	52%	-18*	86%	76%	-10	80%	67%	-12
Pizzas charcuterie (2015 : n=48 ; 2018 : n=44)	98%	100%	+2	4%	0%	-4	0%	0%	+0	67%	59%	-8	83%	77%	-6	77%	75%	-2
Pizzas viandes type bolognaise (2015 : n=31 ; 2018 : n=32)	97%	100%	+3	6%	3%	-3	0%	0%	+0	58%	44%	-14	77%	72%	-6	74%	66%	-9
Pizzas viandes autres (2015 : n=20 ; 2018 : n=31)	100%	100%	+0	5%	0%	-5	0%	0%	+0	85%	71%	-14	90%	77%	-13	85%	77%	-8
Pizzas produits de la mer (2015 : n=38 ; 2018 : n=35)	100%	100%	+0	5%	0%	-5	0%	0%	+0	76%	66%	-11	84%	83%	-1	79%	80%	+1
Pizzas fromages (2015 : n=118 ; 2018 : n=123)	99%	100%	+1	5%	2%	-3	0%	0%	+0	67%	54%	-12*	85%	85%	-0,2	80%	78%	-2
Pizzas type margarita (2015 : n=33 ; 2018 : n=31)	100%	100%	+0	0%	3%	+3	0%	0%	+0	73%	61%	-11	91%	74%	-17	88%	74%	-14
Pizzas légumes (2015 : n=16 ; 2018 : n=26)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	56%	46%	-10	75%	73%	-2	69%	65%	-3
Quiches lorraines (2015 : n=32 ; 2018 : n=33)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	59%	42%	-17	88%	91%	+3	84%	82%	-3
Tartes avec viande ou poisson (2015 : n=60 ; 2018 : n=56)	95%	100%	+5	0%	0%	+0	0%	0%	+0	40%	36%	-4	77%	86%	+9	68%	73%	+5
Tartes aux fromages (2015 : n=22 ; 2018 : n=19)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	55%	47%	-7	91%	95%	+4	68%	84%	+16
Tartes aux légumes (2015 : n=60 ; 2018 : n=51)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	55%	55%	-0,1	92%	90%	-1	73%	84%	+11
Cakes sales avec viande ou poisson (2015 : n=10 ; 2018 : n=8)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	40%	25%	-15	50%	25%	-25	50%	13%	-38
Cakes sales végétariens (2015 : n=9 ; 2018 : n=6)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	56%	50%	-6	44%	17%	-28	44%	17%	-28
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (2015 : n=66 ; 2018 : n=62)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	50%	40%	-10	89%	82%	-7	89%	82%	-7
Crepes et galettes végétariennes (2015 : n=25 ; 2018 : n=24)	100%	100%	+0	0%	4%	+4	0%	0%	+0	64%	58%	-6	92%	96%	+4	92%	96%	+4
Feuillettes avec viande ou poisson et viandes en croute (2015 : n=110 ; 2018 : n=111)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	37%	38%	+1	77%	77%	+0,2	75%	69%	-6
Feuillettes avec escargot (2015 : n=9 ; 2018 : n=8)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	44%	63%	+18	56%	63%	+7	44%	63%	+18
Feuillettes végétariens (2015 : n=35 ; 2018 : n=44)	100%	100%	+0	0%	2%	+2	0%	0%	+0	54%	36%	-18	74%	70%	-4	74%	66%	-8
Croque monsieur (2015 : n=14 ; 2018 : n=20)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	29%	25%	-4	50%	55%	+5	50%	45%	-5
Burgers (2015 : n=43 ; 2018 : n=59)	100%	100%	+0	0%	5%	+5	0%	0%	+0	67%	59%	-8	88%	81%	-7	88%	80%	-9
Wraps et kebabs (2015 : n=16 ; 2018 : n=5)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	75%	80%	+5	94%	80%	-14	88%	60%	-28
Autres sandwichs (2015 : n=24 ; 2018 : n=35)	100%	100%	+0	0%	3%	+3	0%	0%	+0	83%	77%	-6	88%	83%	-5	88%	83%	-5
Baguettes et tartines garnies (2015 : n=14 ; 2018 : n=29)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	14%	21%	+6	64%	62%	-2	64%	48%	-16
Salades (2015 : n=14 ; 2018 : n=10)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	57%	50%	-7	100%	100%	+0	57%	30%	-27
Aumonieres apéritives (2015 : n=14 ; 2018 : n=12)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	50%	42%	-8	29%	25%	-4	29%	25%	-4
Choux et gougeres (2015 : n=9 ; 2018 : n=13)	89%	100%	+11	0%	0%	+0	0%	0%	+0	33%	23%	-10	67%	38%	-28	67%	38%	-28
Pains surprises et canapés apéritifs (2015 : n=40 ; 2018 : n=33)	88%	100%	+13	0%	0%	+0	0%	0%	+0	33%	30%	-2	35%	18%	-17	33%	15%	-17
Verrines apéritives (2015 : n=8 ; 2018 : n=8)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	63%	38%	-25	50%	38%	-13	50%	38%	-13
Assortiments de snacking (2015 : n=61 ; 2018 : n=63)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	59%	46%	-13	62%	51%	-12	62%	51%	-12
Autres apéritifs (2015 : n=21 ; 2018 : n=33)	95%	100%	+5	0%	0%	+0	0%	0%	+0	48%	64%	+16	5%	27%	+23	5%	21%	+16
<b>Segment de marche</b>																		
Distributeurs spécialisés (2015 : n=397 ; 2018 : n=403)	100%	100%	+0	0%	1%	+1	0%	0%	+0	29%	34%	+5	56%	60%	+4	46%	49%	+3
Marques nationales (2015 : n=160 ; 2018 : n=258)	94%	100%	+6	11%	3%	-8***	0%	0%	+0	74%	52%	-22***	78%	62%	-16***	77%	57%	-20***
Marques de distributeurs (2015 : n=390 ; 2018 : n=352)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	75%	61%	-14***	94%	88%	-5**	92%	87%	-5*
Marques de distributeurs entrée de gamme (2015 : n=23 ; 2018 : n=18)	100%	100%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	57%	44%	-12	96%	72%	-23	96%	72%	-23
Hard discount (2015 : n=138 ; 2018 : n=116)	98%	100%	+2	0%	0%	+0	0%	0%	+0	64%	53%	-11	89%	96%	+7	87%	96%	+9*

Case en violet : diminution significative de la présence du paramètre entre 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative de la présence du paramètre entre 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Chiffres grisés : effectifs d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2

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

**La présence de l'étiquetage nutritionnel progresse encore entre 2015 (99%) et 2018 (100%) pour devenir systématique** (Tableau 5), **cet étiquetage étant dorénavant obligatoire suite à la mise en place du règlement « INCO »<sup>12</sup>**. A noter que 74% des produits de 2018 affichent des valeurs nutritionnelles pour au moins un nutriment supplémentaire à ceux obligatoires (groupe INCO+) (n=854).

**A l'inverse, des diminutions significatives sont observées concernant la présence :**

- **De repère nutritionnel (2015 : 57% ; 2018 : 49%)**, principalement portée par les marques nationales (-22 points) et les marques de distributeurs (-14 points) qui présentaient les fréquences de présence les plus élevées en 2015. Au niveau des familles, la diminution significative à l'échelle du secteur est portée principalement par les Pizzas jambon fromage (-18 points) et les Pizzas fromages (-12 points) ;

- **De valeurs nutritionnelles à la portion (2015 : 73% ; 2018 : 67%)**, principalement portée par les marques nationales (-20 points) et les marques de distributeurs (-5 points). A noter, toutefois, une augmentation au sein des produits issus du hard discount (+9 points) ;

- **De portion indiquée (2015 : 78% ; 2018 : 73%)**, principalement portée par les marques nationales (-16 points) et les marques de distributeurs (-5 points). **Les tailles les plus fréquentes de portions indiquées restent globalement similaires entre 2015 et 2018 même si leur répartition au sein d'une même famille peut être modifiée** (Annexe 3). Comme en 2015, la taille des portions dépend des familles (Annexe 3). La taille de portion indiquée la plus représentée au sein des **pizzas surgelées** est de 200g (2015 : 20% ; 2018 : 20%) et varie en 2018 entre 27g et 500g (Figure 9, Annexe 3). Pour ce qui est des **quiches et tartes surgelées**, la taille de portion indiquée la plus représentée est de 100g (2015 : 30% ; 2018 : 34%) pouvant varier en 2018 de 55g à 290g (Figure 10, Annexe 3). Pour les **feuilletés surgelés**, la taille de portion indiquée la plus représentée est de 100g (2015 : 45% ; 2018 : 38%) et varie entre 16g et 166g (Figure 11, Annexe 3). Pour les **sandwiches et apparentés surgelés**, la taille de portion indiquée la plus fréquente est comprise entre 100g (exclu) et 150g (exclu) (2015 : 40% ; 2018 : 35%) et peut varier de 12g à 364g en 2018 (Figure 12, Annexe 3). A noter qu'une augmentation significative des portions indiquées de moins de 100g est observée pour cette sous-catégorie entre 2015 (7%) et 2018 (19%) (Figure 12). Enfin pour les **autres snackings surgelés**, la taille de portion indiquée la plus fréquente est inférieure à 50g (2015 : 28% ; 2018 : 24%) et varie de 5g à 300g en 2018 (Figure 13, Annexe 3). A noter que la plupart des tailles minimales de portion indiquée se trouvent sur des emballages de produits en format « mini ». **Par ailleurs, en se plaçant au niveau des produits appariés<sup>13</sup> mentionnant une taille de portion indiquée en 2015 et en 2018 (n=527), il apparait que la taille de cette portion reste le plus souvent identique** (Figure 14, Tableau 8). Les évolutions de taille sont très ponctuelles, à la hausse ou à la baisse, et peuvent être expliquées uniquement référence par référence.

<sup>12</sup> Règlement (UE) n°1169/2011 du Parlement Européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n°1924/2006 et (CE) n°1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/CEE de la Commission, la directive 90/496/CEE du Conseil, la directive 1999/10/CE de la Commission, la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/CE et 2008/5/CE de la Commission et le règlement (CE) n°608/2004 de la Commission. Journal officiel de l'Union Européenne L304 du 22 novembre 2011.

<sup>13</sup> Produits présents à la fois en 2015 et en 2018 sous une forme identique ou modifiée.

La fréquence de présence **d'allégation nutritionnelle**, déjà très faible en 2015 (n=17 ; 2%) diminue encore en 2018 (n=11 ; 1%). Elles portent majoritairement sur les protéines (Tableau 6, Tableau 7). Enfin, en 2018 comme en 2015, aucune allégation de santé n'est observée pour ce secteur.

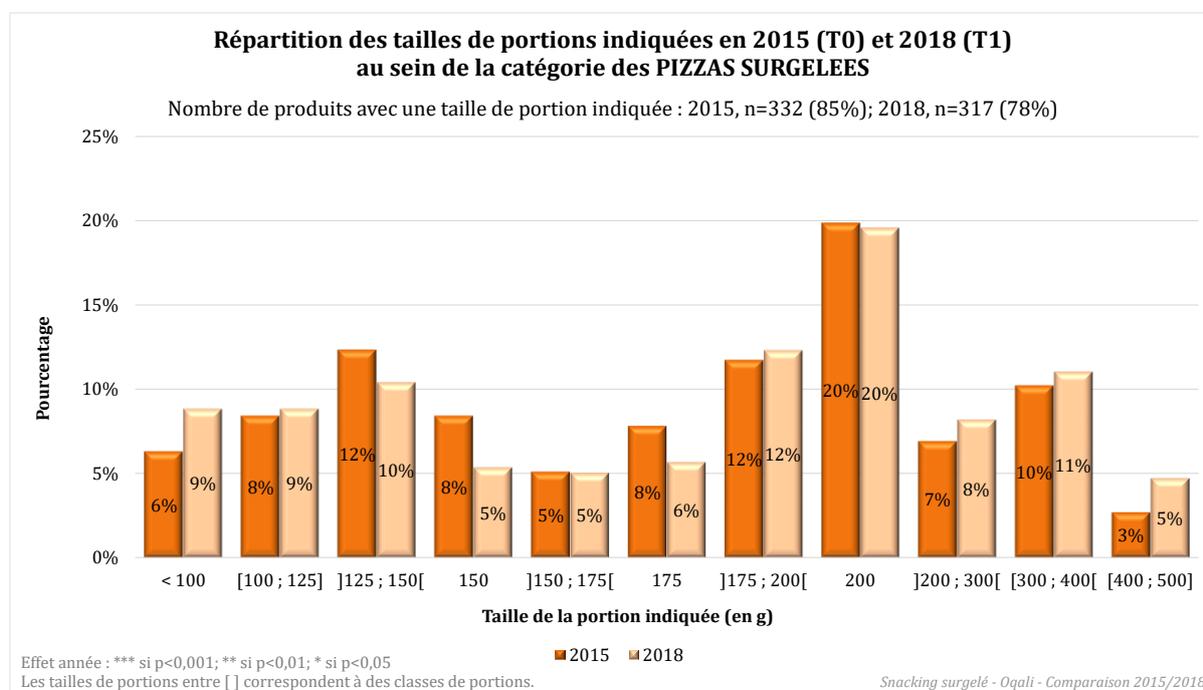
L'ensemble des graphiques et tableaux portant sur les allégations et les portions sont disponibles ci-dessous.

**Tableau 6 : Fréquence des nutriments concernés par les allégations nutritionnelles pour le secteur du Snacking surgelé, en 2015 et 2018.**

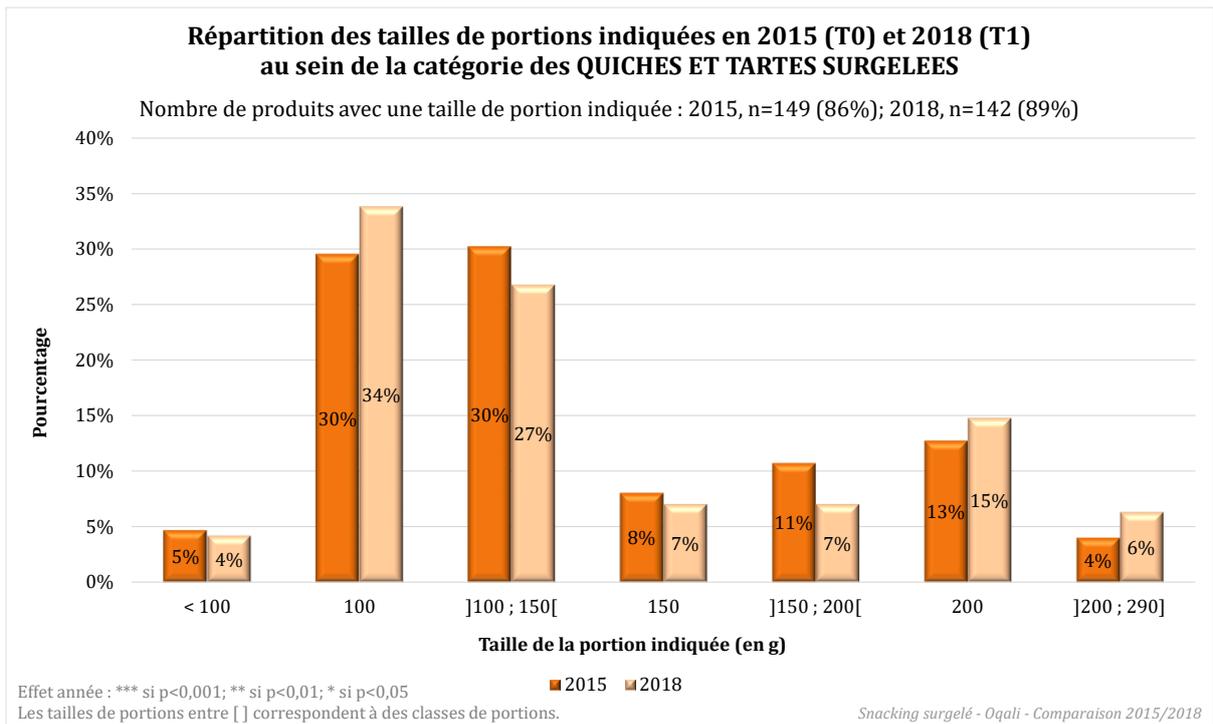
Nutriments concernés	Nombre de produits en 2015	% par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2015 (n=17)	Nombre de produits en 2018	% par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2018 (n=11)
Protéines	16	94%	7	64%
Vitamines et minéraux	1	6%	0	0%
Fibres	0	0%	5	45%

**Tableau 7 : Fréquence des différents types d'allégations nutritionnelles pour le secteur du Snacking surgelé, en 2015 et en 2018.**

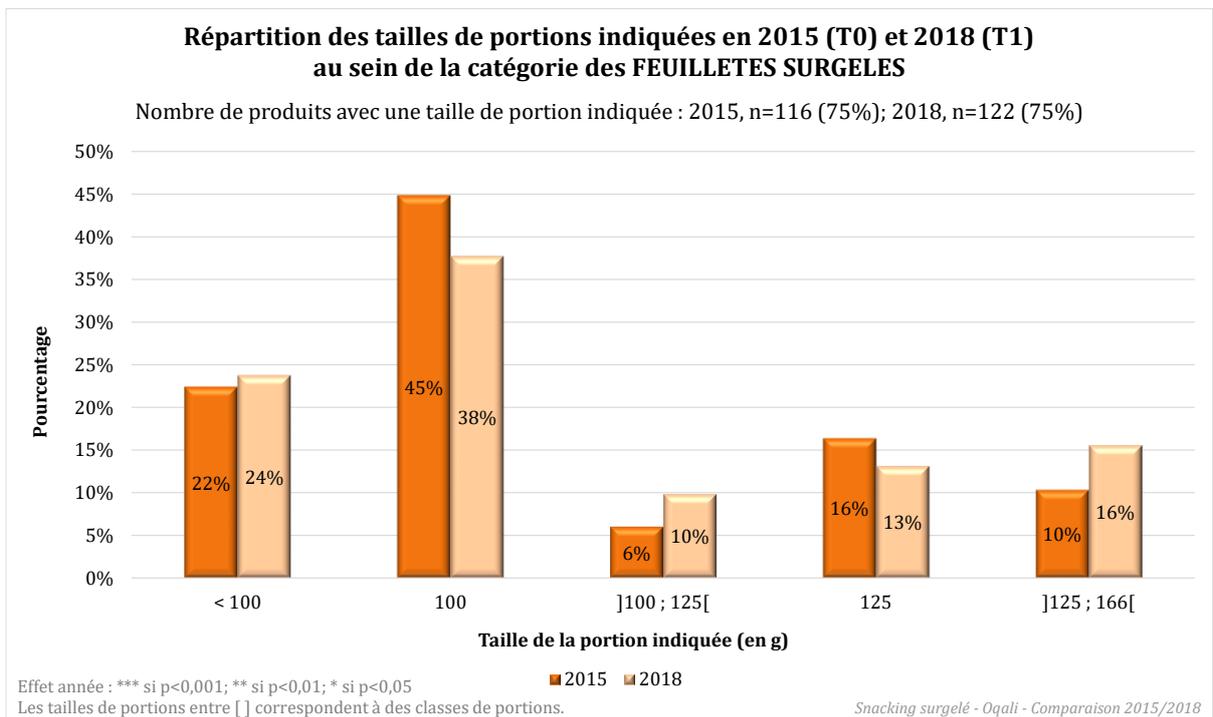
Type d'allégation nutritionnelle	Nombre de produits en 2015	% par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2015 (n=17)	Nombre de produits en 2018	% par rapport au nombre de produits présentant au moins une allégation nutritionnelle en 2018 (n=11)
SOURCE DE PROTEINES	9	53%	5	45%
RICHE EN PROTEINES	7	41%	2	18%
SOURCE DE VITAMINES ET/OU MINERAUX	1	6%	0	0%
SOURCE DE FIBRES	0	0%	4	36%
RICHE EN FIBRES	0	0%	1	9%



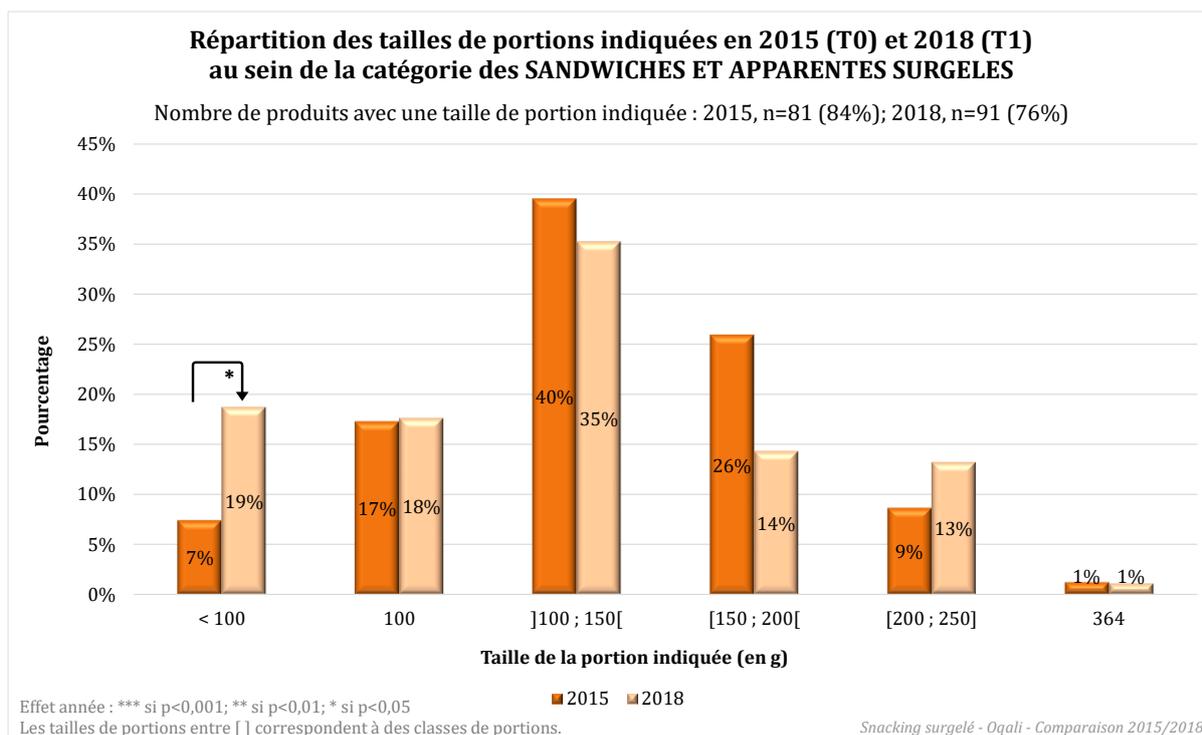
**Figure 9 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2015 et 2018 pour la catégorie des Pizzas surgelées.**



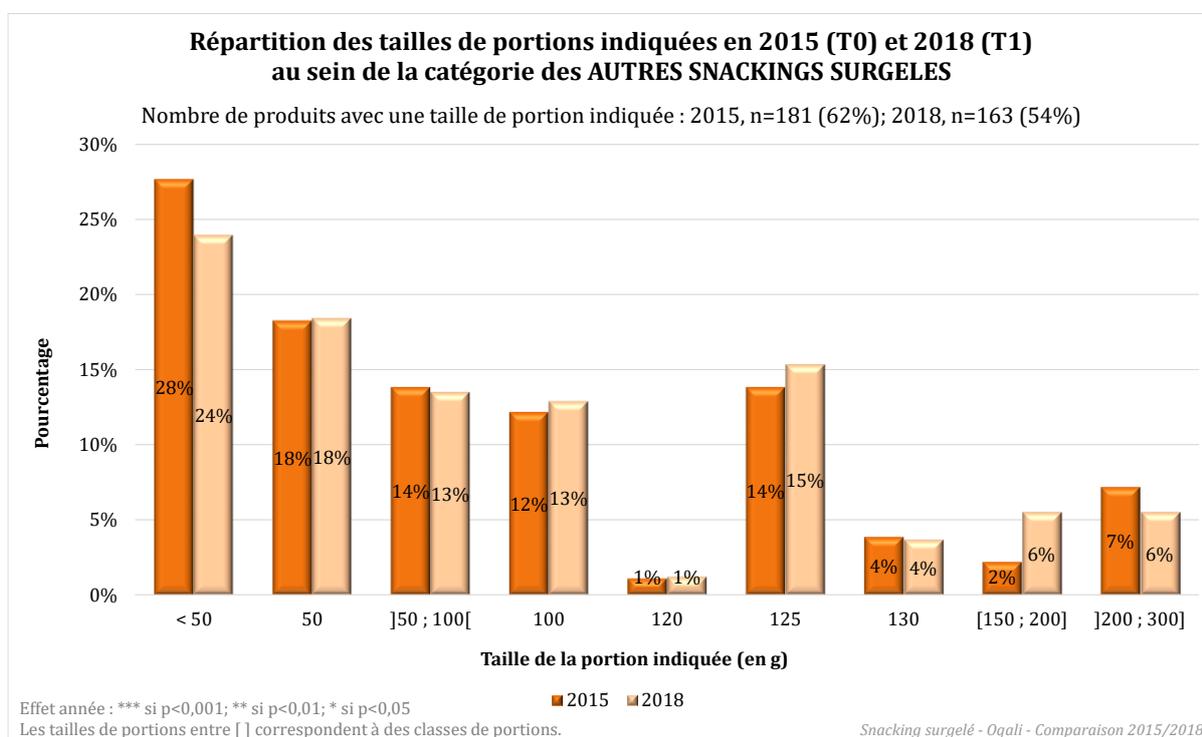
**Figure 10 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2015 et 2018 pour la catégorie des Quiches et tartes surgelées.**



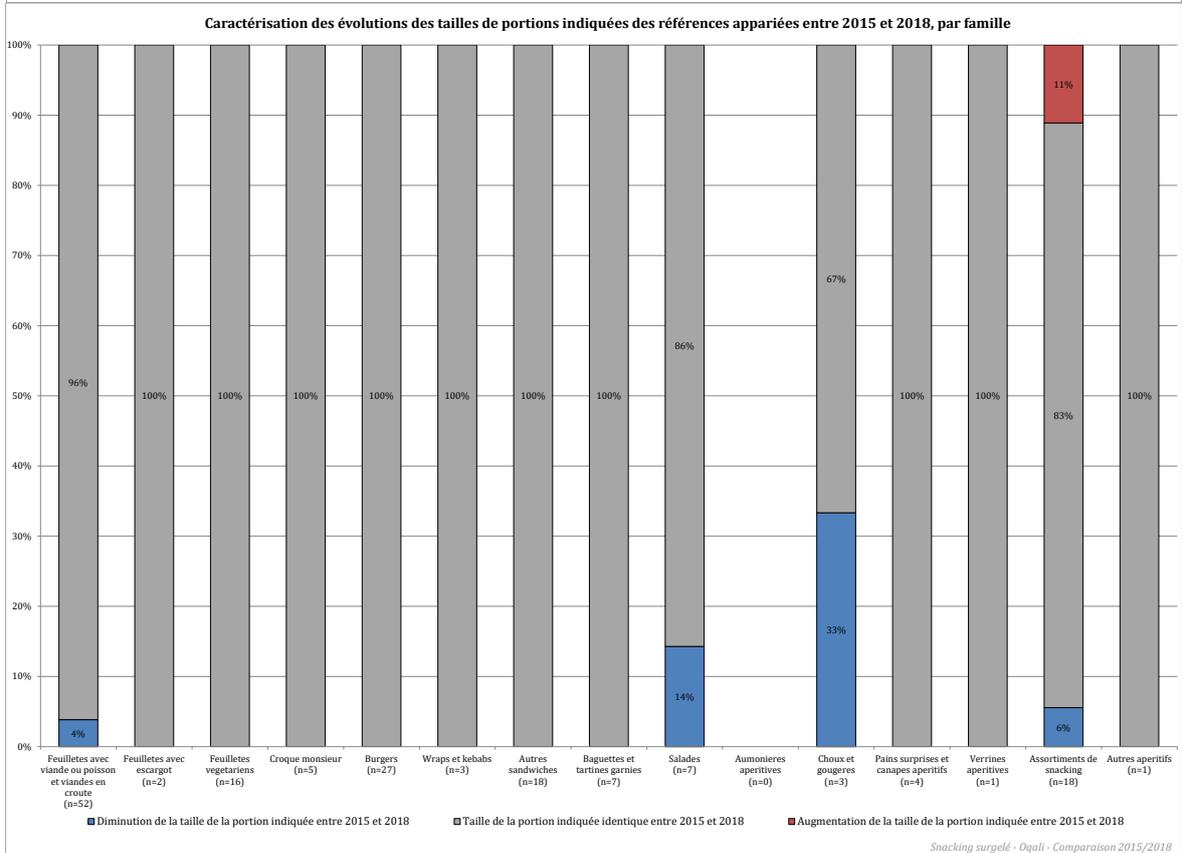
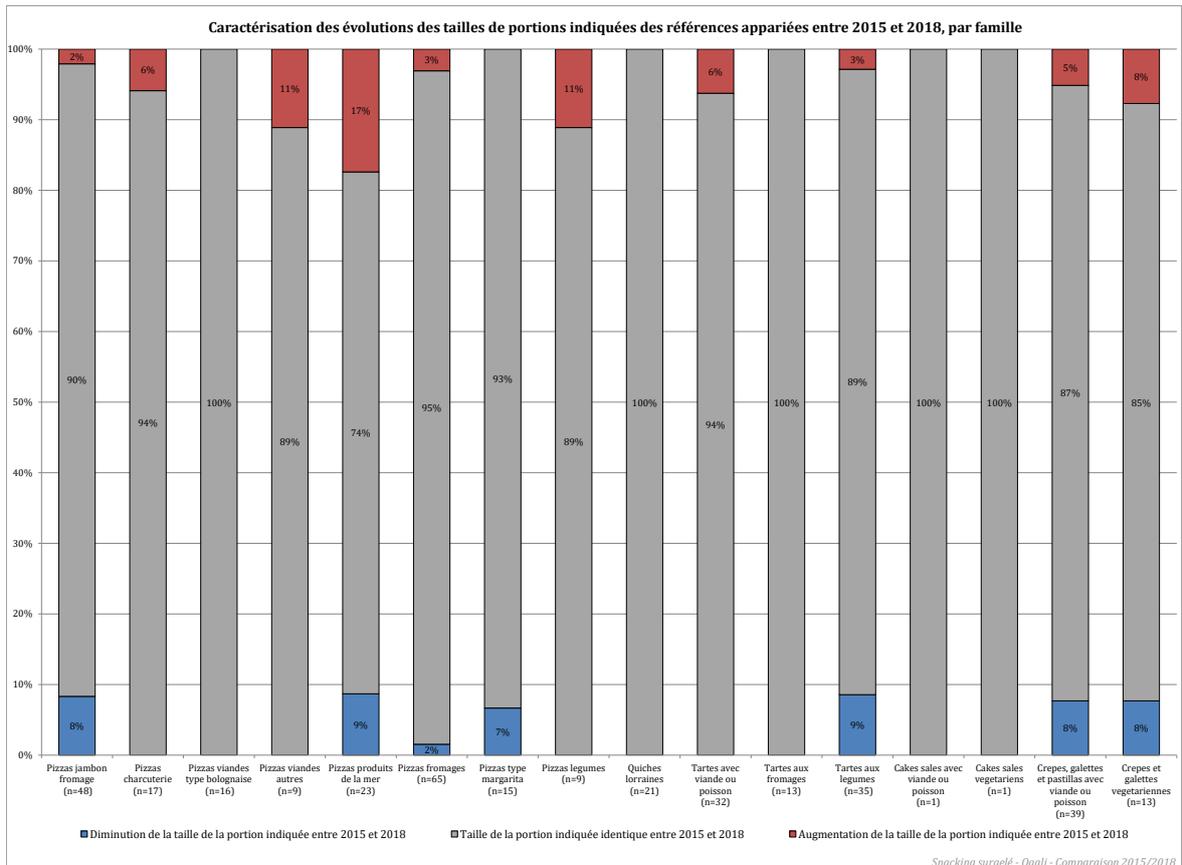
**Figure 11 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2015 et 2018 pour la catégorie des Feuilletés surgelés.**



**Figure 12 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2015 et 2018 pour la catégorie des Sandwiches et apparentés surgelés.**



**Figure 13 : Répartition des tailles de portions indiquées en 2015 et 2018 pour la catégorie des Autres snackings surgelés.**



**Figure 14 : Pourcentage de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une stabilité de la taille de portion indiquée entre 2015 et 2018 au sein du Snacking surgelé étudié.**

**Tableau 8 : Evolutions de tailles de portions indiquées des produits appariés présentant une taille de portion indiquée en 2015 et en 2018 au sein du Snacking surgelé.**

Famille de produits	Diminutions de la taille de la portion indiquée, en g (n=20)					Taille de la portion indiquée identique (n=489)	Augmentations de la taille de la portion indiquée, en g (n=18)				
	N	Min	Max	Moy	ET		N	Min	Max	Moy	ET
Pizzas jambon fromage (n=48)	4	-0,5	-75,0	-28,5	35,5	43	1	+52,0	+52,0	+52,0	
Pizzas charcuterie (n=17)	0					16	1	+62,0	+62,0	+62,0	
Pizzas viandes type bolognaise (n=16)	0					16	0				
Pizzas viandes autres (n=9)	0					8	1	+67,0	+67,0	+67,0	
Pizzas produits de la mer (n=23)	2	-10,0	-15,0	-12,5	3,5	17	4	+1,0	+54,0	+25,5	26,5
Pizzas fromages (n=65)	1	-10,0	-10,0	-10,0		62	2	+1,0	+25,0	+13,0	17,0
Pizzas type margarita (n=15)	1	-2,5	-2,5	-2,5		14	0				
Pizzas legumes (n=9)	0					8	1	+30,0	+30,0	+30,0	
Quiches lorraines (n=21)	0					21	0				
Tartes avec viande ou poisson (n=32)	0					30	2	+2,0	+120,0	+61,0	83,4
Tartes aux fromages (n=13)	0					13	0				
Tartes aux legumes (n=35)	3	-14,3	-33,3	-20,6	11,0	31	1	+26,0	+26,0	+26,0	
Cakes sales avec viande ou poisson (n=1)	0					1	0				
Cakes sales vegetariens (n=1)	0					1	0				
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=39)	3	-1,0	-50,0	-33,7	28,3	34	2	+50,0	+50,0	+50,0	0,0
Crepes et galettes vegetariennes (n=13)	1	-50,0	-50,0	-50,0		11	1	+50,0	+50,0	+50,0	
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=52)	2	-12,5	-41,0	-26,8	20,2	50	0				
Feuilletes avec escargot (n=2)	0					2	0				
Feuilletes vegetariens (n=16)	0					16	0				
Croque monsieur (n=5)	0					5	0				
Burgers (n=27)	0					27	0				
Wraps et kebabs (n=3)	0					3	0				
Autres sandwiches (n=18)	0					18	0				
Baguettes et tartines garnies (n=7)	0					7	0				
Salades (n=7)	1	-150,0	-150,0	-150,0		6	0				
Aumonieres aperitives (n=6)	0					6	0				
Choux et gougeres (n=3)	1	-2,0	-2,0	-2,0		2	0				
Pains surprises et canapes aperitifs (n=4)	0					4	0				
Verrines aperitives (n=1)	0					1	0				
Assortiments de snacking (n=18)	1	-8,0	-8,0	-8,0		15	2	+5,0	+20,0	+12,5	10,6
Autres aperitifs (n=1)	0					1	0				

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

## 6. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETÉES

### 6.1. Méthodologie

L'étude de l'évolution des valeurs nutritionnelles concerne 6 nutriments d'intérêt : les matières grasses, les acides gras saturés, les sucres<sup>14</sup>, les protéines, les fibres et le sel.

Pour les produits n'étiquetant qu'une teneur en sodium et non en sel, la teneur en sodium a été convertie en sel avec un facteur de conversion de 2,5 afin de pouvoir intégrer ces produits à l'étude de la variabilité des teneurs en sel (2015 : n=14 ; 2018 : n=1).

Les statistiques descriptives détaillées par famille de produits, ainsi que les teneurs moyennes en nutriments pondérées ou non par les parts de marché pour l'année 2018 sont présentées en Annexe 4, et ce pour la valeur énergétique et les 7 nutriments suivants : matières grasses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines, fibres et sel.

**Ainsi, ce chapitre présente, à partir des données recueillies sur les emballages des produits et de manière détaillée, l'évolution des teneurs en nutriments d'intérêt pour les produits du Snacking surgelé (matières grasses, acides gras saturés, sucres, protéines, fibres et sel), pour 100g, par famille de produits et par année.**

L'objectif étant de caractériser au mieux les évolutions de teneurs observées entre 2015 et 2018, les résultats sont détaillés :

- **au niveau des familles de produits**, en considérant l'ensemble de l'offre recueillie, pour observer les évolutions de chacune des familles dans leur ensemble ;
- **au niveau des familles de produits, en se plaçant au niveau des produits appariés** pour préciser si les évolutions de teneurs sont dues au moins en partie à des reformulations de produits préexistants. Les produits appariés correspondent aux références qui étaient dans l'échantillon en 2015, et qui le sont toujours en 2018, sous une forme strictement identique ou évoluée. Plus spécifiquement, pour être intégrés au suivi des valeurs nutritionnelles des produits appariés, ceux-ci doivent non seulement exister sur le marché les 2 années d'étude mais également présenter une teneur pour le nutriment considéré chacune de ces 2 années. Ainsi, pour un nutriment donné, les effectifs de produits appariés suivis sont donc égaux pour 2015 et 2018, mais ils peuvent varier d'un nutriment à l'autre ;

---

<sup>14</sup> Pour rappel, les données étiquetées, dont sont issues ces données, concernent les sucres totaux, c'est-à-dire l'ensemble des mono et disaccharides (lactose et galactose compris).

- **au niveau des familles de produits par sous-groupe** afin d'identifier si des renouvellements de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment) expliquent les évolutions observées. Six ensembles de produits sont considérés :
  - 2015 : correspondant à l'offre des produits récoltés par l'Oqali en 2015<sup>15</sup> ;
  - 2018 : correspondant à l'offre des produits récoltés par l'Oqali en 2018<sup>16</sup> ;
  - Retirés : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018) ;
  - VN identiques : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que celui des valeurs nutritionnelles, quel que soit le nutriment) ;
  - Evolutions VN : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018, avec au moins une valeur nutritionnelle ayant évolué entre ces 2 années (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution) ;
  - Ajoutés : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations ou extensions de gamme : nouvelle recette par exemple, et produits non captés par l'Oqali en 2015) ;
- **au niveau des familles de produits, par segment de marché** pour voir si les évolutions sont portées ou non par tous les segments de marché ;
- **au niveau des familles de produits, par segment de marché et sous-groupe** afin d'expliquer si les différences observées au niveau des segments de marché s'expliquent en partie par un renouvellement de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment). Par famille, chaque segment de marché est divisé selon les 6 sous-groupes définis ci-dessus (« 2015 », « 2018 », « Retirés », « VN identiques », « Evolutions VN » et « Ajoutés »).

Les traitements statistiques de la partie « Evolution de la composition nutritionnelle » ont évolué : les tests de Mann-Whitney, de Wilcoxon et de Student, utilisés dans les études sectorielles précédentes, ont été remplacés par des tests de permutation. L'intérêt des tests de permutation repose sur leur flexibilité et leur robustesse lorsque les hypothèses statistiques des tests habituels ne sont pas vérifiées. Dans le cas des études sectorielles de l'Oqali, l'utilisation de ces nouveaux tests permet de s'adapter aux tailles d'échantillons aléatoires et notamment aux échantillons de petites tailles, retrouvés pour certaines familles étudiées, ou encore de limiter l'impact des observations aberrantes parfois présentes dans les données. Par ailleurs, le principe des tests de permutation est de travailler conditionnellement aux données observées, sans avoir à formuler des hypothèses sur la distribution théorique de la variable observée. Par

---

<sup>15</sup> Couvrant au minimum 80% du marché total du secteur en volume (ratio des volumes de produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel).

<sup>16</sup> Couvrant au minimum 80% du marché total du secteur en volume (ratio des volumes de produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel).

convention, le terme « significatif » a été employé afin d'indiquer que l'évolution observée est statistiquement significative (p-value inférieure à 0,05).

Dans les graphiques, les évolutions significatives entre les teneurs moyennes sont signalées par une flèche entre les 2 échantillons comparés. La valeur de la différence des teneurs moyennes est indiquée dans le sens suivant : [teneur du groupe en bout de flèche – teneur du groupe à l'origine de la flèche]. Toutes les combinaisons ont été testées ; l'absence de flèche indique que le test n'a pas montré de différence significative entre les teneurs moyennes des 2 échantillons concernés. Dans les tableaux, les évolutions significatives sont signalées par des étoiles.

Afin d'interpréter les évolutions les plus importantes observées, une analyse référence par référence a été réalisée. Si des éléments permettent d'expliquer ces fortes évolutions, ils sont décrits dans les paragraphes suivants. Si aucune explication n'est apportée, cela signifie que l'ensemble des informations disponibles sur l'emballage ainsi que l'échange d'informations avec les professionnels du groupe de travail n'ont pas permis d'expliquer ces évolutions.

## 6.2. Fréquence d'étiquetage par nutriment suivi

Lors de l'étude portant sur les valeurs nutritionnelles étiquetées, il est nécessaire de prendre en compte les fréquences d'étiquetage des nutriments d'intérêt pour les 2 années de suivi afin d'identifier d'éventuels biais d'étiquetage (Tableau 9). Les cases grisées matérialisent les évolutions supérieures à 20 points de la proportion de produits étiquetant leurs valeurs nutritionnelles entre 2015 et 2018 à l'échelle des familles, des segments et du secteur.

**L'analyse des fréquences d'étiquetage par nutriment ne montre pas d'évolution importante entre 2015 et 2018.** Cela s'explique par l'application du règlement « INCO »<sup>17</sup> : en 2015, 91% des produits présentaient un étiquetage de groupe INCO/INCO+ et en 2018 la quasi-totalité des produits indiquent un étiquetage de groupe INCO (25% des produits) ou INCO+ (74%). Ainsi, l'étude des évolutions des valeurs nutritionnelles, pour ce secteur, ne comportent pas de biais d'étiquetage majeur pour les matières grasses, les acides gras saturés, les sucres, les protéines et le sel.

A noter cependant, une légère diminution de la proportion de produits étiquetant les fibres à l'échelle du secteur entre 2015 (81%) et 2018 (75%), portée principalement par les familles de Pizzas viandes autres (-34 points) et Crêpes et galettes végétariennes (-21 points) ainsi que par les produits issus du hard discount (-24 points).

<sup>17</sup> Règlement (UE) n°1169/2011 du Parlement Européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n°1924/2006 et (CE) n°1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/CEE de la Commission, la directive 90/496/CEE du Conseil, la directive 1999/10/CE de la Commission, la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/CE et 2008/5/CE de la Commission et le règlement (CE) n°608/2004 de la Commission. Journal officiel de l'Union Européenne L304 du 22 novembre 2011.

**Tableau 9 : Fréquences d'étiquetage des matières grasses, acides gras saturés, sucres, protéines, fibres et sel en 2015 et en 2018 pour le secteur du Snacking surgelé étudié.**

Fréquences d'étiquetage des valeurs nutritionnelles pour le secteur du Snacking surgelé	Matières grasses			Acides gras saturés			Sucres			Protéines			Fibres			Sel		
	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta	2015	2018	Delta
<b>Ensemble des produits du secteur</b>																		
Secteur (2015 : n=1108 ; 2018 : n=1147)	99%	100%	+1	97%	100%	+3	97%	100%	+3	99%	100%	+1	81%	75%	-6	97%	100%	+3
<b>Famille de produits</b>																		
Pizzas jambon fromage (2015 : n=88 ; 2018 : n=83)	100%	100%	+0	98%	100%	+2	98%	100%	+2	100%	100%	+0	88%	83%	-4	98%	100%	+2
Pizzas charcuterie (2015 : n=48 ; 2018 : n=44)	98%	100%	+2	96%	100%	+4	96%	100%	+4	98%	100%	+2	77%	66%	-11	96%	100%	+4
Pizzas viandes type bolognaise (2015 : n=31 ; 2018 : n=32)	97%	100%	+3	94%	100%	+6	94%	100%	+6	97%	100%	+3	74%	75%	+1	94%	100%	+6
Pizzas viandes autres (2015 : n=20 ; 2018 : n=31)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	95%	61%	-34	100%	100%	+0
Pizzas produits de la mer (2015 : n=38 ; 2018 : n=35)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	74%	77%	+3	100%	100%	+0
Pizzas fromages (2015 : n=118 ; 2018 : n=123)	99%	100%	+1	97%	100%	+3	97%	100%	+3	99%	100%	+1	82%	77%	-5	97%	100%	+3
Pizzas type margarita (2015 : n=33 ; 2018 : n=31)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	67%	65%	-2	100%	100%	+0
Pizzas légumes (2015 : n=16 ; 2018 : n=26)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	75%	73%	-2	100%	100%	+0
Quiches lorraines (2015 : n=32 ; 2018 : n=33)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	75%	82%	+7	100%	100%	+0
Tartes avec viande ou poisson (2015 : n=60 ; 2018 : n=56)	95%	100%	+5	95%	100%	+5	95%	100%	+5	95%	100%	+5	87%	82%	-5	95%	100%	+5
Tartes aux fromages (2015 : n=22 ; 2018 : n=19)	100%	100%	+0	91%	100%	+9	91%	100%	+9	100%	100%	+0	77%	74%	-4	91%	100%	+9
Tartes aux légumes (2015 : n=60 ; 2018 : n=51)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	85%	84%	-1	100%	100%	+0
Cakes sales avec viande ou poisson (2015 : n=10 ; 2018 : n=8)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	80%	89%	+8	100%	100%	+0
Cakes sales végétariens (2015 : n=9 ; 2018 : n=6)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	78%	83%	+6	100%	100%	+0
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (2015 : n=66 ; 2018 : n=62)	100%	100%	+0	98%	100%	+2	98%	100%	+2	100%	100%	+0	80%	81%	+0,3	98%	100%	+2
Crepes et galettes végétariennes (2015 : n=25 ; 2018 : n=24)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	88%	67%	-21	100%	100%	+0
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (2015 : n=110 ; 2018 : n=111)	100%	100%	+0	99%	100%	+1	99%	100%	+1	100%	100%	+0	86%	68%	-18	99%	100%	+1
Feuilletes avec escargot (2015 : n=9 ; 2018 : n=8)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	89%	88%	-1	100%	100%	+0
Feuilletes végétariennes (2015 : n=35 ; 2018 : n=44)	100%	100%	+0	97%	100%	+3	97%	100%	+3	100%	100%	+0	89%	70%	-18	97%	100%	+3
Croque monsieur (2015 : n=14 ; 2018 : n=20)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	57%	70%	+13	100%	100%	+0
Burgers (2015 : n=43 ; 2018 : n=59)	100%	100%	+0	93%	100%	+7	93%	100%	+7	100%	100%	+0	70%	69%	-0,3	93%	100%	+7
Wraps et kebabs (2015 : n=16 ; 2018 : n=5)	100%	100%	+0	94%	100%	+6	94%	100%	+6	100%	100%	+0	81%	100%	+19	94%	100%	+6
Autres sandwichs (2015 : n=24 ; 2018 : n=35)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	96%	91%	-4	100%	100%	+0
Baguettes et tartines garnies (2015 : n=14 ; 2018 : n=29)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	79%	59%	-20	100%	100%	+0
Salades (2015 : n=14 ; 2018 : n=10)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	93%	100%	+7	100%	100%	+0
Aumonieres apertives (2015 : n=14 ; 2018 : n=12)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	86%	83%	-2	100%	100%	+0
Choux et gougeres (2015 : n=9 ; 2018 : n=13)	89%	100%	+11	89%	100%	+11	89%	100%	+11	89%	100%	+11	78%	69%	-9	89%	100%	+11
Pains surprises et canapes apertifs (2015 : n=40 ; 2018 : n=33)	88%	100%	+13	88%	100%	+13	88%	100%	+13	88%	100%	+13	75%	73%	-2	88%	100%	+13
Verrines apertives (2015 : n=8 ; 2018 : n=8)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	88%	88%	+0	100%	100%	+0
Assortiments de snacking (2015 : n=61 ; 2018 : n=63)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	66%	57%	-8	100%	100%	+0
Autres apertifs (2015 : n=21 ; 2018 : n=33)	95%	100%	+5	95%	100%	+5	95%	100%	+5	95%	100%	+5	86%	79%	-7	95%	100%	+5
<b>Segment de marche</b>																		
Distributeurs specialises (2015 : n=397 ; 2018 : n=403)	100%	100%	+0	99%	100%	+1	99%	100%	+1	100%	100%	+0	99%	100%	+1	99%	100%	+1
Marques nationales (2015 : n=160 ; 2018 : n=258)	94%	100%	+6	92%	100%	+8	92%	100%	+8	94%	100%	+6	68%	60%	-8	92%	100%	+8
Marques de distributeurs (2015 : n=390 ; 2018 : n=352)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0	83%	76%	-7	100%	100%	+0
Marques de distributeurs entree de gamme (2015 : n=23 ; 2018 : n=18)	100%	100%	+0	96%	100%	+4	96%	100%	+4	100%	100%	+0	65%	67%	+1	96%	100%	+4
Hard discount (2015 : n=138 ; 2018 : n=116)	98%	100%	+2	93%	100%	+7	93%	100%	+7	98%	100%	+2	40%	16%	-24	93%	100%	+7

Case en gris : évolution du nombre de produits étiquetés supérieure à 20 points

## 6.3. Evolution des teneurs en matières grasses

### 6.3.1. Evolution des teneurs en matières grasses par famille

Parmi les 31 familles étudiées, 2 présentent une évolution significative de la teneur moyenne en matières grasses entre 2015 et 2018, toutes à la hausse (Figure 15, Tableau 10). Il s'agit des familles :

- **Pizzas fromages (6)** : +0,6g/100g soit +6% par rapport à la teneur initiale ;
- **Pains surprises et canapés apéritifs (28)** : +2,4g/100g soit +21%.

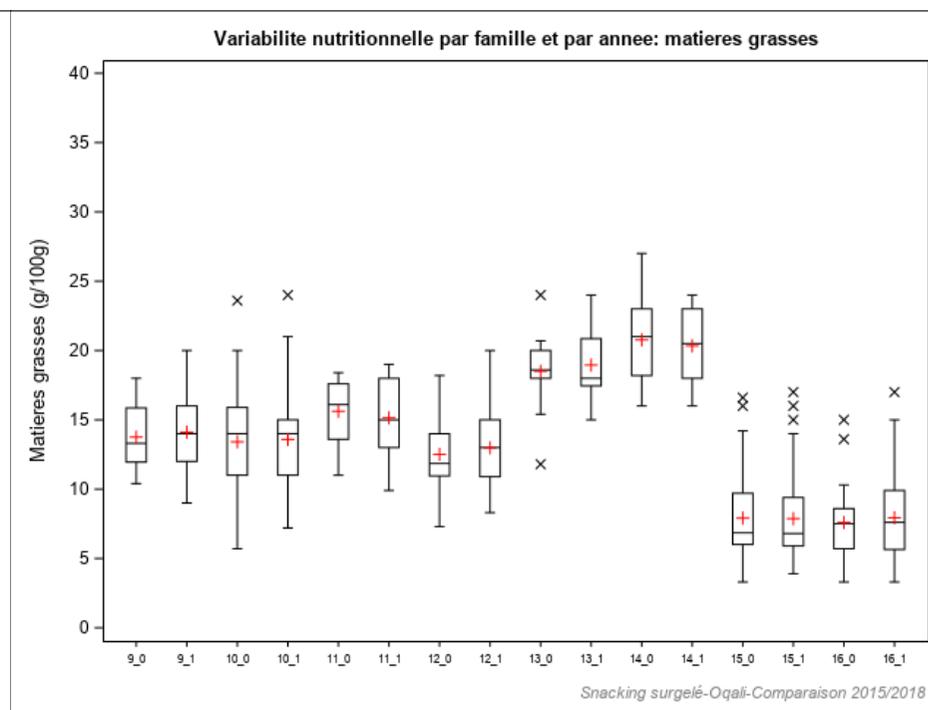
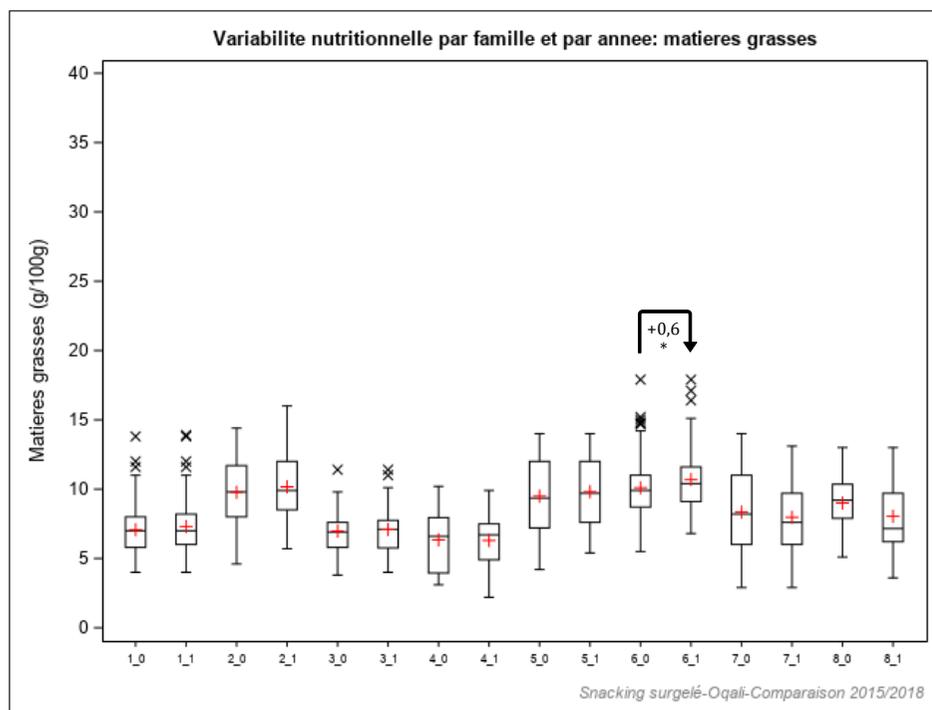
Des tendances d'évolution des teneurs à la hausse ou à la baisse sont également observées pour les autres familles (Figure 15, Tableau 10).

L'étude des distributions des teneurs en matières grasses entre 2015 et 2018 montre que les 2 augmentations significatives des teneurs moyennes observées pour les familles citées précédemment s'accompagnent d'un décalage de la distribution vers les teneurs plus élevées (augmentation des valeurs des médianes ainsi que des 1<sup>ers</sup> et 3<sup>es</sup> quartiles<sup>18</sup>) (Tableau 10).

En termes de variabilité des teneurs en matières grasses, aussi bien en 2015 qu'en 2018, les familles dont la variabilité est parmi les plus importantes sont Autres apéritifs (31), s'expliquant par la diversité des produits de cette famille, et Feuilletés avec escargot (18), s'expliquant en partie par la présence de produits avec une sauce à base d'escargot et de crème et de produits au beurre d'escargot. A l'inverse, la famille Salades (25) présente une variabilité parmi les plus faibles aussi bien en 2015 qu'en 2018. Par ailleurs, en dehors de la famille Pains surprises et canapés apéritifs pour laquelle une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses est observée, les familles Autres sandwiches (23), Baguettes et tartines garnies (24) ainsi que Choux et gougères (27) présentent une variabilité de leurs teneurs en matières grasses qui augmente fortement entre 2015 et 2018. A l'inverse entre 2015 et 2018, les familles présentant une diminution importante de leur variabilité des teneurs en matières grasses sont Cakes salés avec viande ou poisson (13), Cakes salés végétariens (14) et Aumônières apéritives (26).

---

<sup>18</sup> Le 1<sup>er</sup> quartile correspond à la teneur en dessous de laquelle se situent 25% des observations les plus basses. Le 3<sup>e</sup> quartile correspond à la teneur au-dessus de laquelle se situent 25% des observations les plus hautes.

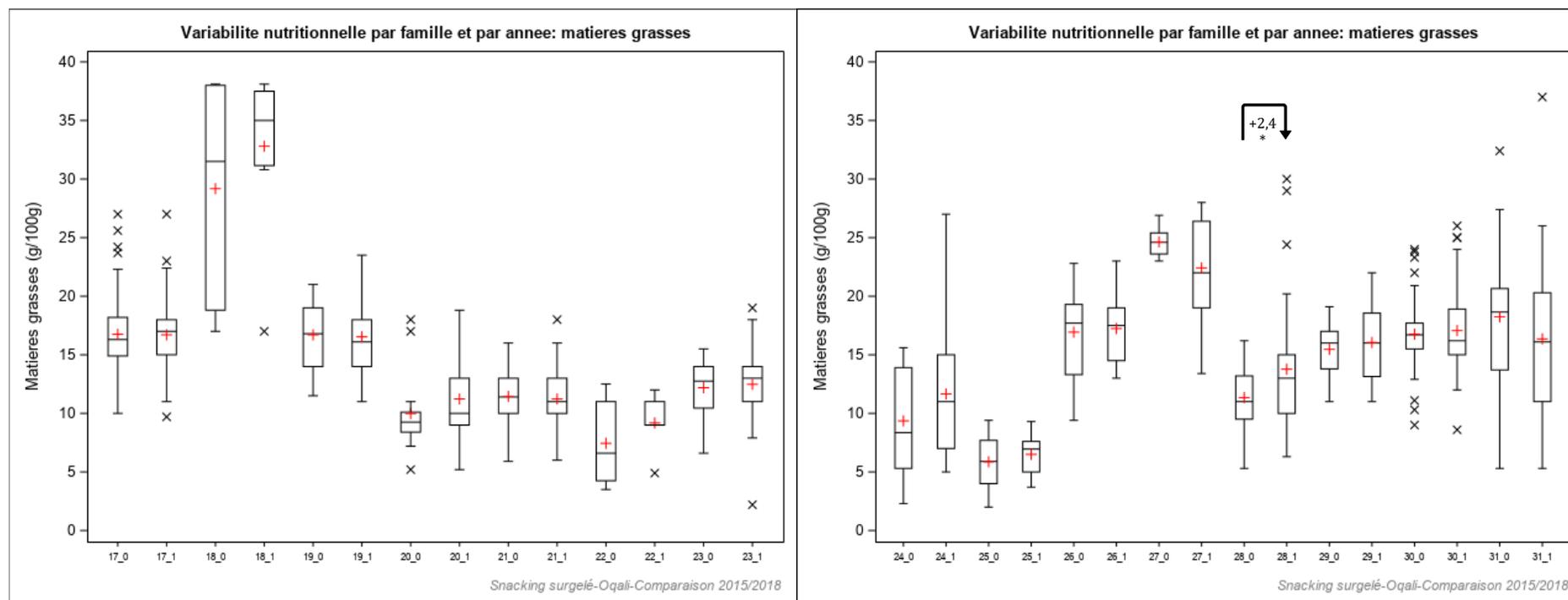


Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
	2015	Pizzas jambon fromage (n=88)	9_0	2015	Quiches lorraines (n=32)
	2018	Pizzas jambon fromage (n=83)	9_1	2018	Quiches lorraines (n=33)
	2015	Pizzas charcuterie (n=47)	10_0	2015	Tartes avec viande ou poisson (n=57)
	2018	Pizzas charcuterie (n=44)	10_1	2018	Tartes avec viande ou poisson (n=56)
	2015	Pizzas viandes type bolognaise (n=30)	11_0	2015	Tartes aux fromages (n=22)
	2018	Pizzas viandes type bolognaise (n=32)	11_1	2018	Tartes aux fromages (n=19)
	2015	Pizzas viandes autres (n=20)	12_0	2015	Tartes aux legumes (n=60)
	2018	Pizzas viandes autres (n=31)	12_1	2018	Tartes aux legumes (n=51)
	2015	Pizzas produits de la mer (n=38)	13_0	2015	Cakes sales avec viande ou poisson (n=10)
	2018	Pizzas produits de la mer (n=35)	13_1	2018	Cakes sales avec viande ou poisson (n=8)
	2015	Pizzas fromages (n=117)	14_0	2015	Cakes sales vegetariens (n=9)
	2018	Pizzas fromages (n=123)	14_1	2018	Cakes sales vegetariens (n=6)
	2015	Pizzas type margarita (n=33)	15_0	2015	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=66)
	2018	Pizzas type margarita (n=31)	15_1	2018	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=62)
	2015	Pizzas legumes (n=16)	16_0	2015	Crepes et galettes vegetariennes (n=25)
	2018	Pizzas legumes (n=26)	16_1	2018	Crepes et galettes vegetariennes (n=24)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
17_0	2015	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=110)	24_0	2015	Baguettes et tartines garnies (n=14)
17_1	2018	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=111)	24_1	2018	Baguettes et tartines garnies (n=29)
18_0	2015	Feuilletes avec escargot (n=9)	25_0	2015	Salades (n=14)
18_1	2018	Feuilletes avec escargot (n=8)	25_1	2018	Salades (n=10)
19_0	2015	Feuilletes vegetariens (n=35)	26_0	2015	Aumonieres apertives (n=14)
19_1	2018	Feuilletes vegetariens (n=44)	26_1	2018	Aumonieres apertives (n=12)
20_0	2015	Croque monsieur (n=14)	27_0	2015	Choux et gougeres (n=8)
20_1	2018	Croque monsieur (n=20)	27_1	2018	Choux et gougeres (n=13)
21_0	2015	Burgers (n=43)	28_0	2015	Pains surprises et canapes apertifs (n=35)
21_1	2018	Burgers (n=59)	28_1	2018	Pains surprises et canapes apertifs (n=33)
22_0	2015	Wraps et kebabs (n=16)	29_0	2015	Verrines apertives (n=8)
22_1	2018	Wraps et kebabs (n=5)	29_1	2018	Verrines apertives (n=8)
23_0	2015	Autres sandwiches (n=24)	30_0	2015	Assortiments de snacking (n=61)
23_1	2018	Autres sandwiches (n=35)	30_1	2018	Assortiments de snacking (n=63)
			31_0	2015	Autres apertifs (n=20)
			31_1	2018	Autres apertifs (n=33)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

**Figure 15 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié.**

**Tableau 10 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié.**

Matières grasses (g/100g)	2015								2018								Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET		
Pizzas jambon fromage	88	4,0	13,8	5,8	7,0	8,0	<b>7,1</b>	1,8	83	4,0	13,9	6,0	7,0	8,2	<b>7,3</b>	2,1	+0,2	+3%
Pizzas charcuterie	47	4,6	14,4	8,0	9,8	11,7	<b>9,8</b>	2,5	44	5,7	16,0	8,5	9,9	12,0	<b>10,2</b>	2,3	+0,4	+4%
Pizzas viandes type bolognaise	30	3,8	11,4	5,8	6,9	7,6	<b>7,0</b>	1,6	32	4,0	11,4	5,8	7,1	7,8	<b>7,1</b>	1,7	+0,1	+2%
Pizzas viandes autres	20	3,1	10,2	4,0	6,6	8,0	<b>6,3</b>	2,2	31	2,2	9,9	4,9	6,7	7,5	<b>6,3</b>	2,0	-0,05	-1%
Pizzas produits de la mer	38	4,2	14,0	7,2	9,4	12,0	<b>9,5</b>	2,7	35	5,4	14,0	7,6	9,7	12,0	<b>9,8</b>	2,4	+0,3	+3%
Pizzas fromages	117	5,5	17,9	8,7	9,9	11,0	<b>10,1</b>	2,1	123	6,8	17,9	9,1	10,4	11,6	<b>10,7</b>	2,2	+0,6*	+6%
Pizzas type margarita	33	2,9	14,0	6,0	8,2	11,0	<b>8,3</b>	3,2	31	2,9	13,1	6,0	7,6	9,7	<b>8,0</b>	2,8	-0,4	-4%
Pizzas legumes	16	5,1	13,0	7,9	9,2	10,4	<b>9,0</b>	2,3	26	3,6	13,0	6,2	7,2	9,7	<b>8,0</b>	2,4	-1,0	-11%
Quiches lorraines	32	10,4	18,0	12,0	13,3	15,9	<b>13,8</b>	2,2	33	9,0	20,0	12,0	14,0	16,0	<b>14,1</b>	2,7	+0,4	+3%
Tartes avec viande ou poisson	57	5,7	23,6	11,0	14,0	15,9	<b>13,4</b>	3,5	56	7,2	24,0	11,0	14,0	15,0	<b>13,6</b>	3,4	+0,2	+1%
Tartes aux fromages	22	11,0	18,4	13,6	16,1	17,6	<b>15,6</b>	2,2	19	9,9	19,0	13,0	15,0	18,0	<b>15,1</b>	2,8	-0,5	-3%
Tartes aux legumes	60	7,3	18,2	11,0	11,9	14,0	<b>12,5</b>	2,7	51	8,3	20,0	10,9	13,0	15,0	<b>13,0</b>	3,0	+0,5	+4%
Cakes sales avec viande ou poisson	10	11,8	24,0	18,0	18,6	20,0	<b>18,5</b>	3,2	8	15,0	24,0	17,5	18,0	20,9	<b>19,0</b>	2,8	+0,5	+2%
Cakes sales vegetariens	9	16,0	27,0	18,2	21,0	23,0	<b>20,8</b>	3,4	6	16,0	24,0	18,0	20,5	23,0	<b>20,3</b>	3,4	-0,4	-2%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	66	3,3	16,6	6,0	6,9	9,7	<b>7,9</b>	3,0	62	3,9	17,0	5,9	6,8	9,4	<b>7,9</b>	3,1	-0,04	-0,5%
Crepes et galettes vegetariennes	25	3,3	15,0	5,7	7,5	8,6	<b>7,6</b>	2,8	24	3,3	17,0	5,7	7,6	9,9	<b>7,9</b>	3,5	+0,3	+4%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	110	10,0	27,0	14,9	16,3	18,2	<b>16,7</b>	3,0	111	9,7	27,0	15,0	17,0	18,0	<b>16,7</b>	2,8	-0,05	-0,3%
Feuilletes avec escargot	9	17,0	38,1	18,8	31,5	38,0	<b>29,2</b>	8,9	8	17,0	38,1	31,2	35,0	37,5	<b>32,8</b>	7,0	+3,6	+12%
Feuilletes vegetariens	35	11,5	21,0	14,0	16,8	19,0	<b>16,7</b>	2,6	44	11,0	23,5	14,0	16,1	18,0	<b>16,5</b>	2,7	-0,2	-1%
Croque monsieur	14	5,2	18,0	8,4	9,3	10,1	<b>10,0</b>	3,5	20	5,2	18,8	9,0	10,0	13,0	<b>11,2</b>	3,6	+1,2	+12%
Burgers	43	5,9	16,0	10,0	11,4	13,0	<b>11,5</b>	2,0	59	6,0	18,0	10,0	11,0	13,0	<b>11,2</b>	2,1	-0,2	-2%
Wraps et kebabs	16	3,5	12,5	4,3	6,6	11,0	<b>7,4</b>	3,3	5	4,9	12,0	9,0	9,0	11,0	<b>9,2</b>	2,7	+1,7	+23%
Autres sandwichs	24	6,6	15,5	10,5	12,8	14,0	<b>12,2</b>	2,5	35	2,2	19,0	11,0	13,0	14,0	<b>12,5</b>	3,1	+0,3	+2%
Baguettes et tartines garnies	14	2,3	15,6	5,3	8,4	13,9	<b>9,4</b>	4,5	29	5,0	27,0	7,0	11,0	15,0	<b>11,7</b>	5,9	+2,3	+25%
Salades	14	2,0	9,4	4,0	5,9	7,7	<b>5,9</b>	2,4	10	3,7	9,3	5,0	7,0	7,6	<b>6,5</b>	1,7	+0,6	+11%
Aumonieres apertives	14	9,4	22,8	13,3	17,7	19,3	<b>16,9</b>	4,2	12	13,0	23,0	14,5	17,5	19,0	<b>17,2</b>	2,9	+0,3	+2%
Choux et gougeres	8	23,0	26,9	23,6	24,6	25,4	<b>24,6</b>	1,3	13	13,4	28,0	19,0	22,0	26,4	<b>22,4</b>	4,4	-2,2	-9%
Pains surprises et canapes apertifs	35	5,3	16,2	9,5	11,0	13,2	<b>11,3</b>	2,8	33	6,3	30,0	10,0	13,0	15,0	<b>13,8</b>	5,6	+2,4*	+21%
Verrines apertives	8	11,0	19,1	13,8	16,0	17,0	<b>15,5</b>	2,5	8	11,0	22,0	13,2	16,0	18,6	<b>16,1</b>	3,7	+0,6	+4%
Assortiments de snacking	61	9,0	24,0	15,5	16,7	17,7	<b>16,8</b>	2,8	63	8,6	26,0	15,0	16,2	18,9	<b>17,1</b>	3,4	+0,3	+2%
Autres apertifs	20	5,3	32,4	13,7	18,7	20,7	<b>18,2</b>	6,7	33	5,3	37,0	11,0	16,1	20,3	<b>16,4</b>	7,0	-1,9	-10%

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

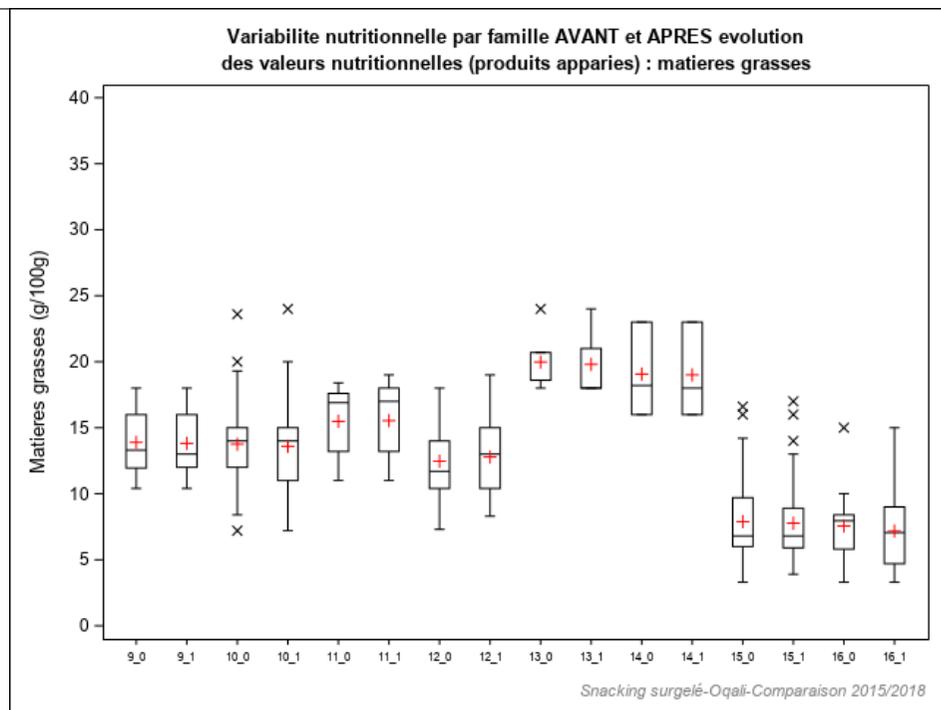
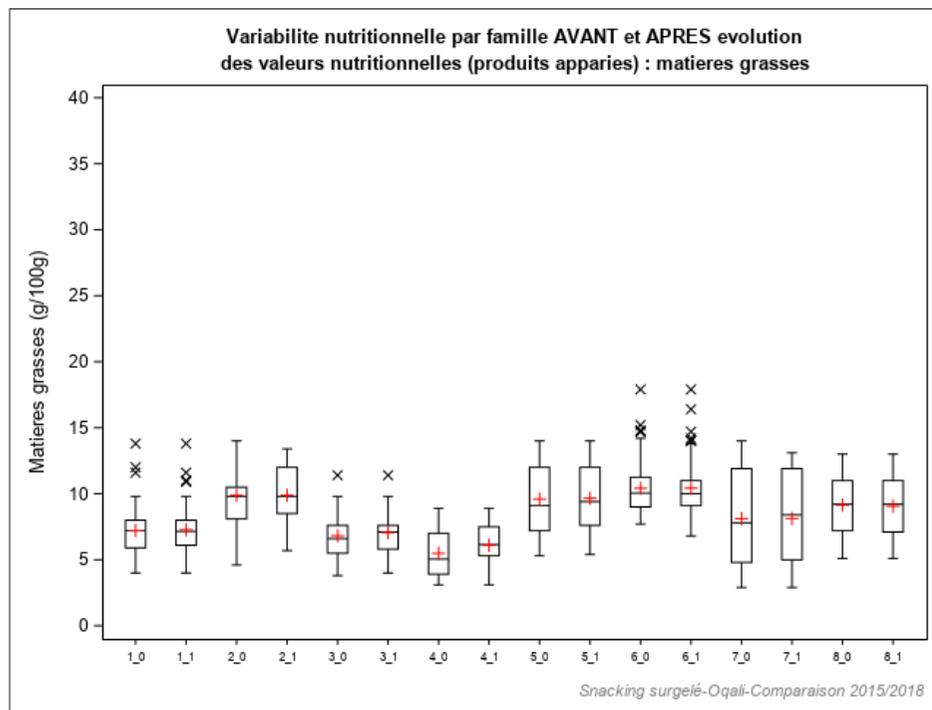
### **6.3.2. Evolution des teneurs en matières grasses par famille, pour les produits appariés (reformulations)**

Afin d'identifier si des reformulations ont eu lieu, un sous-ensemble de l'offre est étudié ici : les produits présents à la fois en 2015 et en 2018, regroupés sous le terme de produits appariés. Ces produits comprennent des références avec et sans évolution de valeurs nutritionnelles.

#### *6.3.2.1. Evolution des teneurs en matières grasses des produits appariés à l'échelle des familles*

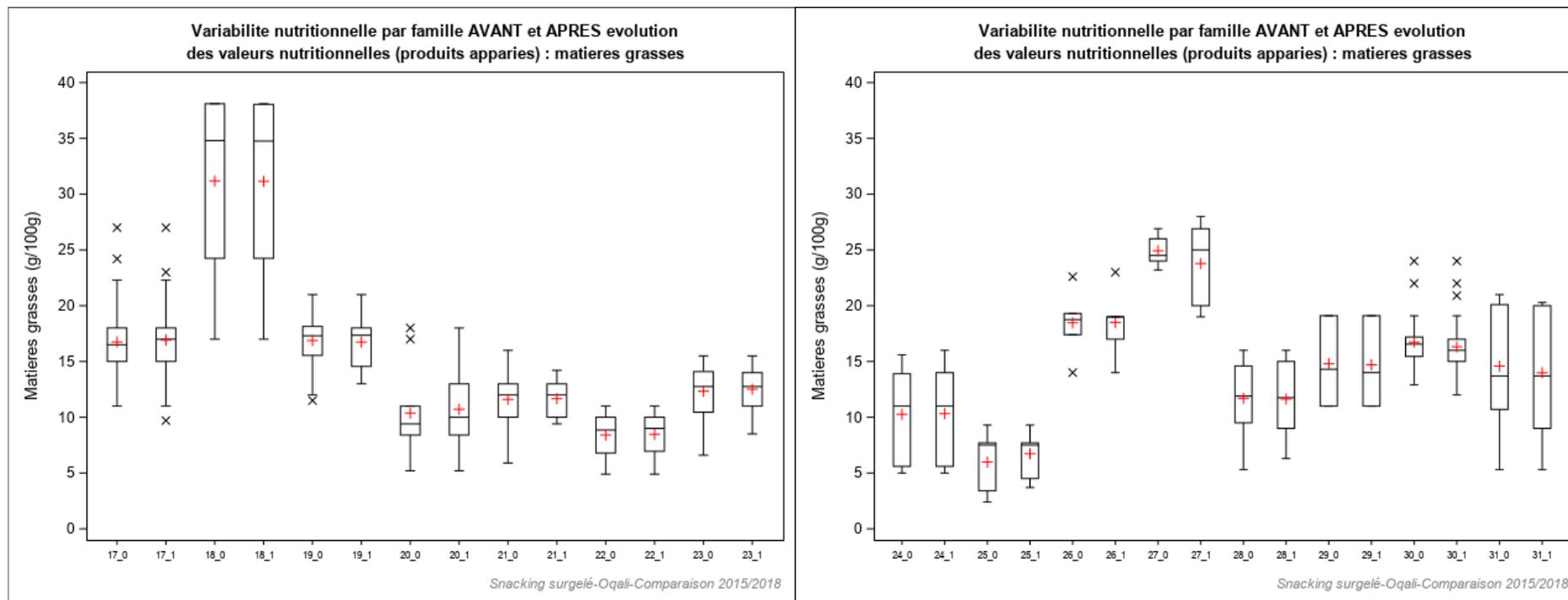
Parmi les 31 familles étudiées, aucune ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en matières grasses pour les produits appariés (Figure 16, Tableau 11).

Des tendances d'évolution des teneurs moyennes en matières grasses au sein des produits appariés sont observées, à la hausse ou à la baisse suivant les familles (Figure 16, Tableau 11) .



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
1_0	2015	Pizzas jambon fromage (n=58)	9_0	2015	Quiches lorraines (n=24)
1_1	2018	Pizzas jambon fromage (n=58)	9_1	2018	Quiches lorraines (n=24)
2_0	2015	Pizzas charcuterie (n=21)	10_0	2015	Tartes avec viande ou poisson (n=37)
2_1	2018	Pizzas charcuterie (n=21)	10_1	2018	Tartes avec viande ou poisson (n=37)
3_0	2015	Pizzas viandes type bolognaise (n=21)	11_0	2015	Tartes aux fromages (n=13)
3_1	2018	Pizzas viandes type bolognaise (n=21)	11_1	2018	Tartes aux fromages (n=13)
4_0	2015	Pizzas viandes autres (n=10)	12_0	2015	Tartes aux legumes (n=39)
4_1	2018	Pizzas viandes autres (n=10)	12_1	2018	Tartes aux legumes (n=39)
5_0	2015	Pizzas produits de la mer (n=27)	13_0	2015	Cakes sales avec viande ou poisson (n=5)
5_1	2018	Pizzas produits de la mer (n=27)	13_1	2018	Cakes sales avec viande ou poisson (n=5)
6_0	2015	Pizzas fromages (n=76)	14_0	2015	Cakes sales vegetariens (n=3)
6_1	2018	Pizzas fromages (n=76)	14_1	2018	Cakes sales vegetariens (n=3)
7_0	2015	Pizzas type margarita (n=19)	15_0	2015	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=46)
7_1	2018	Pizzas type margarita (n=19)	15_1	2018	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=46)
8_0	2015	Pizzas legumes (n=11)	16_0	2015	Crepes et galettes vegetariennes (n=14)
8_1	2018	Pizzas legumes (n=11)	16_1	2018	Crepes et galettes vegetariennes (n=14)

Effet année : \* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001  
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018  
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
17_0	2015	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=67)	24_0	2015	Baguettes et tartines garnies (n=9)
17_1	2018	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=67)	24_1	2018	Baguettes et tartines garnies (n=9)
18_0	2015	Feuilletes avec escargot (n=4)	25_0	2015	Salades (n=7)
18_1	2018	Feuilletes avec escargot (n=4)	25_1	2018	Salades (n=7)
19_0	2015	Feuilletes vegetariens (n=24)	26_0	2015	Aumonieres apertives (n=6)
19_1	2018	Feuilletes vegetariens (n=24)	26_1	2018	Aumonieres apertives (n=6)
20_0	2015	Croque monsieur (n=11)	27_0	2015	Choux et gougeres (n=5)
20_1	2018	Croque monsieur (n=11)	27_1	2018	Choux et gougeres (n=5)
21_0	2015	Burgers (n=31)	28_0	2015	Pains surprises et canapes apertifs (n=14)
21_1	2018	Burgers (n=31)	28_1	2018	Pains surprises et canapes apertifs (n=14)
22_0	2015	Wraps et kebabs (n=4)	29_0	2015	Verrines apertives (n=3)
22_1	2018	Wraps et kebabs (n=4)	29_1	2018	Verrines apertives (n=3)
23_0	2015	Autres sandwiches (n=20)	30_0	2015	Assortiments de snacking (n=32)
23_1	2018	Autres sandwiches (n=20)	30_1	2018	Assortiments de snacking (n=32)
			31_0	2015	Autres apertifs (n=10)
			31_1	2018	Autres apertifs (n=10)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

**Figure 16 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par famille et par année au sein des produits appariés du Snacking surgelé étudié.**

**Tableau 11 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du Snacking surgelé étudié.**

Matières grasses (g/100g) Produits appariés	Nombre de références appariées	2015		2018		Différence entre 2015 et 2018	Evolution (en %)
		Moy	ET	Moy	ET		
Pizzas jambon fromage	58	7,2	1,9	7,3	1,8	+0,1	+1%
Pizzas charcuterie	21	9,9	2,4	9,9	2,3	+0,005	+0,05%
Pizzas viandes type bolognaise	21	6,8	1,8	7,1	1,6	+0,2	+3%
Pizzas viandes autres	10	5,5	2,1	6,1	1,9	+0,6	+11%
Pizzas produits de la mer	27	9,6	2,8	9,7	2,3	+0,1	+1%
Pizzas fromages	76	10,4	2,1	10,4	2,0	+0,01	+0,1%
Pizzas type margarita	19	8,1	3,4	8,1	3,2	+0,02	+0,3%
Pizzas legumes	11	9,1	2,4	9,1	2,4	-0,1	-1%
Quiches lorraines	24	13,9	2,3	13,8	2,3	-0,1	-1%
Tartes avec viande ou poisson	37	13,8	3,2	13,6	3,5	-0,2	-1%
Tartes aux fromages	13	15,5	2,6	15,5	2,8	+0,1	+0,3%
Tartes aux legumes	39	12,5	2,8	12,8	2,9	+0,3	+3%
Cakes sales avec viande ou poisson	5	20,0	2,5	19,8	2,7	-0,2	-1%
Cakes sales vegetariens	3	19,1	3,6	19,0	3,6	-0,1	-0,3%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	46	7,9	3,3	7,8	3,2	-0,1	-1%
Crepes et galettes vegetariennes	14	7,6	2,9	7,2	3,2	-0,4	-5%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	67	16,7	2,9	16,9	2,8	+0,2	+1%
Feuilletes avec escargot	4	31,2	9,9	31,2	9,9	-0,02	-0,1%
Feuilletes vegetariens	24	16,9	2,6	16,7	2,4	-0,1	-1%
Croque monsieur	11	10,4	3,8	10,7	3,9	+0,3	+3%
Burgers	31	11,6	2,0	11,7	1,4	+0,1	+1%
Wraps et kebabs	4	8,4	2,5	8,5	2,6	+0,1	+1%
Autres sandwiches	20	12,3	2,4	12,5	2,1	+0,2	+2%
Baguettes et tartines garnies	9	10,3	4,4	10,3	4,4	+0,1	+1%
Salades	7	6,0	2,7	6,7	2,0	+0,7	+12%
Aumonieres aperitives	6	18,5	2,8	18,5	2,9	+0,03	+0,2%
Choux et gougeres	5	24,9	1,5	23,8	4,1	-1,1	-5%
Pains surprises et canapes aperitifs	14	11,7	3,3	11,6	3,2	-0,1	-0,5%
Verrines aperitives	3	14,8	4,1	14,7	4,1	-0,1	-1%
Assortiments de snacking	32	16,7	2,2	16,3	2,6	-0,4	-3%
Autres aperitifs	10	14,6	5,5	14,0	5,7	-0,6	-4%

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

### 6.3.2.2. Caractérisation des évolutions des teneurs en matières grasses des produits appariés

Afin de mieux caractériser les reformulations qui ont pu être réalisées entre 2015 et 2018 sur les produits appariés, la Figure 17 illustre, par famille, le pourcentage de produits présentant une diminution (en bleu), une augmentation (en rouge) ou une teneur en matières grasses identique (en gris).

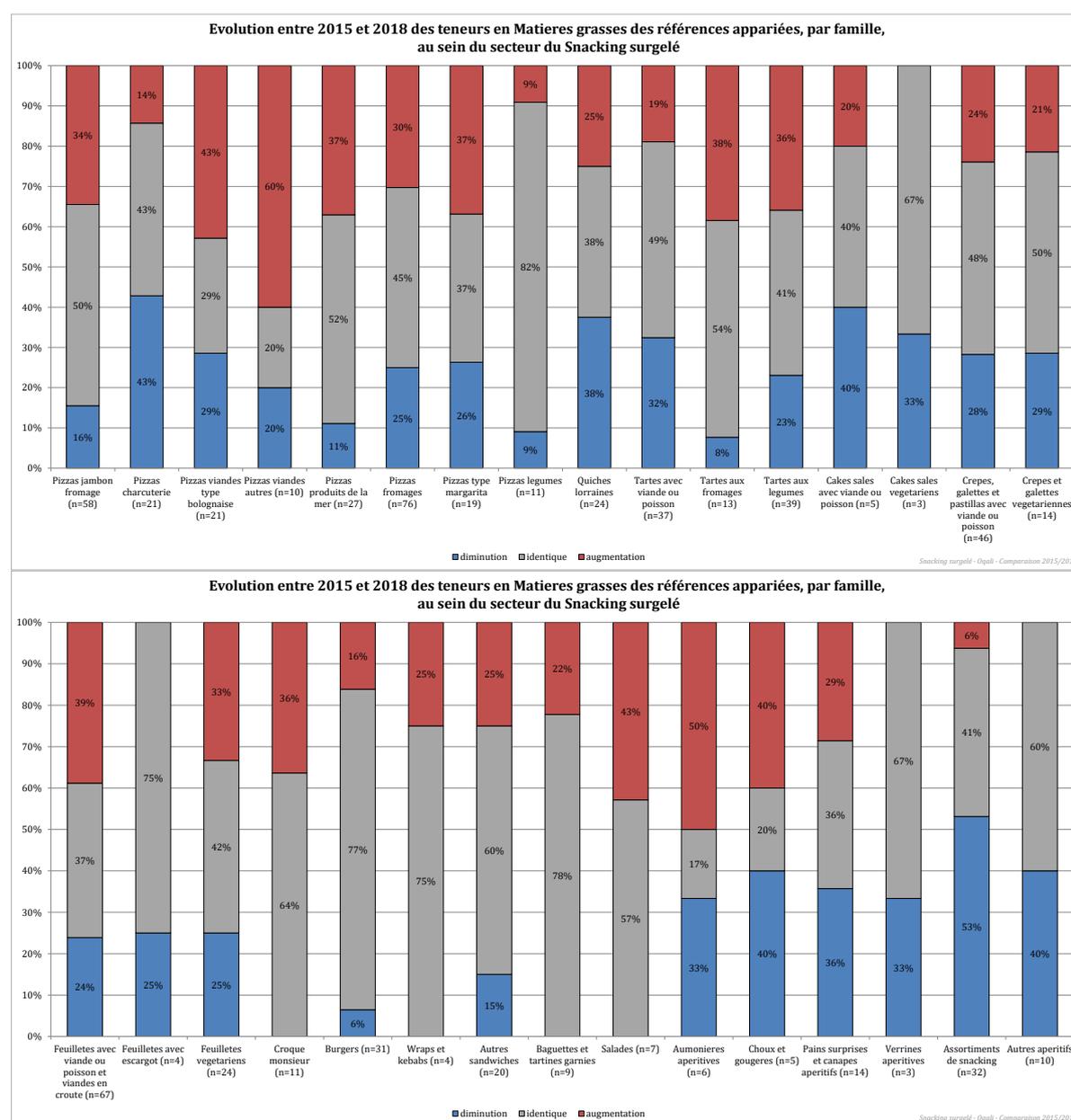


Figure 17 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en matières grasses identique entre 2015 et 2018, par famille, au sein du Snacking surgelé étudié.

Ces pourcentages de produits appariés présentant une augmentation ou une diminution de la teneur en matières grasses sont également à mettre en relation avec l'ampleur des variations observées (Tableau 12).

**Tableau 12 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en matières grasses identique par famille au sein du Snacking surgelé étudié.**

Matières grasses (g/100g) Produits appariés (n=671)	Diminutions de la teneur (n=164)					Teneurs identiques (n=316)	Augmentations de la teneur (n=191)				
	N	Min	Max	Moy	ET		N	Min	Max	Moy	ET
Pizzas jambon fromage (n=58)	9	-0,1	-6,4	-1,4	2,0	29	20	+0,1	+3,2	+0,8	1,0
Pizzas charcuterie (n=21)	9	-0,1	-1,3	-0,7	0,5	9	3	+1,1	+2,7	+2,2	0,9
Pizzas viandes type bolognaise (n=21)	6	-0,1	-2,8	-0,8	1,0	6	9	+0,1	+2,7	+1,1	0,8
Pizzas viandes autres (n=10)	2	-0,5	-1,5	-1,0	0,7	2	6	+0,5	+2,1	+1,4	0,7
Pizzas produits de la mer (n=27)	3	-0,8	-6,3	-3,8	2,8	14	10	+0,3	+3,7	+1,3	1,3
Pizzas fromages (n=76)	19	-0,1	-4,8	-0,9	1,2	34	23	+0,1	+3,1	+0,8	0,9
Pizzas type margarita (n=19)	5	-0,1	-2,4	-1,0	1,1	7	7	+0,2	+1,9	+0,8	0,7
Pizzas légumes (n=11)	1	-1,6	-1,6	-1,6		9	1	+0,6	+0,6	+0,6	
Quiches lorraines (n=24)	9	-0,1	-3,0	-0,8	0,9	9	6	+0,1	+2,0	+0,9	0,8
Tartes avec viande ou poisson (n=37)	12	-0,3	-4,0	-1,6	1,3	18	7	+0,4	+3,0	+1,9	0,9
Tartes aux fromages (n=13)	1	-1,0	-1,0	-1,0		7	5	+0,1	+0,6	+0,3	0,2
Tartes aux légumes (n=39)	9	-0,3	-2,4	-1,2	0,8	16	14	+0,1	+6,7	+1,7	1,8
Cakes sales avec viande ou poisson (n=5)	2	-0,6	-0,6	-0,6	0,0	2	1	+0,3	+0,3	+0,3	
Cakes sales végétariens (n=3)	1	-0,2	-0,2	-0,2		2	0				
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=46)	13	-0,1	-4,7	-1,0	1,7	22	11	+0,1	+1,3	+0,7	0,4
Crepes et galettes végétariennes (n=14)	4	-0,1	-3,2	-1,8	1,3	7	3	+0,3	+0,8	+0,6	0,3
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=67)	16	-0,1	-6,2	-1,4	1,8	25	26	+0,1	+4,3	+1,3	1,2
Feuilletes avec escargot (n=4)	1	-0,1	-0,1	-0,1		3	0				
Feuilletes végétariens (n=24)	6	-0,4	-4,0	-1,8	1,3	10	8	+0,1	+1,9	+0,9	0,7
Croque monsieur (n=11)	0					7	4	+0,3	+2,0	+1,0	0,7
Burgers (n=31)	2	-3,0	-5,0	-4,0	1,4	24	5	+0,5	+5,1	+2,0	1,8
Wraps et kebabs (n=4)	0					3	1	+0,3	+0,3	+0,3	
Autres sandwiches (n=20)	3	-0,3	-0,3	-0,3	0,0	12	5	+0,2	+1,9	+0,9	0,7
Baguettes et tartines garnies (n=9)	0					7	2	+0,1	+0,4	+0,3	0,2
Salades (n=7)	0					4	3	+0,3	+4,4	+1,7	2,3
Aumonieres apéritives (n=6)	2	-0,3	-0,4	-0,4	0,1	1	3	+0,2	+0,4	+0,3	0,1
Choux et gougeres (n=5)	2	-3,2	-5,0	-4,1	1,3	1	2	+0,5	+2,0	+1,3	1,1
Pains surprises et canapes apéritifs (n=14)	5	-0,1	-1,7	-0,7	0,7	5	4	+0,2	+1,0	+0,7	0,4
Verrines apéritives (n=3)	1	-0,3	-0,3	-0,3		2	0				
Assortiments de snacking (n=32)	17	-0,2	-2,9	-1,1	0,9	13	2	+2,0	+3,9	+3,0	1,3
Autres apéritifs (n=10)	4	-0,1	-3,9	-1,5	1,8	6	0				

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

Ainsi, il est tout d'abord visible sur la Figure 17 que des reformulations à la hausse ou à la baisse sont observées pour l'ensemble des familles. Ces évolutions en sens contraires ainsi que la part importante de produits appariés avec une teneur en matières grasses identique pour certaines familles (82% des produits appariés des Pizzas légumes, 78% des Baguettes et tartines garnies, 77% des Burgers) peuvent expliquer en partie l'absence d'évolution significative par famille. Sur l'ensemble du secteur, les diminutions de la teneur en matières grasses varient de -0,1g/100g à -6,4g/100g et les augmentations de +0,1g/100g à +6,7g/100g (Tableau 12). L'ampleur des reformulations peut donc être élevée pour certains produits. A noter que les plus faibles variations peuvent par exemple être liées à des différences de résultats d'analyses ou d'arrondis utilisés pour constituer l'étiquetage des produits, et ont alors peu d'impact sur le profil nutritionnel.

### 6.3.3. Evolution des teneurs en matières grasses par famille et sous-groupe

Afin d'identifier si des renouvellements de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment) expliquent les évolutions observées précédemment, et en complément de l'étude des éventuelles reformulations, une étude de la variabilité nutritionnelle par famille et sous-groupe (« Retirés », « VN identiques », « Evolutions VN » et « Ajoutés ») a été effectuée (Tableau 13).

Dans cette partie, les résultats sont détaillés pour les 2 familles pour lesquelles une évolution significative de la teneur moyenne en matières grasses a été identifiée en considérant l'ensemble de l'offre 2015 par rapport à l'ensemble de l'offre 2018, à savoir : **Pizzas fromages** et **Pains surprises et canapés apéritifs**.

Pour la famille Pizzas légumes, des évolutions significatives par sous-groupe ont été observées sans entraîner d'évolution significative à l'échelle de la famille. Le graphique de cette famille est présenté en Annexe 5.

**Tableau 13 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par famille et par sous-groupe au sein du Snacking surgelé étudié.**

Matières grasses (g/100g)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Pizzas jambon fromage	30	6,8	1,7	16	7,0	1,9	42	7,4	1,8	25	7,4	2,5
Pizzas charcuterie	26	9,7	2,6	8	10,6	2,4	14	9,5	2,2	22	10,5	2,4
Pizzas viandes type bolognaise	9	7,3	0,8	4	7,6	3,6	18	6,8	1,0	10	7,5	1,9
Pizzas viandes autres	10	7,2	2,0	1	3,1		9	6,4	1,7	21	6,4	2,0
Pizzas produits de la mer	11	9,2	2,9	10	10,3	2,7	17	9,3	2,1	8	10,4	2,6
Pizzas fromages	41	9,5	2,0	26	11,0	2,5	51	10,2	1,6	46	11,1	2,5
Pizzas type margarita	14	8,7	3,2	3	11,5	1,9	16	7,5	3,1	12	7,7	2,2
Pizzas legumes	5	8,7	2,2	7	10,5	1,6	4	6,6	1,0	15	7,3	2,3
Quiches lorraines	8	13,3	1,7	6	12,8	2,9	18	14,2	2,1	9	14,9	3,4
Tartes avec viande ou poisson	20	12,8	4,0	13	14,0	3,4	24	13,4	3,6	19	13,6	3,4
Tartes aux fromages	9	15,8	1,7	5	15,6	3,1	8	15,5	2,8	6	14,3	2,9
Tartes aux legumes	21	12,6	2,4	13	13,2	3,0	26	12,6	2,8	12	13,6	3,5
Cakes sales avec viande ou poisson	5	17,0	3,4	1	24,0		4	18,8	1,5	3	17,5	2,9
Cakes sales vegetariens	6	21,6	3,3	2	19,5	4,9	1	18,0		3	21,7	3,2
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	20	8,0	2,4	16	8,4	3,6	30	7,4	2,9	16	8,2	3,1
Crepes et galettes vegetariennes	11	7,6	2,7	5	9,2	3,7	9	6,1	2,3	10	9,0	3,8
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	43	16,7	3,1	19	17,5	3,3	48	16,7	2,5	44	16,4	2,8
Feuilletes avec escargot	5	27,6	8,8	3	28,9	10,8	1	38,0		4	34,5	2,7
Feuilletes vegetariens	11	16,3	2,7	7	16,4	1,5	17	16,9	2,8	20	16,3	2,9
Croque monsieur	3	8,6	1,2	3	11,1	5,2	8	10,6	3,7	9	11,9	3,4
Burgers	12	11,1	1,8	17	11,7	1,5	14	11,7	1,3	28	10,7	2,6
Wraps et kebabs	12	7,1	3,6	2	10,0	1,4	2	7,0	2,9	1	12,0	
Autres sandwichs	4	11,5	3,3	10	13,0	1,7	10	12,0	2,5	15	12,4	4,2
Baguettes et tartines garnies	5	7,7	4,7	4	9,2	4,7	5	11,3	4,4	20	12,3	6,5
Salades	7	5,7	2,4	4	8,0	0,9	3	5,0	1,6	3	6,0	1,1
Aumonieres aperitives	8	15,8	4,9	1	14,0		5	19,4	2,2	6	16,0	2,6
Choux et gougeres	3	24,2	1,0	1	26,9		4	23,0	4,2	8	21,6	4,6
Pains surprises et canapes aperitifs	21	11,1	2,4	6	14,2	4,0	9	10,9	3,2	18	15,1	6,5
Verrines aperitives	5	15,9	1,6	2	15,1	5,7	1	14,0		5	16,9	3,6
Assortiments de snacking	29	16,8	3,3	13	17,1	3,3	20	15,9	1,8	30	17,8	4,0
Autres aperitifs	10	21,9	6,0	6	13,7	5,9	4	14,5	6,2	23	17,4	7,3

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

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

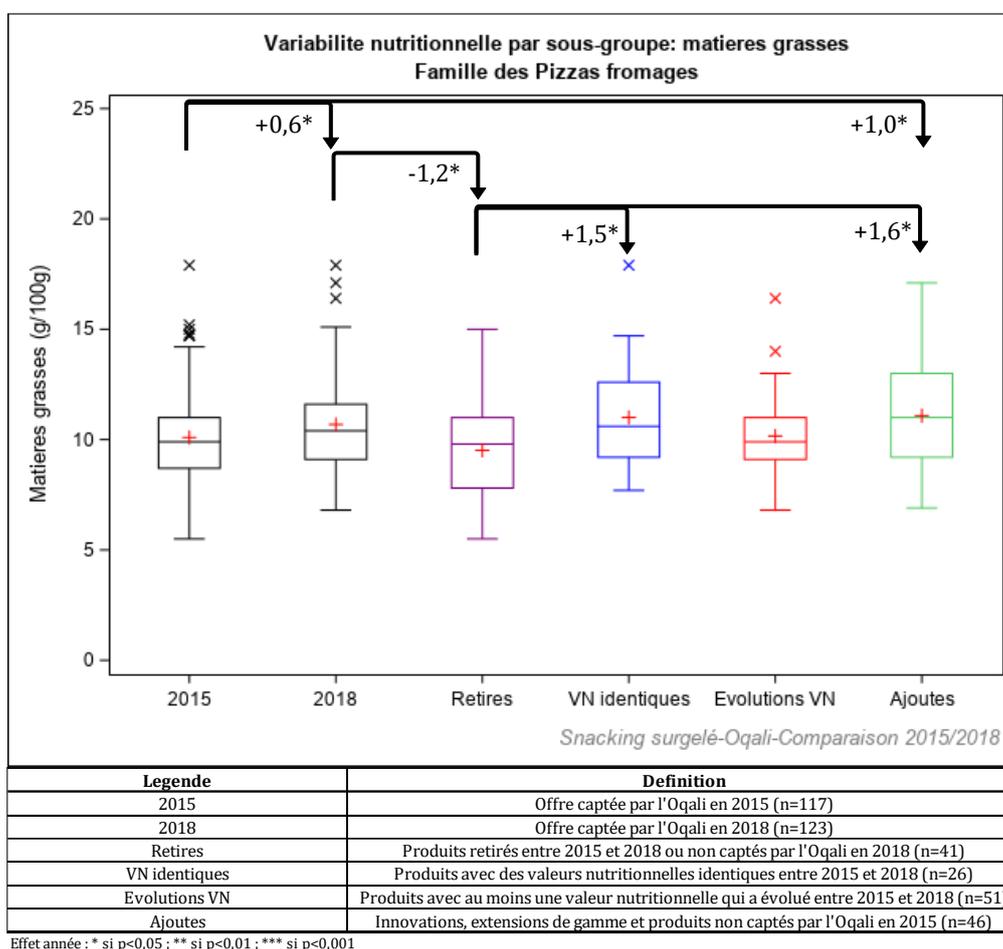
<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

## Pizzas fromages (Figure 18)

Pour rappel, une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses a été observée entre 2015 et 2018 à l'échelle de la famille : +0,6g/100g (+6% par rapport à la teneur initiale).

La Figure 18 montre que **l'augmentation observée à l'échelle de la famille s'explique en partie par un renouvellement de l'offre** : la teneur moyenne en matières grasses des produits « Ajoutés » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015) est significativement supérieure à celle des produits récoltés en 2015 (+1,0g/100g) et à celle des produits « Retirés » (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018) (+1,6g/100g). Par ailleurs, les produits « Retirés » présentent une teneur moyenne en matières grasses significativement inférieure à celle des produits de 2018 (-1,2g/100g).

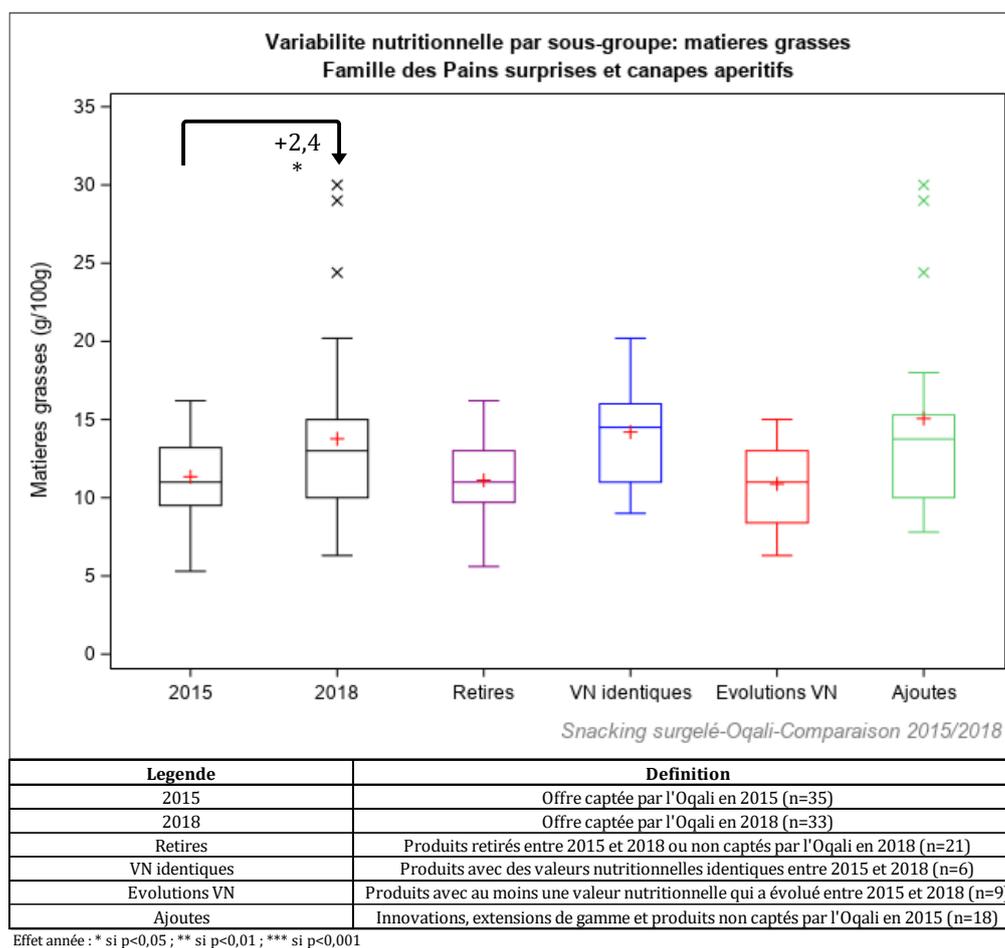


**Figure 18 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille des Pizzas fromages étudiée.**

## Pains surprises et canapés apéritifs (Figure 19)

Pour rappel, une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses a été observée entre 2015 et 2018 à l'échelle de la famille : +2,4g/100g (+21% par rapport à la teneur initiale).

La Figure 19 montre que **l'augmentation observée à l'échelle de la famille ne s'explique pas de manière significative par un renouvellement de l'offre**. A noter que les 3 produits avec les teneurs en matières grasses les plus élevées en 2018, correspondant à des canapés apéritifs ou aux escargots, sont des produits « Ajoutés » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015) et participent en partie à l'augmentation de la teneur moyenne en matières grasses de l'offre 2018. A noter, un produit du sous-groupe « VN identiques », qui ne présentait pas de teneur en matières grasses au T0, fait partie des teneurs les plus élevées en 2018, ce qui peut également expliquer en partie l'augmentation significative observée à l'échelle de la famille.



**Figure 19 : Variabilité des teneurs en matières grasses (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille des Pains surprises et canapés apéritifs étudiée.**

#### **6.3.4. Evolution des teneurs en matières grasses par famille et segment de marché**

L'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle par famille et segment de marché permet d'observer si les évolutions mises en évidence sont portées ou non par l'ensemble des segments.

Ainsi dans cette partie, les résultats sont détaillés uniquement pour la famille présentant une évolution significative de sa teneur moyenne pour au moins un segment de marché : les Pizzas fromages.

Pour les autres familles, les tableaux de statistiques sont présentés en Annexe 6.

## Pizzas Fromages (Figure 20)

Pour rappel, une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses de +0,6g/100g (soit +6% par rapport à la teneur initiale) a été observée à l'échelle de la famille entre 2015 et 2018.

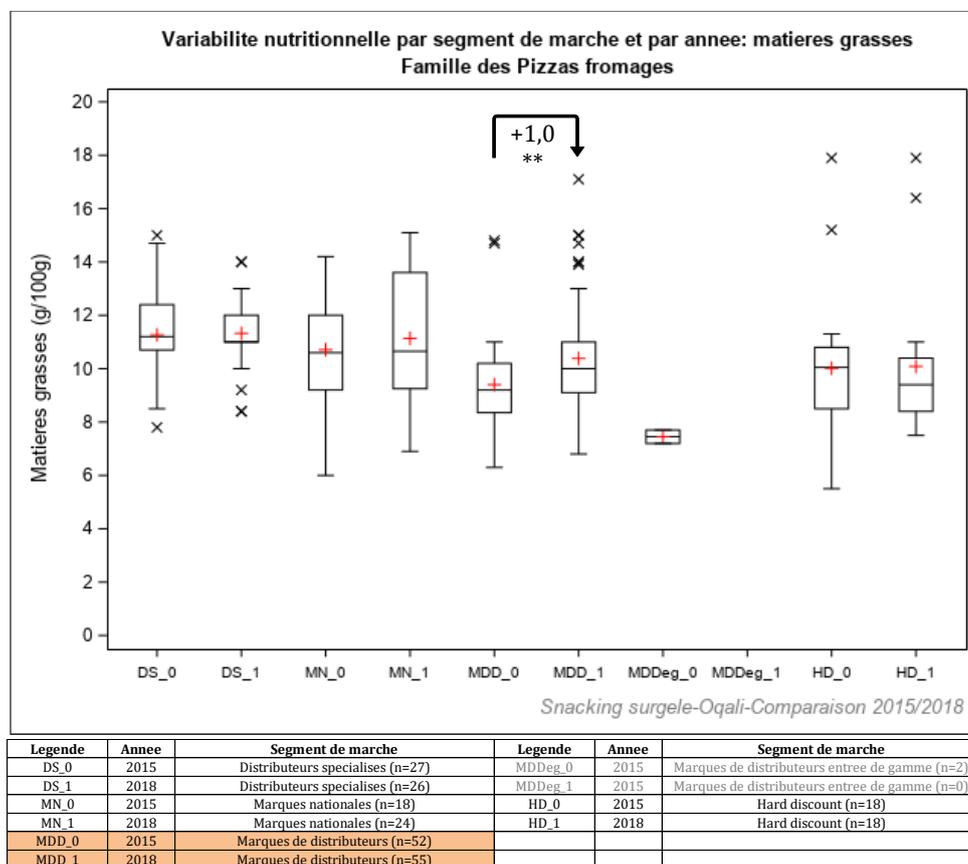


Figure 20 : Variabilité nutritionnelle des teneurs en matières grasses (g/100g) par segment de marché au sein de la famille des Pizzas fromages étudiée.

L'étude des évolutions des teneurs moyennes en matières grasses par segment de marché entre 2015 et 2018 met en évidence une augmentation significative pour les marques de distributeurs (+1,0g/100g ; +10% par rapport à la teneur initiale). Cette augmentation s'explique en partie par un renouvellement de l'offre et par des reformulations conduisant principalement à une augmentation de la teneur en matières grasses dans certains produits (Tableau 14).

Tableau 14 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par segment de marché et par année au sein de la famille des Pizzas fromages étudiée.

Pizzas fromages	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>					
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
Matières grasses (g/100g)																							
Distributeurs spécialisés	27	11,3	1,7	26	11,3	1,4	+0,1	+1%	10	10,7	2,1	5	11,9	0,9	12	11,2	1,7	9	11,2	1,4			
Marques nationales	18	10,7	2,2	24	11,1	2,3	+0,4	+4%	4	9,8	3,1	4	13,6	0,8	11	9,9	0,9	9	11,5	3,0			
Marques de distributeurs	52	9,4	1,5	55	10,4	2,1	+1,0**	+10%	20	9,2	1,4	9	9,9	1,9	23	9,7	1,2	23	11,3	2,7			
Marques de distributeurs entrée de gamme	2	7,5	0,4						2	7,5	0,4												
Hard discount	18	10,0	2,9	18	10,1	2,8	+0,1	+1%	5	8,8	2,8	8	10,4	3,2	5	10,5	3,5	5	9,1	1,3			

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

### 6.3.5. Synthèse des évolutions des teneurs en matières grasses

Le Tableau 15 reprend, pour chacune des 31 familles du secteur, les évolutions de teneurs moyennes en matières grasses (en g/100g et en pourcentage), en comparant l'ensemble de l'offre 2015 à l'ensemble de l'offre 2018 tous produits confondus et par segment, puis en distinguant les reformulations des ajouts et retraits de produits (renouvellement de l'offre). Pour les renouvellements de l'offre, seules les évolutions significatives sont présentées (comparaison entre l'ensemble des références de 2015 et les produits « Ajoutés »<sup>19</sup> et entre l'ensemble des produits « Retirés »<sup>20</sup> et l'ensemble des références de 2018 uniquement), de même pour les segments. Les couleurs matérialisent les évolutions significatives : orange pour une augmentation et violet pour une diminution.

**En comparant l'ensemble de l'offre 2015 à celle de 2018, 2 familles parmi les 31 étudiées présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne en matières grasses :**

- **Pizzas fromages** : +0,6g/100g soit +6% par rapport à la teneur initiale, celle-ci est majoritairement portée par les marques de distributeurs pour lesquelles une augmentation significative de la teneur moyenne en matières grasses est observée (+1,0g/100g soit +10%). Cette augmentation, à l'échelle de la famille, s'explique en partie par un renouvellement de l'offre qui tend à faire augmenter les teneurs moyennes (produits « Ajoutés »<sup>16</sup> dont les teneurs en matières grasses sont significativement supérieures à celles de 2015 et produits « Retirés »<sup>17</sup> dont les teneurs sont significativement inférieures à celles de 2018).
- **Pains surprises et canapés apéritifs** : +2,4g/100g soit +21%.

Globalement, les faibles différences observées pour certaines familles peuvent être en partie dues au fait qu'au sein d'une même famille, les évolutions observées ne sont pas toutes allées dans le même sens. En effet, l'étude des produits appariés montre qu'au sein d'une même famille, des reformulations ont été réalisées dans le sens d'une augmentation des teneurs et dans le sens d'une diminution des teneurs.

---

<sup>19</sup> Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

<sup>20</sup> Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

**Tableau 15 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses, entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié.**

Famille de produits	Matières grasses (g/100g) : Différences entre 2015 et 2018										
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) --> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées <sup>1</sup> --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées <sup>2</sup> vs ensemble des références 2018 --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché		
	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Pizzas jambon fromage	+0,2	+3%	+0,1	+1%							
Pizzas charcuterie	+0,4	+4%	+0,005	+0,05%							
Pizzas viandes type bolognaise	+0,1	+2%	+0,2	+3%							
Pizzas viandes autres	-0,05	-1%	+0,6	+11%							
Pizzas produits de la mer	+0,3	+3%	+0,1	+1%							
Pizzas fromages	+0,6*	+6%	+0,01	+0,1%	+1,0*	+10%	+1,2*	+12%	MDD	+1,0**	+10%
Pizzas type margarita	-0,4	-4%	+0,02	+0,3%							
Pizzas legumes	-1,0	-11%	-0,1	-1%							
Quiches lorraines	+0,4	+3%	-0,1	-1%							
Tartes avec viande ou poisson	+0,2	+1%	-0,2	-1%							
Tartes aux fromages	-0,5	-3%	+0,1	+0,3%							
Tartes aux legumes	+0,5	+4%	+0,3	+3%							
Cakes sales avec viande ou poisson	+0,5	+2%	-0,2	-1%							
Cakes sales vegetariens	-0,4	-2%	-0,1	-0,3%							
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	-0,04	-0,5%	-0,1	-1%							
Crepes et galettes vegetariennes	+0,3	+4%	-0,4	-5%							
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en crouste	-0,05	-0,3%	+0,2	+1%							
Feuilletes avec escargot	+3,6	+12%	-0,03	-0,1%							
Feuilletes vegetariens	-0,2	-1%	-0,1	-1%							
Croque monsieur	+1,2	+12%	+0,3	+3%							
Burgers	-0,2	-2%	+0,1	+1%							
Wraps et kebabs	+1,7	+23%	+0,1	+1%							
Autres sandwiches	+0,3	+2%	+0,2	+2%							
Baguettes et tartines garnies	+2,3	+25%	+0,1	+1%							
Salades	+0,6	+11%	+0,7	+12%							
Aumonieres apertives	+0,3	+2%	+0,03	+0,2%							
Choux et gougeres	-2,2	-9%	-1,1	-5%							
Pains surprises et canapes apertifs	+2,4*	+21%	-0,1	-0,5%							
Verrines apertives	+0,6	+4%	-0,1	-1%							
Assortiments de snacking	+0,3	+2%	-0,4	-3%							
Autres apertifs	-1,9	-10%	-0,6	-4%							

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées<sup>1</sup> significativement inférieures à celles de l'ensemble des références 2015 / teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement inférieures à celles des références retirées<sup>2</sup> (\* si p<0.05 ; \*\* si p<0.01 ; \*\*\* si p<0.001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées<sup>1</sup> significativement supérieures à celles de l'ensemble des références 2015 / teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement supérieures à celles des références retirées<sup>2</sup> (\* si p<0.05 ; \*\* si p<0.01 ; \*\*\* si p<0.001)  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2  
DS=distributeurs spécialisés ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount  
<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)  
<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

## 6.4. Evolution des teneurs en acides gras saturés

### 6.4.1. Evolution des teneurs en acides gras saturés par famille

Parmi les 31 familles étudiées, 4 présentent une évolution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés entre 2015 et 2018, toutes à la hausse (Figure 21, Tableau 16). Il s'agit des familles :

- **Pizzas jambon fromage (1)** : +0,4g/100g soit +13% par rapport à la teneur initiale ;
- **Pizzas fromages (6)** : +0,4g/100g soit +8% ;
- **Baguettes et tartines garnies (24)** : +2,4g/100g soit +76% ;
- **Pains surprises et canapés apéritifs (28)** : +1,3g/100g soit +26%.

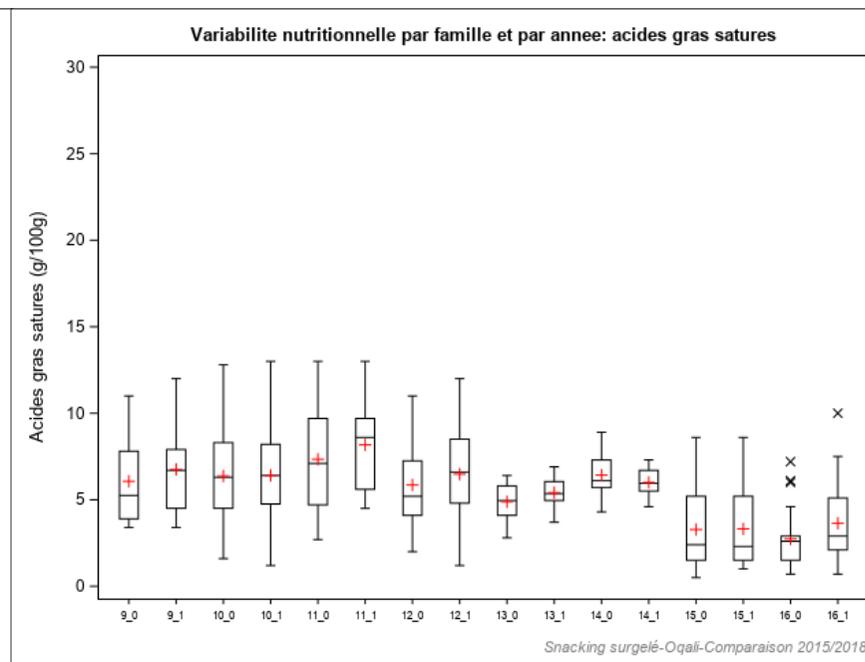
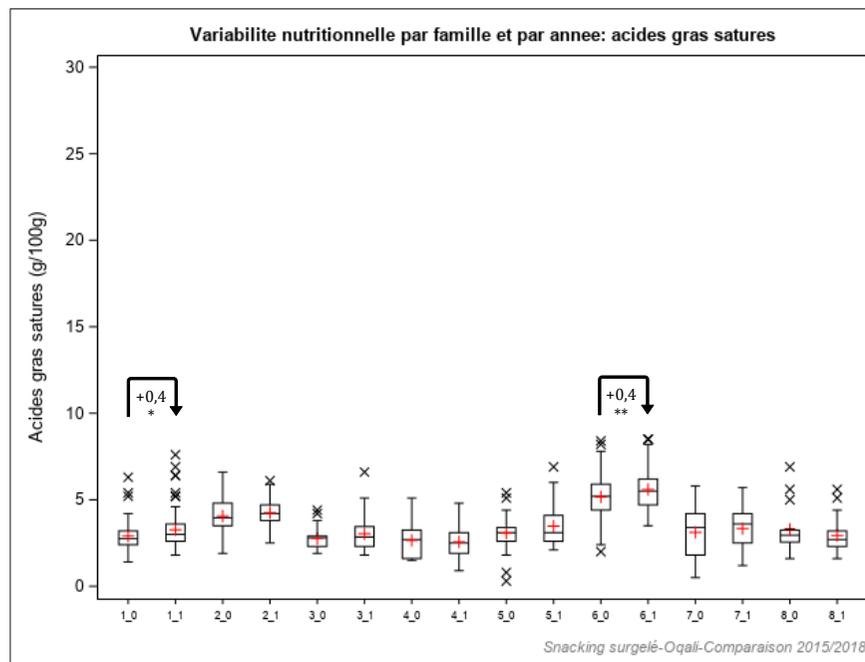
Des tendances non significatives, à la hausse ou à la baisse, sont observées pour les autres familles (Figure 21, Tableau 16).

L'étude des distributions des teneurs en acides gras saturés entre 2015 et 2018 montre que les 4 augmentations significatives des teneurs moyennes observées pour les familles citées précédemment, s'accompagnent d'un décalage de la distribution vers des teneurs plus élevées (augmentation des valeurs des médianes ainsi que des 1<sup>ers</sup> et 3<sup>es</sup> quartiles<sup>21</sup>) (Tableau 16).

En termes de variabilité des teneurs en acides gras saturés, aussi bien en 2015 qu'en 2018, la famille dont la variabilité est parmi les plus importantes est Autres apéritifs (31), s'expliquant par la diversité des produits de cette famille. A l'inverse, la famille Salades (25) présente une variabilité de ses teneurs en acides gras saturés parmi les plus faibles aussi bien en 2015 qu'en 2018. Par ailleurs, en dehors de la famille Pains surprises et canapés apéritifs (28) et de la famille Baguettes et tartines garnies (24) pour lesquelles une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés est observée, la famille Choux et gougères (27) présente une variabilité de ses teneurs en acides gras saturés qui augmente fortement entre 2015 et 2018, s'expliquant en partie par des produits de 2018 avec des teneurs en acides gras saturés inférieures à 12g/100g. A l'inverse entre 2015 et 2018, la famille présentant une diminution importante de sa variabilité des teneurs en acides gras saturés est Feuilletés avec viande ou poisson et viande en croûte (17), s'expliquant par le retrait du produit de 2015 avec une teneur en acides gras saturés inférieure à 2g/100g.

---

<sup>21</sup> Le 1<sup>er</sup> quartile correspond à la teneur en dessous de laquelle se situent 25% des observations les plus basses. Le 3<sup>e</sup> quartile correspond à la teneur au-dessus de laquelle se situent 25% des observations les plus hautes.

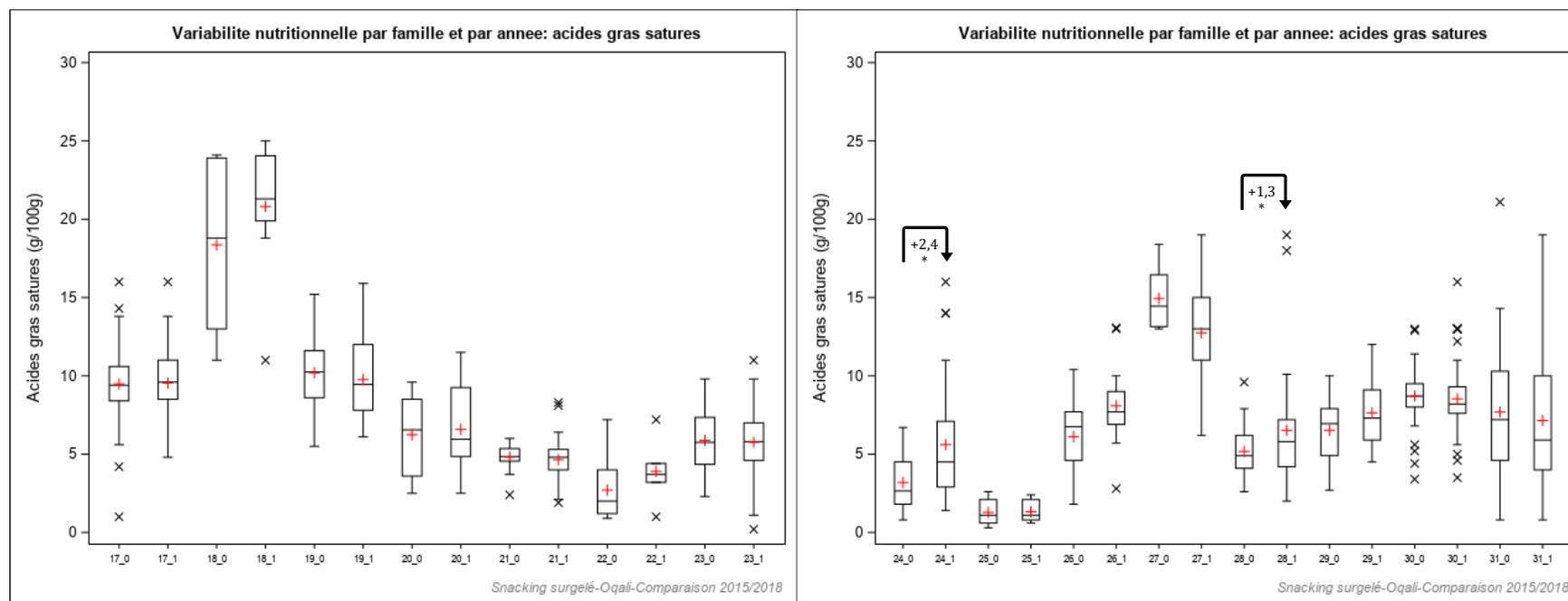


Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
1_0	2015	Pizzas jambon fromage (n=86)	9_0	2015	Quiches lorraines (n=32)
1_1	2018	Pizzas jambon fromage (n=83)	9_1	2018	Quiches lorraines (n=33)
2_0	2015	Pizzas charcuterie (n=46)	10_0	2015	Tartes avec viande ou poisson (n=57)
2_1	2018	Pizzas charcuterie (n=44)	10_1	2018	Tartes avec viande ou poisson (n=56)
3_0	2015	Pizzas viandes type bolognaise (n=29)	11_0	2015	Tartes aux fromages (n=20)
3_1	2018	Pizzas viandes type bolognaise (n=32)	11_1	2018	Tartes aux fromages (n=19)
4_0	2015	Pizzas viandes autres (n=20)	12_0	2015	Tartes aux legumes (n=60)
4_1	2018	Pizzas viandes autres (n=31)	12_1	2018	Tartes aux legumes (n=51)
5_0	2015	Pizzas produits de la mer (n=38)	13_0	2015	Cakes sales avec viande ou poisson (n=10)
5_1	2018	Pizzas produits de la mer (n=35)	13_1	2018	Cakes sales avec viande ou poisson (n=8)
6_0	2015	Pizzas fromages (n=115)	14_0	2015	Cakes sales vegetariens (n=9)
6_1	2018	Pizzas fromages (n=123)	14_1	2018	Cakes sales vegetariens (n=6)
7_0	2015	Pizzas type margarita (n=33)	15_0	2015	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=65)
7_1	2018	Pizzas type margarita (n=31)	15_1	2018	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=62)
8_0	2015	Pizzas legumes (n=16)	16_0	2015	Crepes et galettes vegetariennes (n=25)
8_1	2018	Pizzas legumes (n=26)	16_1	2018	Crepes et galettes vegetariennes (n=24)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille	
	17_0	2015	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=109)	24_0	2015	Baguettes et tartines garnies (n=14)
	17_1	2018	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=111)	24_1	2018	Baguettes et tartines garnies (n=29)
	18_0	2015	Feuilletes avec escargot (n=9)	25_0	2015	Salades (n=14)
	18_1	2018	Feuilletes avec escargot (n=8)	25_1	2018	Salades (n=10)
	19_0	2015	Feuilletes vegetariens (n=34)	26_0	2015	Aumonieres aperitives (n=14)
	19_1	2018	Feuilletes vegetariens (n=44)	26_1	2018	Aumonieres aperitives (n=12)
	20_0	2015	Croque monsieur (n=14)	27_0	2015	Choux et gougeres (n=8)
	20_1	2018	Croque monsieur (n=20)	27_1	2018	Choux et gougeres (n=13)
	21_0	2015	Burgers (n=40)	28_0	2015	Pains surprises et canapes aperitifs (n=35)
	21_1	2018	Burgers (n=59)	28_1	2018	Pains surprises et canapes aperitifs (n=33)
	22_0	2015	Wraps et kebabs (n=15)	29_0	2015	Verrines aperitives (n=8)
	22_1	2018	Wraps et kebabs (n=5)	29_1	2018	Verrines aperitives (n=8)
	23_0	2015	Autres sandwiches (n=24)	30_0	2015	Assortiments de snacking (n=61)
	23_1	2018	Autres sandwiches (n=35)	30_1	2018	Assortiments de snacking (n=63)
				31_0	2015	Autres aperitifs (n=20)
				31_1	2018	Autres aperitifs (n=33)

Effet année : \* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001  
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018  
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Figure 21 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par famille et par année au sein des produits du Snacking surgelé étudié.

**Tableau 16: Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié.**

Acides gras saturés (g/100g)	2015								2018								Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET		
Pizzas jambon fromage	86	1,4	6,3	2,4	2,8	3,2	2,9	0,8	83	1,8	7,6	2,6	3,0	3,6	3,3	1,1	+0,4*	+13%
Pizzas charcuterie	46	1,9	6,6	3,5	4,0	4,8	4,1	1,1	44	2,5	6,1	3,8	4,2	4,7	4,2	0,8	+0,2	+5%
Pizzas viandes type bolognaise	29	1,9	4,4	2,3	2,8	2,9	2,8	0,6	32	1,8	6,6	2,3	2,9	3,5	3,0	1,1	+0,3	+10%
Pizzas viandes autres	20	1,5	5,1	1,6	2,7	3,3	2,7	1,0	31	0,9	4,8	1,9	2,5	3,1	2,6	1,0	-0,1	-3%
Pizzas produits de la mer	38	0,3	5,4	2,6	3,1	3,4	3,1	1,0	35	2,1	6,9	2,6	3,1	4,1	3,5	1,2	+0,4	+13%
Pizzas fromages	115	2,0	8,4	4,4	5,2	5,9	5,2	1,2	123	3,5	8,5	4,7	5,5	6,2	5,6	1,2	+0,4**	+8%
Pizzas type margarita	33	0,5	5,8	1,8	3,4	4,2	3,1	1,4	31	1,2	5,7	2,5	3,6	4,2	3,3	1,1	+0,2	+7%
Pizzas legumes	16	1,6	6,9	2,6	3,0	3,3	3,3	1,4	26	1,6	5,6	2,3	2,7	3,2	2,9	1,0	-0,4	-11%
Quiches lorraines	32	3,4	11,0	3,9	5,3	7,8	6,1	2,4	33	3,4	12,0	4,5	6,7	7,9	6,8	2,5	+0,7	+11%
Tartes avec viande ou poisson	57	1,6	12,8	4,5	6,3	8,3	6,4	2,9	56	1,2	13,0	4,8	6,4	8,2	6,4	2,6	+0,03	+0,5%
Tartes aux fromages	20	2,7	13,0	4,7	7,1	9,7	7,3	3,2	19	4,5	13,0	5,6	8,6	9,7	8,2	2,7	+0,8	+11%
Tartes aux legumes	60	2,0	11,0	4,1	5,2	7,3	5,9	2,3	51	1,2	12,0	4,8	6,6	8,5	6,5	2,6	+0,6	+11%
Cakes sales avec viande ou poisson	10	2,8	6,4	4,1	5,0	5,8	4,9	1,2	8	3,7	6,9	5,0	5,4	6,1	5,4	1,0	+0,5	+11%
Cakes sales vegetariens	9	4,3	8,9	5,7	6,1	7,3	6,4	1,3	6	4,6	7,3	5,5	6,0	6,7	6,0	1,0	-0,4	-7%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	65	0,5	8,6	1,5	2,4	5,2	3,3	2,1	62	1,0	8,6	1,5	2,3	5,2	3,3	2,1	+0,04	+1%
Crepes et galettes vegetariennes	25	0,7	7,2	1,5	2,6	2,9	2,7	1,7	24	0,7	10,0	2,1	2,9	5,1	3,6	2,5	+0,9	+33%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	109	1,0	16,0	8,4	9,4	10,6	9,5	2,0	111	4,8	16,0	8,5	9,6	11,0	9,5	1,8	+0,1	+1%
Feuilletes avec escargot	9	11,0	24,1	13,0	18,8	23,9	18,4	5,1	8	11,0	25,0	19,9	21,3	24,1	20,8	4,5	+2,5	+13%
Feuilletes vegetariens	34	5,5	15,2	8,6	10,3	11,6	10,2	2,2	44	6,1	15,9	7,8	9,5	12,0	9,8	2,4	-0,4	-4%
Croque monsieur	14	2,5	9,6	3,6	6,6	8,5	6,2	2,3	20	2,5	11,5	4,9	6,0	9,3	6,6	2,7	+0,3	+6%
Burgers surgelés	40	2,4	6,0	4,6	4,9	5,4	4,8	0,7	59	1,9	8,3	4,0	4,8	5,3	4,6	1,2	-0,2	-3%
Wraps et kebabs	15	0,9	7,2	1,2	2,0	4,0	2,7	1,8	5	1,0	7,2	3,2	3,7	4,4	3,9	2,2	+1,2	+44%
Autres sandwichs surgelés	24	2,3	9,8	4,4	5,8	7,4	5,9	2,0	35	0,2	11,0	4,6	5,8	7,0	5,8	2,2	-0,1	-2%
Baguettes et tartines garnies	14	0,8	6,7	1,8	2,7	4,5	3,2	1,7	29	1,4	16,0	2,9	4,5	7,1	5,6	3,9	+2,4*	+76%
Salades	14	0,3	2,6	0,6	1,1	2,1	1,3	0,8	10	0,6	2,4	0,8	1,1	2,1	1,3	0,7	+0,04	+3%
Aumonieres apertives	14	1,8	10,4	4,6	6,8	7,7	6,1	2,4	12	2,8	13,1	6,9	7,7	9,0	8,1	2,9	+2,0	+32%
Choux et gougeres	8	13,0	18,4	13,2	14,5	16,5	14,9	2,0	13	6,2	19,0	11,0	13,0	15,0	12,7	3,5	-2,2	-15%
Pains surprises et canapes apertifs	35	2,6	9,6	4,1	4,9	6,2	5,2	1,6	33	2,0	19,0	4,2	5,8	7,2	6,5	3,7	+1,3*	+26%
Verrines apertives	8	2,7	10,0	4,9	7,0	7,9	6,5	2,3	8	4,5	12,0	5,9	7,3	9,1	7,6	2,5	+1,1	+17%
Assortiments de snacking	61	3,4	13,0	8,0	8,7	9,5	8,7	1,6	63	3,5	16,0	7,6	8,2	9,3	8,5	2,1	-0,2	-2%
Autres apertifs	20	0,8	21,1	4,6	7,2	10,3	7,7	4,7	33	0,8	19,0	4,0	5,9	10,0	7,1	4,4	-0,5	-7%

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

## 6.4.2. Evolution des teneurs en acides gras saturés par famille, pour les produits appariés (reformulations)

Afin d'identifier si des reformulations ont eu lieu, un sous-ensemble de l'offre est étudié ici : les produits présents à la fois en 2015 et en 2018, regroupés sous le terme de produits appariés. Ces produits comprennent des références avec et sans évolution de valeurs nutritionnelles.

### 6.4.2.1. Evolution des teneurs en acides gras saturés des produits appariés à l'échelle des familles

Parmi les 31 familles étudiées, 3 présentent une évolution significative de leur teneur moyenne en acides gras saturés pour les produits appariés : 2 à la hausse et 1 à la baisse (Figure 22, Tableau 17). Il s'agit des familles :

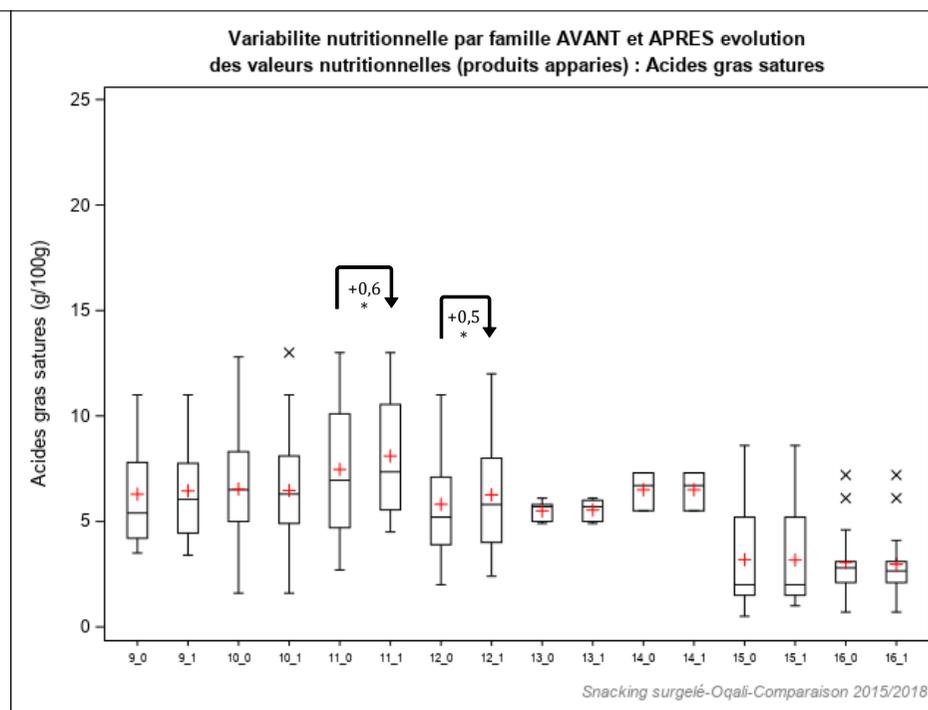
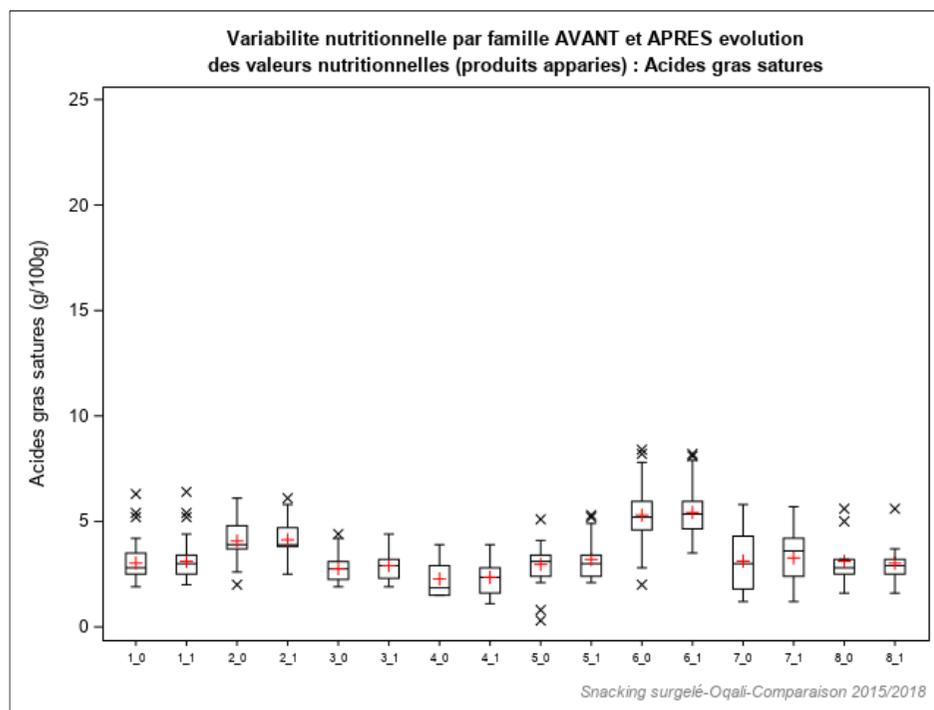
- **Tartes aux fromages (11)** : +0,6g/100g soit +8% par rapport à la teneur initiale ;
- **Tartes aux légumes (12)** : +0,5g/100g soit +8% ;
- **Assortiments de snacking (30)** : -0,4g/100g soit -5% ;

Les augmentations portant sur les produits appariés indiquent **des reformulations à la hausse**. L'étude des distributions des teneurs en acides gras saturés montre également pour ces familles un nombre plus important de produits dans la tranche supérieure des teneurs (augmentation des valeurs des 1<sup>ers</sup> et 3<sup>es</sup> quartiles<sup>22</sup> et de la médiane) (Figure 22).

A l'inverse, la diminution significative observée sur les produits appariés de la famille Assortiment de snacking (30), indique **des reformulations à la baisse**. En 2018, un plus grand nombre de produits se situent dans la tranche inférieure des teneurs en acides gras saturés (diminution des valeurs du 1<sup>er</sup> et 3<sup>e</sup> quartile et de la médiane notamment).

---

<sup>22</sup> Le 1<sup>er</sup> quartile correspond à la teneur en dessous de laquelle se situent 25% des observations les plus basses. Le 3<sup>e</sup> quartile correspond à la teneur au-dessus de laquelle se situent 25% des observations les plus hautes.

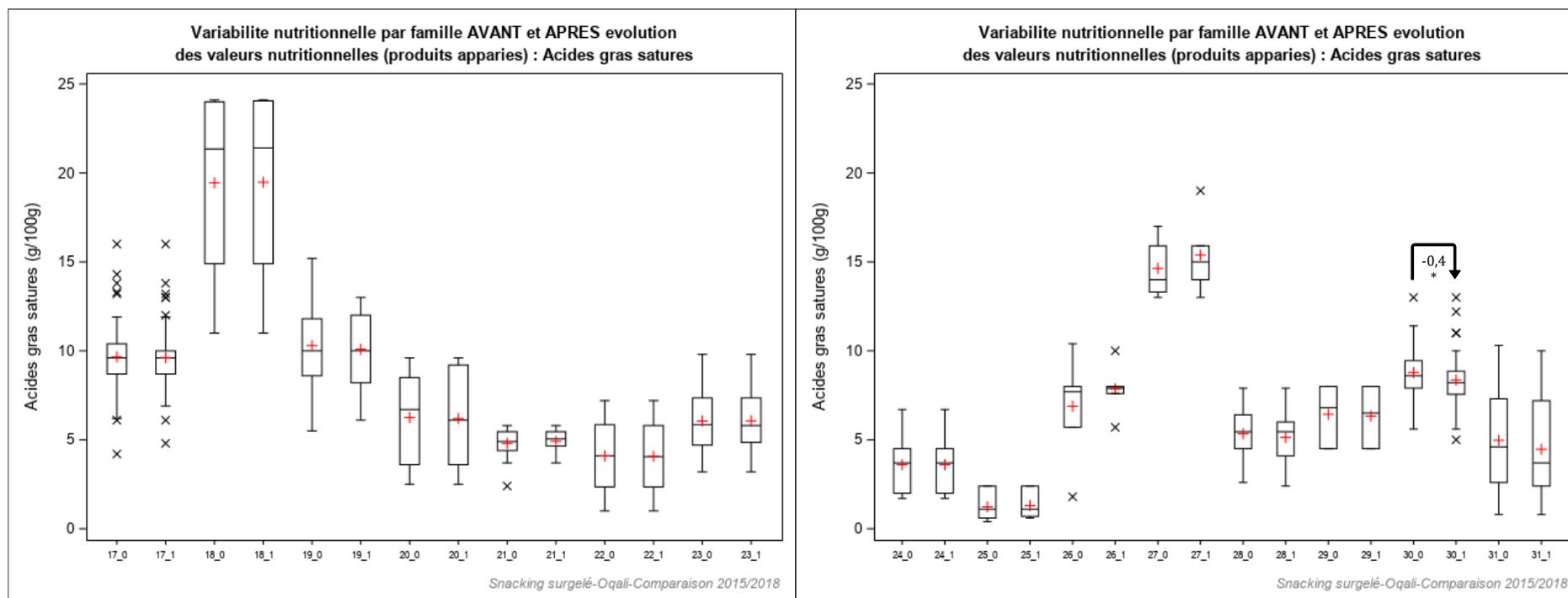


Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
1_0	2015	Pizzas jambon fromage (n=57)	9_0	2015	Quiches lorraines (n=24)
1_1	2018	Pizzas jambon fromage (n=57)	9_1	2018	Quiches lorraines (n=24)
2_0	2015	Pizzas charcuterie (n=21)	10_0	2015	Tartes avec viande ou poisson (n=37)
2_1	2018	Pizzas charcuterie (n=21)	10_1	2018	Tartes avec viande ou poisson (n=37)
3_0	2015	Pizzas viandes type bolognaise (n=20)	11_0	2015	Tartes aux fromages (n=12)
3_1	2018	Pizzas viandes type bolognaise (n=20)	11_1	2018	Tartes aux fromages (n=12)
4_0	2015	Pizzas viandes autres (n=10)	12_0	2015	Tartes aux legumes (n=39)
4_1	2018	Pizzas viandes autres (n=10)	12_1	2018	Tartes aux legumes (n=39)
5_0	2015	Pizzas produits de la mer (n=27)	13_0	2015	Cakes sales avec viande ou poisson (n=5)
5_1	2018	Pizzas produits de la mer (n=27)	13_1	2018	Cakes sales avec viande ou poisson (n=5)
6_0	2015	Pizzas fromages (n=76)	14_0	2015	Cakes sales vegetariens (n=3)
6_1	2018	Pizzas fromages (n=76)	14_1	2018	Cakes sales vegetariens (n=3)
7_0	2015	Pizzas type margarita (n=19)	15_0	2015	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=45)
7_1	2018	Pizzas type margarita (n=19)	15_1	2018	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=45)
8_0	2015	Pizzas legumes (n=11)	16_0	2015	Crepes et galettes vegetariennes (n=14)
8_1	2018	Pizzas legumes (n=11)	16_1	2018	Crepes et galettes vegetariennes (n=14)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
17_0	2015	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=67)	24_0	2015	Baguettes et tartines garnies (n=9)
17_1	2018	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=67)	24_1	2018	Baguettes et tartines garnies (n=9)
18_0	2015	Feuilletes avec escargot (n=4)	25_0	2015	Salades (n=7)
18_1	2018	Feuilletes avec escargot (n=4)	25_1	2018	Salades (n=7)
19_0	2015	Feuilletes vegetariens (n=23)	26_0	2015	Aumonieres apertives (n=6)
19_1	2018	Feuilletes vegetariens (n=23)	26_1	2018	Aumonieres apertives (n=6)
20_0	2015	Croque monsieur (n=11)	27_0	2015	Choux et gougeres (n=5)
20_1	2018	Croque monsieur (n=11)	27_1	2018	Choux et gougeres (n=5)
21_0	2015	Burgers (n=28)	28_0	2015	Pains surprises et canapes apertifs (n=14)
21_1	2018	Burgers (n=28)	28_1	2018	Pains surprises et canapes apertifs (n=14)
22_0	2015	Wraps et kebabs (n=4)	29_0	2015	Verrines apertives (n=3)
22_1	2018	Wraps et kebabs (n=4)	29_1	2018	Verrines apertives (n=3)
23_0	2015	Autres sandwiches (n=20)	30_0	2015	Assortiments de snacking (n=32)
23_1	2018	Autres sandwiches (n=20)	30_1	2018	Assortiments de snacking (n=32)
			31_0	2015	Autres apertifs (n=10)
			31_1	2018	Autres apertifs (n=10)

Effet année : \* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001  
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018  
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Figure 22 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par famille et par année au sein des produits appariés du Snacking surgelé étudié.

**Tableau 17 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du Snacking surgelé étudié.**

Acides gras saturés (g/100g) Produits appariés	Nombre de références appariées	2015		2018		Différence entre 2015 et 2018	Evolution (en %)
		Moy	ET	Moy	ET		
Pizzas jambon fromage	57	3,0	0,9	3,1	0,8	+0,1	+3%
Pizzas charcuterie	21	4,1	0,9	4,1	0,9	+0,1	+1%
Pizzas viandes type bolognaise	20	2,8	0,7	2,9	0,7	+0,1	+5%
Pizzas viandes autres	10	2,3	0,9	2,4	0,8	+0,1	+4%
Pizzas produits de la mer	27	3,0	1,0	3,2	0,9	+0,2	+8%
Pizzas fromages	76	5,3	1,1	5,4	1,0	+0,1	+2%
Pizzas type margarita	19	3,1	1,4	3,3	1,3	+0,1	+5%
Pizzas legumes	11	3,1	1,2	3,0	1,0	-0,1	-3%
Quiches lorraines	24	6,3	2,4	6,4	2,3	+0,2	+2%
Tartes avec viande ou poisson	37	6,5	2,6	6,5	2,5	-0,1	-1%
Tartes aux fromages	12	7,5	3,3	8,1	3,2	+0,6*	+8%
Tartes aux legumes	39	5,8	2,4	6,3	2,5	+0,5*	+8%
Cakes sales avec viande ou poisson	5	5,5	0,5	5,5	0,6	+0,04	+1%
Cakes sales vegetariens	3	6,5	0,9	6,5	0,9	+0,0	+0%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	45	3,2	2,2	3,2	2,2	-0,02	-1%
Crepes et galettes vegetariennes	14	3,1	1,8	3,0	1,8	-0,1	-3%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	67	9,7	1,9	9,6	1,8	-0,03	-0,3%
Feuilletes avec escargot	4	19,5	6,1	19,5	6,2	+0,02	+0,1%
Feuilletes vegetariens	23	10,3	2,1	10,1	2,1	-0,2	-2%
Croque monsieur	11	6,3	2,4	6,2	2,5	-0,1	-1%
Burgers	28	4,8	0,8	4,9	0,6	+0,1	+2%
Wraps et kebabs	4	4,1	2,6	4,1	2,5	-0,02	-1%
Autres sandwichs	20	6,1	1,8	6,1	1,8	+0,01	+0,2%
Baguettes et tartines garnies	9	3,6	1,7	3,6	1,7	+0,0	+0%
Salades	7	1,2	0,8	1,3	0,8	+0,1	+6%
Aumonieres aperitives	6	6,9	2,9	7,9	1,4	+1,0	+14%
Choux et gougeres	5	14,6	1,7	15,4	2,3	+0,7	+5%
Pains surprises et canapes aperitifs	14	5,3	1,5	5,1	1,5	-0,2	-4%
Verrines aperitives	3	6,4	1,8	6,3	1,8	-0,1	-2%
Assortiments de snacking	32	8,8	1,4	8,4	1,7	-0,4*	-5%
Autres aperitifs	10	5,0	2,9	4,5	2,9	-0,5	-10%

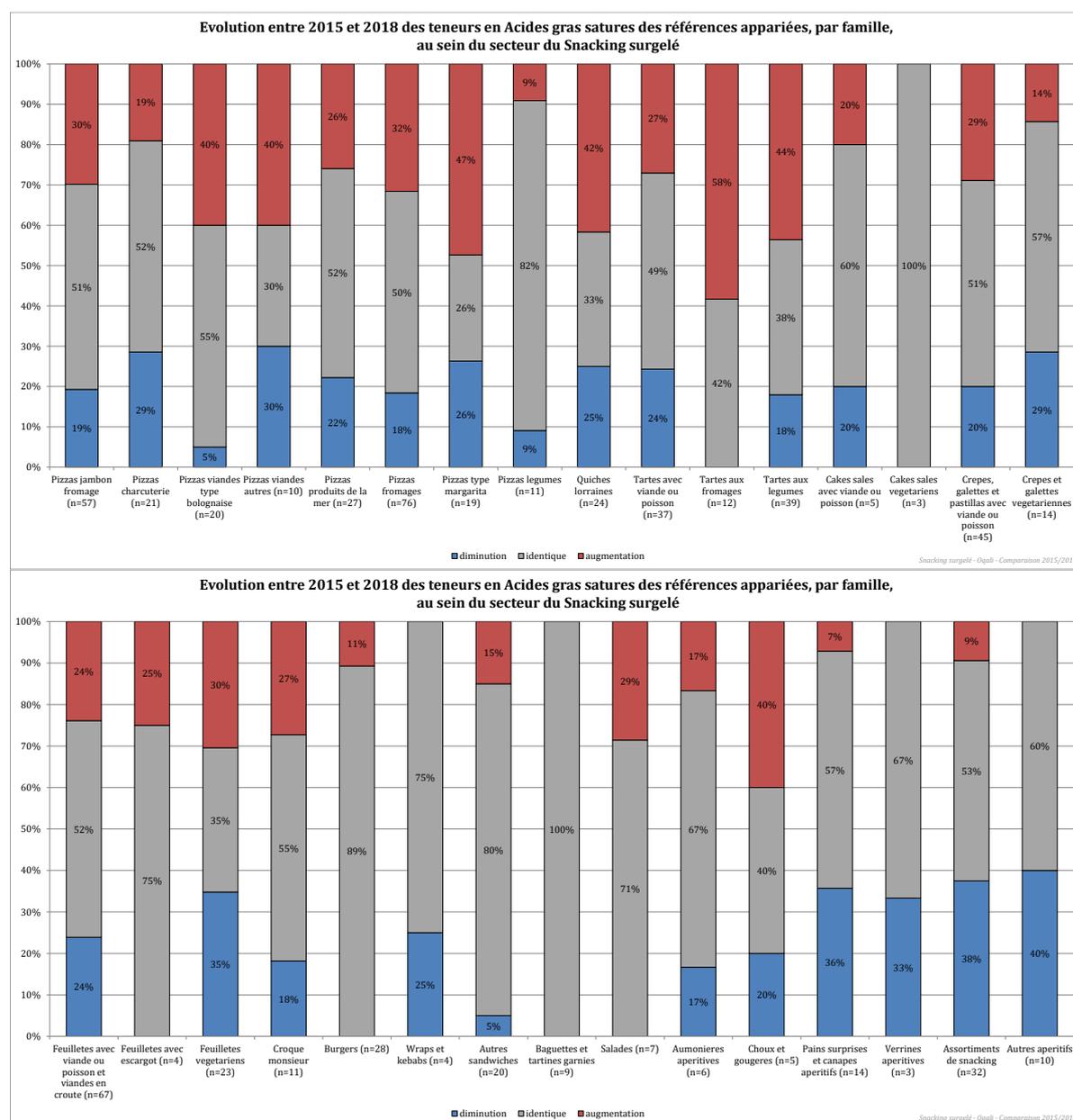
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

### 6.4.2.2. Caractérisation des évolutions des teneurs en acides gras saturés des produits appariés

Afin de mieux caractériser les reformulations qui ont pu être réalisées entre 2015 et 2018 sur les produits appariés, la Figure 23 illustre, par famille, le pourcentage de produits appariés présentant une diminution (en bleu), une augmentation (en rouge) ou une teneur en acides gras saturés identique (en gris).



**Figure 23 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en acides gras saturés identique entre 2015 et 2018, par famille, au sein du Snacking surgelé étudié.**

Ces pourcentages de produits appariés présentant une augmentation ou une diminution de la teneur en acides gras saturés sont également à mettre en relation avec l'ampleur des variations observées (Tableau 18).

**Tableau 18 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en acides gras saturés identique par famille au sein du Snacking surgelé étudié.**

Acides gras saturés (g/100g) Produits appariés (n=663)	Diminutions de la teneur (n=135)					Teneurs identiques (n=352)	Augmentations de la teneur (n=176)				
	N	Min	Max	Moy	ET		N	Min	Max	Moy	ET
Pizzas jambon fromage (n=57)	11	-0,1	-1,2	-0,3	0,3	29	17	+0,1	+1,5	+0,5	0,4
Pizzas charcuterie (n=21)	6	-0,1	-0,5	-0,3	0,2	11	4	+0,2	+1,4	+0,7	0,5
Pizzas viandes type bolognaise (n=20)	1	-0,6	-0,6	-0,6		11	8	+0,1	+0,9	+0,4	0,3
Pizzas viandes autres (n=10)	3	-0,2	-0,6	-0,4	0,2	3	4	+0,1	+0,9	+0,5	0,4
Pizzas produits de la mer (n=27)	6	-0,2	-0,8	-0,6	0,2	14	7	+0,1	+2,5	+1,4	0,9
Pizzas fromages (n=76)	14	-0,1	-2,4	-0,8	0,7	38	24	+0,1	+3,7	+0,9	0,9
Pizzas type margarita (n=19)	5	-0,1	-0,8	-0,4	0,3	5	9	+0,1	+1,1	+0,5	0,4
Pizzas legumes (n=11)	1	-1,3	-1,3	-1,3		9	1	+0,3	+0,3	+0,3	
Quiches lorraines (n=24)	6	-0,1	-3,0	-0,9	1,1	8	10	+0,1	+2,4	+0,9	0,8
Tartes avec viande ou poisson (n=37)	9	-0,1	-4,3	-1,1	1,5	18	10	+0,1	+2,0	+0,7	0,7
Tartes aux fromages (n=12)	0					5	7	+0,1	+3,1	+1,1	1,2
Tartes aux legumes (n=39)	7	-0,1	-2,4	-0,7	0,8	15	17	+0,1	+3,6	+1,3	1,1
Cakes sales avec viande ou poisson (n=5)	1	-0,1	-0,1	-0,1		3	1	+0,3	+0,3	+0,3	
Cakes sales vegetariens (n=3)	0					3	0				
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=45)	9	-0,1	-1,8	-0,6	0,6	23	13	+0,1	+0,7	+0,3	0,2
Crepes et galettes vegetariennes (n=14)	4	-0,2	-0,7	-0,5	0,2	8	2	+0,2	+0,2	+0,2	0,0
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=67)	16	-0,1	-4,8	-1,2	1,5	35	16	+0,1	+2,8	+1,1	0,8
Feuilletes avec escargot (n=4)	0					3	1	+0,1	+0,1	+0,1	
Feuilletes vegetariens (n=23)	8	-0,2	-3,3	-1,2	1,1	8	7	+0,2	+1,5	+0,7	0,5
Croque monsieur (n=11)	2	-0,6	-2,1	-1,4	1,1	6	3	+0,4	+1,0	+0,7	0,3
Burgers (n=28)	0					25	3	+0,5	+1,6	+1,0	0,6
Wraps et kebabs (n=4)	1	-0,1	-0,1	-0,1		3	0				
Autres sandwiches (n=20)	1	-1,3	-1,3	-1,3		16	3	+0,1	+1,1	+0,5	0,5
Baguettes et tartines garnies (n=9)	0					9	0				
Salades (n=7)	0					5	2	+0,1	+0,4	+0,3	0,2
Aumonieres apertives (n=6)	1	-0,4	-0,4	-0,4		4	1	+6,2	+6,2	+6,2	
Choux et gougeres (n=5)	1	-0,3	-0,3	-0,3		2	2	+2,0	+2,0	+2,0	0,0
Pains surprises et canapes apertifs (n=14)	5	-0,1	-1,3	-0,6	0,5	8	1	+0,3	+0,3	+0,3	
Verrines apertives (n=3)	1	-0,3	-0,3	-0,3		2	0				
Assortiments de snacking (n=32)	12	-0,4	-3,2	-1,4	1,0	17	3	+0,3	+1,6	+1,0	0,7
Autres apertifs (n=10)	4	-0,1	-3,7	-1,3	1,7	6	0				

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

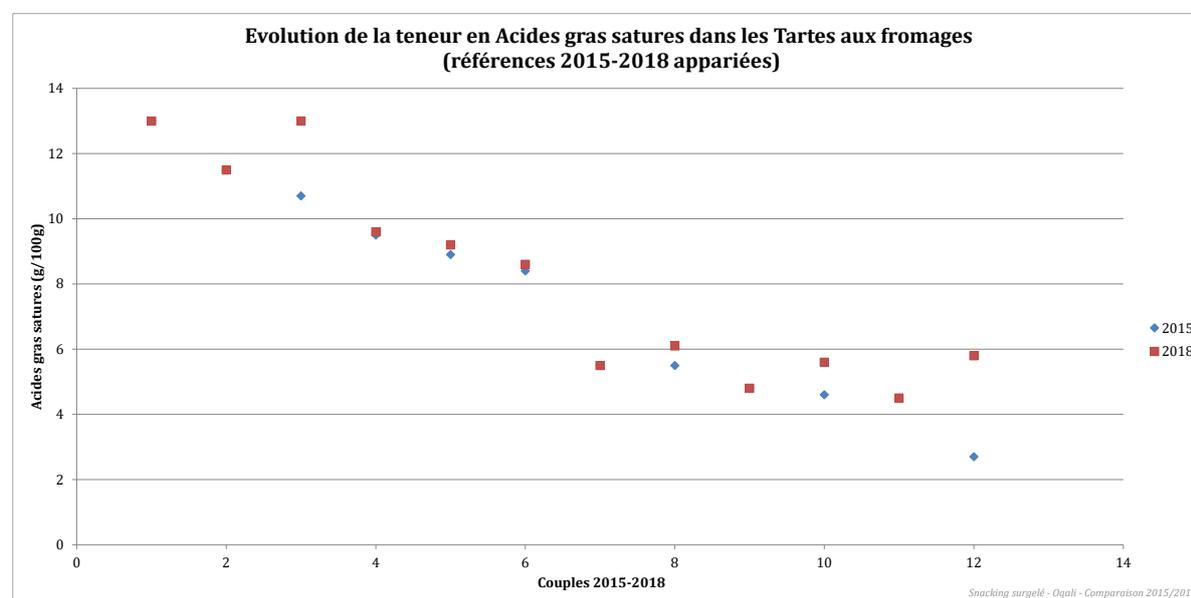
La majorité des produits appariés entre 2015 et 2018 possède des teneurs identiques (n=352) ; des reformulations à la hausse ou à la baisse sont également observées entre 2015 et 2018. Sur l'ensemble du secteur, les diminutions de teneurs en acides gras saturés varient de -0,1g/100g à -4,8g/100g et les augmentations varient de +0,1g/100g à +6,2g/100g (Tableau 18). L'ampleur de ces évolutions peut donc être élevée pour certains produits. A noter que les plus faibles variations peuvent par exemple être liées à des différences de résultats d'analyses ou d'arrondis utilisés pour constituer l'étiquetage des produits, et ont alors peu d'impact sur le profil nutritionnel.

### 6.4.2.3. Focus sur les évolutions significatives des teneurs en acides gras saturés des produits appariés

Pour les 3 familles pour lesquelles une évolution significative a été constatée au niveau des produits appariés, les figures suivantes permettent d'illustrer référence par référence, l'ampleur des éventuelles reformulations effectuées. Pour l'ensemble des couples de références appariés, et en un même point d'abscisse, le losange bleu représente la teneur en acides gras saturés de la référence en 2015 et le carré rouge la teneur en acides gras saturés de la référence en 2018 (ceux-ci peuvent être superposés si les teneurs sont identiques). Les couples sont classés par teneurs en acides gras saturés en 2015 décroissantes.

#### **Tartes aux fromages (Figure 24)**

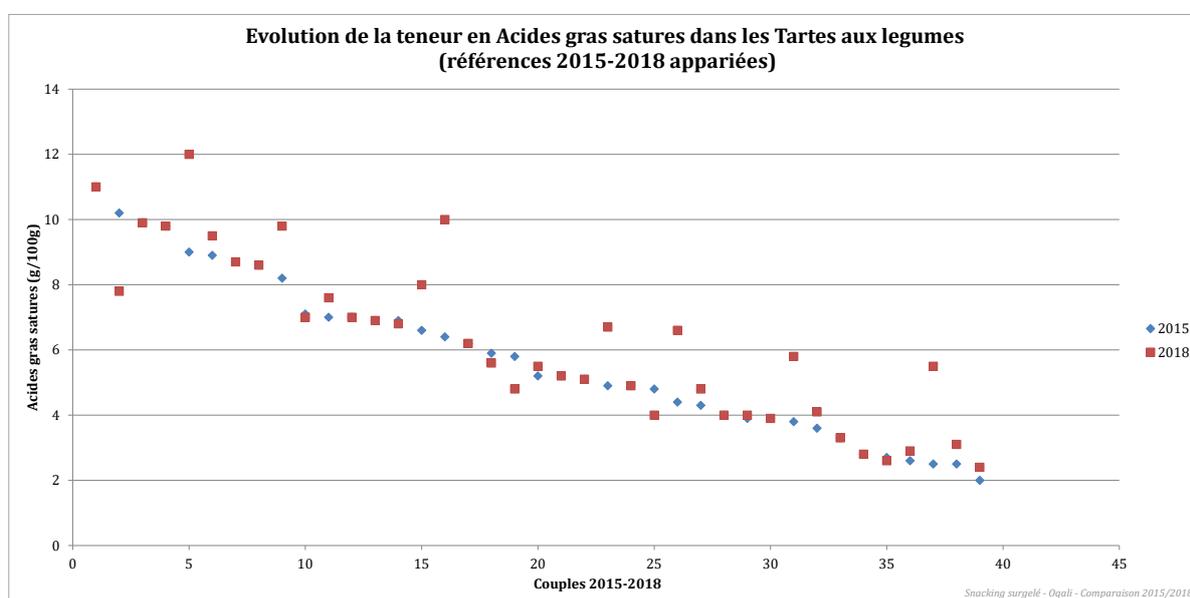
Pour la famille Tartes aux fromages, la Figure 23 et le Tableau 18 montrent que l'augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée à l'échelle des produits appariés (+0,6g/100g; +8% par rapport à la teneur initiale), est due aux 58% de produits (n=7) présentant une augmentation de leur teneur en acides gras saturés (allant de +0,1g/100g à +3,1g/100g). L'étude des teneurs référence par référence (Figure 24) indique que les augmentations sont réparties sur l'ensemble des produits. A noter que pour le couple 3, l'augmentation peut s'expliquer par l'utilisation de beurre et d'huile de colza en 2015, remplacée par seulement du beurre en 2018. Les données disponibles et les échanges avec les professionnels du groupe de travail ne permettent pas d'interpréter les autres évolutions observées.



**Figure 24 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés de la famille Tartes aux fromages étudiée.**

## **Tartes aux légumes (Figure 25)**

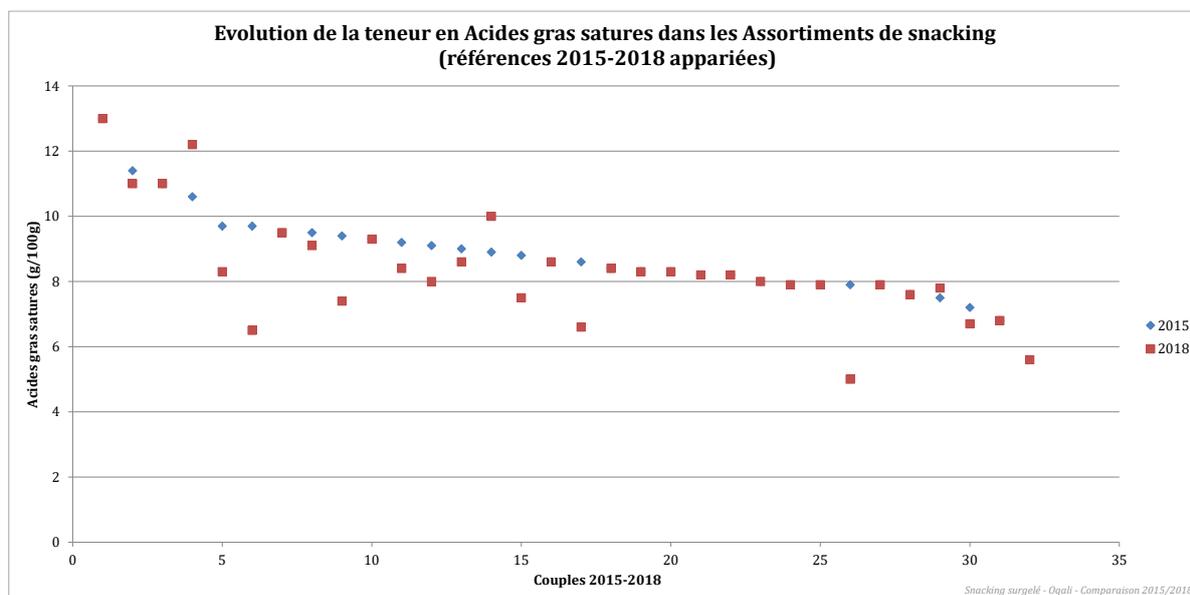
Au sein de la famille Tartes aux légumes, la Figure 23 et le Tableau 18 montrent que l'augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée à l'échelle des produits appariés (+0,5g/100g ; +8%), est due aux 44% de produits (n=17) présentant une augmentation de leur teneur en acides gras saturés (allant de +0,1g/100g à +3,6g/100g). L'étude des teneurs référence par référence (Figure 25) indique que les augmentations sont réparties sur l'ensemble des produits. Quelques diminutions sont également observées. A noter que les 2 principales augmentations (couples 5 et 16) s'expliquent par la matière grasse employée : pour le couple 5, la margarine végétale à base d'huile de palme et de colza a été remplacée par du beurre ; pour le couple 16, il semble que la quantité de beurre utilisée ait augmenté entre 2015 et 2018. Les données disponibles et les échanges avec les professionnels du groupe de travail ne permettent pas d'interpréter les autres évolutions observées.



**Figure 25 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés de la famille Tartes aux légumes étudiée.**

### Assortiments de snacking (Figure 26)

Au sein de la famille Assortiments de snacking, la Figure 23 et le Tableau 18 montrent que la diminution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés observée à l'échelle des produits appariés (-0,4g/100g; -5%), est due aux 38% de produits (n=12) présentant une diminution de leur teneur en acides gras saturés (allant de -0,4g/100g à -3,2g/100g). L'étude des teneurs référence par référence (Figure 26) indique que les plus fortes diminutions ont été réalisées sur les produits présentant les teneurs en acides gras saturés parmi les plus élevées en 2015. Quelques augmentations sont également observées. Les données disponibles et les échanges avec les professionnels du groupe de travail ne permettent pas d'interpréter les évolutions observées.



**Figure 26 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en acides gras saturés des produits appariés de la famille Assortiments de snacking étudiée.**

### 6.4.3. Evolution des teneurs en acides gras saturés par famille et sous-groupe

Afin d'identifier si des renouvellements de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment) expliquent les évolutions observées précédemment, et en complément de l'étude des éventuelles reformulations, une étude de la variabilité nutritionnelle par famille et sous-groupe (« Retirés », « VN identiques », « Evolutions VN » et « Ajoutés ») a été effectuée (Tableau 19).

Dans cette partie, les résultats seront détaillés pour les 4 familles pour lesquelles une évolution significative de la teneur moyenne en acides gras saturés a été identifiée en considérant l'ensemble de l'offre 2015 par rapport à l'ensemble de l'offre 2018, à savoir : **Pizzas jambon fromage, Pizzas fromages, Baguettes et tartines garnies ainsi que Pains surprises et canapés apéritifs.**

Pour les familles Pizzas produits de la mer et Autres apéritifs, des évolutions significatives par sous-groupe ont été observées sans entraîner d'évolution significative à l'échelle de la famille. Les graphiques de ces familles sont présentés en Annexe 5.

**Tableau 19 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par famille et par sous-groupe au sein du Snacking surgelé étudié.**

Acides gras saturés (g/100g)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Pizzas jambon fromage	29	2,7	0,6	16	3,0	0,8	42	3,1	0,8	25	3,7	1,5
Pizzas charcuterie	25	4,0	1,2	8	4,4	0,9	14	4,0	0,8	22	4,4	0,8
Pizzas viandes type bolognaise	9	2,7	0,5	4	2,8	1,0	18	2,9	0,6	10	3,5	1,6
Pizzas viandes autres	10	3,0	1,0	1	1,6		9	2,4	0,8	21	2,7	1,0
Pizzas produits de la mer	11	3,3	1,0	10	3,2	0,4	17	3,2	1,1	8	4,4	1,6
Pizzas fromages	39	4,9	1,2	26	5,7	1,3	51	5,3	0,9	46	5,8	1,3
Pizzas type margarita	14	3,1	1,4	3	4,4	0,4	16	3,1	1,3	12	3,5	0,8
Pizzas legumes	5	3,7	1,8	7	3,1	1,3	4	2,9	0,5	15	2,9	1,0
Quiches lorraines	8	5,4	2,3	6	6,3	2,6	18	6,5	2,3	9	7,6	2,8
Tartes avec viande ou poisson	20	6,1	3,4	13	6,3	2,9	24	6,5	2,4	19	6,3	2,8
Tartes aux fromages	8	7,2	3,4	5	8,8	3,7	8	7,8	2,8	6	8,1	2,2
Tartes aux legumes	21	5,9	2,0	13	6,9	2,5	26	5,9	2,5	12	7,2	2,6
Cakes sales avec viande ou poisson	5	4,3	1,4	1	6,1		4	5,4	0,5	3	5,2	1,6
Cakes sales vegetariens	6	6,4	1,6	2	6,4	1,3	1	6,7		3	5,5	0,8
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	20	3,5	2,0	16	3,7	2,4	30	2,8	2,0	16	3,8	2,0
Crepes et galettes vegetariennes	11	2,3	1,6	5	4,0	2,6	9	2,4	0,9	10	4,6	3,0
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	42	9,2	2,1	19	10,2	2,2	48	9,4	1,6	44	9,4	1,6
Feuilletes avec escargot	5	17,5	4,7	3	18,0	6,6	1	24,0		4	22,2	1,9
Feuilletes vegetariens	11	10,0	2,4	7	9,6	1,6	17	10,2	2,3	20	9,5	2,7
Croque monsieur	3	6,2	2,5	3	6,5	3,0	8	6,1	2,6	9	7,0	2,9
Burgers	12	4,8	0,5	17	4,9	0,5	14	4,8	0,9	28	4,4	1,6
Wraps et kebabs	11	2,2	1,2	2	5,5	2,5	2	2,7	2,4	1	3,2	
Autres sandwiches	4	5,0	3,0	10	6,5	1,7	10	5,6	1,7	15	5,3	2,7
Baguettes et tartines garnies	5	2,4	1,6	4	3,4	1,3	5	3,8	2,1	20	6,5	4,3
Salades	7	1,3	0,9	4	1,8	0,8	3	0,7	0,1	3	1,4	0,7
Aumonieres aperitives	8	5,5	1,8	1	7,6		5	7,9	1,5	6	8,3	4,0
Choux et gougeres	3	15,4	2,7	1	15,9		4	15,3	2,6	8	11,1	3,2
Pains surprises et canapes aperitifs	21	5,1	1,7	6	6,4	1,8	9	4,7	1,4	18	7,5	4,6
Verrines aperitives	5	6,6	2,7	2	6,3	2,5	1	6,5		5	8,4	2,6
Assortiments de snacking	29	8,6	1,9	13	8,7	1,8	20	8,2	1,6	30	8,7	2,6
Autres aperitifs	10	10,4	4,6	6	3,5	2,4	4	6,0	3,3	23	8,3	4,5

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

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

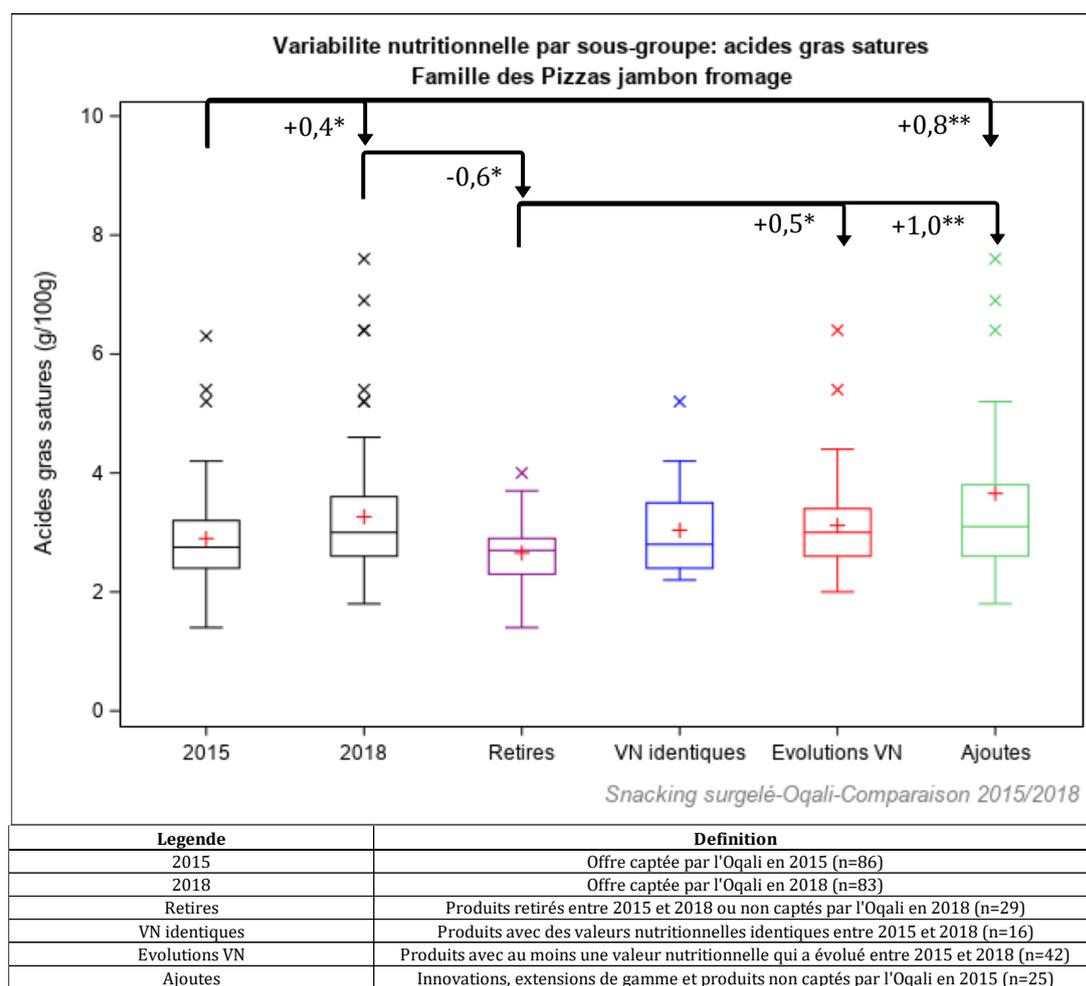
<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

## Pizzas jambon fromage (Figure 27)

Pour rappel, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés a été observée entre 2015 et 2018 à l'échelle de la famille : +0,4g/100g (+13% par rapport à la teneur initiale).

La Figure 27 montre que **l'augmentation significative observée à l'échelle de la famille s'explique en partie par un renouvellement de l'offre** : la teneur moyenne en acides gras saturés des produits « Ajoutés » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015) est significativement supérieure à celle des produits récoltés en 2015 (+0,8g/100g) et à celle des produits « Retirés » (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018 ; +1,0g/100g). De plus, la teneur moyenne en acides gras saturés des produits « Retirés » est significativement inférieure à celle des produits de 2018 (-0,6g/100g).



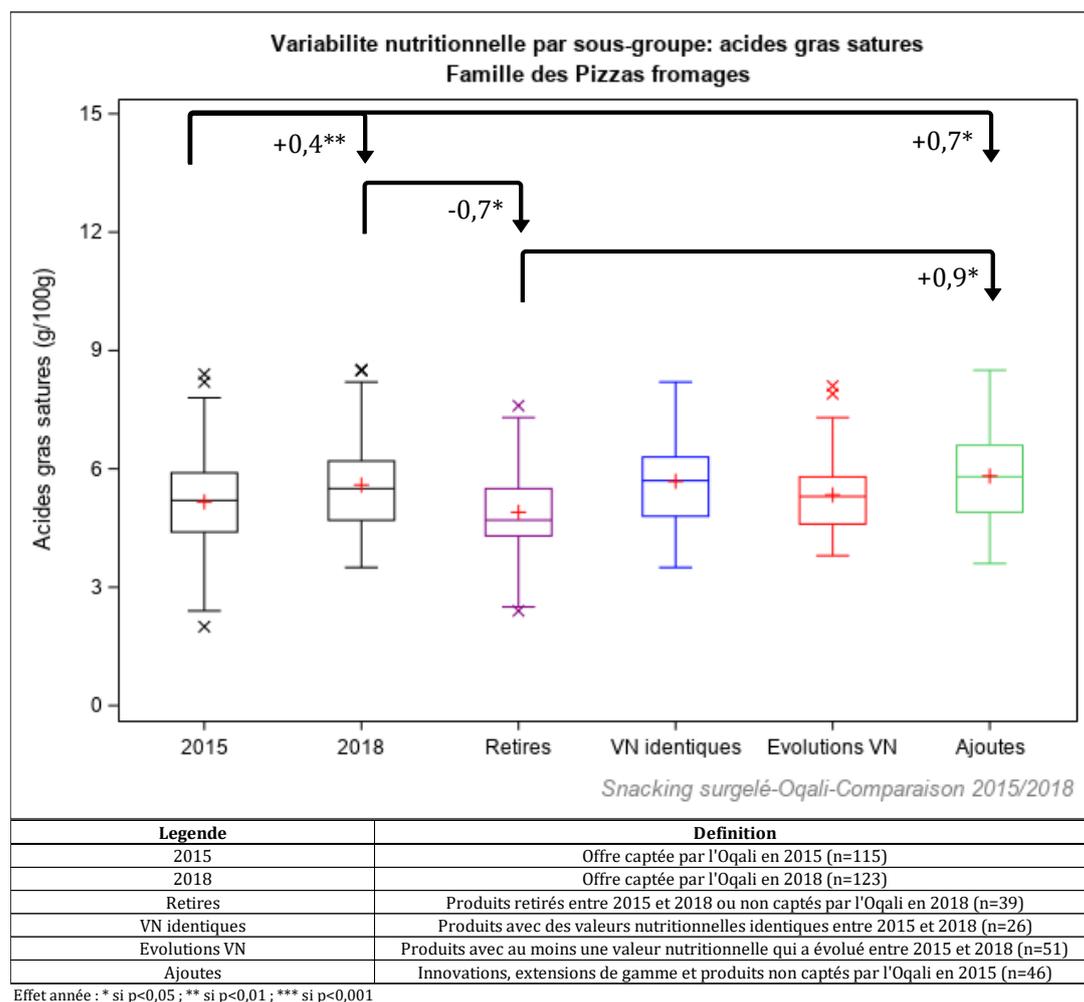
Effet année : \* si  $p < 0,05$  ; \*\* si  $p < 0,01$  ; \*\*\* si  $p < 0,001$

**Figure 27 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille Pizzas jambon fromage étudiée.**

## Pizzas fromages (Figure 28)

Pour rappel, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés a été observée entre 2015 et 2018 à l'échelle de la famille : +0,4g/100g (+8% par rapport à la teneur initiale).

La Figure 28 montre que l'augmentation significative observée à l'échelle de la famille s'explique en partie par un renouvellement de l'offre : la teneur moyenne en acides gras saturés des produits « Ajoutés » est significativement supérieure à celle des produits récoltés en 2015 (+0,7g/100g) et à celle des produits « Retirés » (+0,9g/100g). De plus, la teneur moyenne en acides gras saturés des produits « Retirés » est significativement inférieure à celles des produits récoltés en 2018 (-0,7g/100g).

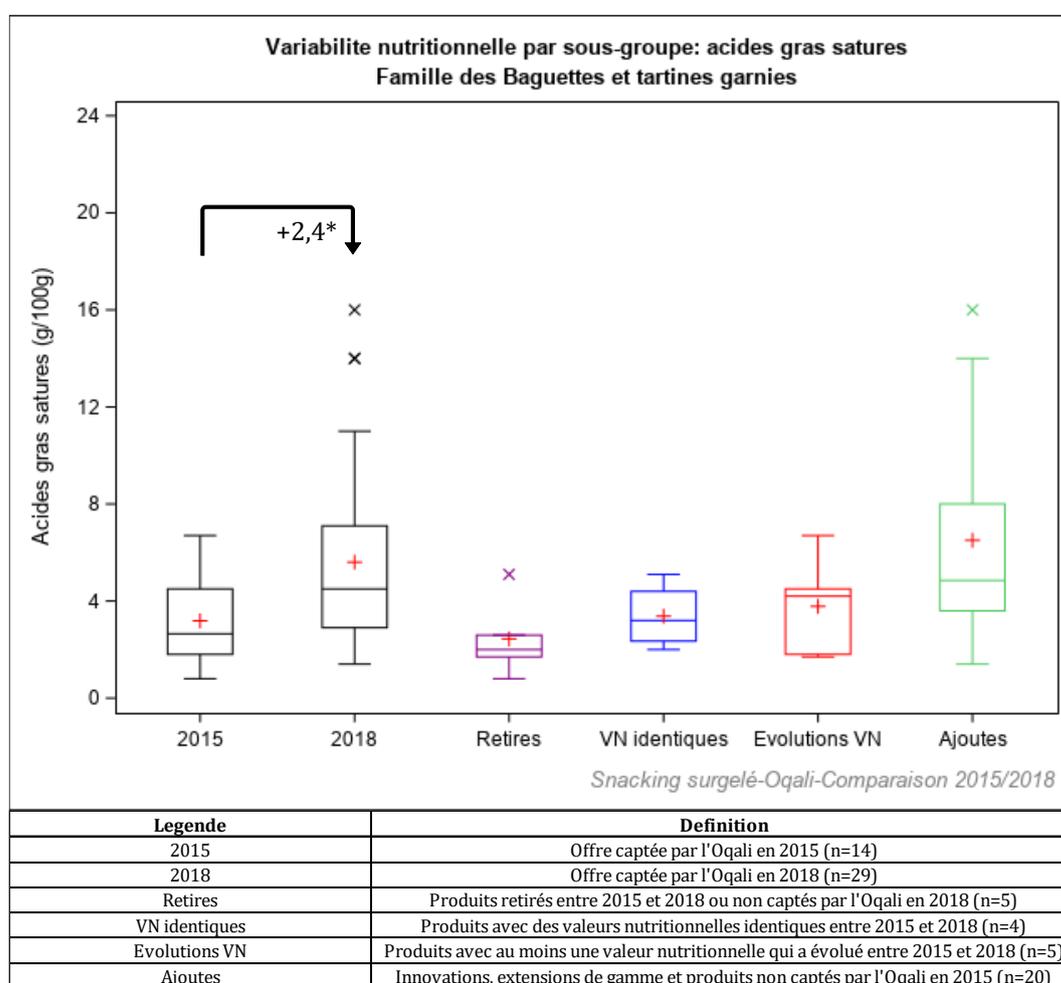


**Figure 28 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille Pizzas fromages étudiée.**

## **Baguettes et tartines garnies (Figure 29)**

Pour rappel, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés a été observée entre 2015 et 2018 à l'échelle de la famille : +2,4g/100g (+76% par rapport à la teneur initiale).

L'étude de la variabilité par sous-groupe (Figure 29) montre que **l'augmentation observée à l'échelle de la famille ne s'explique pas de manière significative par un renouvellement de l'offre**. Bien que les évolutions par sous-groupe ne soient pas significatives, il est à noter que les produits « Retirés » présentent une teneur moyenne en acides gras saturés inférieure à celle des produits récoltés en 2018 (à relativiser du fait d'un effectif assez faible : n=5) tandis que les produits « Ajoutés », présentant une grande variabilité de leurs teneurs en acides gras saturés, ont une teneur moyenne en acides gras saturés supérieure à celle des produits « Retirés » et à celle des produits récoltés en 2015. A noter que les produits « Ajoutés » avec des teneurs en acides gras saturés de 14g/100g ou plus correspondent à des préfous à l'ail.



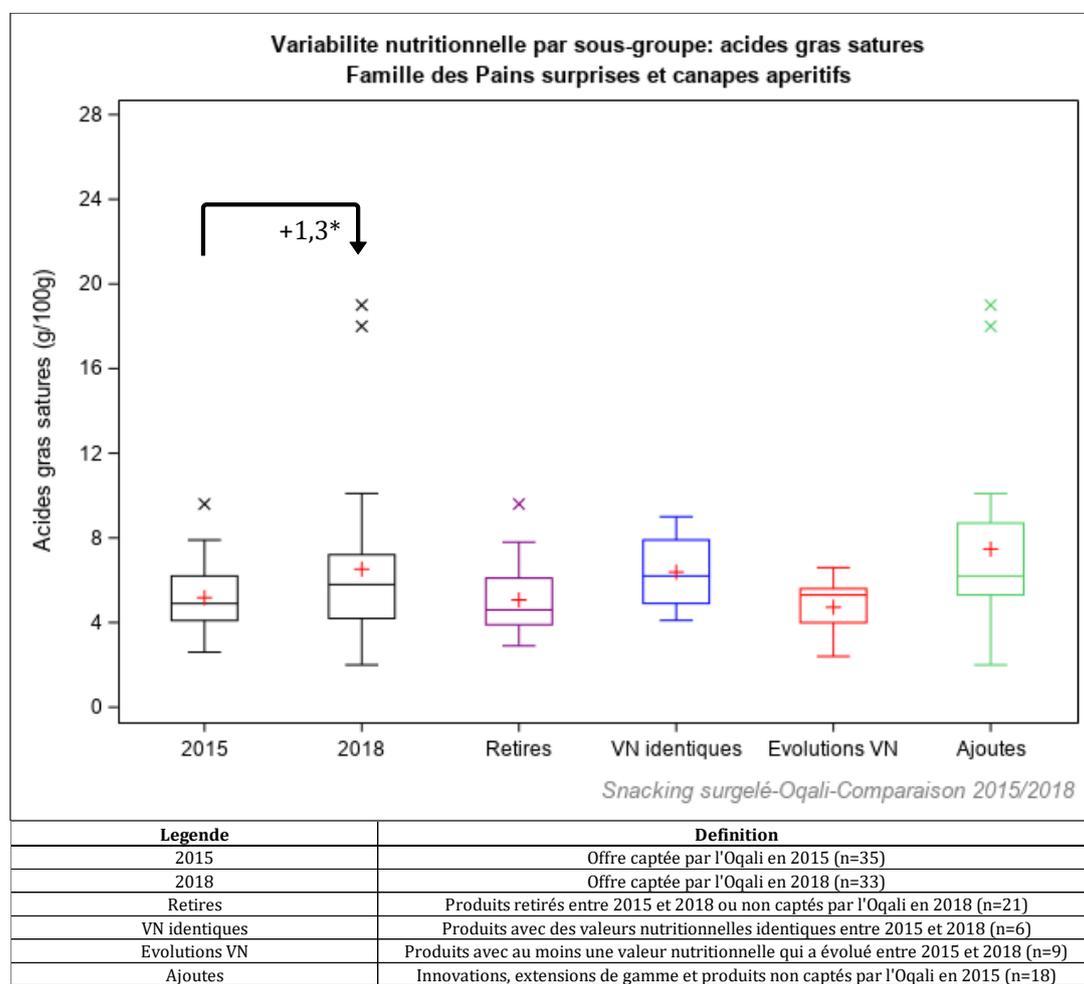
Effet année : \* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001

**Figure 29 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille Baguettes et tartines garnies étudiée.**

### Pains surprises et canapés apéritifs (Figure 30)

Pour rappel, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés a été observée entre 2015 et 2018 à l'échelle de la famille : +1,3g/100g (+26% par rapport à la teneur initiale).

L'étude de la variabilité par sous-groupe (Figure 30) montre que **l'augmentation significative observée à l'échelle de la famille ne s'explique pas de manière significative par un renouvellement de l'offre**. Bien que les évolutions par sous-groupe ne soient pas significatives, il est à noter que les produits « Retirés » présentent une teneur moyenne en acides gras saturés inférieure à celle des produits récoltés en 2018 tandis que les produits « Ajoutés » présentent une teneur moyenne en acides gras saturés supérieure à celle des produits « Retirés » et à celle des produits récoltés en 2015. En particulier, les 2 produits dont les teneurs en acides gras saturés sont supérieures à 15g/100g sont des produits « Ajoutés », correspondant à des canapés apéritifs.



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

**Figure 30 : Variabilité des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille Pains surprises et canapés apéritifs étudiée.**

#### **6.4.4. Evolution des teneurs en acides gras saturés par famille et segment de marché**

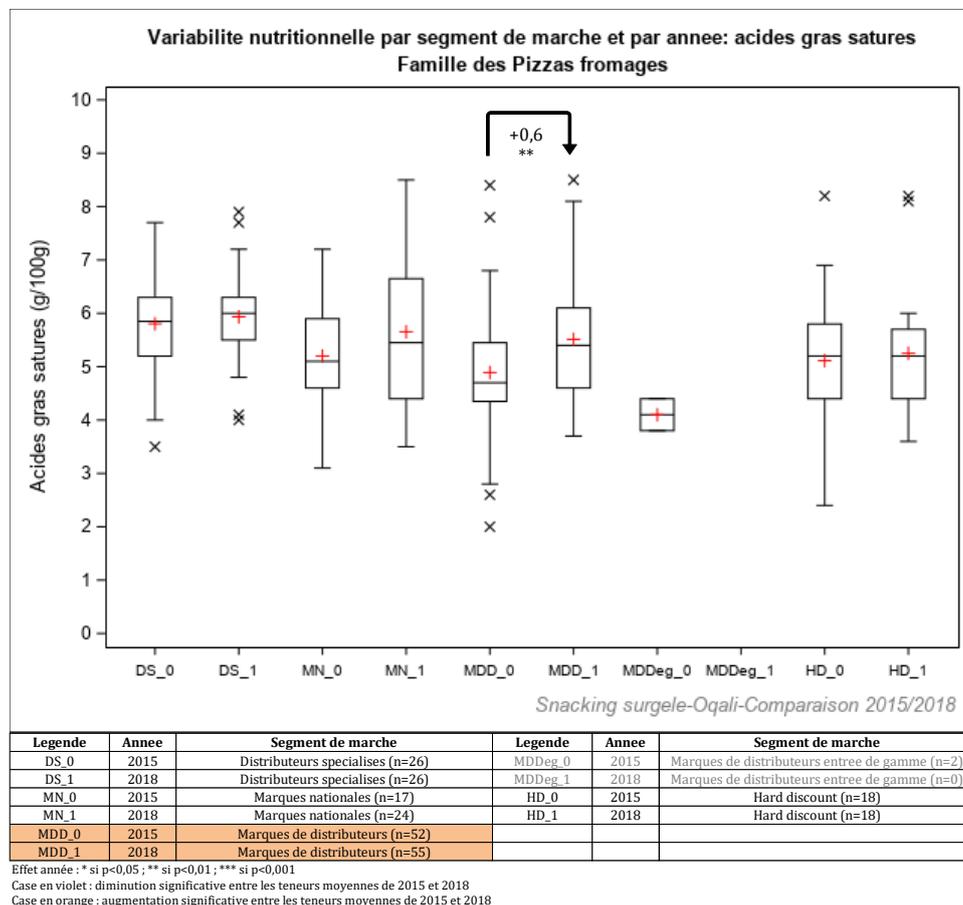
L'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle par famille et segment de marché permet d'observer si les évolutions mises en évidence sont portées ou non par l'ensemble des segments.

Ainsi dans cette partie, les résultats sont détaillés uniquement pour les 2 familles présentant une évolution significative de leur teneur moyenne pour au moins un segment de marché, soit : Pizzas fromages ainsi que Baguettes et tartines garnies.

Pour les autres familles, les tableaux de statistiques sont présentés en Annexe 7.

## Pizzas fromages (Figure 31)

Pour rappel, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés de +0,4g/100g (soit +8% par rapport à la teneur initiale) a été observée à l'échelle de la famille entre 2015 et 2018.



**Figure 31 : Variabilité nutritionnelle des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par segment de marché au sein de la famille Pizzas fromages étudiée.**

L'étude des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés par segment de marché entre 2015 et 2018 (Figure 31) met en évidence une augmentation significative pour les marques de distributeurs (+0,6g/100g; +13% par rapport à la teneur initiale) (Tableau 20). Cette augmentation peut s'expliquer en partie par un renouvellement de l'offre et des reformulations conduisant principalement à une augmentation de la teneur en acides gras saturés dans certains produits (Tableau 20).

**Tableau 20 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par segment de marché et par année au sein de la famille Pizzas fromages étudiée.**

Pizzas fromages	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	26	5,8	1,0	26	5,9	0,9	+0,1	+2%	9	5,7	1,4	5	6,3	0,8	12	5,6	1,1	9	6,2	0,7
Marques nationales	17	5,2	1,1	24	5,7	1,4	+0,5	+9%	3	4,3	1,2	4	6,1	1,8	11	5,2	0,5	9	6,0	2,0
Marques de distributeurs	52	4,9	1,1	55	5,5	1,1	+0,6**	+13%	20	4,9	1,0	9	5,3	1,2	23	5,3	0,9	23	5,8	1,2
Marques de distributeurs entrée de gamme	2	4,1	0,4						2	4,1	0,4									
Hard discount	18	5,1	1,4	18	5,3	1,2	+0,1	+3%	5	4,2	1,6	8	5,5	1,3	5	5,4	1,6	5	4,7	0,8

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

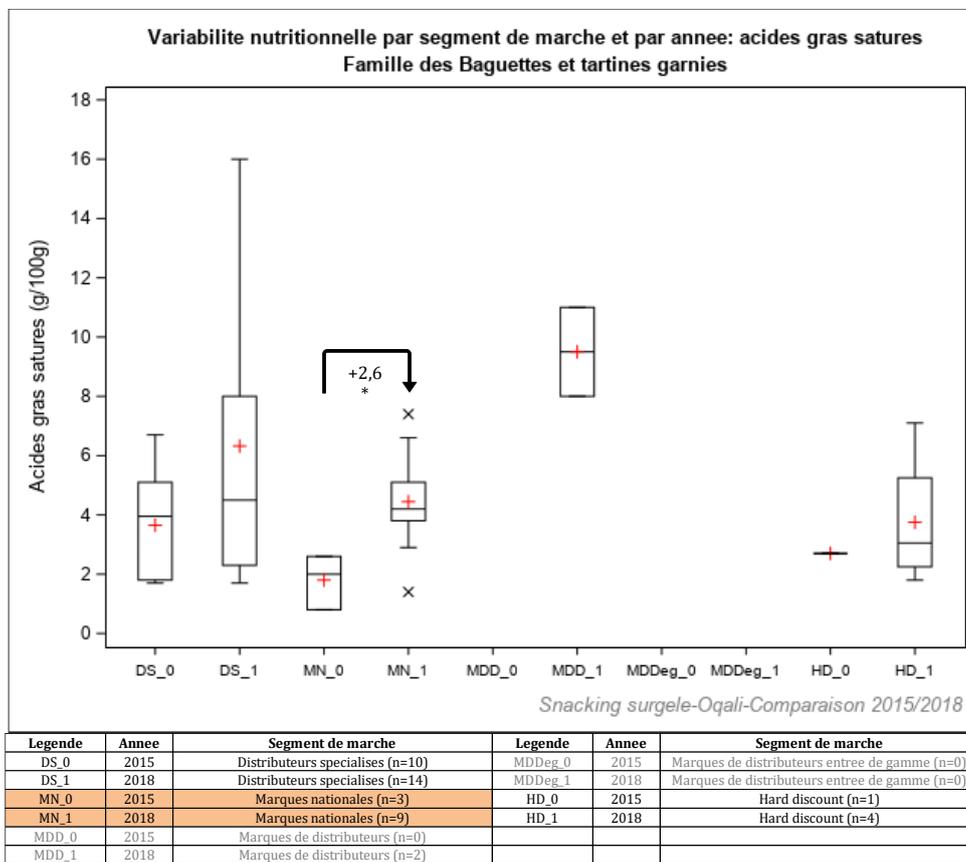
<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

### Baguettes et tartines garnies (Figure 32)

Pour rappel, une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés de +2,4g/100g (soit +76% par rapport à la teneur initiale) a été observée à l'échelle de la famille entre 2015 et 2018.



**Figure 32 : Variabilité nutritionnelle des teneurs en acides gras saturés (g/100g) par segment de marché au sein de la famille Baguettes et tartines garnies étudiée.**

A l'échelle des segments de marché, une augmentation significative est observée pour les produits de marques nationales (+2,6g/100g ; +147%) (Figure 32). A noter que l'offre de produits a été totalement renouvelée pour ce segment de marché : les produits « Retirés » (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018 ; à nuancer par le faible effectif : n=3) ont été remplacés par des produits « Ajoutés » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015), destinés essentiellement à l'apéritif, avec une teneur moyenne en acides gras saturés plus élevée (respectivement 1,8g/100g et 4,4g/100g) (Tableau 21).

**Tableau 21 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par segment de marché et par année au sein de la famille Baguettes et tartines garnies étudiée.**

Baguettes et tartines garnies	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)	10	3,7	1,8	14	6,3	4,9	+2,7	+73%	2	3,4	2,4	3	3,6	1,6	5	3,8	2,1	6	9,8	5,7
Distributeurs spécialisés	10	3,7	1,8	14	6,3	4,9	+2,7	+73%	2	3,4	2,4	3	3,6	1,6	5	3,8	2,1	6	9,8	5,7
Marques nationales	3	1,8	0,9	9	4,4	1,8	+2,6*	+147%	3	1,8	0,9							9	4,4	1,8
Marques de distributeurs				2	9,5	2,1												2	9,5	2,1
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	2,7		4	3,8	2,3	+1,1	+39%				1	2,7					3	4,1	2,7

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

## 6.4.5. Synthèse des évolutions des teneurs en acides gras saturés

Le Tableau 22 reprend, pour chacune des 31 familles du secteur, les évolutions de teneurs moyennes en acides gras saturés (en g/100g et en pourcentage), en comparant l'ensemble de l'offre 2015 à l'ensemble de l'offre 2018 tous produits confondus et par segment, puis en distinguant les reformulations des ajouts et retraits de produits (renouvellement de l'offre). Pour les renouvellements de l'offre, seules les évolutions significatives sont présentées (comparaison entre l'ensemble des références de 2015 et les produits « Ajoutés »<sup>23</sup> et entre l'ensemble des produits « Retirés »<sup>24</sup> et l'ensemble des références de 2018 uniquement), de même pour les segments. Les couleurs matérialisent les évolutions significatives pour les familles étudiées : orange pour une augmentation et violet pour une diminution.

**Tableau 22 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés, entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié.**

Familie de produits	Acides gras saturés (g/100g) : Différences entre 2015 et 2018										
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) -> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées <sup>23</sup> -> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées <sup>24</sup> vs ensemble des références 2018 -> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché		
	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Pizzas jambon fromage	+0,4*	+13%	+0,1	+3%	+0,8**	+26%	+0,6*	+23%			
Pizzas charcuterie	+0,2	+5%	+0,1	+1%							
Pizzas viandes type bolognaise	+0,3	+10%	+0,1	+5%							
Pizzas viandes autres	-0,1	-3%	+0,1	+4%							
Pizzas produits de la mer	+0,4	+13%	+0,2	+8%	+1,3*	+44%					
Pizzas fromages	+0,4**	+8%	+0,1	+2%	+0,7*	+13%	+0,7*	+14%	MDD	+0,6**	+13%
Pizzas type margarita	+0,2	+7%	+0,1	+5%							
Pizzas legumes	-0,4	-11%	-0,1	-3%							
Quiches lorraines	+0,7	+11%	+0,2	+2%							
Tartes avec viande ou poisson	+0,03	+0,5%	-0,1	-1%							
Tartes aux fromages	+0,8	+11%	+0,6*	+8%							
Tartes aux legumes	+0,6	+11%	+0,5*	+8%							
Cakes sales avec viande ou poisson	+0,5	+11%	+0,04	+1%							
Cakes sales vegetariens	-0,4	-7%	+0,0	+0%							
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	+0,04	+1%	-0,02	-1%							
Crepes et galettes vegetariennes	+0,9	+33%	-0,1	-3%							
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	+0,1	+1%	-0,03	-0,3%							
Feuilletes avec escargot	+2,5	+13%	+0,03	+0,1%							
Feuilletes vegetariens	-0,4	-4%	-0,2	-2%							
Croque monsieur	+0,3	+6%	-0,1	-1%							
Burgers	-0,2	-3%	+0,1	+2%							
Wraps et kebabs	+1,2	+44%	-0,02	-1%							
Autres sandwichs	-0,1	-2%	+0,01	+0,2%							
Baguettes et tartines garnies	+2,4*	+76%	+0,0	+0%					MN	+2,6*	+147%
Salades	+0,04	+3%	+0,1	+6%							
Aumonieres aperitives	+2,0	+32%	+1,0	+14%							
Choux et gougeres	-2,2	-15%	+0,7	+5%							
Pains surprises et canaps aperitifs	+1,3*	+26%	-0,2	-4%							
Verrines aperitives	+1,1	+17%	-0,1	-2%							
Assortiments de snacking	-0,2	-2%	-0,4*	-5%							
Autres aperitifs	-0,5	-7%	-0,5	-10%							

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées<sup>23</sup> significativement inférieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement inférieures à celles des références retirées<sup>24</sup> (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées<sup>23</sup> significativement supérieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement supérieures à celles des références retirées<sup>24</sup> (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2  
DS=distributeurs spécialisés ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount  
<sup>23</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)  
<sup>24</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>23</sup> Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

<sup>24</sup> Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

**En comparant l'ensemble de l'offre 2015 à celle de 2018, 4 familles parmi les 31 étudiées présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne en acides gras saturés :**

- **Pizzas jambon fromage** : +0,4g/100g soit +13% par rapport à la teneur initiale ;
- **Pizzas fromages** : +0,4g/100g soit +8% par rapport à la teneur initiale. Celle-ci est majoritairement portée par les marques de distributeurs pour lesquelles une augmentation significative de leur teneur moyenne en acides gras saturés est observée (+0,6g/100g soit +13%) ;

Pour ces 2 familles, ces augmentations significatives **s'expliquent en partie par un renouvellement de l'offre** qui tend à faire augmenter les teneurs moyennes (produits « Retirés »<sup>25</sup> dont la teneur moyenne est significativement inférieure à celle de 2018 et/ou produits « Ajoutés »<sup>26</sup> dont la teneur moyenne est significativement supérieure à celle de 2015).

- **Baguettes et tartines garnies** : +2,4g/100g soit +76% par rapport à la teneur initiale. Celle-ci est principalement portée par les marques nationales qui présentent une augmentation significative de leur teneur moyenne en acides gras saturés (+2,6g/100g soit +147%) ;
- **Pains surprises et canapés apéritifs** : +1,3g/100g soit +26% par rapport à la teneur initiale.

Par ailleurs, des reformulations allant dans le sens d'une augmentation des teneurs en acides gras saturés sont observées pour les familles Tartes aux fromages (+0,6g/100g soit +8%) et Tartes aux légumes (+0,5g/100g soit +8%) tandis que des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en acides gras saturés sont observées pour la famille Assortiments de snacking (-0,4g/100g soit -5%). Ces reformulations ne sont toutefois pas suffisamment importantes pour avoir un impact significatif à l'échelle de la famille. Les données disponibles et les échanges avec les professionnels du groupe de travail ne permettent pas d'interpréter la plupart des évolutions observées.

Globalement, les faibles différences observées pour les autres familles peuvent être en partie dues au fait qu'au sein d'une même famille, les évolutions observées ne sont pas toutes allées dans le même sens. En effet, l'étude des produits appariés montre qu'au sein d'une même famille, des reformulations ont été réalisées à la fois dans le sens d'une augmentation des teneurs et dans le sens d'une diminution des teneurs.

---

<sup>25</sup> Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

## 6.5. Evolution des teneurs en sucres<sup>27</sup>

### 6.5.1. Evolution des teneurs en sucres par famille

**2 familles sur 31 présentent une évolution significative de leur teneur moyenne en sucres entre 2015 et 2018, toutes à la baisse** (Figure 33, Tableau 23). Il s'agit des familles :

- **Pizzas jambon fromage (1)** : -0,6g/100g soit -14% par rapport à la teneur initiale ;
- **Pains surprises et canapés apéritifs (28)** : -2,1g/100g soit -33% ;

L'étude des distributions des teneurs en sucres entre 2015 et 2018 montre que les diminutions significatives des teneurs moyennes observées pour les 2 familles citées précédemment s'accompagnent d'un décalage vers des teneurs plus basses (diminution des valeurs des médianes, des 1<sup>ers</sup> et 3<sup>es</sup> quartiles<sup>28</sup>) (Tableau 23).

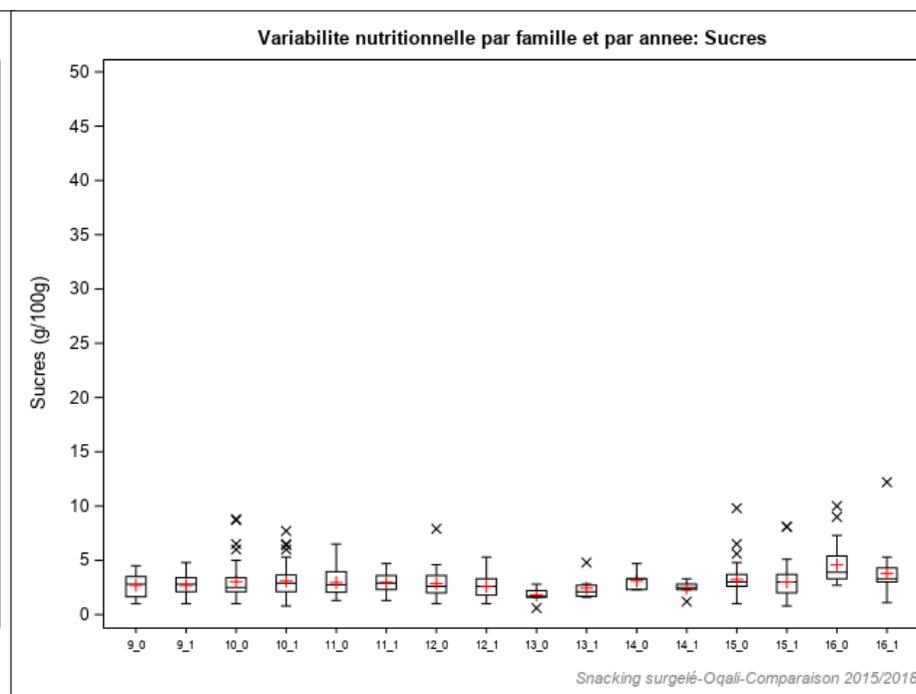
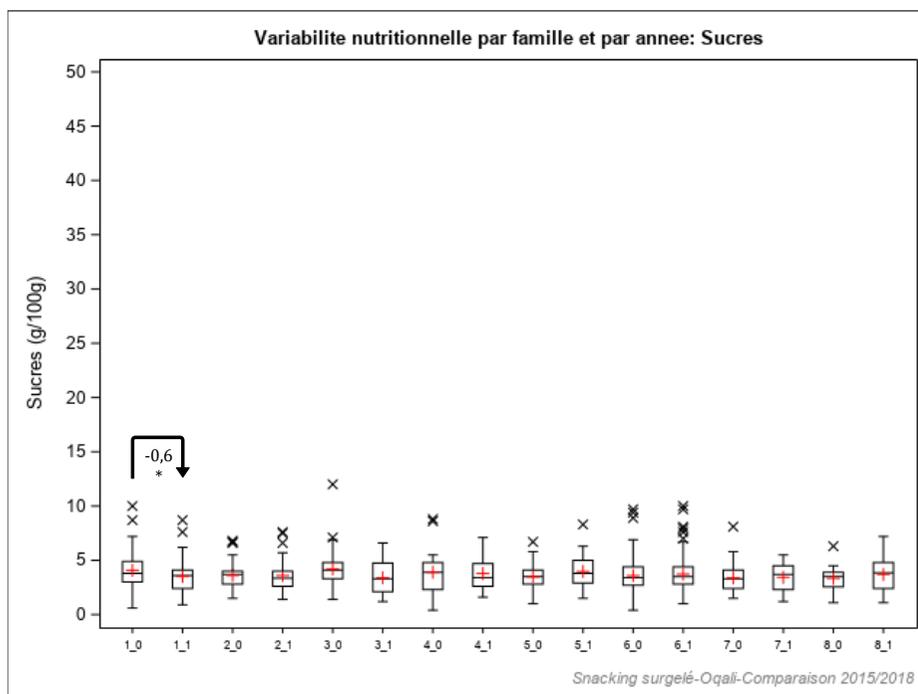
Des tendances non significatives à la hausse ou à la baisse sont observées pour les autres familles (Figure 33, Tableau 23).

En termes de variabilité des teneurs en sucres, aussi bien en 2015 qu'en 2018, la famille dont la variabilité est parmi les plus importantes est Autres apéritifs (31), s'expliquant par la diversité des produits de cette famille. A l'inverse, la famille Feuilletés avec escargot (18) présente une variabilité de ses teneurs en sucres parmi les plus faibles aussi bien en 2015 qu'en 2018. Par ailleurs, les familles Autres apéritifs (31) ainsi que Crêpes et galettes végétariennes (16) présentent une variabilité de leurs teneurs en sucres qui augmente fortement entre 2015 et 2018, s'expliquant en partie par la présence d'un produit de 2018 avec une teneur en sucres très élevée. A l'inverse entre 2015 et 2018, la famille présentant une diminution importante de sa variabilité des teneurs en sucres est Pizzas viandes type bolognaise (03), s'expliquant en partie par la reformulation d'un produit de 2015 avec une teneur en sucres élevée.

---

<sup>27</sup> Pour rappel, les données étiquetées, dont sont issues ces données, concernent les sucres totaux, c'est-à-dire l'ensemble des mono et disaccharides (lactose et galactose compris).

<sup>28</sup> Le 1<sup>er</sup> quartile correspond à la teneur en dessous de laquelle se situent 25% des observations les plus basses. Le 3<sup>e</sup> quartile correspond à la teneur au-dessus de laquelle se situent 25% des observations les plus hautes.

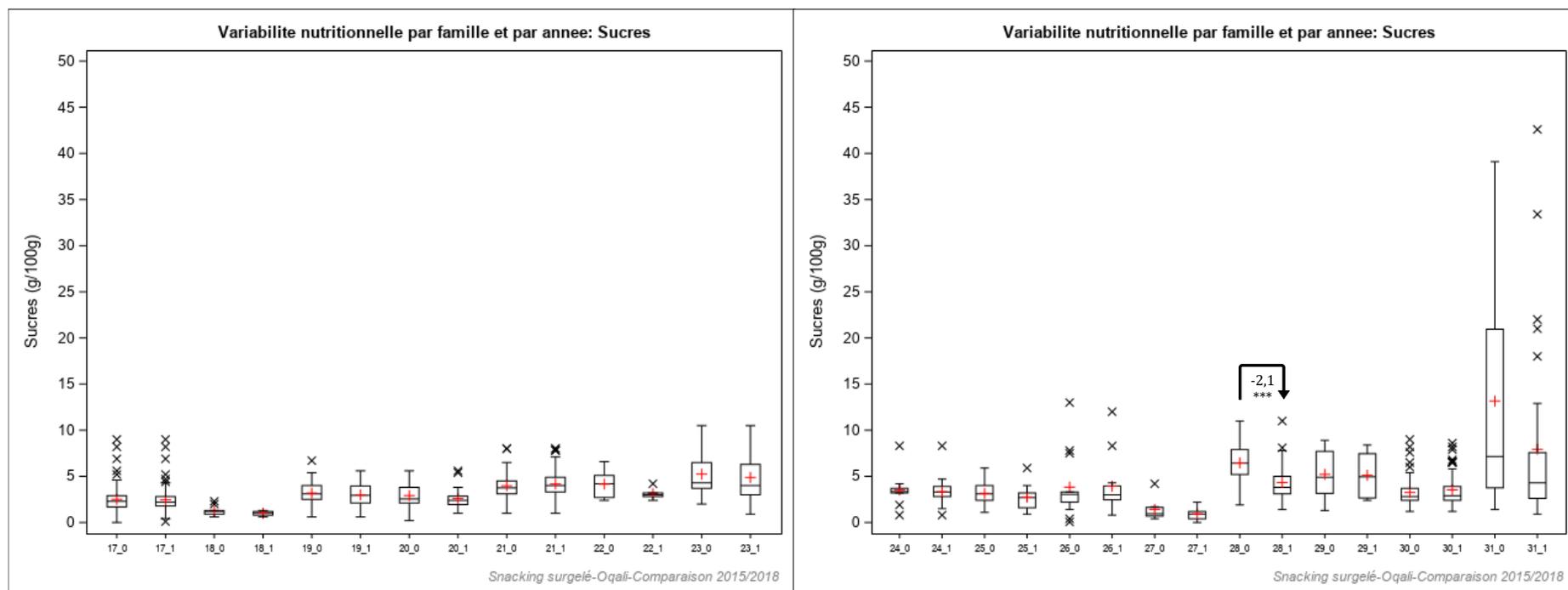


Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
1_0	2015	Pizzas jambon fromage (n=86)	9_0	2015	Quiches lorraines (n=32)
1_1	2018	Pizzas jambon fromage (n=83)	9_1	2018	Quiches lorraines (n=33)
2_0	2015	Pizzas charcuterie (n=46)	10_0	2015	Tartes avec viande ou poisson (n=57)
2_1	2018	Pizzas charcuterie (n=44)	10_1	2018	Tartes avec viande ou poisson (n=56)
3_0	2015	Pizzas viandes type bolognaise (n=29)	11_0	2015	Tartes aux fromages (n=20)
3_1	2018	Pizzas viandes type bolognaise (n=32)	11_1	2018	Tartes aux fromages (n=19)
4_0	2015	Pizzas viandes autres (n=20)	12_0	2015	Tartes aux legumes (n=60)
4_1	2018	Pizzas viandes autres (n=31)	12_1	2018	Tartes aux legumes (n=51)
5_0	2015	Pizzas produits de la mer (n=38)	13_0	2015	Cakes sales avec viande ou poisson (n=10)
5_1	2018	Pizzas produits de la mer (n=35)	13_1	2018	Cakes sales avec viande ou poisson (n=8)
6_0	2015	Pizzas fromages (n=115)	14_0	2015	Cakes sales vegetariens (n=9)
6_1	2018	Pizzas fromages (n=123)	14_1	2018	Cakes sales vegetariens (n=6)
7_0	2015	Pizzas type margarita (n=33)	15_0	2015	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=65)
7_1	2018	Pizzas type margarita (n=31)	15_1	2018	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=62)
8_0	2015	Pizzas legumes (n=16)	16_0	2015	Crepes et galettes vegetariennes (n=25)
8_1	2018	Pizzas legumes (n=26)	16_1	2018	Crepes et galettes vegetariennes (n=24)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
17_0	2015	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=109)	24_0	2015	Baguettes et tartines garnies (n=14)
17_1	2018	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=111)	24_1	2018	Baguettes et tartines garnies (n=29)
18_0	2015	Feuilletes avec escargot (n=9)	25_0	2015	Salades (n=14)
18_1	2018	Feuilletes avec escargot (n=8)	25_1	2018	Salades (n=10)
19_0	2015	Feuilletes vegetariens (n=34)	26_0	2015	Aumonieres aperitives (n=14)
19_1	2018	Feuilletes vegetariens (n=44)	26_1	2018	Aumonieres aperitives (n=12)
20_0	2015	Croque monsieur (n=14)	27_0	2015	Choux et gougeres (n=8)
20_1	2018	Croque monsieur (n=20)	27_1	2018	Choux et gougeres (n=13)
21_0	2015	Burgers (n=40)	28_0	2015	Pains surprises et canapes aperitifs (n=35)
21_1	2018	Burgers (n=59)	28_1	2018	Pains surprises et canapes aperitifs (n=33)
22_0	2015	Wraps et kebabs (n=15)	29_0	2015	Verrines aperitives (n=8)
22_1	2018	Wraps et kebabs (n=5)	29_1	2018	Verrines aperitives (n=8)
23_0	2015	Autres sandwiches (n=24)	30_0	2015	Assortiments de snacking (n=61)
23_1	2018	Autres sandwiches (n=35)	30_1	2018	Assortiments de snacking (n=63)
			31_0	2015	Autres aperitifs (n=20)
			31_1	2018	Autres aperitifs (n=33)

Effet année : \* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001  
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018  
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

**Figure 33 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié.**

**Tableau 23 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié.**

Sucres (g/100g)	2015								2018								Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET		
Pizzas jambon fromage	86	0,6	10,0	3,0	3,8	4,9	<b>4,1</b>	1,6	83	0,9	8,7	2,4	3,6	4,1	<b>3,5</b>	1,5	-0,6*	-14%
Pizzas charcuterie	46	1,5	6,8	2,8	3,7	4,0	<b>3,6</b>	1,3	44	1,4	7,6	2,6	3,4	4,0	<b>3,6</b>	1,4	-0,01	-0,2%
Pizzas viandes type bolognaise	29	1,4	12,0	3,3	4,1	4,8	<b>4,2</b>	2,0	32	1,2	6,6	2,1	3,3	4,8	<b>3,4</b>	1,4	-0,8	-19%
Pizzas viandes autres	20	0,4	8,8	2,3	3,9	4,8	<b>3,9</b>	2,1	31	1,6	7,1	2,6	3,4	4,7	<b>3,8</b>	1,4	-0,1	-3%
Pizzas produits de la mer	38	1,0	6,7	2,8	3,5	4,1	<b>3,5</b>	1,2	35	1,5	8,3	2,9	3,8	5,0	<b>4,0</b>	1,4	+0,5	+14%
Pizzas fromages	115	0,4	9,7	2,7	3,4	4,4	<b>3,6</b>	1,5	123	1,0	10,0	2,8	3,5	4,4	<b>3,7</b>	1,6	+0,1	+4%
Pizzas type margarita	33	1,5	8,1	2,4	3,3	4,1	<b>3,4</b>	1,4	31	1,2	5,5	2,3	3,7	4,5	<b>3,4</b>	1,3	+0,1	+2%
Pizzas legumes	16	1,1	6,3	2,6	3,5	3,9	<b>3,3</b>	1,2	26	1,1	7,2	2,4	3,9	4,8	<b>3,7</b>	1,7	+0,4	+11%
Quiches lorraines	32	1,0	4,5	1,7	2,8	3,5	<b>2,7</b>	1,0	33	1,0	4,8	2,1	2,8	3,4	<b>2,7</b>	0,9	-0,01	-0,4%
Tartes avec viande ou poisson	57	1,0	8,8	2,1	2,5	3,4	<b>3,0</b>	1,6	56	0,8	7,7	2,1	2,9	3,7	<b>3,1</b>	1,4	+0,1	+2%
Tartes aux fromages	20	1,3	6,5	2,1	2,8	4,0	<b>2,9</b>	1,2	19	1,3	4,7	2,3	2,9	3,6	<b>3,0</b>	0,9	+0,03	+1%
Tartes aux legumes	60	1,0	7,9	2,0	2,6	3,6	<b>2,9</b>	1,1	51	1,0	5,3	1,8	2,6	3,3	<b>2,6</b>	1,0	-0,3	-9%
Cakes sales avec viande ou poisson	10	0,6	2,8	1,6	1,7	2,2	<b>1,8</b>	0,6	8	1,6	4,8	1,7	2,1	2,7	<b>2,4</b>	1,1	+0,6	+33%
Cakes sales vegetariens	9	2,3	4,7	2,3	3,3	3,3	<b>3,1</b>	0,8	6	1,2	3,3	2,3	2,5	2,8	<b>2,4</b>	0,7	-0,7	-22%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	65	1,0	9,8	2,6	3,0	3,7	<b>3,2</b>	1,3	62	0,8	8,1	2,0	3,0	3,7	<b>3,0</b>	1,4	-0,2	-7%
Crepes et galettes vegetariennes	25	2,7	10,0	3,3	3,9	5,4	<b>4,6</b>	1,9	24	1,1	12,2	3,0	3,3	4,3	<b>3,8</b>	2,0	-0,8	-17%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	109	0,0	9,0	1,7	2,3	2,9	<b>2,5</b>	1,4	111	0,1	9,0	1,8	2,2	2,8	<b>2,5</b>	1,4	-0,1	-2%
Feuilletes avec escargot	9	0,6	2,3	0,9	1,2	1,3	<b>1,3</b>	0,6	8	0,6	1,3	0,8	1,1	1,2	<b>1,0</b>	0,3	-0,3	-21%
Feuilletes vegetariens	34	0,6	6,7	2,5	3,1	4,0	<b>3,2</b>	1,3	44	0,6	5,6	2,1	3,0	4,0	<b>3,0</b>	1,2	-0,2	-6%
Croque monsieur	14	0,2	5,6	2,1	2,6	3,8	<b>2,9</b>	1,7	20	1,0	5,6	2,0	2,4	2,9	<b>2,6</b>	1,2	-0,3	-11%
Burgers	40	1,0	8,0	3,1	3,8	4,5	<b>4,0</b>	1,6	59	1,0	8,0	3,3	4,0	4,9	<b>4,2</b>	1,7	+0,2	+5%
Wraps et kebabs	15	2,4	6,6	2,7	4,2	5,1	<b>4,2</b>	1,4	5	2,4	4,2	2,8	3,0	3,2	<b>3,1</b>	0,7	-1,0	-25%
Autres sandwichs	24	2,0	10,5	3,7	4,3	6,5	<b>5,2</b>	2,3	35	0,9	10,5	3,0	4,0	6,3	<b>4,9</b>	2,4	-0,4	-7%
Baguettes et tartines garnies	14	0,8	8,3	3,2	3,4	3,7	<b>3,5</b>	1,6	29	0,8	8,3	2,8	3,3	3,9	<b>3,3</b>	1,3	-0,2	-5%
Salades	14	1,1	5,9	2,4	3,1	4,0	<b>3,2</b>	1,3	10	0,9	5,9	1,6	2,7	3,2	<b>2,8</b>	1,5	-0,4	-13%
Aumonieres apertives	14	0,1	13,0	2,2	3,1	3,3	<b>3,8</b>	3,4	12	0,8	12,0	2,5	3,0	4,0	<b>3,9</b>	3,2	+0,1	+2%
Choux et gougeres	8	0,4	4,2	0,7	1,0	1,7	<b>1,4</b>	1,2	13	0,0	2,2	0,4	0,9	1,2	<b>0,9</b>	0,7	-0,5	-34%
Pains surprises et canapes apertifs	35	1,9	11,0	5,2	6,4	7,9	<b>6,5</b>	2,1	33	1,4	11,0	3,1	3,8	5,0	<b>4,3</b>	2,0	-2,1***	-33%
Verrines apertives	8	1,3	8,9	3,2	4,9	7,7	<b>5,2</b>	2,7	8	2,4	8,4	2,7	5,0	7,5	<b>5,1</b>	2,5	-0,1	-2%
Assortiments de snacking	61	1,2	9,0	2,4	2,8	3,7	<b>3,2</b>	1,6	63	1,2	8,6	2,4	2,9	3,9	<b>3,5</b>	1,7	+0,3	+9%
Autres apertifs	20	1,4	39,1	3,8	7,2	21,0	<b>13,2</b>	12,7	33	0,9	42,6	2,6	4,3	7,6	<b>7,9</b>	9,5	-5,2	-40%

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

## 6.5.2. Evolution des teneurs en sucres par famille, pour les produits appariés (reformulations)

Afin d'identifier si des reformulations ont eu lieu, un sous-ensemble de l'offre est étudié ici : les produits présents à la fois en 2015 et en 2018, regroupés sous le terme de produits appariés. Ces produits comprennent des références avec et sans évolution de valeurs nutritionnelles.

### 6.5.2.1. Evolution des teneurs en sucres des produits appariés à l'échelle des familles

**2 familles sur les 31 étudiées présentent des évolutions significatives de leur teneur moyenne en sucres pour les produits appariés, 1 à la hausse et 1 à la baisse** (Figure 34, Tableau 24). Il s'agit des familles :

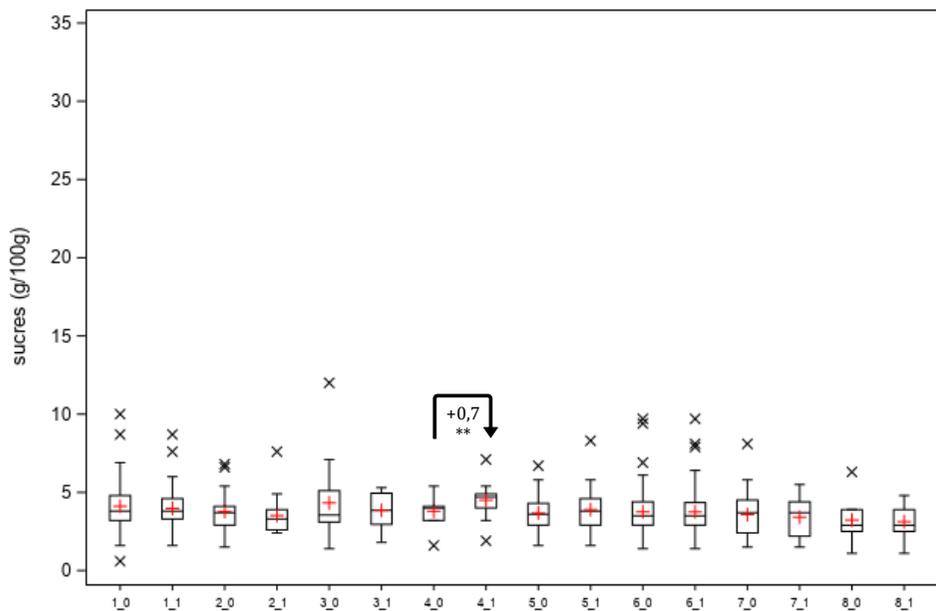
- **Pizzas viandes autres** (4) : +0,7g/100g soit +19% par rapport à la teneur initiale. Les augmentations portant sur les produits appariés indiquent des reformulations à la hausse. L'étude des distributions des teneurs en sucres montre un décalage vers des teneurs plus élevées (augmentation des valeurs des 1<sup>ers</sup> et 3<sup>es</sup> quartiles<sup>29</sup> et de la médiane)(Figure 34).
- **Crêpes et galettes végétariennes** (16) : -1,2g/100g soit -25%. Des reformulations à la baisse ont donc été effectuées. En 2018, un plus grand nombre de produits se situent dans la tranche inférieure des teneurs en sucres (diminution des valeurs du 1<sup>er</sup> et 3<sup>e</sup> quartile et de la médiane notamment) (Figure 34).

Des tendances à la hausse ou à la baisse sont également observées pour les autres familles (Figure 34, Tableau 24).

---

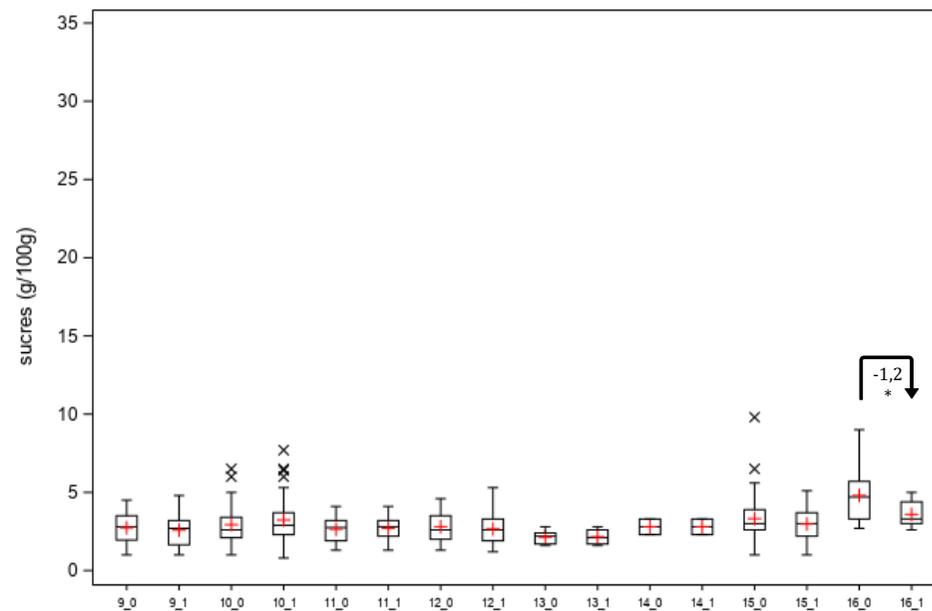
<sup>29</sup> Le 1<sup>er</sup> quartile correspond à la teneur en dessous de laquelle se situent 25% des observations les plus basses. Le 3<sup>e</sup> quartile correspond à la teneur au-dessus de laquelle se situent 25% des observations les plus hautes.

Variabilite nutritionnelle par famille AVANT et APRES evolution des valeurs nutritionnelles (produits apparies) : sucres



Snacking surgelé-Qqali-Comparaison 2015/2018

Variabilite nutritionnelle par famille AVANT et APRES evolution des valeurs nutritionnelles (produits apparies) : sucres



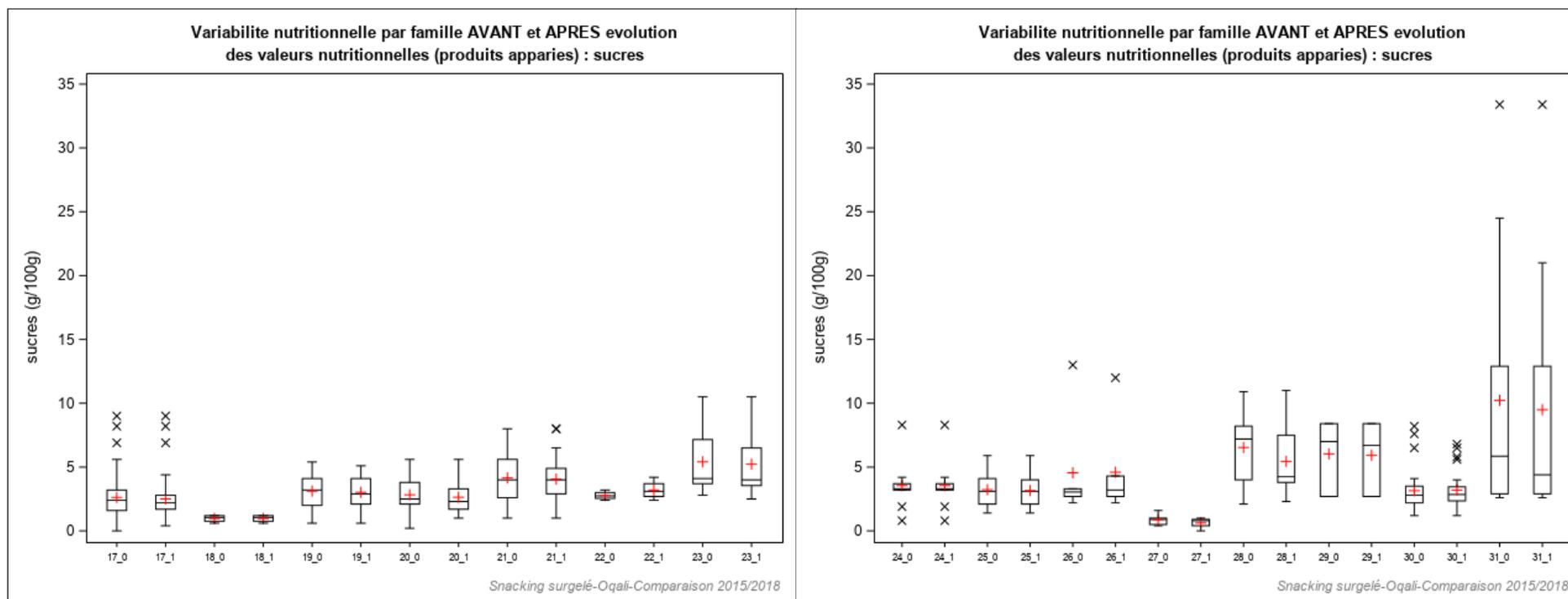
Snacking surgelé-Qqali-Comparaison 2015/2018

Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
1_0	2015	Pizzas jambon fromage (n=57)	9_0	2015	Quiches lorraines (n=24)
1_1	2018	Pizzas jambon fromage (n=57)	9_1	2018	Quiches lorraines (n=24)
2_0	2015	Pizzas charcuterie (n=21)	10_0	2015	Tartes avec viande ou poisson (n=37)
2_1	2018	Pizzas charcuterie (n=21)	10_1	2018	Tartes avec viande ou poisson (n=37)
3_0	2015	Pizzas viandes type bolognaise (n=20)	11_0	2015	Tartes aux fromages (n=12)
3_1	2018	Pizzas viandes type bolognaise (n=20)	11_1	2018	Tartes aux fromages (n=12)
4_0	2015	Pizzas viandes autres (n=10)	12_0	2015	Tartes aux legumes (n=39)
4_1	2018	Pizzas viandes autres (n=10)	12_1	2018	Tartes aux legumes (n=39)
5_0	2015	Pizzas produits de la mer (n=27)	13_0	2015	Cakes sales avec viande ou poisson (n=5)
5_1	2018	Pizzas produits de la mer (n=27)	13_1	2018	Cakes sales avec viande ou poisson (n=5)
6_0	2015	Pizzas fromages (n=76)	14_0	2015	Cakes sales vegetariens (n=3)
6_1	2018	Pizzas fromages (n=76)	14_1	2018	Cakes sales vegetariens (n=3)
7_0	2015	Pizzas type margarita (n=19)	15_0	2015	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=45)
7_1	2018	Pizzas type margarita (n=19)	15_1	2018	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=45)
8_0	2015	Pizzas legumes (n=11)	16_0	2015	Crepes et galettes vegetariennes (n=14)
8_1	2018	Pizzas legumes (n=11)	16_1	2018	Crepes et galettes vegetariennes (n=14)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille	
	17_0	2015	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=67)	24_0	2015	Baguettes et tartines garnies (n=9)
	17_1	2018	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=67)	24_1	2018	Baguettes et tartines garnies (n=9)
	18_0	2015	Feuilletes avec escargot (n=4)	25_0	2015	Salades (n=7)
	18_1	2018	Feuilletes avec escargot (n=4)	25_1	2018	Salades (n=7)
	19_0	2015	Feuilletes vegetariens (n=23)	26_0	2015	Aumonieres aperitives (n=6)
	19_1	2018	Feuilletes vegetariens (n=23)	26_1	2018	Aumonieres aperitives (n=6)
	20_0	2015	Croque monsieur (n=11)	27_0	2015	Choux et gougeres (n=5)
	20_1	2018	Croque monsieur (n=11)	27_1	2018	Choux et gougeres (n=5)
	21_0	2015	Burgers (n=28)	28_0	2015	Pains surprises et canapes aperitifs (n=14)
	21_1	2018	Burgers (n=28)	28_1	2018	Pains surprises et canapes aperitifs (n=14)
	22_0	2015	Wraps et kebabs (n=4)	29_0	2015	Verrines aperitives (n=3)
	22_1	2018	Wraps et kebabs (n=4)	29_1	2018	Verrines aperitives (n=3)
	23_0	2015	Autres sandwiches (n=20)	30_0	2015	Assortiments de snacking (n=32)
	23_1	2018	Autres sandwiches (n=20)	30_1	2018	Assortiments de snacking (n=32)
				31_0	2015	Autres aperitifs (n=10)
				31_1	2018	Autres aperitifs (n=10)

Effet année : \* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001  
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018  
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

**Figure 34 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par famille et par année au sein des produits appariés du Snacking surgelé étudié.**

**Tableau 24 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du Snacking surgelé étudié.**

Sucres (g/100g) Produits appariés	Nombre de références appariées	2015		2018		Différence entre 2015 et 2018	Evolution (en %)
		Moy	ET	Moy	ET		
Pizzas jambon fromage	57	4,1	1,7	4,0	1,4	-0,1	-3%
Pizzas charcuterie	21	3,8	1,3	3,5	1,2	-0,3	-7%
Pizzas viandes type bolognaise	20	4,3	2,3	3,9	1,2	-0,5	-11%
Pizzas viandes autres	10	3,8	1,0	4,5	1,4	+0,7**	+19%
Pizzas produits de la mer	27	3,7	1,1	3,9	1,4	+0,2	+6%
Pizzas fromages	76	3,8	1,5	3,7	1,4	-0,01	-0,2%
Pizzas type margarita	19	3,6	1,6	3,4	1,2	-0,2	-5%
Pizzas legumes	11	3,2	1,3	3,1	1,0	-0,1	-3%
Quiches lorraines	24	2,7	1,0	2,6	1,0	-0,2	-6%
Tartes avec viande ou poisson	37	2,9	1,3	3,2	1,6	+0,3	+10%
Tartes aux fromages	12	2,6	0,9	2,7	0,8	+0,1	+3%
Tartes aux legumes	39	2,8	0,9	2,7	1,0	-0,1	-5%
Cakes sales avec viande ou poisson	5	2,1	0,5	2,2	0,5	+0,02	+1%
Cakes sales vegetariens	3	2,8	0,5	2,8	0,5	+0,0	+0%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	45	3,3	1,5	3,0	1,0	-0,3	-10%
Crepes et galettes vegetariennes	14	4,8	1,8	3,6	0,8	-1,2*	-25%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en crouste	67	2,6	1,6	2,5	1,5	-0,1	-4%
Feuilletes avec escargot	4	1,0	0,3	1,0	0,3	+0,0	+0%
Feuilletes vegetariens	23	3,1	1,3	3,0	1,2	-0,1	-3%
Croque monsieur	11	2,8	1,7	2,6	1,3	-0,2	-7%
Burgers	28	4,1	1,8	4,1	1,7	-0,1	-2%
Wraps et kebabs	4	2,8	0,3	3,2	0,7	+0,4	+15%
Autres sandwiches	20	5,4	2,4	5,2	2,3	-0,2	-3%
Baguettes et tartines garnies	9	3,6	2,1	3,6	2,1	+0,0	+0%
Salades	7	3,2	1,5	3,2	1,5	-0,1	-2%
Aumonieres aperitives	6	4,6	4,2	4,6	3,7	+0,1	+1%
Choux et gougeres	5	0,9	0,5	0,6	0,4	-0,3	-30%
Pains surprises et canapes aperitifs	14	6,5	2,4	5,4	2,5	-1,1	-17%
Verrines aperitives	3	6,0	3,0	5,9	2,9	-0,1	-2%
Assortiments de snacking	32	3,1	1,6	3,2	1,3	+0,05	+1%
Autres aperitifs	10	10,2	10,6	9,5	10,3	-0,7	-7%

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

### 6.5.2.2. Caractérisation des évolutions des teneurs en sucres des produits appariés

Afin de mieux caractériser les reformulations qui ont pu être réalisées entre 2015 et 2018 sur les produits appariés, la Figure 35 illustre, par famille, le pourcentage de produits présentant une diminution (en bleu), une augmentation (en rouge) ou une teneur en sucres identique (en gris).

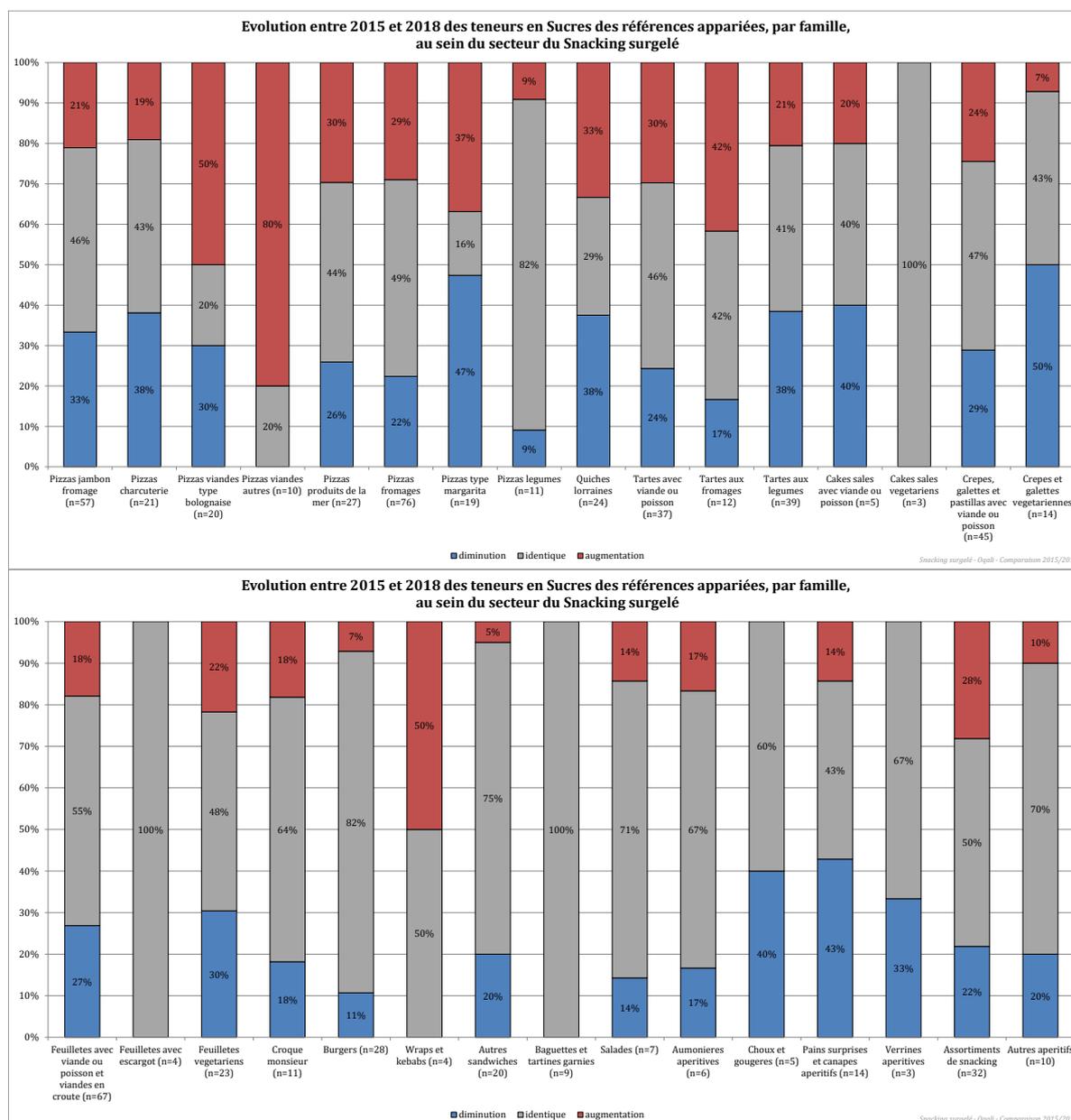


Figure 35 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sucres identique entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié.

Ces pourcentages de produits appariés présentant une augmentation ou une diminution de la teneur en sucres sont également à mettre en relation avec l'ampleur des variations observées (Tableau 25).

**Tableau 25 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sucres identique par famille au sein du Snacking surgelé étudié.**

Sucres (g/100g) Produits appariés (n=663)	Diminutions de la teneur (n=178)					Teneurs identiques (n=330)	Augmentations de la teneur (n=155)				
	N	Min	Max	Moy	ET		N	Min	Max	Moy	ET
Pizzas jambon fromage (n=57)	19	-0,1	-4,2	-1,3	1,3	26	12	+0,1	+3,4	+1,4	1,0
Pizzas charcuterie (n=21)	8	-0,2	-3,0	-1,2	1,0	9	4	+0,1	+1,7	+1,1	0,7
Pizzas viandes type bolognaise (n=20)	6	-0,4	-9,3	-3,2	3,2	4	10	+0,1	+3,4	+1,0	1,1
Pizzas viandes autres (n=10)	0					2	8	+0,1	+3,3	+0,9	1,0
Pizzas produits de la mer (n=27)	7	-0,1	-1,7	-0,7	0,6	12	8	+0,3	+3,8	+1,3	1,2
Pizzas fromages (n=76)	17	-0,1	-3,5	-1,3	1,0	37	22	+0,1	+4,3	+1,0	1,1
Pizzas type margarita (n=19)	9	-0,1	-3,9	-1,2	1,2	3	7	+0,1	+2,4	+1,1	1,0
Pizzas legumes (n=11)	1	-1,5	-1,5	-1,5		9	1	+0,4	+0,4	+0,4	
Quiches lorraines (n=24)	9	-0,1	-2,2	-0,8	0,8	7	8	+0,1	+2,2	+0,5	0,7
Tartes avec viande ou poisson (n=37)	9	-0,1	-1,1	-0,6	0,3	17	11	+0,1	+5,5	+1,5	1,8
Tartes aux fromages (n=12)	2	-0,5	-1,2	-0,9	0,5	5	5	+0,1	+1,3	+0,5	0,5
Tartes aux legumes (n=39)	15	-0,1	-1,6	-0,7	0,5	16	8	+0,1	+1,3	+0,6	0,4
Cakes sales avec viande ou poisson (n=5)	2	-0,1	-0,2	-0,2	0,1	2	1	+0,4	+0,4	+0,4	
Cakes sales vegetariens (n=3)	0					3	0				
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=45)	13	-0,1	-7,4	-1,7	2,1	21	11	+0,1	+1,7	+0,6	0,4
Crepes et galettes vegetariennes (n=14)	7	-0,3	-6,3	-2,5	2,1	6	1	+0,3	+0,3	+0,3	
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=67)	18	-0,2	-4,1	-1,0	1,1	37	12	+0,1	+2,2	+0,9	0,7
Feuilletes avec escargot (n=4)	0					4	0				
Feuilletes vegetariens (n=23)	7	-0,3	-1,7	-1,0	0,5	11	5	+0,2	+2,1	+1,0	0,8
Croque monsieur (n=11)	2	-0,6	-3,3	-2,0	1,9	7	2	+0,3	+1,5	+0,9	0,8
Burgers (n=28)	3	-1,4	-2,5	-2,0	0,6	23	2	+0,6	+2,9	+1,8	1,6
Wraps et kebabs (n=4)	0					2	2	+0,3	+1,4	+0,9	0,8
Autres sandwiches (n=20)	4	-0,1	-3,0	-1,0	1,4	15	1	+0,2	+0,2	+0,2	
Baguettes et tartines garnies (n=9)	0					9	0				
Salades (n=7)	1	-0,9	-0,9	-0,9		5	1	+0,4	+0,4	+0,4	
Aumonieres apertives (n=6)	1	-1,0	-1,0	-1,0		4	1	+1,3	+1,3	+1,3	
Choux et gougeres (n=5)	2	-0,5	-0,8	-0,6	0,2	3	0				
Pains surprises et canapes apertifs (n=14)	6	-0,1	-4,5	-2,6	2,1	6	2	+0,1	+0,2	+0,2	0,1
Verrines apertives (n=3)	1	-0,3	-0,3	-0,3		2	0				
Assortiments de snacking (n=32)	7	-0,2	-2,6	-1,0	0,8	16	9	+0,2	+2,4	+0,9	0,7
Autres apertifs (n=10)	2	-3,5	-5,3	-4,4	1,3	7	1	+1,4	+1,4	+1,4	

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

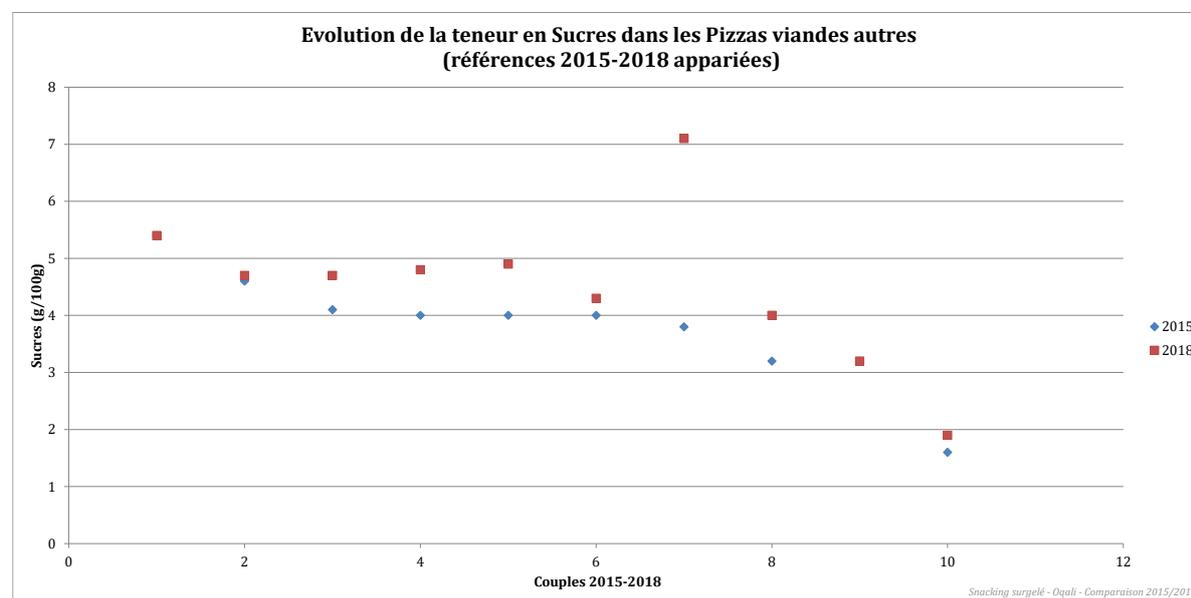
Une part importante des produits appariés (n=330) présente une teneur en sucres identique (allant jusqu'à la totalité des produits appariés pour les familles de faibles effectifs Cakes salés végétariens (n=3), Feuilletés avec escargot (n=4), Baguettes et tartines garnies (n=9)). Des reformulations à la hausse ou à la baisse sont également observées entre 2015 et 2018. Sur l'ensemble du secteur, les diminutions de teneur en sucres varient de -0,1g/100g à -9,3g/100g et les augmentations varient de +0,1g/100g à +5,5g/100g. L'ampleur de ces évolutions peut donc être élevée pour certains produits. A noter que les plus faibles variations peuvent par exemple être liées à des différences de résultats d'analyses ou d'arrondis utilisés pour constituer l'étiquetage des produits, et ont alors peu d'impact sur le profil nutritionnel.

### 6.5.2.3. Focus sur les évolutions significatives des teneurs en sucres des produits appariés

Pour les 2 familles pour lesquelles une évolution significative a été constatée au niveau des produits appariés, les figures suivantes permettent d'illustrer référence par référence, l'ampleur des éventuelles reformulations effectuées. Pour l'ensemble des couples de références appariées, et en un même point d'abscisse, le losange bleu représente la teneur en sucres de la référence en 2015 et le carré rouge la teneur en sucres de la référence en 2018 (ceux-ci peuvent être superposés si les teneurs sont identiques). Les couples sont classés par teneurs en sucres 2015 décroissantes.

#### **Pizzas viandes autres (Figure 36)**

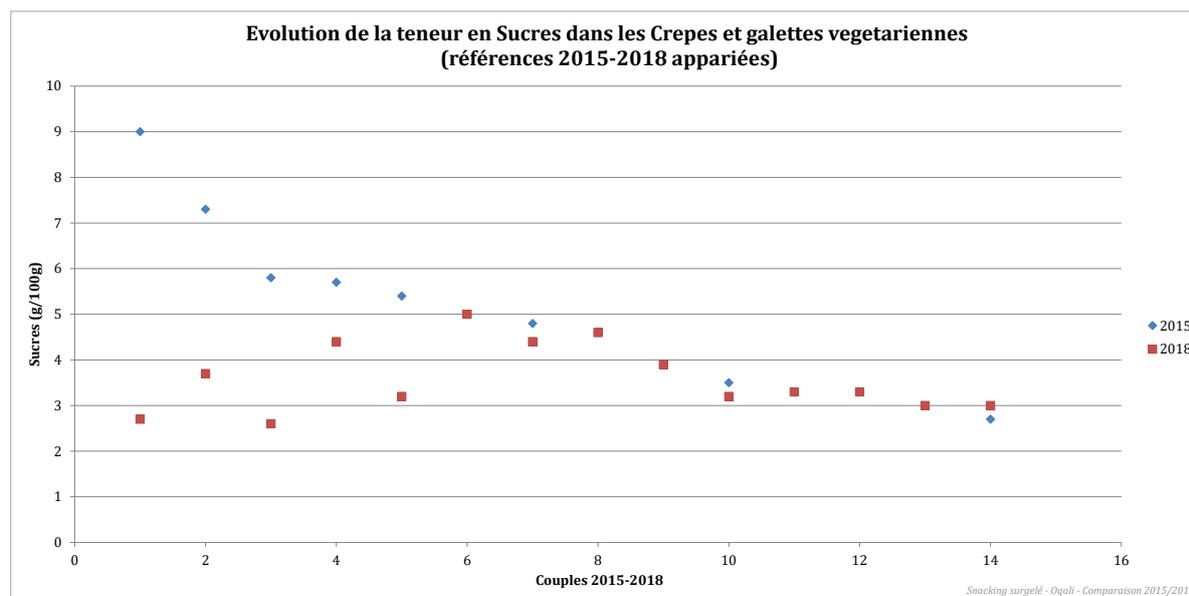
Au sein de la famille Pizzas viandes autres, la Figure 35 et le Tableau 25 montrent que l'augmentation significative de la teneur moyenne en sucres observée à l'échelle des produits appariés (+0,7g/100g; +19%), est due aux 80% de produits (n=8) présentant une augmentation de leur teneur en sucres (allant de +0,1g/100g à +3,3g/100g). L'étude des teneurs référence par référence (Figure 36) montre que des augmentations sont réparties sur l'ensemble des produits. En ce qui concerne l'augmentation en sucres la plus importante (couple 7), celle-ci s'explique par une reformulation à la baisse de la teneur en sel, s'accompagnant d'une augmentation de la teneur en sucres, afin d'éviter de donner au produit une saveur plus « fade », selon les professionnels du secteur. Pour les autres références, les données disponibles et les échanges avec les professionnels du groupe de travail ne permettent pas d'interpréter ces évolutions.



**Figure 36 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés de la famille Pizzas viandes autres étudiée.**

### Crêpes et galettes végétariennes (Figure 37)

Pour la famille Crêpes et galettes végétariennes, la Figure 35 et le Tableau 25 montrent que la diminution significative de la teneur moyenne en sucres observée à l'échelle des produits appariés (-1,2g/100g ; -25%), est due aux 50% de produits (n=7) présentant une diminution de leur teneur en sucres (allant de -0,3g/100g à -6,3g/100g). L'étude des teneurs référence par référence (Figure 37) indique que les plus fortes diminutions ont principalement été réalisées sur les produits présentant les teneurs en sucres parmi les plus élevées en 2015. Les données disponibles et les échanges avec les professionnels du groupe de travail ne permettent pas d'interpréter ces évolutions.



**Figure 37 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en sucres des produits appariés de la famille Crêpes et galettes végétariennes étudiée.**

### 6.5.3. Evolution des teneurs en sucres par famille et sous-groupe

Afin d'identifier si des renouvellements de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment) expliquent les évolutions observées précédemment, et en complément de l'étude des éventuelles reformulations, une étude de la variabilité nutritionnelle par famille et sous-groupe (« Retirés », « VN identiques », « Evolutions VN » et « Ajoutés ») a été effectuée (Tableau 26).

Dans cette partie, les résultats sont détaillés pour les 2 familles pour lesquelles une évolution significative de la teneur moyenne en sucres a été identifiée en considérant l'ensemble de l'offre 2015 par rapport à l'ensemble de l'offre 2018, à savoir : **Pizzas jambon fromage** ainsi que **Pains surprises et canapés apéritifs**.

**Tableau 26 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par famille et par sous-groupe au sein du Snacking surgelé étudié.**

Sucres (g/100g)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Pizzas jambon fromage	29	4,0	1,5	16	4,0	1,6	42	3,9	1,3	25	2,5	1,4
Pizzas charcuterie	25	3,5	1,2	8	3,4	0,9	14	3,5	1,4	22	3,8	1,6
Pizzas viandes type bolognaise	9	4,0	0,7	4	2,7	0,7	18	3,9	1,3	10	2,7	1,5
Pizzas viandes autres	10	4,0	2,9	1	5,4		9	4,4	1,4	21	3,4	1,4
Pizzas produits de la mer	11	3,0	1,4	10	3,6	1,3	17	4,1	1,4	8	4,2	1,8
Pizzas fromages	39	3,3	1,6	26	3,5	1,0	51	3,9	1,6	46	3,7	1,9
Pizzas type margarita	14	3,1	1,1	3	3,0	1,3	16	3,5	1,3	12	3,5	1,4
Pizzas legumes	5	3,6	0,9	7	2,7	0,9	4	3,9	0,9	15	4,1	2,0
Quiches lorraines	8	2,6	1,1	6	2,4	1,2	18	2,7	0,9	9	3,0	0,7
Tartes avec viande ou poisson	20	3,2	2,0	13	3,1	1,2	24	3,3	1,8	19	2,8	0,9
Tartes aux fromages	8	3,4	1,6	5	2,5	1,0	8	2,9	0,7	6	3,5	1,0
Tartes aux legumes	21	2,9	1,5	13	2,8	1,1	26	2,6	0,9	12	2,4	1,1
Cakes sales avec viande ou poisson	5	1,5	0,5	1	1,6		4	2,3	0,5	3	2,9	1,7
Cakes sales vegetariens	6	3,3	0,9	2	2,6	0,4	1	3,3		3	2,1	0,8
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	20	3,0	0,8	16	2,4	1,0	30	3,3	0,9	16	3,1	2,1
Crepes et galettes vegetariennes	11	4,3	2,1	5	3,6	0,6	9	3,6	0,8	10	4,1	3,1
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	42	2,3	0,9	19	2,9	1,8	48	2,4	1,4	44	2,4	1,0
Feuilletes avec escargot	5	1,5	0,6	3	1,1	0,2	1	0,6		4	1,0	0,3
Feuilletes vegetariens	11	3,3	1,3	7	3,2	1,5	17	2,9	1,0	20	3,0	1,3
Croque monsieur	3	3,2	2,1	3	4,0	1,5	8	2,1	0,7	9	2,5	1,3
Burgers	12	3,6	0,5	17	3,7	1,3	14	4,5	1,9	28	4,3	1,7
Wraps et kebabs	11	4,7	1,3	2	2,8	0,6	2	3,6	0,8	1	2,8	
Autres sandwichs	4	4,4	1,7	10	5,9	2,9	10	4,6	1,5	15	4,4	2,4
Baguettes et tartines garnies	5	3,5	0,3	4	4,8	2,4	5	2,6	1,2	20	3,2	0,8
Salades	7	3,1	1,2	4	3,0	2,0	3	3,4	0,5	3	1,8	1,1
Aumonieres apertives	8	3,3	2,9	1	2,2		5	5,1	3,9	6	3,3	2,7
Choux et gougeres	3	2,3	1,7	1	1,0		4	0,5	0,4	8	1,1	0,7
Pains surprises et canapés apertifs	21	6,4	2,0	6	4,8	1,9	9	5,6	2,9	18	3,5	1,2
Verrines apertives	5	4,7	2,8	2	5,6	4,0	1	6,7		5	4,6	2,4
Assortiments de snacking	29	3,4	1,5	13	3,4	1,4	20	3,2	1,3	30	3,8	2,0
Autres apertifs	10	16,1	14,5	6	10,1	12,0	4	8,6	8,6	23	7,3	9,3

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

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

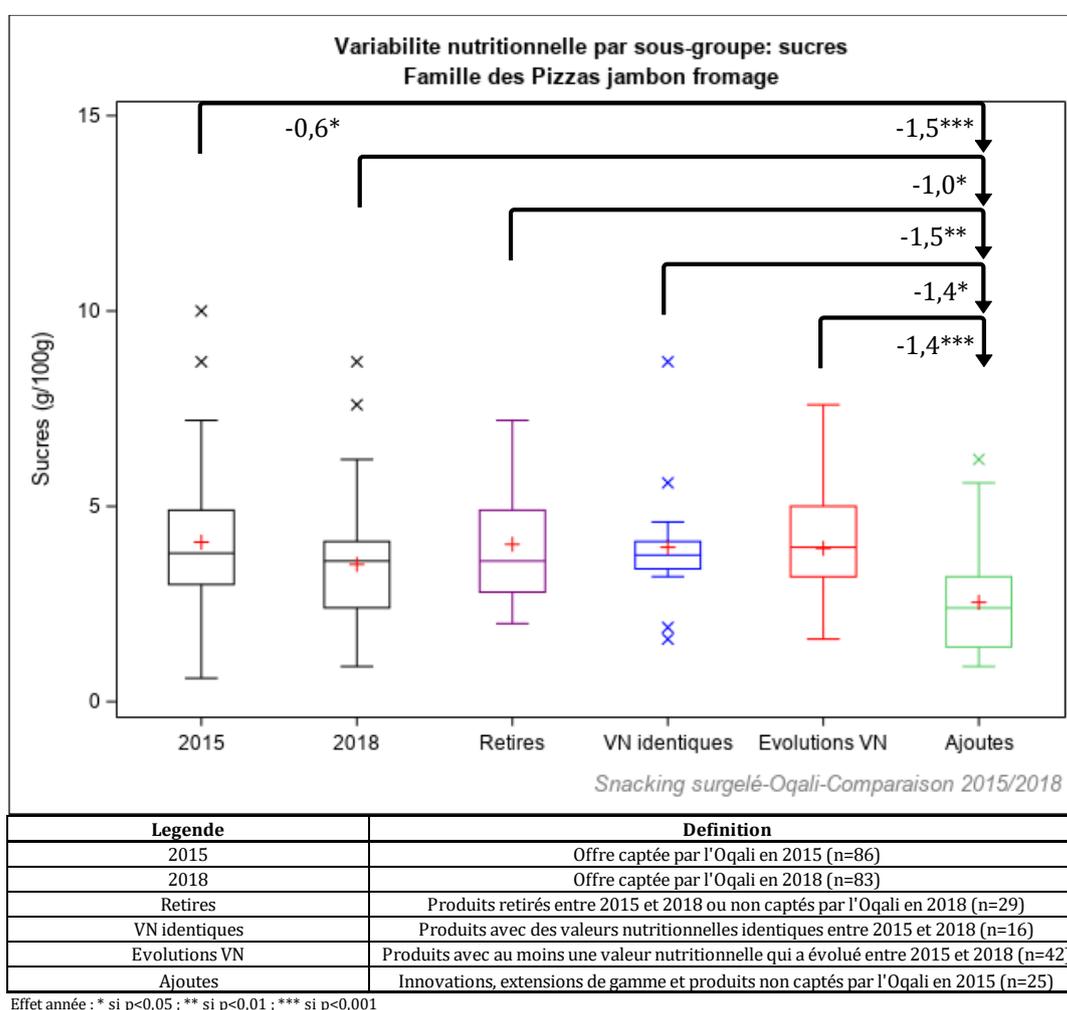
<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

### Pizzas jambon fromage (Figure 38)

Pour rappel, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres a été observée entre 2015 et 2018 à l'échelle de la famille : -0,6g/100g (-14% par rapport à la teneur initiale).

**La diminution significative observée à l'échelle de la famille peut s'expliquer en partie par un renouvellement de l'offre.** En effet, les produits « Ajoutés » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015) présentent une teneur moyenne en sucres significativement inférieure à celle des produits récoltés en 2015 (-1,5g/100g) et à celle des produits « Retirés » (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018 ; -1,5g/100g).

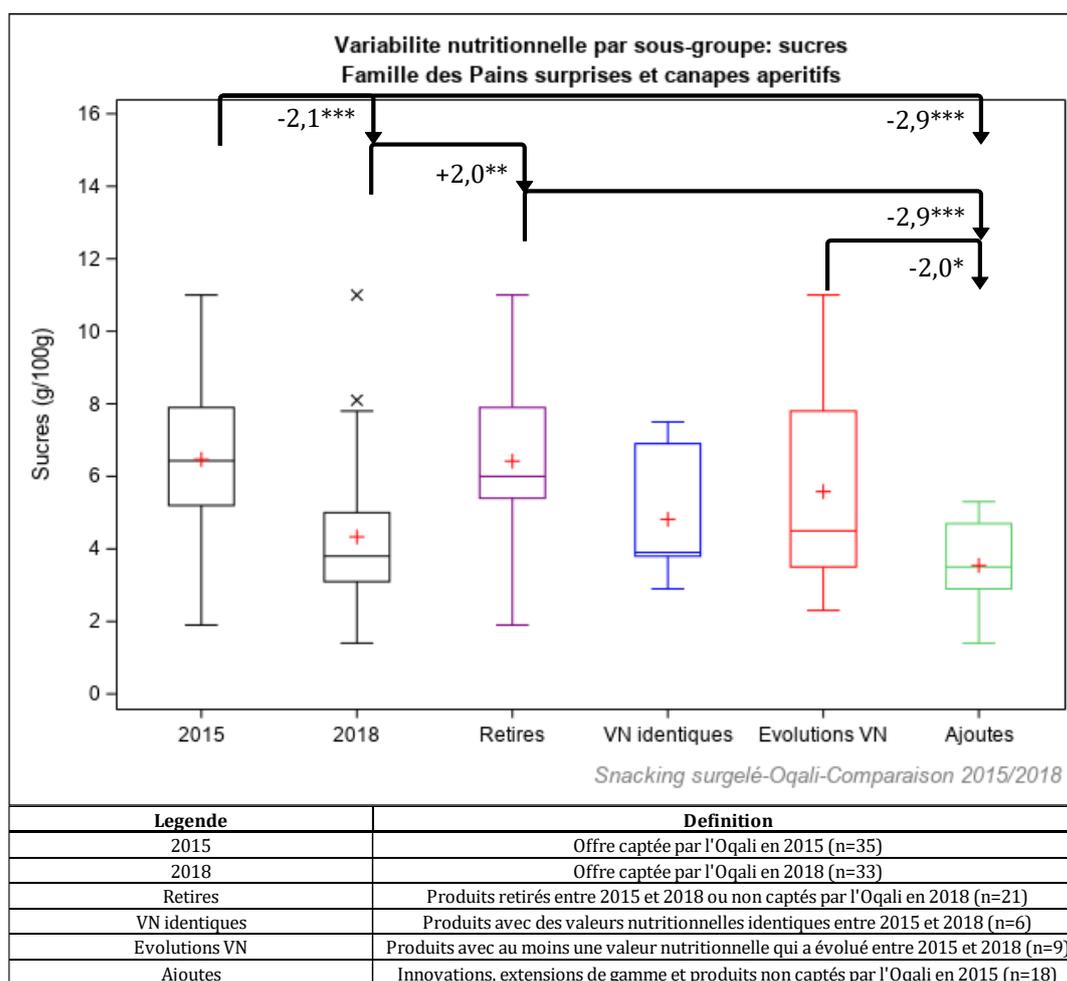


**Figure 38 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille Pizzas jambon fromage étudiée.**

### Pains surprises et canapés apéritifs (Figure 39)

Pour rappel, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres a été observée entre 2015 et 2018 à l'échelle de la famille (-2,1g/100g soit -33% par rapport à la teneur initiale).

La Figure 39 montre que cette diminution significative s'explique en partie par un renouvellement de l'offre : les produits « Ajoutés » présentent une teneur moyenne en sucres significativement inférieure à celle des produits récoltés en 2015 (-2,9g/100g) et à celle des produits « Retirés » (-2,9g/100g). Par ailleurs, les produits « Retirés » présentent une teneur moyenne en sucres significativement supérieure à celle des produits récoltés en 2018 (+2,0g/100g).



**Figure 39 : Variabilité des teneurs en sucres (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille Pains surprises et canapés apéritifs étudiée.**

#### **6.5.4. Evolution des teneurs en sucres par famille et segment de marché**

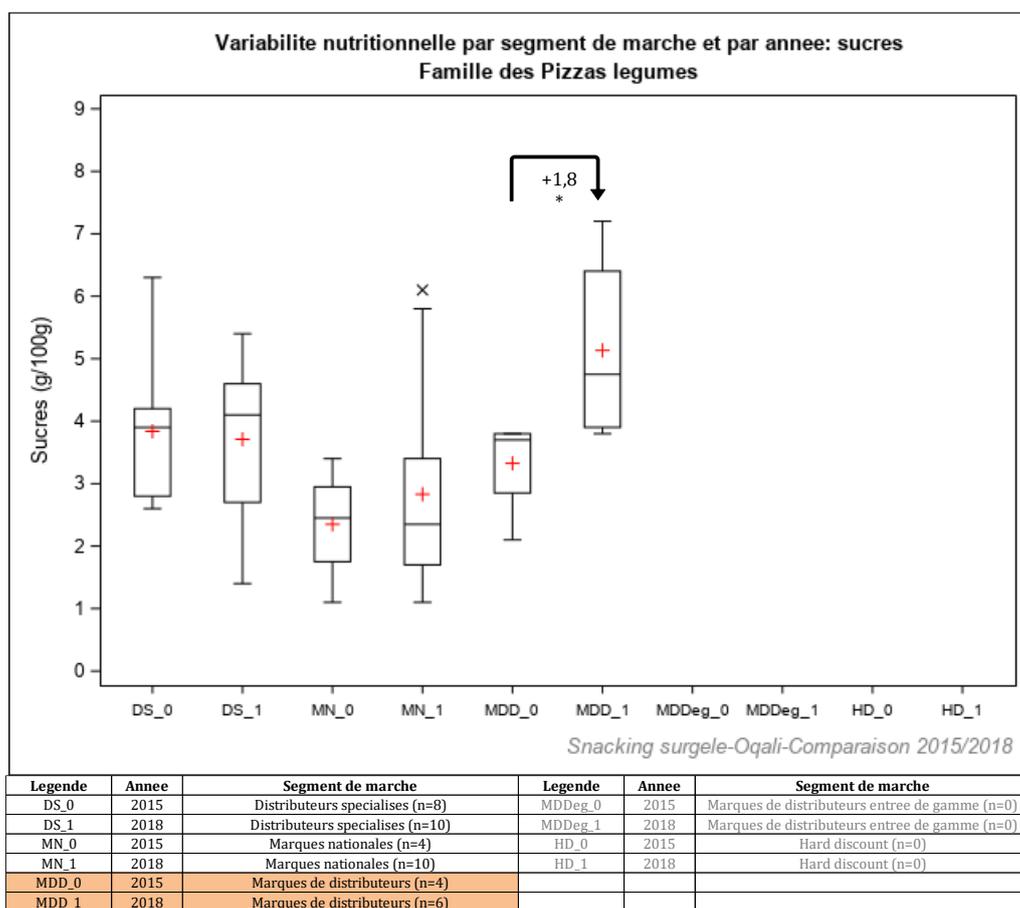
L'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle par famille et segment de marché permet d'observer si les évolutions mises en évidence sont portées ou non par l'ensemble des segments.

Ainsi dans cette partie, les résultats sont détaillés uniquement pour les familles présentant une évolution significative de leur teneur moyenne pour au moins un segment de marché soit les familles suivantes : Pizzas légumes, Crêpes et galettes végétariennes ainsi que Pains surprises et canapés apéritifs.

Pour les autres familles, les tableaux de statistiques sont présentés en Annexe 8.

## **Pizzas légumes (Figure 40)**

Pour rappel, aucune évolution significative n'a été mise en évidence à l'échelle de la famille entre 2015 et 2018 mais une tendance à l'augmentation de +0,4g/100g (+11% par rapport à la teneur initiale) a été observée.



**Figure 40: Variabilité nutritionnelle des teneurs en sucres (g/100g) par segment de marché au sein de la famille Pizzas légumes étudiée.**

L'étude par segment de marché (Figure 40) montre une augmentation significative de la teneur moyenne en sucres pour les marques de distributeurs (+1,8g/100g soit +54% par rapport à la teneur initiale) (Tableau 27) s'expliquant en partie par un renouvellement de l'offre : les produits « Retirés »<sup>30</sup> présentent une teneur moyenne en sucres inférieure à celle des produits « Ajoutés »<sup>31</sup> (respectivement 3,2g/100g et 5,4g/100g). Cette augmentation est toutefois à nuancer par les faibles effectifs observés pour les 2 années (2015 : n=4 ; 2018 : n=6) (Tableau 27).

<sup>30</sup> Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

<sup>31</sup> Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

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

Pizzas légumes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	8	3,8	1,2	10	3,7	1,3	-0,1	-3%	2	4,2	0,4	3	3,1	0,7	3	3,9	1,1	4	4,0	1,8
Marques nationales	4	2,4	0,9	10	2,8	1,8	+0,5	+20%				4	2,4	0,9				6	3,2	2,2
Marques de distributeurs	4	3,3	0,8	6	5,1	1,4	+1,8*	+54%	3	3,2	0,9				1	3,8		5	5,4	1,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

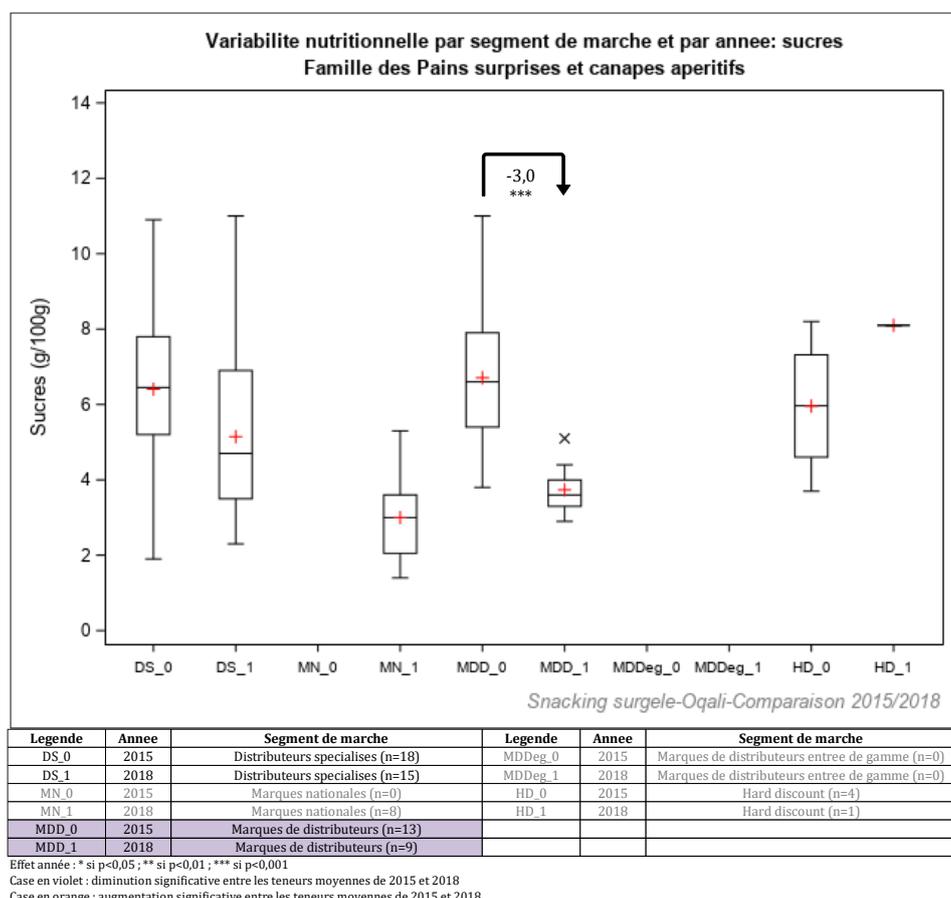
<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)



## Pains surprises et canapés apéritifs (Figure 42)

Pour rappel, une diminution significative de la teneur moyenne en sucres de -2,1g/100g (soit -33% par rapport à la teneur initiale) a été observée à l'échelle de la famille entre 2015 et 2018.



**Figure 42 : Variabilité nutritionnelle des teneurs en sucres (g/100g) par segment de marché au sein de la famille Pains surprises et canapés apéritifs étudiée.**

L'étude par segment de marché (Figure 42) montre une diminution significative de la teneur moyenne en sucres pour les marques de distributeurs de -3,0g/100g (-44%) (Tableau 29). Cette diminution significative s'explique en partie par un renouvellement de l'offre : les produits « Retirés » sont dans la tranche haute des teneurs en sucres tandis que les produits « Ajoutés » sont dans la tranche basse (Tableau 29).

**Tableau 29 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et par année au sein de la famille Pains surprises et canapés apéritifs étudiée.**

Pains surprises et canapés apéritifs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>				
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
Sucres (g/100g)																						
Distributeurs spécialisés	18	6,4	2,3	15	5,1	2,4	-1,3	-20%	8	5,7	1,9	3	6,1	2,0	7	5,5	3,0	5	4,0	1,2		
Marques nationales				8	3,0	1,2						1	2,9					7	3,0	1,3		
Marques de distributeurs	13	6,7	2,1	9	3,7	0,7	-3,0***	-44%	10	7,4	1,9	2	3,9	0,1	1	3,3		6	3,8	0,9		
Marques de distributeurs entrée de gamme																						
Hard discount	4	6,0	1,9	1	8,1		+2,1	+36%	3	5,2	1,4				1	8,1						

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

### 6.5.5. Synthèse des évolutions des teneurs en sucres

Le Tableau 30 reprend, pour chacune des 31 familles du secteur, les évolutions de teneurs moyennes en sucres (en g/100g et en pourcentage), en comparant l'ensemble de l'offre 2015 à l'ensemble de l'offre 2018 tous produits confondus et par segment, puis en distinguant les reformulations des ajouts et retraits de produits (renouvellement de l'offre). Pour les renouvellements de l'offre, seules les évolutions significatives sont présentées (comparaison entre l'ensemble des références de 2015 et les produits « Ajoutés »<sup>32</sup> et entre l'ensemble des produits « Retirés »<sup>33</sup> et l'ensemble des références de 2018 uniquement), de même pour les segments. Les couleurs matérialisent les évolutions significatives : orange pour une augmentation et violet pour une diminution.

**En comparant l'ensemble de l'offre 2015 à celle de 2018, 2 familles parmi les 31 étudiées présentent une diminution significative de leur teneur moyenne en sucres :**

- **Pizzas jambon fromage** : -0,6g/100g soit -14% par rapport à la teneur initiale;
- **Pains surprises et canapés apéritifs** : -2,1g/100g soit -33% par rapport à la teneur initiale. Celle-ci est majoritairement portée par les marques de distributeurs pour lesquelles une diminution significative de la teneur moyenne en sucres est observée (-3,0g/100g soit -44%) ;

Pour ces 2 familles, ces diminutions significatives **s'expliquent en partie par un renouvellement de l'offre** qui tend à faire diminuer les teneurs moyennes (produits « Ajoutés »<sup>34</sup> dont les teneurs sont significativement inférieures à celles de 2015 et/ou produits « Retirés »<sup>35</sup> dont les teneurs sont significativement supérieures à celles de 2018).

Des reformulations allant dans le sens d'une augmentation des teneurs en sucres sont observées pour la famille Pizzas viandes autres (+0,7g/100g soit +19%) tandis que des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en sucres sont observées pour la famille Crêpes et galettes végétariennes (-1,2g/100g soit -25%). Ces reformulations ne sont toutefois pas suffisamment importantes pour avoir un impact significatif à l'échelle de la famille. Les données disponibles et les échanges avec les professionnels du groupe de travail ne permettent pas d'interpréter la plupart des évolutions observées sur les reformulations.

Globalement, les faibles différences observées pour les autres familles peuvent être en partie dues au fait qu'au sein d'une même famille, les évolutions observées ne sont pas toutes allées dans le même sens. En effet, l'étude des produits appariés montre qu'au sein d'une même famille, des reformulations ont été réalisées à la fois dans le sens d'une augmentation des teneurs et dans le sens d'une diminution des teneurs.

---

<sup>32</sup> Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

<sup>33</sup> Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

<sup>34</sup> Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

<sup>35</sup> Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

**Tableau 30 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres, entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié.**

Famille de produits	Sucres (g/100g) : Différences entre 2015 et 2018										
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) --> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées <sup>1</sup> --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées <sup>2</sup> vs ensemble des références 2018 --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché		
	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Pizzas jambon fromage	-0,6*	-14%	-0,1	-3%	-1,5***	-38%					
Pizzas charcuterie	-0,01	-0,2%	-0,3	-7%							
Pizzas viandes type bolognaise	-0,8	-19%	-0,5	-11%							
Pizzas viandes autres	-0,1	-3%	+0,7**	+19%							
Pizzas produits de la mer	+0,5	+14%	+0,2	+6%							
Pizzas fromages	+0,1	+4%	-0,01	-0,2%							
Pizzas type margarita	+0,1	+2%	-0,2	-5%							
Pizzas legumes	+0,4	+11%	-0,1	-3%					MDD	+1,8*	+54%
Quiches lorraines	-0,01	-0,4%	-0,2	-6%							
Tartes avec viande ou poisson	+0,1	+2%	+0,3	+10%							
Tartes aux fromages	+0,03	+1%	+0,1	+3%							
Tartes aux legumes	-0,3	-9%	-0,1	-5%							
Cakes sales avec viande ou poisson	+0,6	+33%	+0,02	+1%							
Cakes sales vegetariens	-0,7	-22%	+0,0	+0%							
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	-0,2	-7%	-0,3	-10%							
Crepes et galettes vegetariennes	-0,8	-17%	-1,2*	-25%					DS	-2,7**	-46%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	-0,1	-2%	-0,1	-4%							
Feuilletes avec escargot	-0,3	-21%	+0,0	+0%							
Feuilletes vegetariens	-0,2	-6%	-0,1	-3%							
Croque monsieur	-0,3	-11%	-0,2	-7%							
Burgers	+0,2	+5%	-0,1	-2%							
Wraps et kebabs	-1,0	-25%	+0,4	+15%							
Autres sandwiches	-0,4	-7%	-0,2	-3%							
Baguettes et tartines garnies	-0,2	-5%	+0,0	+0%							
Salades	-0,4	-13%	-0,1	-2%							
Aumonieres apertives	+0,1	+2%	+0,1	+1%							
Choux et gougeres	-0,5	-34%	-0,3	-30%							
Pains surprises et canapes apertifs	-2,1***	-33%	-1,1	-17%	-2,9***	-45%	-2,1**	-33%	MDD	-3,0***	-44%
Verrines apertives	-0,1	-2%	-0,1	-2%							
Assortiments de snacking	+0,3	+9%	+0,05	+1%							
Autres apertifs	-5,2	-40%	-0,7	-7%							

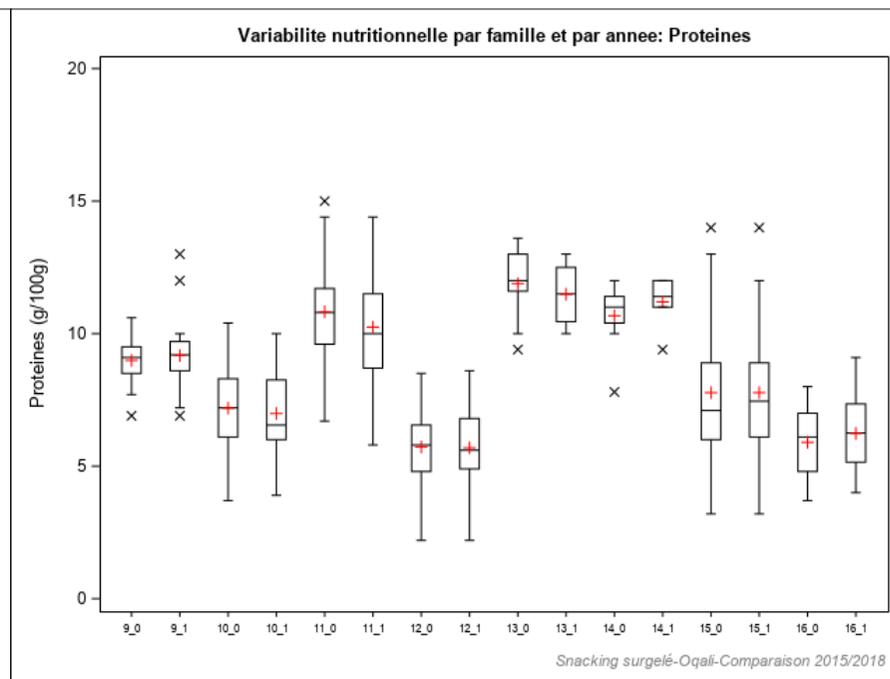
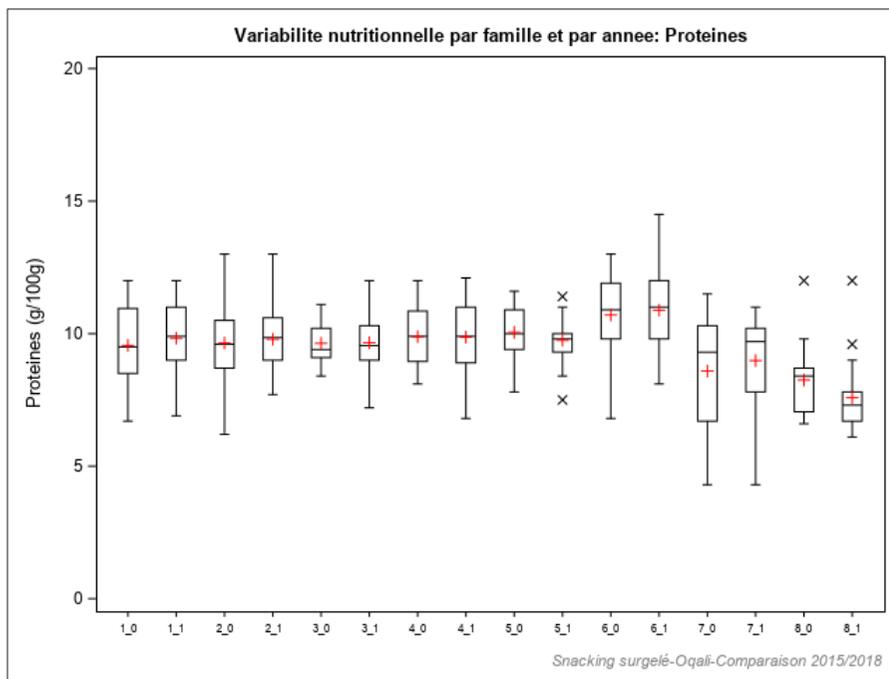
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées<sup>1</sup> significativement inférieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement inférieures à celles des références retirées<sup>2</sup> (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées<sup>1</sup> significativement supérieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement supérieures à celles des références retirées<sup>2</sup> (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2  
DS=distributeurs spécialisés ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount  
<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)  
<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

## 6.6. Evolution des teneurs en protéines

### 6.6.1. Evolution des teneurs en protéines par famille

**Parmi les 31 familles étudiées, aucune ne présente d'évolution significative de la teneur moyenne en protéines entre 2015 et 2018** (Figure 43, Tableau 31).

En termes de variabilité des teneurs en protéines, aussi bien en 2015 qu'en 2018, la famille dont la variabilité est parmi les plus importantes est Autres apéritifs (31), s'expliquant par la diversité des produits de cette famille. A l'inverse, la famille Feuilletés avec escargot (18) présente une variabilité de ses teneurs en protéines parmi les plus faibles aussi bien en 2015 qu'en 2018. Par ailleurs, les familles Aumônières apéritives (26) ainsi que Choux et gougères (27) présentent une variabilité de leurs teneurs en protéines qui augmente fortement entre 2015 et 2018, s'expliquant en partie par la présence d'un produit de 2018 avec une teneur en protéines très élevée par rapport à celles de 2015 pour la famille Aumônières apéritives et par la présence d'un produit de 2018 avec une teneur en protéines très faible par rapport à celles de 2015 pour la famille Choux et gougères. A l'inverse entre 2015 et 2018, les familles présentant une diminution importante de leur variabilité des teneurs en protéines sont les Verrines apéritives (29) s'expliquant par le retrait du produit de 2015 avec la teneur en protéines la plus élevée, ainsi que les Wraps et kebabs (22).

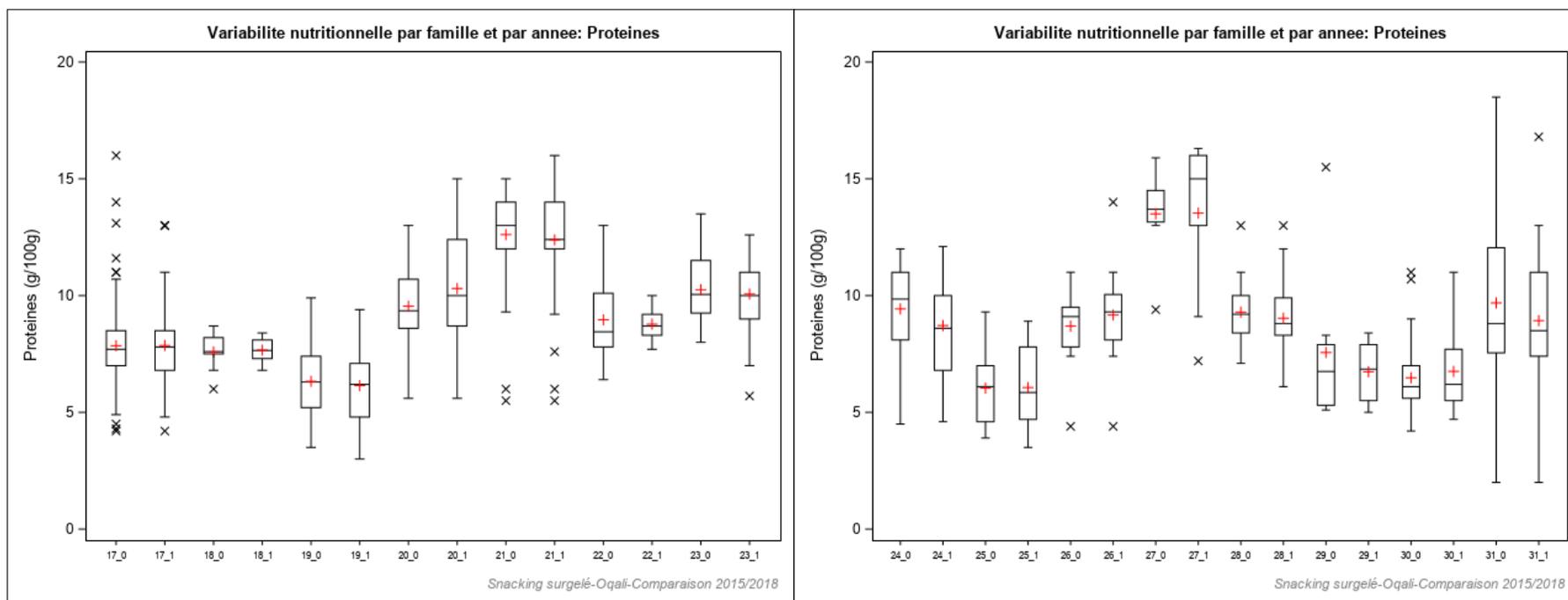


Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
	2015	Pizzas jambon fromage (n=88)	9_0	2015	Quiches lorraines (n=32)
	2018	Pizzas jambon fromage (n=83)	9_1	2018	Quiches lorraines (n=33)
	2015	Pizzas charcuterie (n=47)	10_0	2015	Tartes avec viande ou poisson (n=57)
	2018	Pizzas charcuterie (n=44)	10_1	2018	Tartes avec viande ou poisson (n=56)
	2015	Pizzas viandes type bolognaise (n=30)	11_0	2015	Tartes aux fromages (n=22)
	2018	Pizzas viandes type bolognaise (n=32)	11_1	2018	Tartes aux fromages (n=19)
	2015	Pizzas viandes autres (n=20)	12_0	2015	Tartes aux legumes (n=60)
	2018	Pizzas viandes autres (n=31)	12_1	2018	Tartes aux legumes (n=51)
	2015	Pizzas produits de la mer (n=38)	13_0	2015	Cakes sales avec viande ou poisson (n=10)
	2018	Pizzas produits de la mer (n=35)	13_1	2018	Cakes sales avec viande ou poisson (n=8)
	2015	Pizzas fromages (n=117)	14_0	2015	Cakes sales vegetariens (n=9)
	2018	Pizzas fromages (n=123)	14_1	2018	Cakes sales vegetariens (n=6)
	2015	Pizzas type margarita (n=33)	15_0	2015	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=66)
	2018	Pizzas type margarita (n=31)	15_1	2018	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=62)
	2015	Pizzas legumes (n=16)	16_0	2015	Crepes et galettes vegetariennes (n=25)
	2018	Pizzas legumes (n=26)	16_1	2018	Crepes et galettes vegetariennes (n=24)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
17_0	2015	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=110)	24_0	2015	Baguettes et tartines garnies (n=14)
17_1	2018	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=111)	24_1	2018	Baguettes et tartines garnies (n=29)
18_0	2015	Feuilletes avec escargot (n=9)	25_0	2015	Salades (n=14)
18_1	2018	Feuilletes avec escargot (n=8)	25_1	2018	Salades (n=10)
19_0	2015	Feuilletes vegetariens (n=35)	26_0	2015	Aumonieres apertives (n=14)
19_1	2018	Feuilletes vegetariens (n=44)	26_1	2018	Aumonieres apertives (n=12)
20_0	2015	Croque monsieur (n=14)	27_0	2015	Choux et gougeres (n=8)
20_1	2018	Croque monsieur (n=20)	27_1	2018	Choux et gougeres (n=13)
21_0	2015	Burgers (n=43)	28_0	2015	Pains surprises et canapes apertifs (n=35)
21_1	2018	Burgers (n=59)	28_1	2018	Pains surprises et canapes apertifs (n=33)
22_0	2015	Wraps et kebabs (n=16)	29_0	2015	Verrines apertives (n=8)
22_1	2018	Wraps et kebabs (n=5)	29_1	2018	Verrines apertives (n=8)
23_0	2015	Autres sandwiches (n=24)	30_0	2015	Assortiments de snacking (n=61)
23_1	2018	Autres sandwiches (n=35)	30_1	2018	Assortiments de snacking (n=63)
			31_0	2015	Autres apertifs (n=20)
			31_1	2018	Autres apertifs (n=33)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

**Figure 43 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié.**

**Tableau 31 : Statistiques descriptives des teneurs en protéines par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié.**

Protéines (g/100g)	2015								2018								Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET		
Pizzas jambon fromage	88	6,7	12,0	8,5	9,5	11,0	<b>9,6</b>	1,3	83	6,9	12,0	9,0	9,9	11,0	<b>9,8</b>	1,1	+0,3	+3%
Pizzas charcuterie	47	6,2	13,0	8,7	9,6	10,5	<b>9,6</b>	1,4	44	7,7	13,0	9,0	9,9	10,6	<b>9,8</b>	1,3	+0,1	+1%
Pizzas viandes type bolognaise	30	8,4	11,1	9,1	9,4	10,2	<b>9,6</b>	0,7	32	7,2	12,0	9,0	9,6	10,3	<b>9,7</b>	1,1	+0,02	+0,2%
Pizzas viandes autres	20	8,1	12,0	9,0	9,9	10,9	<b>9,9</b>	1,1	31	6,8	12,1	8,9	9,9	11,0	<b>9,9</b>	1,4	-0,02	-0,2%
Pizzas produits de la mer	38	7,8	11,6	9,4	10,0	10,9	<b>10,0</b>	0,9	35	7,5	11,4	9,3	9,8	10,0	<b>9,7</b>	0,9	-0,3	-3%
Pizzas fromages	117	6,8	13,0	9,8	10,9	11,9	<b>10,7</b>	1,4	123	8,1	14,5	9,8	11,0	12,0	<b>10,9</b>	1,4	+0,2	+2%
Pizzas type margarita	33	4,3	11,5	6,7	9,3	10,3	<b>8,6</b>	2,2	31	4,3	11,0	7,8	9,7	10,2	<b>9,0</b>	1,9	+0,4	+5%
Pizzas legumes	16	6,6	12,0	7,1	8,4	8,7	<b>8,3</b>	1,4	26	6,1	12,0	6,7	7,3	7,8	<b>7,6</b>	1,3	-0,7	-8%
Quiches lorraines	32	6,9	10,6	8,5	9,1	9,5	<b>9,0</b>	0,8	33	6,9	13,0	8,6	9,2	9,7	<b>9,2</b>	1,2	+0,2	+2%
Tartes avec viande ou poisson	57	3,7	10,4	6,1	7,2	8,3	<b>7,2</b>	1,4	56	3,9	10,0	6,0	6,6	8,3	<b>7,0</b>	1,5	-0,2	-3%
Tartes aux fromages	22	6,7	15,0	9,6	10,8	11,7	<b>10,8</b>	2,0	19	5,8	14,4	8,7	10,0	11,5	<b>10,2</b>	2,2	-0,6	-5%
Tartes aux legumes	60	2,2	8,5	4,8	5,8	6,6	<b>5,7</b>	1,3	51	2,2	8,6	4,9	5,6	6,8	<b>5,7</b>	1,5	-0,03	-1%
Cakes sales avec viande ou poisson	10	9,4	13,6	11,6	12,0	13,0	<b>11,9</b>	1,3	8	10,0	13,0	10,5	11,5	12,5	<b>11,5</b>	1,2	-0,4	-3%
Cakes sales vegetariens	9	7,8	12,0	10,4	11,0	11,4	<b>10,7</b>	1,3	6	9,4	12,0	11,0	11,4	12,0	<b>11,2</b>	1,0	+0,5	+5%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	66	3,2	14,0	6,0	7,1	8,9	<b>7,8</b>	2,3	62	3,2	14,0	6,1	7,5	8,9	<b>7,8</b>	2,3	+0,001	+0,02%
Crepes et galettes vegetariennes	25	3,7	8,0	4,8	6,1	7,0	<b>5,9</b>	1,3	24	4,0	9,1	5,2	6,3	7,4	<b>6,2</b>	1,4	+0,3	+6%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	110	4,2	16,0	7,0	7,7	8,5	<b>7,9</b>	1,7	111	4,2	13,0	6,8	7,8	8,5	<b>7,9</b>	1,6	+0,01	+0,1%
Feuilletes avec escargot	9	6,0	8,7	7,5	7,6	8,2	<b>7,6</b>	0,8	8	6,8	8,4	7,3	7,7	8,1	<b>7,7</b>	0,5	+0,1	+1%
Feuilletes vegetariens	35	3,5	9,9	5,2	6,3	7,4	<b>6,3</b>	1,6	44	3,0	9,4	4,8	6,2	7,1	<b>6,1</b>	1,6	-0,2	-3%
Croque monsieur	14	5,6	13,0	8,6	9,4	10,7	<b>9,5</b>	1,8	20	5,6	15,0	8,7	10,0	12,4	<b>10,3</b>	2,6	+0,8	+8%
Burgers	43	5,5	15,0	12,0	13,0	14,0	<b>12,6</b>	2,0	59	5,5	16,0	12,0	12,4	14,0	<b>12,4</b>	2,1	-0,2	-2%
Wraps et kebabs	16	6,4	13,0	7,8	8,5	10,1	<b>9,0</b>	1,7	5	7,7	10,0	8,3	8,7	9,2	<b>8,8</b>	0,9	-0,2	-2%
Autres sandwichs	24	8,0	13,5	9,3	10,1	11,5	<b>10,3</b>	1,4	35	5,7	12,6	9,0	10,0	11,0	<b>10,1</b>	1,7	-0,2	-2%
Baguettes et tartines garnies	14	4,5	12,0	8,1	9,9	11,0	<b>9,4</b>	2,1	29	4,6	12,1	6,8	8,6	10,0	<b>8,7</b>	2,1	-0,7	-8%
Salades	14	3,9	9,3	4,6	6,1	7,0	<b>6,0</b>	1,6	10	3,5	8,9	4,7	5,9	7,8	<b>6,1</b>	1,8	+0,02	+0,4%
Aumonieres apertives	14	4,4	11,0	7,8	9,1	9,5	<b>8,7</b>	1,7	12	4,4	14,0	8,1	9,3	10,1	<b>9,2</b>	2,3	+0,5	+5%
Choux et gougeres	8	9,4	15,9	13,2	13,7	14,5	<b>13,5</b>	1,9	13	7,2	16,3	13,0	15,0	16,0	<b>13,5</b>	2,9	+0,03	+0,2%
Pains surprises et canaps apertifs	35	7,1	13,0	8,4	9,2	10,0	<b>9,3</b>	1,2	33	6,1	13,0	8,3	8,8	9,9	<b>9,0</b>	1,6	-0,3	-3%
Verrines apertives	8	5,1	15,5	5,3	6,8	7,9	<b>7,6</b>	3,4	8	5,0	8,4	5,5	6,9	7,9	<b>6,7</b>	1,3	-0,8	-11%
Assortiments de snacking	61	4,2	11,0	5,6	6,1	7,0	<b>6,5</b>	1,3	63	4,7	11,0	5,5	6,2	7,7	<b>6,8</b>	1,6	+0,3	+4%
Autres apertifs	20	2,0	18,5	7,6	8,8	12,1	<b>9,7</b>	4,0	33	2,0	16,8	7,4	8,5	11,0	<b>8,9</b>	2,9	-0,8	-8%

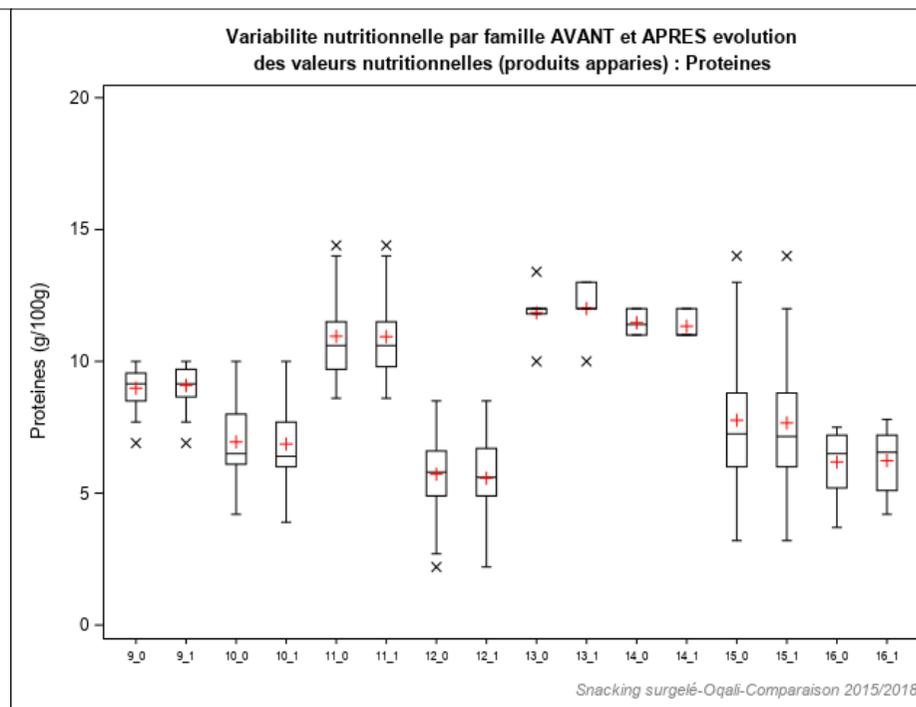
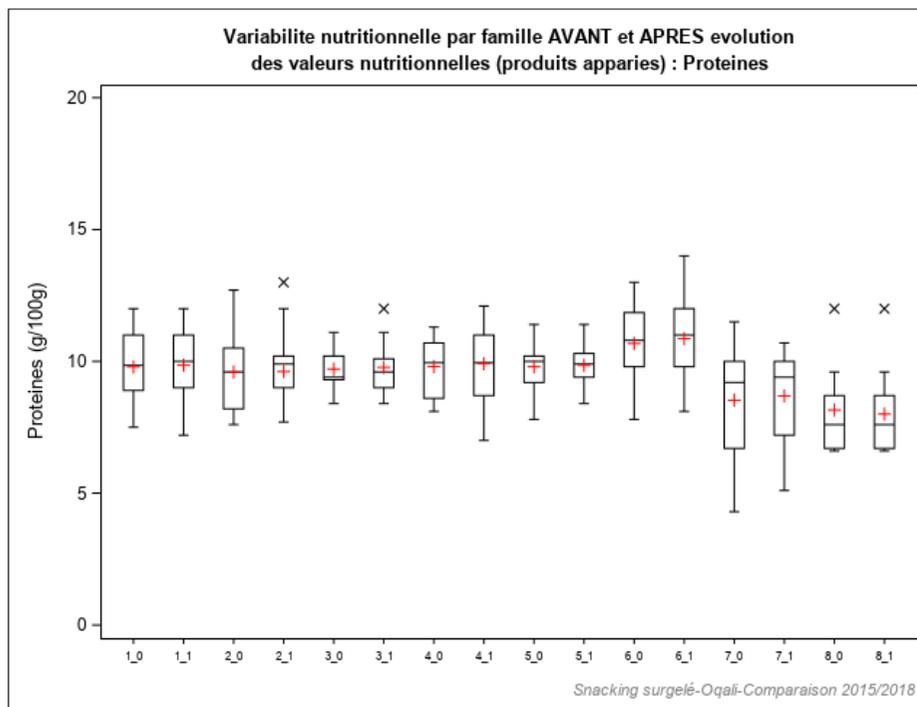
N=Effectif; Min=Minimum; Max=Maximum; Q1=1er quartile; Med=Médiane; Q3=3ème quartile; Moy=Moyenne; ET=Ecart-type  
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)  
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

## **6.6.2. Evolution des teneurs en protéines par famille, pour les produits appariés (reformulations)**

Afin d'identifier si des reformulations ont eu lieu, un sous-ensemble de l'offre est étudié ici : les produits présents à la fois en 2015 et en 2018, regroupés sous le terme de produits appariés. Ces produits comprennent des références avec et sans évolution de valeurs nutritionnelles.

### *6.6.2.1. Evolution des teneurs en protéines des produits appariés à l'échelle des familles*

**Aucune famille sur les 31 étudiées ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en protéines pour les produits appariés** (Figure 44, Tableau 32).

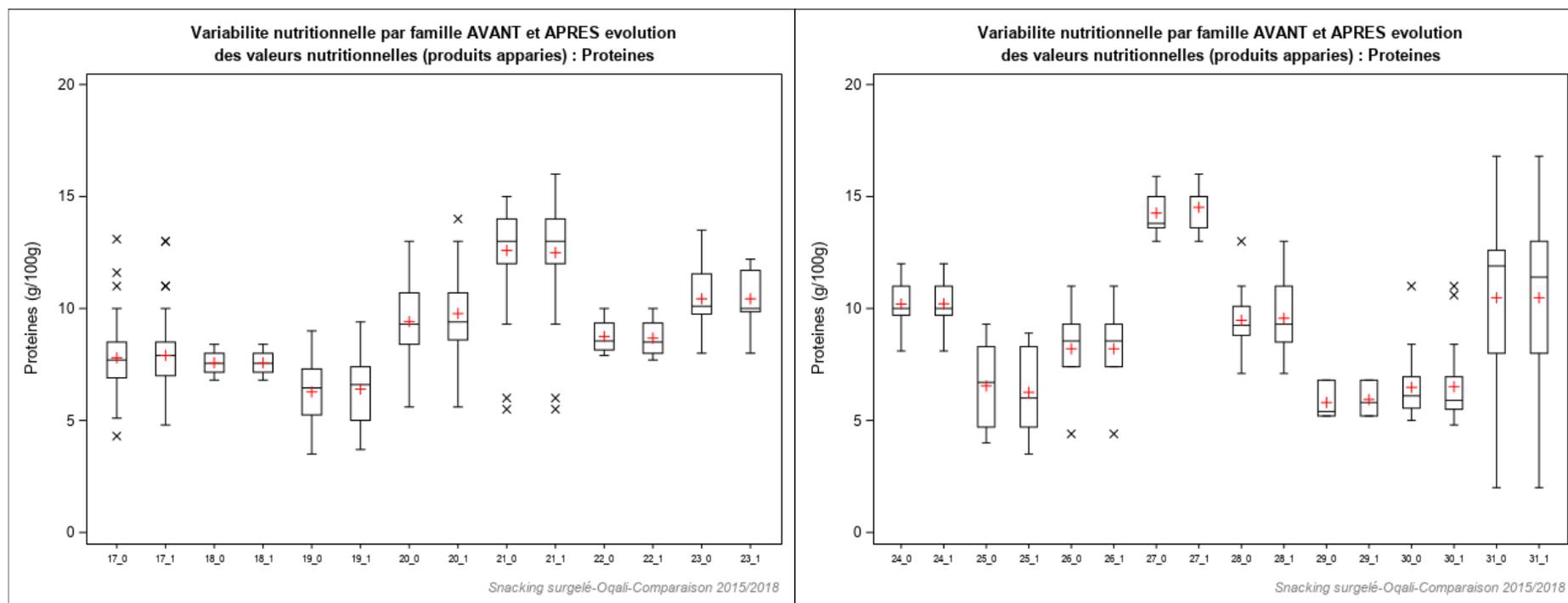


Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
1_0	2015	Pizzas jambon fromage (n=58)	9_0	2015	Quiches lorraines (n=24)
1_1	2018	Pizzas jambon fromage (n=58)	9_1	2018	Quiches lorraines (n=24)
2_0	2015	Pizzas charcuterie (n=21)	10_0	2015	Tartes avec viande ou poisson (n=37)
2_1	2018	Pizzas charcuterie (n=21)	10_1	2018	Tartes avec viande ou poisson (n=37)
3_0	2015	Pizzas viandes type bolognaise (n=21)	11_0	2015	Tartes aux fromages (n=13)
3_1	2018	Pizzas viandes type bolognaise (n=21)	11_1	2018	Tartes aux fromages (n=13)
4_0	2015	Pizzas viandes autres (n=10)	12_0	2015	Tartes aux legumes (n=39)
4_1	2018	Pizzas viandes autres (n=10)	12_1	2018	Tartes aux legumes (n=39)
5_0	2015	Pizzas produits de la mer (n=27)	13_0	2015	Cakes sales avec viande ou poisson (n=5)
5_1	2018	Pizzas produits de la mer (n=27)	13_1	2018	Cakes sales avec viande ou poisson (n=5)
6_0	2015	Pizzas fromages (n=76)	14_0	2015	Cakes sales vegetariens (n=3)
6_1	2018	Pizzas fromages (n=76)	14_1	2018	Cakes sales vegetariens (n=3)
7_0	2015	Pizzas type margarita (n=19)	15_0	2015	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=46)
7_1	2018	Pizzas type margarita (n=19)	15_1	2018	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=46)
8_0	2015	Pizzas legumes (n=11)	16_0	2015	Crepes et galettes vegetariennes (n=14)
8_1	2018	Pizzas legumes (n=11)	16_1	2018	Crepes et galettes vegetariennes (n=14)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
17_0	2015	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=67)	24_0	2015	Baguettes et tartines garnies (n=9)
17_1	2018	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=67)	24_1	2018	Baguettes et tartines garnies (n=9)
18_0	2015	Feuilletes avec escargot (n=4)	25_0	2015	Salades (n=7)
18_1	2018	Feuilletes avec escargot (n=4)	25_1	2018	Salades (n=7)
19_0	2015	Feuilletes vegetariens (n=24)	26_0	2015	Aumonieres aperitives (n=6)
19_1	2018	Feuilletes vegetariens (n=24)	26_1	2018	Aumonieres aperitives (n=6)
20_0	2015	Croque monsieur (n=11)	27_0	2015	Choux et gougeres (n=5)
20_1	2018	Croque monsieur (n=11)	27_1	2018	Choux et gougeres (n=5)
21_0	2015	Burgers (n=31)	28_0	2015	Pains surprises et canapes aperitifs (n=14)
21_1	2018	Burgers (n=31)	28_1	2018	Pains surprises et canapes aperitifs (n=14)
22_0	2015	Wraps et kebabs (n=4)	29_0	2015	Verrines aperitives (n=3)
22_1	2018	Wraps et kebabs (n=4)	29_1	2018	Verrines aperitives (n=3)
23_0	2015	Autres sandwiches (n=20)	30_0	2015	Assortiments de snacking (n=32)
23_1	2018	Autres sandwiches (n=20)	30_1	2018	Assortiments de snacking (n=32)
			31_0	2015	Autres aperitifs (n=10)
			31_1	2018	Autres aperitifs (n=10)

Effet année : \* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001  
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018  
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

**Figure 44 : Variabilité des teneurs en protéines (g/100g) par famille et par année au sein des produits appariés du Snacking surgelé étudié.**

**Tableau 32 : Statistiques descriptives des teneurs en protéines par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du Snacking surgelé étudié.**

Protéines (g/100g) Produits appariés	Nombre de références appariées	2015		2018		Différence entre 2015 et 2018	Evolution (en %)
		Moy	ET	Moy	ET		
Pizzas jambon fromage	58	9,8	1,2	9,9	1,1	+0,1	+1%
Pizzas charcuterie	21	9,6	1,4	9,6	1,4	+0,02	+0,2%
Pizzas viandes type bolognaise	21	9,7	0,7	9,8	0,9	+0,1	+1%
Pizzas viandes autres	10	9,8	1,1	9,9	1,6	+0,1	+1%
Pizzas produits de la mer	27	9,8	0,9	9,8	0,8	+0,1	+1%
Pizzas fromages	76	10,7	1,3	10,9	1,3	+0,2	+2%
Pizzas type margarita	19	8,5	2,2	8,7	1,9	+0,2	+2%
Pizzas legumes	11	8,2	1,6	8,0	1,6	-0,2	-2%
Quiches lorraines	24	9,0	0,8	9,1	0,8	+0,1	+1%
Tartes avec viande ou poisson	37	6,9	1,4	6,9	1,4	-0,1	-1%
Tartes aux fromages	13	11,0	1,8	10,9	1,9	-0,02	-0,1%
Tartes aux legumes	39	5,7	1,4	5,6	1,5	-0,1	-3%
Cakes sales avec viande ou poisson	5	11,8	1,2	12,0	1,2	+0,2	+1%
Cakes sales vegetariens	3	11,5	0,5	11,3	0,6	-0,1	-1%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	46	7,8	2,5	7,7	2,3	-0,1	-1%
Crepes et galettes vegetariennes	14	6,2	1,2	6,2	1,2	+0,05	+1%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	67	7,8	1,5	7,9	1,6	+0,1	+1%
Feuilletes avec escargot	4	7,6	0,7	7,6	0,7	+0,0	+0%
Feuilletes vegetariens	24	6,3	1,5	6,4	1,5	+0,1	+2%
Croque monsieur	11	9,4	2,0	9,8	2,3	+0,4	+4%
Burgers	31	12,6	2,2	12,5	2,2	-0,1	-1%
Wraps et kebabs	4	8,8	0,9	8,7	1,0	-0,1	-1%
Autres sandwiches	20	10,4	1,4	10,4	1,2	+0,0	+0%
Baguettes et tartines garnies	9	10,2	1,3	10,2	1,3	+0,01	+0,1%
Salades	7	6,5	1,9	6,3	1,9	-0,3	-4%
Aumonieres aperitives	6	8,2	2,3	8,2	2,3	+0,0	+0%
Choux et gougeres	5	14,3	1,2	14,5	1,2	+0,3	+2%
Pains surprises et canapes aperitifs	14	9,5	1,4	9,6	1,5	+0,1	+1%
Verrines aperitives	3	5,8	0,9	5,9	0,8	+0,1	+2%
Assortiments de snacking	32	6,5	1,3	6,5	1,5	+0,03	+0,4%
Autres aperitifs	10	10,5	4,2	10,5	4,0	+0,0	+0%

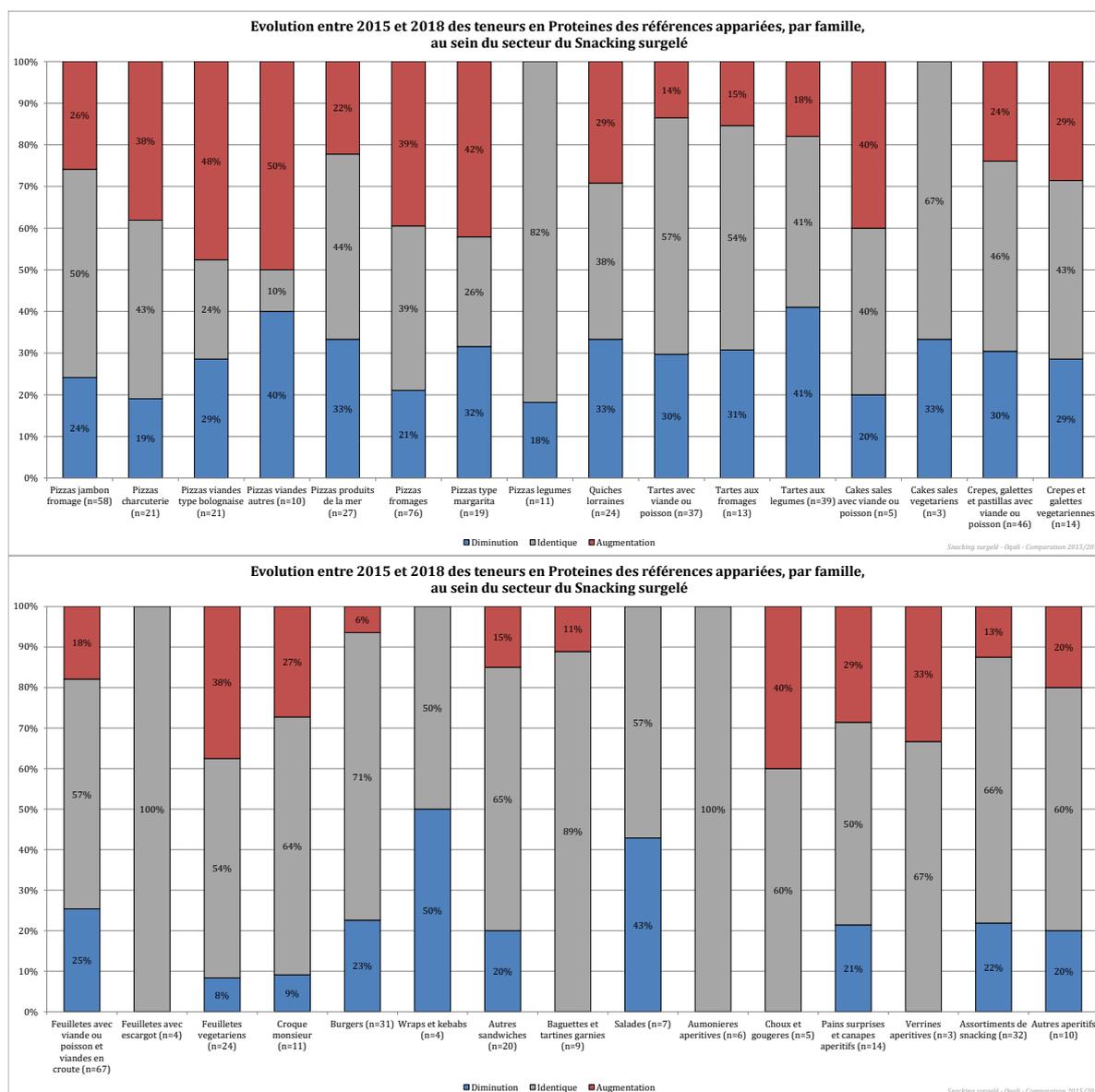
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

### 6.6.2.2. Caractérisation des évolutions des teneurs en protéines des produits appariés

Afin de mieux caractériser les reformulations qui ont pu être réalisées entre 2015 et 2018 sur les produits appariés, la Figure 45 illustre, par famille, le pourcentage de produits présentant une diminution (en bleu), une augmentation (en rouge) ou une teneur en protéines identique (en gris).



**Figure 45 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en protéines identique entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié.**

Ces pourcentages de produits appariés présentant une augmentation ou une diminution de la teneur en protéines sont également à mettre en relation avec l'ampleur des variations observées (Tableau 33).

**Tableau 33 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en protéines identique par famille au sein du Snacking surgelé étudié.**

Protéines (g/100g) Produits appariés (n=671)	Diminutions de la teneur (n=168)					Teneurs identiques (n=340) N	Augmentations de la teneur (n=163)				
	N	Min	Max	Moy	ET		N	Min	Max	Moy	ET
Pizzas jambon fromage (n=58)	14	-0,1	-2,4	-0,7	0,7	29	15	+0,2	+2,0	+0,9	0,6
Pizzas charcuterie (n=21)	4	-0,4	-1,2	-0,9	0,4	9	8	+0,2	+0,9	+0,5	0,2
Pizzas viandes type bolognaise (n=21)	6	-0,1	-0,9	-0,5	0,3	5	10	+0,1	+1,3	+0,4	0,4
Pizzas viandes autres (n=10)	4	-0,1	-2,2	-0,9	1,0	1	5	+0,1	+1,5	+1,0	0,6
Pizzas produits de la mer (n=27)	9	-0,1	-1,2	-0,4	0,3	12	6	+0,1	+2,2	+0,8	0,9
Pizzas fromages (n=76)	16	-0,1	-2,9	-0,8	0,8	30	30	+0,1	+4,9	+0,9	1,1
Pizzas type margarita (n=19)	6	-0,1	-2,2	-0,6	0,8	5	8	+0,1	+2,9	+0,9	0,9
Pizzas légumes (n=11)	2	-0,8	-0,9	-0,9	0,1	9	0				
Quiches lorraines (n=24)	8	-0,1	-0,8	-0,3	0,3	9	7	+0,1	+2,1	+0,7	0,7
Tartes avec viande ou poisson (n=37)	11	-0,1	-1,7	-0,5	0,5	21	5	+0,1	+1,2	+0,5	0,5
Tartes aux fromages (n=13)	4	-0,1	-1,2	-0,5	0,5	7	2	+0,2	+1,6	+0,9	1,0
Tartes aux légumes (n=39)	16	-0,1	-2,4	-0,7	0,5	16	7	+0,1	+3,2	+0,8	1,1
Cakes sales avec viande ou poisson (n=5)	1	-0,4	-0,4	-0,4		2	2	+0,2	+1,0	+0,6	0,6
Cakes sales végétariens (n=3)	1	-0,4	-0,4	-0,4		2	0				
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=46)	14	-0,1	-3,2	-0,6	0,8	21	11	+0,1	+0,9	+0,3	0,2
Crepes et galettes végétariennes (n=14)	4	-0,1	-0,5	-0,3	0,2	6	4	+0,1	+0,8	+0,4	0,3
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=67)	17	-0,1	-1,1	-0,4	0,3	38	12	+0,1	+5,0	+1,2	1,3
Feuilletes avec escargot (n=4)	0					4	0				
Feuilletes végétariens (n=24)	2	-0,6	-1,2	-0,9	0,4	13	9	+0,2	+2,0	+0,5	0,6
Croque monsieur (n=11)	1	-0,5	-0,5	-0,5		7	3	+0,7	+2,4	+1,5	0,9
Burgers (n=31)	7	-0,3	-1,0	-0,8	0,3	22	2	+0,4	+2,0	+1,2	1,1
Wraps et kebabs (n=4)	2	-0,1	-0,2	-0,2	0,1	2	0				
Autres sandwiches (n=20)	4	-0,1	-1,5	-0,6	0,7	13	3	+0,4	+1,0	+0,7	0,3
Baguettes et tartines garnies (n=9)	0					8	1	+0,1	+0,1	+0,1	
Salades (n=7)	3	-0,4	-1,1	-0,7	0,4	4	0				
Aumonieres apéritives (n=6)	0					6	0				
Choux et gougeres (n=5)	0					3	2	+0,1	+1,2	+0,6	0,8
Pains surprises et canapes apéritifs (n=14)	3	-0,2	-1,3	-0,7	0,6	7	4	+0,5	+1,7	+0,9	0,6
Verrines apéritives (n=3)	0					2	1	+0,4	+0,4	+0,4	
Assortiments de snacking (n=32)	7	-0,1	-1,1	-0,4	0,4	21	4	+0,1	+3,1	+1,0	1,4
Autres apéritifs (n=10)	2	-0,9	-1,0	-1,0	0,1	6	2	+0,4	+1,5	+1,0	0,8

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

La majorité des produits appariés entre 2015 et 2018 (n=340) possède une teneur identique en protéines. Des reformulations à la hausse ou à la baisse sont également observées entre 2015 et 2018. Sur l'ensemble du secteur, les diminutions de teneur en protéines varient de -0,1g/100g à -3,2g/100g et les augmentations varient de +0,1g/100g à +5,0g/100g (Tableau 33). L'ampleur de ces évolutions peut donc être relativement élevée pour certains produits. A noter que les plus faibles variations peuvent par exemple être liées à des différences de résultats d'analyses ou d'arrondis utilisés pour constituer l'étiquetage des produits, et ont alors peu d'impact sur le profil nutritionnel.

### 6.6.3. Evolution des teneurs en protéines par famille et sous-groupe

Afin d'identifier si des renouvellements de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment) expliquent les évolutions observées précédemment, et en complément de l'étude des éventuelles reformulations, une étude de la variabilité nutritionnelle par famille et sous-groupe (« Retirés », « VN identiques », « Evolutions VN » et « Ajoutés ») a été effectuée (Tableau 34).

Pour les familles Pizzas produits de la mer et Autres apéritifs, des évolutions significatives par sous-groupe ont été observées sans entraîner d'évolutions significatives à l'échelle de la famille. Les graphiques de ces familles sont présentés en Annexe 5.

**Tableau 34 : Statistiques descriptives des teneurs en protéines par famille et par sous-groupe au sein du Snacking surgelé étudié.**

Protéines (g/100g)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Pizzas jambon fromage	30	9,1	1,3	16	9,8	1,2	42	9,9	1,1	25	9,8	1,1
Pizzas charcuterie	26	9,7	1,4	8	9,6	1,5	14	9,8	1,4	22	9,9	1,2
Pizzas viandes type bolognaise	9	9,5	0,6	4	9,7	1,6	18	9,7	0,9	10	9,6	1,4
Pizzas viandes autres	10	10,0	1,1	1	9,8		9	9,9	1,7	21	9,8	1,3
Pizzas produits de la mer	11	10,7	0,8	10	9,9	0,9	17	9,8	0,7	8	9,4	1,1
Pizzas fromages	41	10,8	1,6	26	10,6	1,3	51	11,0	1,3	46	10,9	1,5
Pizzas type margarita	14	8,7	2,2	3	10,4	0,4	16	8,4	1,9	12	9,5	2,0
Pizzas legumes	5	8,5	1,0	7	8,1	2,0	4	7,8	0,8	15	7,3	0,9
Quiches lorraines	8	9,0	0,9	6	8,5	1,1	18	9,3	0,6	9	9,4	2,0
Tartes avec viande ou poisson	20	7,6	1,5	13	7,1	1,7	24	6,8	1,3	19	7,2	1,6
Tartes aux fromages	9	10,6	2,4	5	11,3	2,8	8	10,7	1,1	6	8,8	2,3
Tartes aux legumes	21	5,7	1,0	13	5,7	1,7	26	5,5	1,4	12	6,1	1,6
Cakes sales avec viande ou poisson	5	11,9	1,6	1	12,0		4	12,0	1,4	3	10,6	0,6
Cakes sales vegetariens	6	10,3	1,4	2	11,5	0,7	1	11,0		3	11,1	1,4
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	20	7,8	2,1	16	7,7	2,9	30	7,7	2,0	16	8,1	2,2
Crepes et galettes vegetariennes	11	5,5	1,3	5	6,6	1,1	9	6,0	1,3	10	6,2	1,7
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	43	7,9	2,1	19	7,8	1,4	48	8,0	1,6	44	7,8	1,6
Feuilletes avec escargot	5	7,6	1,0	3	7,6	0,8	1	7,6		4	7,8	0,5
Feuilletes vegetariens	11	6,4	1,8	7	6,3	1,3	17	6,5	1,6	20	5,8	1,7
Croque monsieur	3	10,0	0,9	3	10,9	2,0	8	9,4	2,3	9	11,0	3,0
Burgers surgelés	12	12,7	1,2	17	12,8	1,5	14	12,1	2,9	28	12,3	1,9
Wraps et kebabs	12	9,0	2,0	2	9,4	0,9	2	8,0	0,4	1	9,2	
Autres sandwichs surgelés	4	9,3	1,1	10	10,3	1,6	10	10,6	0,9	15	9,6	2,0
Baguettes et tartines garnies	5	8,0	2,7	4	9,9	1,3	5	10,5	1,5	20	8,0	2,0
Salades	7	5,5	1,3	4	6,4	1,5	3	6,0	2,7	3	5,6	2,0
Aumonieres apertives	8	9,1	1,1	1	11,0		5	7,6	2,0	6	10,1	2,0
Choux et gougeres	3	12,2	2,5	1	13,6		4	14,8	1,3	8	12,9	3,5
Pains surprises et canapes apertifs	21	9,2	1,0	6	10,0	1,7	9	9,2	1,3	18	8,6	1,6
Verrines apertives	5	8,6	4,0	2	6,0	1,1	1	5,8		5	7,2	1,4
Assortiments de snacking	29	6,5	1,4	13	7,1	1,8	20	6,3	1,4	30	6,9	1,7
Autres apertifs	10	8,9	3,8	6	9,7	5,1	4	11,7	1,6	23	8,3	2,0

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

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

#### **6.6.4. Evolution des teneurs en protéines par famille et segment de marché**

L'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle par famille et segment de marché permet d'observer si les évolutions mises en évidence sont portées ou non par l'ensemble des segments.

Aucune famille ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne pour au moins un segment de marché, ainsi les tableaux de statistiques sont présentés en Annexe 9.

## 6.6.5. Synthèse des évolutions des teneurs en protéines

Le Tableau 35 reprend, pour chacune des 31 familles du secteur, les évolutions de teneurs moyennes en protéines (en g/100g et en pourcentage), en comparant l'ensemble de l'offre 2015 à l'ensemble de l'offre 2018 tous produits confondus et par segment, puis en distinguant les reformulations des ajouts et retraits de produits (renouvellement de l'offre). Pour les renouvellements de l'offre, seules les évolutions significatives sont présentées (comparaison entre l'ensemble des références de 2015 et les produits « Ajoutés »<sup>36</sup> et entre l'ensemble des produits « Retirés »<sup>37</sup> et l'ensemble des références de 2018 uniquement), de même pour les segments. Les couleurs matérialisent les évolutions significatives : orange pour une augmentation et violet pour une diminution.

**En comparant l'ensemble de l'offre 2015 à celle de 2018, aucune famille parmi les 31 étudiées ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en protéines.**

**Tableau 35 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en protéines, entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié.**

Famille de produits	Protéines (g/100g) : Différences entre 2015 et 2018										
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) --> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées <sup>1</sup> --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées <sup>2</sup> vs ensemble des références 2018 --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché		
	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Pizzas jambon fromage	+0,3	+3%	+0,1	+1%							
Pizzas charcuterie	+0,1	+1%	+0,02	+0,2%							
Pizzas viandes type bolognaise	+0,02	+0,2%	+0,1	+1%							
Pizzas viandes autres	-0,02	-0,2%	+0,1	+1%							
Pizzas produits de la mer	-0,3	-3%	+0,1	+1%			-0,9*	-9%			
Pizzas fromages	+0,2	+2%	+0,2	+2%							
Pizzas type margarita	+0,4	+5%	+0,2	+2%							
Pizzas légumes	-0,7	-8%	-0,2	-2%							
Quiches lorraines	+0,2	+2%	+0,1	+1%							
Tartes avec viande ou poisson	-0,2	-3%	-0,1	-1%							
Tartes aux fromages	-0,6	-5%	-0,02	-0,1%							
Tartes aux légumes	-0,03	-1%	-0,1	-3%							
Cakes sales avec viande ou poisson	-0,4	-3%	+0,2	+1%							
Cakes sales végétariens	+0,5	+5%	-0,1	-1%							
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	+0,001	+0,02%	-0,1	-1%							
Crepes et galettes végétariennes	+0,3	+6%	+0,1	+1%							
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	+0,01	+0,1%	+0,1	+1%							
Feuilletes avec escargot	+0,1	+1%	+0,0	+0%							
Feuilletes végétariens	-0,2	-3%	+0,1	+2%							
Croque monsieur	+0,8	+8%	+0,4	+4%							
Burgers	-0,2	-2%	-0,1	-1%							
Wraps et kebabs	-0,2	-2%	-0,1	-1%							
Autres sandwichs	-0,2	-2%	+0,0	+0%							
Baguettes et tartines garnies	-0,7	-8%	+0,01	+0,1%							
Salades	+0,02	+0,4%	-0,3	-4%							
Aumoniers apéritives	+0,5	+5%	+0,0	+0%							
Choux et gougers	+0,03	+0,2%	+0,3	+2%							
Pains surprises et canapés apéritifs	-0,3	-3%	+0,1	+1%							
Verrines apéritives	-0,8	-11%	+0,1	+2%							
Assortiments de snacking	+0,3	+4%	+0,03	+0,4%							
Autres apéritifs	-0,8	-8%	+0,0	+0%							

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées<sup>1</sup> significativement inférieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement inférieures à celles des références retirées<sup>2</sup> (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées<sup>1</sup> significativement supérieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement supérieures à celles des références retirées<sup>2</sup> (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2

DS=distributeurs spécialisés ; MB=marques nationales ; MD=marques de distributeurs ; MDG=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount

<sup>1</sup>Produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

<sup>2</sup>Produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>36</sup> Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

<sup>37</sup> Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

## 6.7. Evolution des teneurs en fibres

### 6.7.1. Evolution des teneurs en fibres par famille

**2 familles sur 31 présentent une évolution significative de leur teneur moyenne en fibres entre 2015 et 2018, toutes à la baisse** (Figure 46, Tableau 36). Il s'agit des familles :

- **Pizzas jambon fromage (1)** : -0,2g/100g soit -9% par rapport à la teneur initiale ;
- **Pizzas fromages (6)** : -0,2g/100g soit -8%.

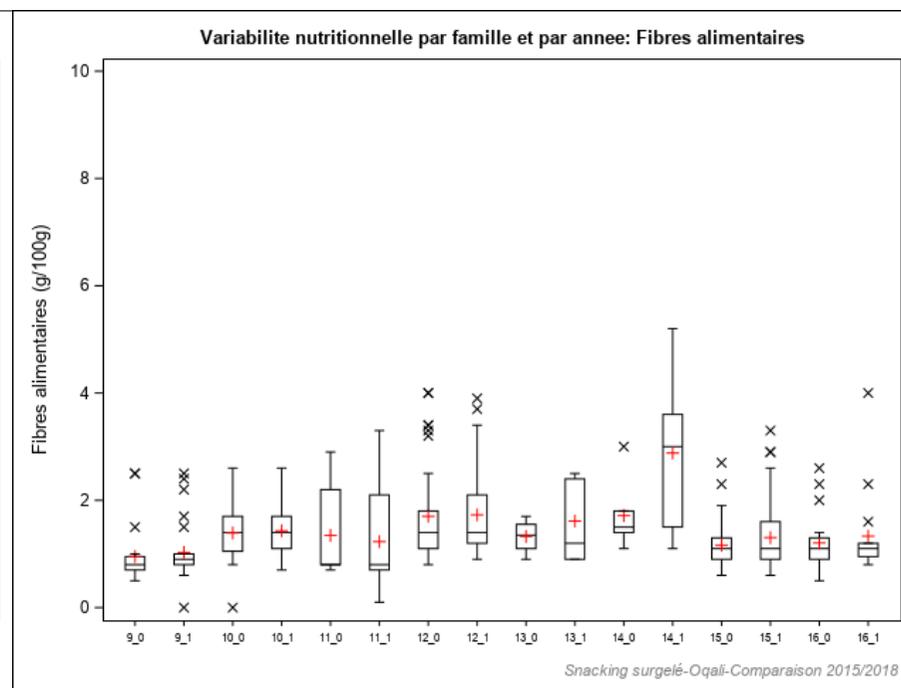
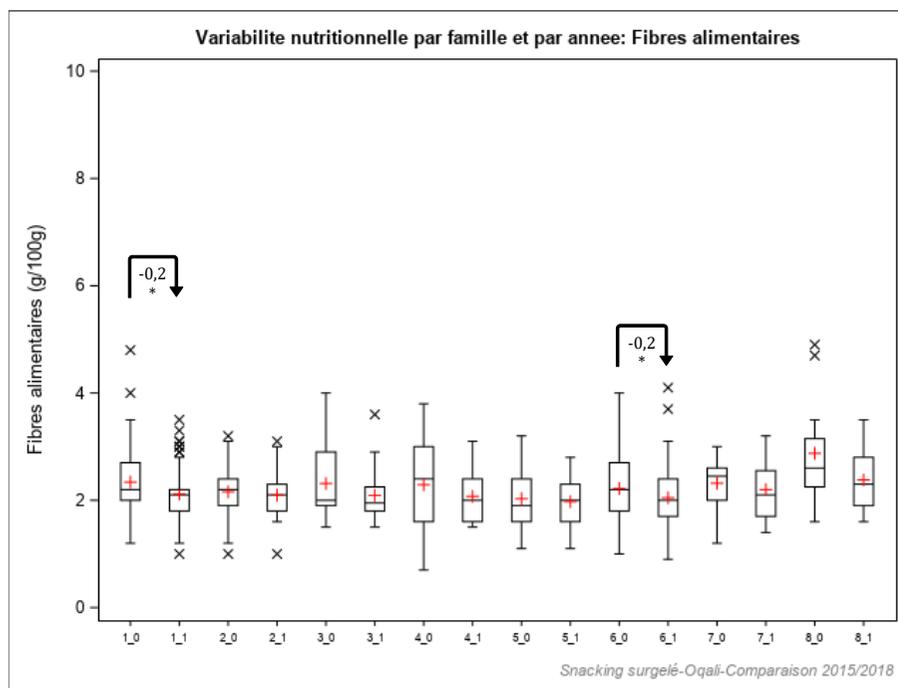
L'étude des distributions des teneurs en fibres entre 2015 et 2018 montre que les diminutions significatives des teneurs moyennes observées pour les 2 familles citées précédemment s'accompagnent d'un décalage vers des teneurs plus basses (diminution des valeurs des médianes, des 1<sup>ers</sup> et 3<sup>es</sup> quartiles<sup>38</sup>) (Tableau 36).

Des tendances non significatives à la hausse ou à la baisse sont observées pour les autres familles (Figure 46, Tableau 36). Pour rappel, 75 % des produits du secteur présentent une teneur en fibres.

En termes de variabilité des teneurs en fibres, aussi bien en 2015 qu'en 2018, les familles dont la variabilité est parmi les plus importantes sont Autres apéritifs (31), s'expliquant par la diversité des produits de cette famille et Feuilletés végétariens (19). Par ailleurs, cette dernière famille ainsi que celle des Pains surprises et canapés apéritifs (28) présentent une variabilité de leurs teneurs en fibres qui augmente fortement entre 2015 et 2018 : pour les Feuilletés végétariens, cela s'explique par l'apparition d'un produit avec une teneur en fibres élevée ; pour les Pains surprises et canapés apéritifs, cela s'explique par l'apparition en 2018 de produits avec teneurs en fibres faible mais aussi d'un produit avec teneur en fibres élevée. A l'inverse entre 2015 et 2018, les familles présentant une diminution importante de leur variabilité des teneurs en fibres sont Wraps et kebabs (22) ainsi que Autres apéritifs (31), s'expliquant, pour cette dernière famille, par une reformulation et un retrait des 2 produits avec une teneur en fibres supérieure à 8g/100g en 2015.

---

<sup>38</sup> Le 1<sup>er</sup> quartile correspond à la teneur en dessous de laquelle se situent 25% des observations les plus basses. Le 3<sup>e</sup> quartile correspond à la teneur au-dessus de laquelle se situent 25% des observations les plus hautes.

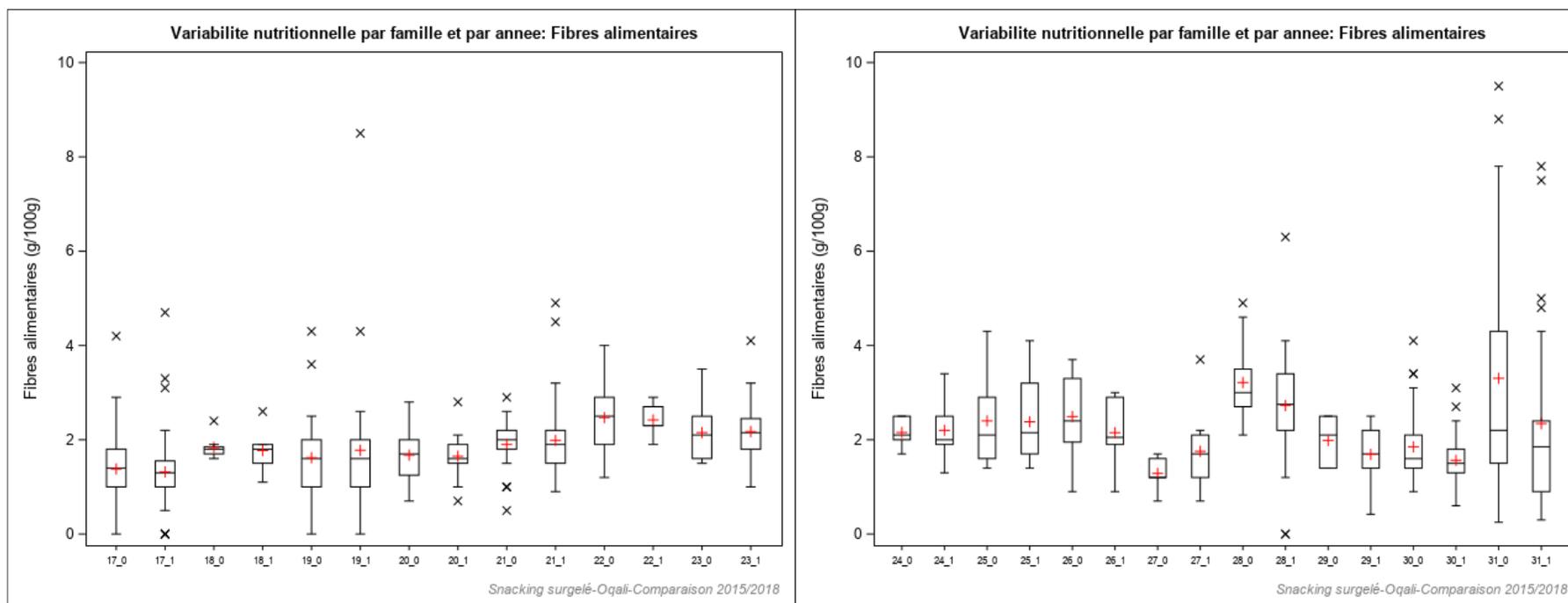


Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
	2015	Pizzas jambon fromage (n=77)	9_0	2015	Quiches lorraines (n=24)
	2018	Pizzas jambon fromage (n=69)	9_1	2018	Quiches lorraines (n=27)
	2015	Pizzas charcuterie (n=37)	10_0	2015	Tartes avec viande ou poisson (n=52)
	2018	Pizzas charcuterie (n=29)	10_1	2018	Tartes avec viande ou poisson (n=46)
	2015	Pizzas viandes type bolognaise (n=23)	11_0	2015	Tartes aux fromages (n=17)
	2018	Pizzas viandes type bolognaise (n=24)	11_1	2018	Tartes aux fromages (n=14)
	2015	Pizzas viandes autres (n=19)	12_0	2015	Tartes aux legumes (n=51)
	2018	Pizzas viandes autres (n=19)	12_1	2018	Tartes aux legumes (n=43)
	2015	Pizzas produits de la mer (n=28)	13_0	2015	Cakes sales avec viande ou poisson (n=8)
	2018	Pizzas produits de la mer (n=27)	13_1	2018	Cakes sales avec viande ou poisson (n=7)
	2015	Pizzas fromages (n=97)	14_0	2015	Cakes sales vegetariens (n=7)
	2018	Pizzas fromages (n=95)	14_1	2018	Cakes sales vegetariens (n=5)
	2015	Pizzas type margarita (n=22)	15_0	2015	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=53)
	2018	Pizzas type margarita (n=20)	15_1	2018	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=50)
	2015	Pizzas legumes (n=12)	16_0	2015	Crepes et galettes vegetariennes (n=22)
	2018	Pizzas legumes (n=19)	16_1	2018	Crepes et galettes vegetariennes (n=16)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille	
	17_0	2015	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=95)	24_0	2015	Baguettes et tartines garnies (n=11)
	17_1	2018	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=76)	24_1	2018	Baguettes et tartines garnies (n=17)
	18_0	2015	Feuilletes avec escargot (n=8)	25_0	2015	Salades (n=13)
	18_1	2018	Feuilletes avec escargot (n=7)	25_1	2018	Salades (n=10)
	19_0	2015	Feuilletes vegetariens (n=31)	26_0	2015	Aumonieres aperitives (n=12)
	19_1	2018	Feuilletes vegetariens (n=31)	26_1	2018	Aumonieres aperitives (n=10)
	20_0	2015	Croque monsieur (n=8)	27_0	2015	Choux et gougeres (n=7)
	20_1	2018	Croque monsieur (n=14)	27_1	2018	Choux et gougeres (n=9)
	21_0	2015	Burgers (n=30)	28_0	2015	Pains surprises et canapes aperitifs (n=30)
	21_1	2018	Burgers (n=41)	28_1	2018	Pains surprises et canapes aperitifs (n=24)
	22_0	2015	Wraps et kebabs (n=13)	29_0	2015	Verrines aperitives (n=7)
	22_1	2018	Wraps et kebabs (n=5)	29_1	2018	Verrines aperitives (n=7)
	23_0	2015	Autres sandwiches (n=23)	30_0	2015	Assortiments de snacking (n=40)
	23_1	2018	Autres sandwiches (n=32)	30_1	2018	Assortiments de snacking (n=36)
				31_0	2015	Autres aperitifs (n=18)
				31_1	2018	Autres aperitifs (n=26)

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

Cas en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Cas en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

**Figure 46 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100g) par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié.**

**Tableau 36 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié.**

Fibres alimentaires (g/100g)	2015								2018								Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET		
Pizzas jambon fromage	77	1,2	4,8	2,0	2,2	2,7	<b>2,3</b>	0,6	69	1,0	3,5	1,8	2,1	2,2	<b>2,1</b>	0,5	-0,2*	-9%
Pizzas charcuterie	37	1,0	3,2	1,9	2,2	2,4	<b>2,2</b>	0,5	29	1,0	3,1	1,8	2,1	2,3	<b>2,1</b>	0,5	-0,1	-3%
Pizzas viandes type bolognaise	23	1,5	4,0	1,9	2,0	2,9	<b>2,3</b>	0,7	24	1,5	3,6	1,8	2,0	2,3	<b>2,1</b>	0,5	-0,2	-10%
Pizzas viandes autres	19	0,7	3,8	1,6	2,4	3,0	<b>2,3</b>	0,8	19	1,5	3,1	1,6	2,0	2,4	<b>2,1</b>	0,5	-0,2	-9%
Pizzas produits de la mer	28	1,1	3,2	1,6	1,9	2,4	<b>2,0</b>	0,5	27	1,1	2,8	1,6	2,0	2,3	<b>2,0</b>	0,4	-0,1	-3%
Pizzas fromages	97	1,0	4,0	1,8	2,2	2,7	<b>2,2</b>	0,6	95	0,9	4,1	1,7	2,0	2,4	<b>2,0</b>	0,5	-0,2*	-8%
Pizzas type margarita	22	1,2	3,0	2,0	2,5	2,6	<b>2,3</b>	0,4	20	1,4	3,2	1,7	2,1	2,6	<b>2,2</b>	0,5	-0,1	-5%
Pizzas legumes	12	1,6	4,9	2,3	2,6	3,2	<b>2,9</b>	1,0	19	1,6	3,5	1,9	2,3	2,8	<b>2,4</b>	0,5	-0,5	-17%
Quiches lorraines	24	0,5	2,5	0,7	0,8	1,0	<b>1,0</b>	0,5	27	0,0	2,5	0,8	0,9	1,0	<b>1,0</b>	0,6	+0,1	+8%
Tartes avec viande ou poisson	52	0,0	2,6	1,1	1,4	1,7	<b>1,4</b>	0,5	46	0,7	2,6	1,1	1,4	1,7	<b>1,4</b>	0,4	+0,04	+3%
Tartes aux fromages	17	0,7	2,9	0,8	0,8	2,2	<b>1,3</b>	0,8	14	0,1	3,3	0,7	0,8	2,1	<b>1,2</b>	0,9	-0,1	-9%
Tartes aux legumes	51	0,8	4,0	1,1	1,4	1,8	<b>1,7</b>	0,8	43	0,9	3,9	1,2	1,4	2,1	<b>1,7</b>	0,8	+0,03	+2%
Cakes sales avec viande ou poisson	8	0,9	1,7	1,1	1,4	1,6	<b>1,3</b>	0,3	7	0,9	2,5	0,9	1,2	2,4	<b>1,6</b>	0,7	+0,3	+22%
Cakes sales vegetariens	7	1,1	3,0	1,4	1,5	1,8	<b>1,7</b>	0,6	5	1,1	5,2	1,5	3,0	3,6	<b>2,9</b>	1,7	+1,2	+68%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	53	0,6	2,7	0,9	1,1	1,3	<b>1,2</b>	0,4	50	0,6	3,3	0,9	1,1	1,6	<b>1,3</b>	0,6	+0,1	+12%
Crepes et galettes vegetariennes	22	0,5	2,6	0,9	1,1	1,3	<b>1,2</b>	0,5	16	0,8	4,0	1,0	1,1	1,2	<b>1,3</b>	0,8	+0,1	+11%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	95	0,0	4,2	1,0	1,4	1,8	<b>1,4</b>	0,7	76	0,0	4,7	1,0	1,3	1,6	<b>1,3</b>	0,7	-0,1	-5%
Feuilletes avec escargot	8	1,6	2,4	1,7	1,8	1,9	<b>1,8</b>	0,2	7	1,1	2,6	1,5	1,8	1,9	<b>1,8</b>	0,5	-0,1	-4%
Feuilletes vegetariens	31	0,0	4,3	1,0	1,6	2,0	<b>1,6</b>	0,8	31	0,0	8,5	1,0	1,6	2,0	<b>1,8</b>	1,5	+0,2	+10%
Croque monsieur	8	0,7	2,8	1,3	1,7	2,0	<b>1,7</b>	0,6	14	0,7	2,8	1,5	1,6	1,9	<b>1,7</b>	0,5	-0,03	-1%
Burgers	30	0,5	2,9	1,8	2,0	2,2	<b>1,9</b>	0,5	41	0,9	4,9	1,5	1,9	2,2	<b>2,0</b>	0,9	+0,1	+5%
Wraps et kebabs	13	1,2	4,0	1,9	2,5	2,9	<b>2,5</b>	0,8	5	1,9	2,9	2,3	2,3	2,7	<b>2,4</b>	0,4	-0,05	-2%
Autres sandwiches	23	1,5	3,5	1,6	2,1	2,5	<b>2,2</b>	0,6	32	1,0	4,1	1,8	2,2	2,5	<b>2,2</b>	0,6	+0,02	+1%
Baguettes et tartines garnies	11	1,7	2,5	2,0	2,1	2,5	<b>2,2</b>	0,3	17	1,3	3,4	1,9	2,0	2,5	<b>2,2</b>	0,5	+0,05	+2%
Salades	13	1,4	4,3	1,6	2,1	2,9	<b>2,4</b>	1,0	10	1,4	4,1	1,7	2,2	3,2	<b>2,4</b>	0,9	-0,02	-1%
Aumonieres aperitives	12	0,9	3,7	2,0	2,4	3,3	<b>2,5</b>	0,8	10	0,9	3,0	1,9	2,1	2,9	<b>2,2</b>	0,7	-0,3	-14%
Choux et gougeres	7	0,7	1,7	1,2	1,2	1,6	<b>1,3</b>	0,3	9	0,7	3,7	1,2	1,7	2,1	<b>1,8</b>	0,9	+0,5	+37%
Pains surprises et canapes aperitifs	30	2,1	4,9	2,7	3,0	3,5	<b>3,2</b>	0,8	24	0,0	6,3	2,2	2,8	3,4	<b>2,7</b>	1,3	-0,5	-15%
Verrines aperitives	7	1,4	2,5	1,4	2,1	2,5	<b>2,0</b>	0,5	7	0,4	2,5	1,4	1,7	2,2	<b>1,7</b>	0,7	-0,3	-15%
Assortiments de snacking	40	0,9	4,1	1,4	1,6	2,1	<b>1,9</b>	0,8	36	0,6	3,1	1,3	1,5	1,8	<b>1,6</b>	0,5	-0,3	-15%
Autres aperitifs	18	0,3	9,5	1,5	2,2	4,3	<b>3,3</b>	2,7	26	0,3	7,8	0,9	1,9	2,4	<b>2,3</b>	2,0	-1,0	-29%

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

## 6.7.2. Evolution des teneurs en fibres par famille, pour les produits appariés (reformulations)

Afin d'identifier si des reformulations ont eu lieu, un sous-ensemble de l'offre est étudié ici : les produits présents à la fois en 2015 et en 2018, regroupés sous le terme de produits appariés. Ces produits comprennent des références avec et sans évolution de valeurs nutritionnelles.

### 6.7.2.1. Evolution des teneurs en fibres des produits appariés à l'échelle des familles

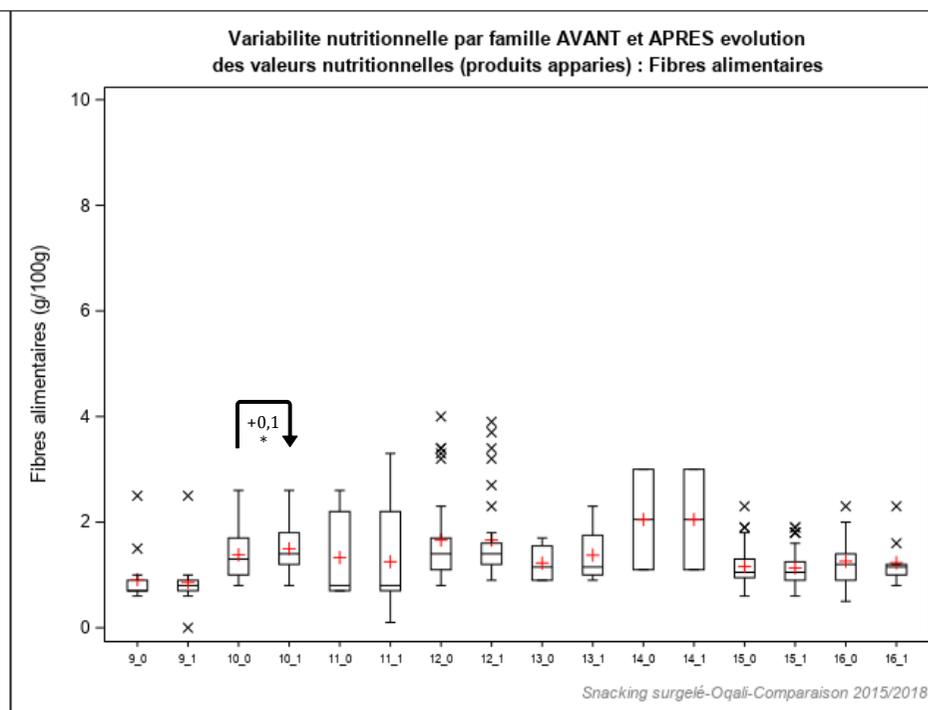
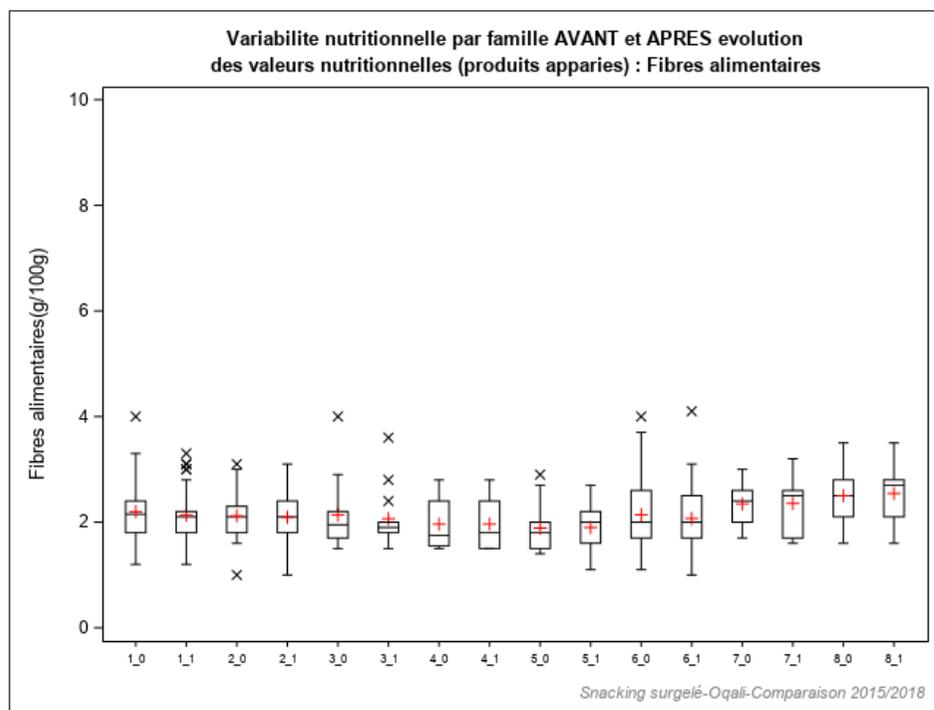
**1 famille sur les 31 étudiées présente une évolution significative à la hausse de sa teneur moyenne en fibres pour les produits appariés** (Figure 47, Tableau 37). Il s'agit de la famille :

- **Tartes avec viande ou poisson (10)** : +0,1g/100g soit +8% par rapport à la teneur initiale. Les augmentations portant sur les produits appariés indiquent des reformulations à la hausse. L'étude des distributions des teneurs en fibres montre un plus grand nombre de produits se situant dans la tranche supérieure des teneurs en fibres (augmentation des valeurs des 1<sup>ers</sup> et 3<sup>es</sup> quartiles<sup>39</sup> et de la médiane)(Figure 47).

Des tendances à la hausse ou à la baisse sont également observées pour les autres familles (Figure 47, Tableau 37).

---

<sup>39</sup> Le 1<sup>er</sup> quartile correspond à la teneur en dessous de laquelle se situent 25% des observations les plus basses. Le 3<sup>e</sup> quartile correspond à la teneur au-dessus de laquelle se situent 25% des observations les plus hautes.

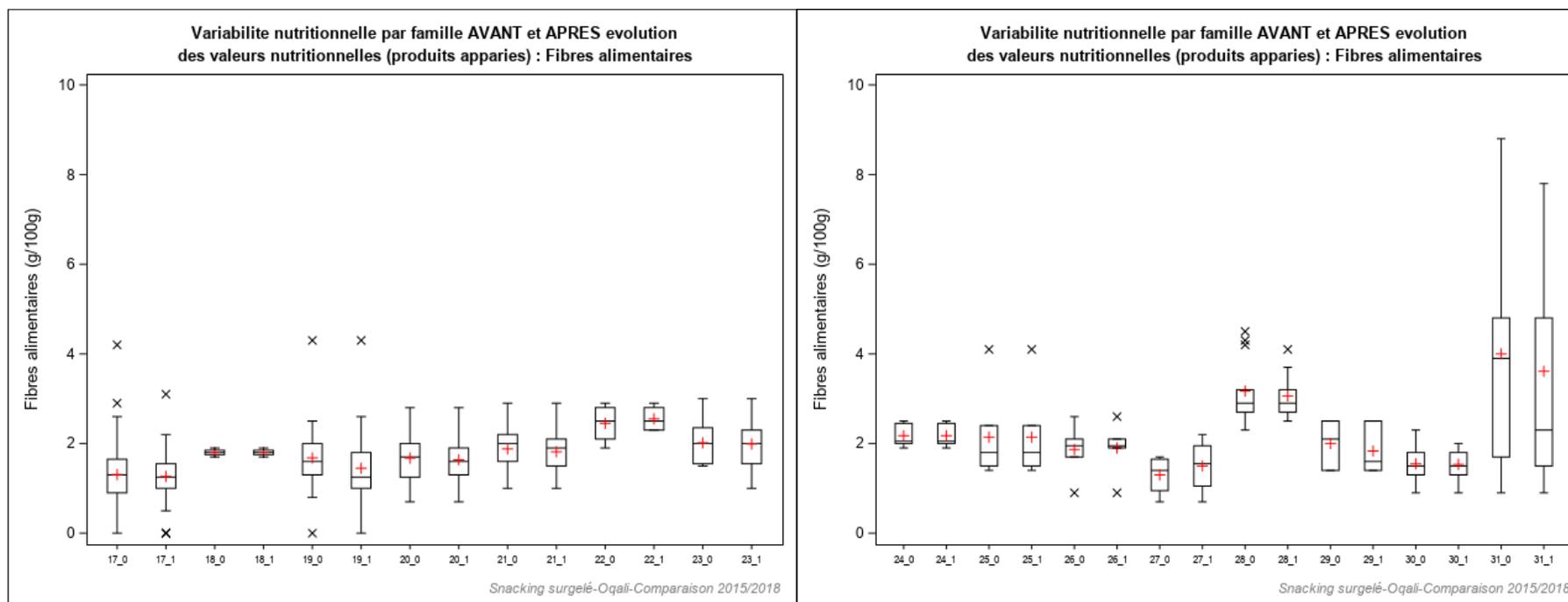


Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
	2015	Pizzas jambon fromage (n=50)	9_0	2015	Quiches lorraines (n=17)
	2018	Pizzas jambon fromage (n=50)	9_1	2018	Quiches lorraines (n=17)
	2015	Pizzas charcuterie (n=15)	10_0	2015	Tartes avec viande ou poisson (n=31)
	2018	Pizzas charcuterie (n=15)	10_1	2018	Tartes avec viande ou poisson (n=31)
	2015	Pizzas viandes type bolognaise (n=14)	11_0	2015	Tartes aux fromages (n=10)
	2018	Pizzas viandes type bolognaise (n=14)	11_1	2018	Tartes aux fromages (n=10)
	2015	Pizzas viandes autres (n=8)	12_0	2015	Tartes aux legumes (n=33)
	2018	Pizzas viandes autres (n=8)	12_1	2018	Tartes aux legumes (n=33)
	2015	Pizzas produits de la mer (n=17)	13_0	2015	Cakes sales avec viande ou poisson (n=4)
	2018	Pizzas produits de la mer (n=17)	13_1	2018	Cakes sales avec viande ou poisson (n=4)
	2015	Pizzas fromages (n=58)	14_0	2015	Cakes sales vegetariens (n=2)
	2018	Pizzas fromages (n=58)	14_1	2018	Cakes sales vegetariens (n=2)
	2015	Pizzas type margarita (n=11)	15_0	2015	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=36)
	2018	Pizzas type margarita (n=11)	15_1	2018	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=36)
	2015	Pizzas legumes (n=7)	16_0	2015	Crepes et galettes vegetariennes (n=10)
	2018	Pizzas legumes (n=7)	16_1	2018	Crepes et galettes vegetariennes (n=10)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille	
	17_0	2015	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=52)	24_0	2015	Baguettes et tartines garnies (n=8)
	17_1	2018	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=52)	24_1	2018	Baguettes et tartines garnies (n=8)
	18_0	2015	Feuilletes avec escargot (n=4)	25_0	2015	Salades (n=7)
	18_1	2018	Feuilletes avec escargot (n=4)	25_1	2018	Salades (n=7)
	19_0	2015	Feuilletes vegetariens (n=18)	26_0	2015	Aumonieres aperitives (n=6)
	19_1	2018	Feuilletes vegetariens (n=18)	26_1	2018	Aumonieres aperitives (n=6)
	20_0	2015	Croque monsieur (n=8)	27_0	2015	Choux et gougeres (n=4)
	20_1	2018	Croque monsieur (n=8)	27_1	2018	Choux et gougeres (n=4)
	21_0	2015	Burgers (n=19)	28_0	2015	Pains surprises et canapes aperitifs (n=13)
	21_1	2018	Burgers (n=19)	28_1	2018	Pains surprises et canapes aperitifs (n=13)
	22_0	2015	Wraps et kebabs (n=4)	29_0	2015	Verrines aperitives (n=3)
	22_1	2018	Wraps et kebabs (n=4)	29_1	2018	Verrines aperitives (n=3)
	23_0	2015	Autres sandwiches (n=20)	30_0	2015	Assortiments de snacking (n=17)
	23_1	2018	Autres sandwiches (n=20)	30_1	2018	Assortiments de snacking (n=17)
				31_0	2015	Autres aperitifs (n=9)
				31_1	2018	Autres aperitifs (n=9)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

**Figure 47 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100g) par famille et par année au sein des produits appariés du Snacking surgelé étudié.**

**Tableau 37 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du Snacking surgelé étudié.**

Fibres alimentaires (g/100g) Produits appariés	Nombre de références appariées	2015		2018		Différence entre 2015 et 2018	Evolution (en %)
		Moy	ET	Moy	ET		
Pizzas jambon fromage	50	2,2	0,5	2,1	0,5	-0,1	-3%
Pizzas charcuterie	15	2,1	0,5	2,1	0,5	-0,03	-1%
Pizzas viandes type bolognaise	14	2,1	0,7	2,1	0,5	-0,1	-3%
Pizzas viandes autres	8	2,0	0,5	2,0	0,5	+0,0	+0%
Pizzas produits de la mer	17	1,9	0,4	1,9	0,4	+0,01	+1%
Pizzas fromages	58	2,1	0,6	2,1	0,6	-0,1	-3%
Pizzas type margarita	11	2,3	0,4	2,4	0,6	+0,01	+0,4%
Pizzas legumes	7	2,5	0,6	2,5	0,6	+0,04	+2%
Quiches lorraines	17	0,9	0,5	0,9	0,5	-0,05	-5%
Tartes avec viande ou poisson	31	1,4	0,5	1,5	0,5	+0,1*	+8%
Tartes aux fromages	10	1,3	0,8	1,3	1,0	-0,1	-6%
Tartes aux legumes	33	1,7	0,8	1,7	0,8	+0,0	+0%
Cakes sales avec viande ou poisson	4	1,2	0,4	1,4	0,6	+0,2	+12%
Cakes sales vegetariens	2	2,1	1,3	2,1	1,3	+0,0	+0%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	36	1,2	0,4	1,1	0,4	-0,03	-2%
Crepes et galettes vegetariennes	10	1,3	0,5	1,2	0,4	-0,03	-2%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en crouste	52	1,3	0,8	1,3	0,5	-0,04	-3%
Feuilletes avec escargot	4	1,8	0,1	1,8	0,1	+0,0	+0%
Feuilletes vegetariens	18	1,7	0,9	1,5	0,9	-0,2	-14%
Croque monsieur	8	1,7	0,6	1,6	0,6	-0,04	-2%
Burgers	19	1,9	0,5	1,8	0,5	-0,1	-3%
Wraps et kebabs	4	2,5	0,4	2,6	0,3	+0,1	+4%
Autres sandwiches	20	2,0	0,4	2,0	0,5	-0,02	-1%
Baguettes et tartines garnies	8	2,2	0,2	2,2	0,2	+0,0	+0%
Salades	7	2,1	0,9	2,1	0,9	+0,0	+0%
Aumonieres aperitives	6	1,9	0,6	1,9	0,6	+0,03	+2%
Choux et gougeres	4	1,3	0,5	1,5	0,6	+0,2	+15%
Pains surprises et canapes aperitifs	13	3,2	0,7	3,1	0,5	-0,1	-3%
Verrines aperitives	3	2,0	0,6	1,8	0,6	-0,2	-8%
Assortiments de snacking	17	1,5	0,4	1,5	0,3	-0,01	-1%
Autres aperitifs	9	4,0	2,8	3,6	2,6	-0,4	-10%

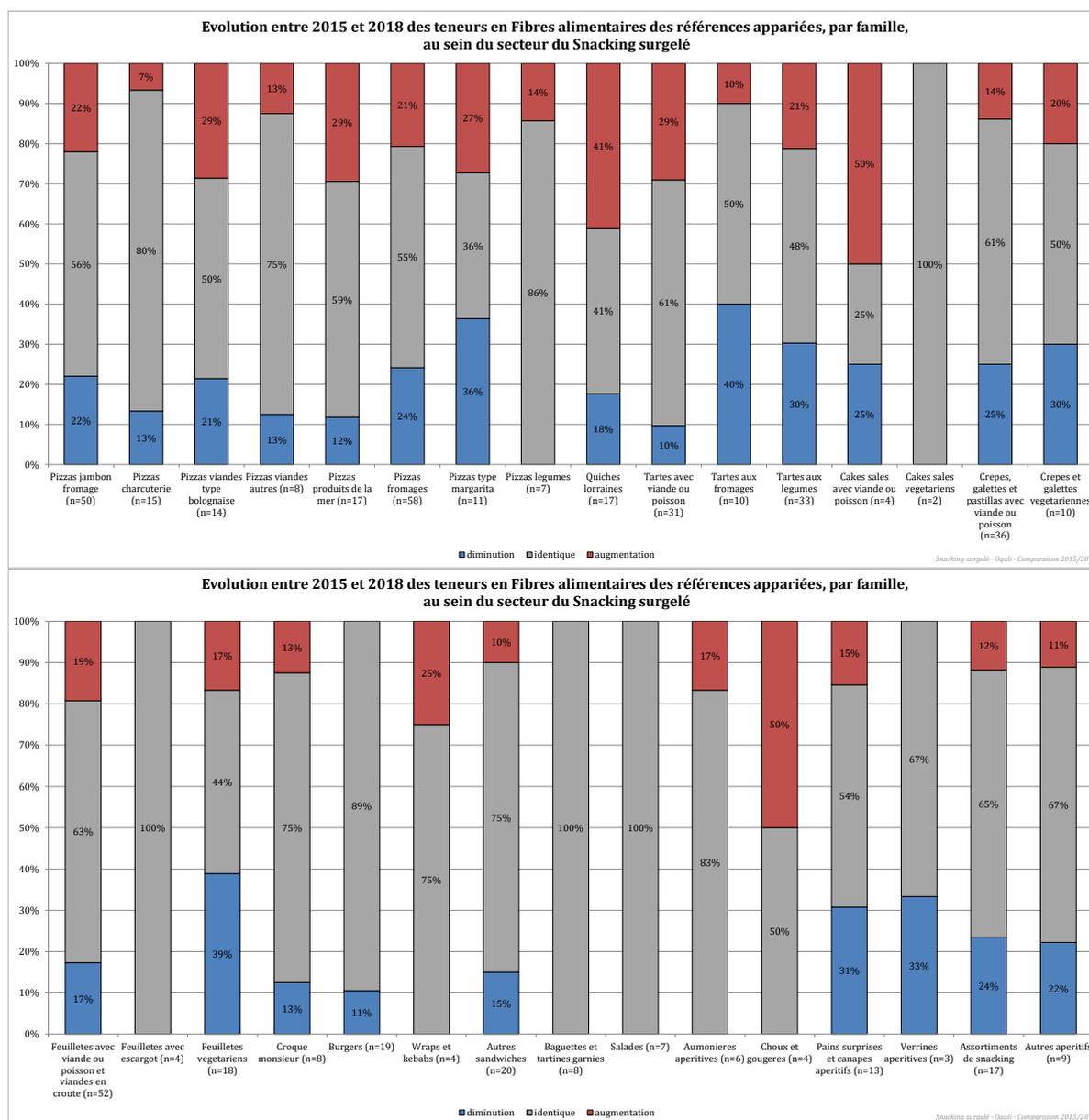
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

### 6.7.2.2. Caractérisation des évolutions des teneurs en fibres des produits appariés

Afin de mieux caractériser les reformulations qui ont pu être réalisées entre 2015 et 2018 sur les produits appariés, la Figure 48 illustre, par famille, le pourcentage de produits présentant une diminution (en bleu), une augmentation (en rouge) ou une teneur en fibres identique (en gris).



**Figure 48 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en fibres identique entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié.**

Ces pourcentages de produits appariés présentant une augmentation ou une diminution de la teneur en fibres sont également à mettre en relation avec l'ampleur des variations observées (Tableau 38).

**Tableau 38 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en fibres identique par famille au sein du Snacking surgelé étudié.**

Fibres alimentaires (g/100g) Produits appariés (n=515)	Diminutions de la teneur (n=103)					Teneurs identiques (n=316)	Augmentations de la teneur (n=96)				
	N	Min	Max	Moy	ET		N	Min	Max	Moy	ET
Pizzas jambon fromage (n=50)	11	-0,1	-1,9	-0,6	0,6	28	11	+0,1	+0,4	+0,3	0,1
Pizzas charcuterie (n=15)	2	-0,2	-0,4	-0,3	0,1	12	1	+0,2	+0,2	+0,2	
Pizzas viandes type bolognaise (n=14)	3	-0,3	-1,0	-0,6	0,4	7	4	+0,1	+0,4	+0,2	0,2
Pizzas viandes autres (n=8)	1	-0,1	-0,1	-0,1		6	1	+0,1	+0,1	+0,1	
Pizzas produits de la mer (n=17)	2	-0,1	-1,8	-1,0	1,2	10	5	+0,3	+0,6	+0,4	0,1
Pizzas fromages (n=58)	14	-0,1	-2,7	-0,6	0,7	32	12	+0,1	+1,5	+0,4	0,5
Pizzas type margarita (n=11)	4	-0,1	-1,3	-0,6	0,6	4	3	+0,1	+1,2	+0,8	0,6
Pizzas legumes (n=7)	0					6	1	+0,3	+0,3	+0,3	
Quiches lorraines (n=17)	3	-0,2	-0,9	-0,6	0,4	7	7	+0,1	+0,3	+0,1	0,1
Tartes avec viande ou poisson (n=31)	3	-0,1	-0,1	-0,1	0,0	19	9	+0,1	+1,0	+0,4	0,4
Tartes aux fromages (n=10)	4	-0,1	-1,8	-0,9	0,9	5	1	+2,6	+2,6	+2,6	
Tartes aux legumes (n=33)	10	-0,1	-2,6	-0,6	0,9	16	7	+0,1	+2,8	+0,9	1,0
Cakes sales avec viande ou poisson (n=4)	1	-0,2	-0,2	-0,2		1	2	+0,2	+0,6	+0,4	0,3
Cakes sales vegetariens (n=2)	0					2	0				
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=36)	9	-0,1	-0,5	-0,3	0,2	22	5	+0,1	+0,7	+0,3	0,2
Crepes et galettes vegetariennes (n=10)	3	-0,2	-0,4	-0,3	0,1	5	2	+0,2	+0,4	+0,3	0,1
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=52)	9	-0,1	-3,3	-1,1	1,1	33	10	+0,0001	+1,7	+0,7	0,6
Feuilletes avec escargot (n=4)	0					4	0				
Feuilletes vegetariens (n=18)	7	-0,1	-1,8	-0,7	0,6	8	3	+0,1	+0,2	+0,2	0,1
Croque monsieur (n=8)	1	-0,4	-0,4	-0,4		6	1	+0,1	+0,1	+0,1	
Burgers (n=19)	2	-0,2	-1,0	-0,6	0,6	17	0				
Wraps et kebabs (n=4)	0					3	1	+0,4	+0,4	+0,4	
Autres sandwiches (n=20)	3	-0,1	-0,5	-0,3	0,2	15	2	+0,1	+0,2	+0,2	0,1
Baguettes et tartines garnies (n=8)	0					8	0				
Salades (n=7)	0					7	0				
Aumonieres aperitives (n=6)	0					5	1	+0,2	+0,2	+0,2	
Choux et gougeres (n=4)	0					2	2	+0,2	+0,6	+0,4	0,3
Pains surprises et canapes aperitifs (n=13)	4	-0,3	-0,6	-0,5	0,2	7	2	+0,2	+0,3	+0,3	0,1
Verrines aperitives (n=3)	1	-0,5	-0,5	-0,5		2	0				
Assortiments de snacking (n=17)	4	-0,1	-0,5	-0,3	0,2	11	2	+0,3	+0,5	+0,4	0,1
Autres aperitifs (n=9)	2	-1,3	-2,4	-1,9	0,8	6	1	+0,2	+0,2	+0,2	

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

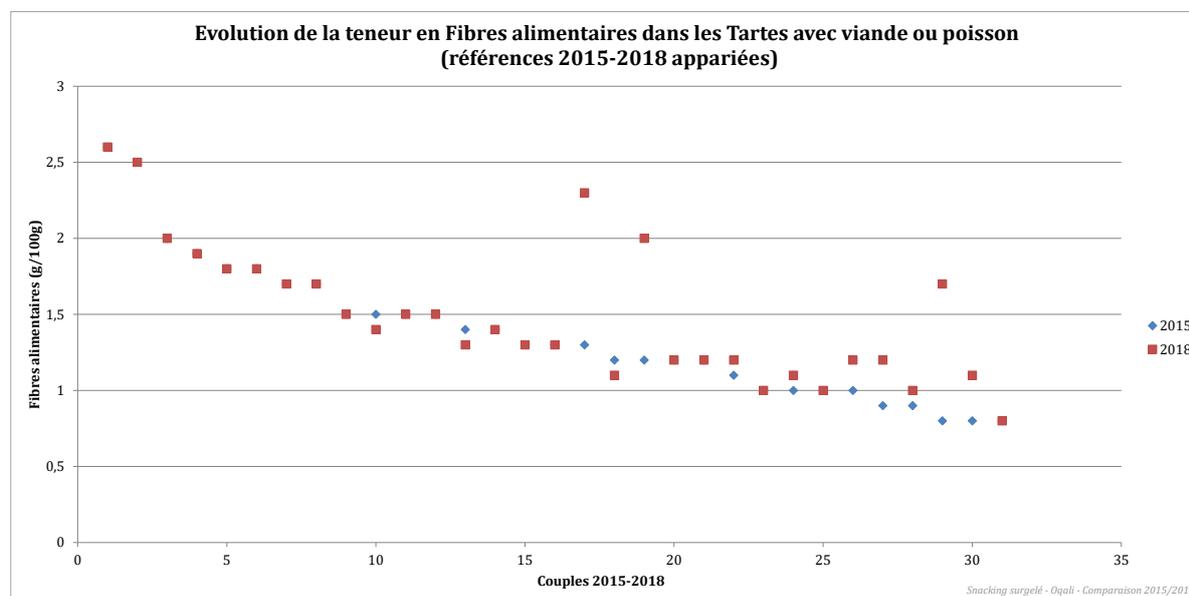
La majorité des produits appariés entre 2015 et 2018 (n=316) possède une teneur identique en fibres. Des reformulations à la hausse ou à la baisse sont également observées entre 2015 et 2018. Cela permet d'expliquer en partie l'absence d'évolution significative pour la plupart des familles. Sur l'ensemble du secteur, les diminutions de teneur en fibres varient de -0,1g/100g à -3,3g/100g et les augmentations varient de +0,0001g/100g à +2,8g/100g (Tableau 38). L'ampleur de ces évolutions peut donc être relativement élevée pour certains produits. A noter que les plus faibles variations peuvent par exemple être liées à des différences de résultats d'analyses ou d'arrondis utilisés pour constituer l'étiquetage des produits, et ont alors peu d'impact sur le profil nutritionnel.

### 6.7.2.3. Focus sur les évolutions significatives des teneurs en fibres des produits appariés

Pour la famille pour laquelle une évolution significative a été constatée au niveau des produits appariés, la figure suivante permet d'illustrer référence par référence, l'ampleur des éventuelles reformulations effectuées. Pour l'ensemble des couples de références appariées, et en un même point d'abscisse, le losange bleu représente la teneur en fibres de la référence en 2015 et le carré rouge la teneur en fibres de la référence en 2018 (ceux-ci peuvent être superposés si les teneurs sont identiques). Les couples sont classés par teneurs en fibres 2015 décroissantes.

#### **Tartes avec viande ou poisson (Figure 49)**

Au sein de la famille Tartes avec viande ou poisson, la Figure 48 et le Tableau 25 montrent que l'augmentation significative de la teneur moyenne en fibres observée à l'échelle des produits appariés (+0,1g/100g; +8%), est due aux 29% de produits (n=9) présentant une augmentation de leur teneur en fibres (allant de +0,1g/100g à +1,0g/100g). L'étude des teneurs référence par référence (Figure 49) montre que les plus fortes augmentations ont été réalisées principalement sur les produits présentant les teneurs en fibres parmi les plus faibles en 2015. Les données disponibles et les échanges avec les professionnels du groupe de travail ne permettent pas d'interpréter ces évolutions.



**Figure 49 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en fibres des produits appariés de la famille Tartes avec viande ou poisson étudiée.**

### 6.7.3. Evolution des teneurs en fibres par famille et sous-groupe

Afin d'identifier si des renouvellements de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment) expliquent les évolutions observées précédemment, et en complément de l'étude des éventuelles reformulations, une étude de la variabilité nutritionnelle par famille et sous-groupe (« Retirés », « VN identiques », « Evolutions VN » et « Ajoutés ») a été effectuée (Tableau 39).

Dans cette partie, les résultats sont détaillés pour les 2 familles pour lesquelles une évolution significative de la teneur moyenne en fibres a été identifiée en considérant l'ensemble de l'offre 2015 par rapport à l'ensemble de l'offre 2018, à savoir : **Pizzas jambon fromage** et **Pizzas fromages**.

Pour les familles Assortiments de snacking, Autres sandwiches ainsi que Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson, des évolutions significatives par sous-groupe ont été observées sans entraîner d'évolutions significatives à l'échelle de la famille. Les graphiques de ces familles sont présentés en Annexe 5.

**Tableau 39 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par famille et par sous-groupe au sein du Snacking surgelé étudié.**

Fibres alimentaires (g/100g)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Pizzas jambon fromage	25	2,5	0,6	14	2,2	0,6	37	2,1	0,4	18	2,1	0,6
Pizzas charcuterie	21	2,1	0,5	8	2,0	0,6	10	2,2	0,4	11	2,1	0,4
Pizzas viandes type bolognaise	7	2,7	0,5	2	1,8	0,1	14	2,1	0,5	8	2,2	0,4
Pizzas viandes autres	10	2,5	0,9	1	1,8		7	2,0	0,5	11	2,2	0,5
Pizzas produits de la mer	8	2,3	0,6	8	1,9	0,4	13	2,0	0,5	6	2,1	0,4
Pizzas fromages	35	2,3	0,6	15	1,9	0,6	45	2,2	0,6	35	2,0	0,4
Pizzas type margarita	8	2,1	0,5	3	2,3	0,4	9	2,4	0,6	8	1,9	0,3
Pizzas legumes	5	3,4	1,3	3	2,4	1,0	4	2,7	0,2	12	2,3	0,5
Quiches lorraines	6	1,2	0,7	3	1,4	1,0	15	0,8	0,4	9	1,2	0,6
Tartes avec viande ou poisson	19	1,4	0,5	12	1,6	0,6	19	1,4	0,4	15	1,3	0,4
Tartes aux fromages	7	1,4	0,9	3	1,8	1,0	7	1,0	1,0	4	1,2	0,6
Tartes aux legumes	18	1,8	0,8	10	1,6	0,7	24	1,7	0,8	9	1,9	0,8
Cakes sales avec viande ou poisson	4	1,4	0,2				4	1,4	0,6	3	1,9	0,9
Cakes sales vegetariens	5	1,6	0,2	1	1,1		1	3,0		3	3,4	1,9
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	14	1,2	0,5	11	1,2	0,4	25	1,1	0,3	14	1,8	0,8
Crepes et galettes vegetariennes	10	1,2	0,5	3	1,6	0,6	7	1,1	0,3	6	1,5	1,2
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	37	1,4	0,7	17	1,2	0,4	35	1,3	0,6	24	1,4	1,0
Feuilletes avec escargot	4	1,9	0,4	3	1,8	0,1	1	1,8		3	1,7	0,8
Feuilletes vegetariens	11	1,6	0,9	5	1,4	0,3	14	1,5	1,1	12	2,3	2,0
Croque monsieur				2	2,3	0,7	6	1,4	0,5	6	1,7	0,3
Burgers	10	1,9	0,6	12	1,8	0,6	10	1,9	0,4	19	2,1	1,1
Wraps et kebabs	9	2,5	0,9	2	2,6	0,4	2	2,5	0,3	1	1,9	
Autres sandwichs	3	3,1	0,4	10	2,0	0,5	10	2,0	0,5	12	2,5	0,6
Baguettes et tartines garnies	3	2,1	0,4	3	2,1	0,3	5	2,2	0,2	9	2,2	0,6
Salades	6	2,7	1,1	4	2,2	1,3	3	2,1	0,3	3	2,9	0,6
Aumonieres aperitives	6	3,1	0,6	1	0,9		5	2,1	0,3	4	2,5	0,8
Choux et gougeres	3	1,3	0,1	1	0,7		3	1,8	0,4	5	2,0	1,1
Pains surprises et canapes aperitifs	17	3,2	0,8	5	2,8	0,2	8	3,2	0,6	11	2,3	1,8
Verrines aperitives	4	2,0	0,5	2	2,0	0,8	1	1,6		4	1,6	0,8
Assortiments de snacking	20	2,2	0,9	8	1,4	0,3	11	1,6	0,3	17	1,6	0,7
Autres aperitifs	9	2,6	2,7	5	4,0	2,6	4	3,1	2,9	17	1,7	1,2

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

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

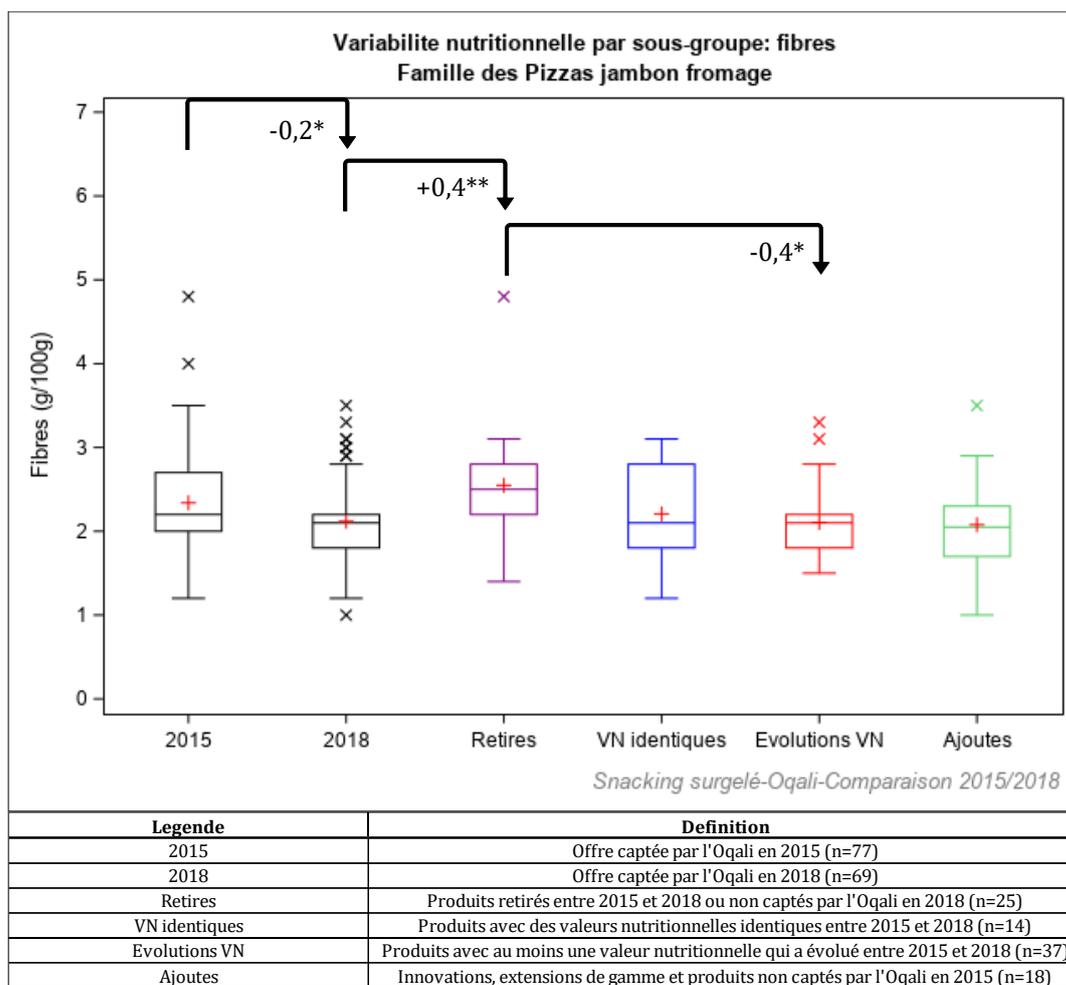
<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

### Pizzas jambon fromage (Figure 50)

Pour rappel, une diminution significative de la teneur moyenne en fibres a été observée entre 2015 et 2018 à l'échelle de la famille : -0,2g/100g (-9% par rapport à la teneur initiale).

**La diminution significative observée à l'échelle de la famille peut s'expliquer en partie par un renouvellement de l'offre.** En effet, les produits « Retirés » (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018) présentent une teneur moyenne en fibres significativement supérieure à celle des produits récoltés en 2018 (+0,4g/100g).



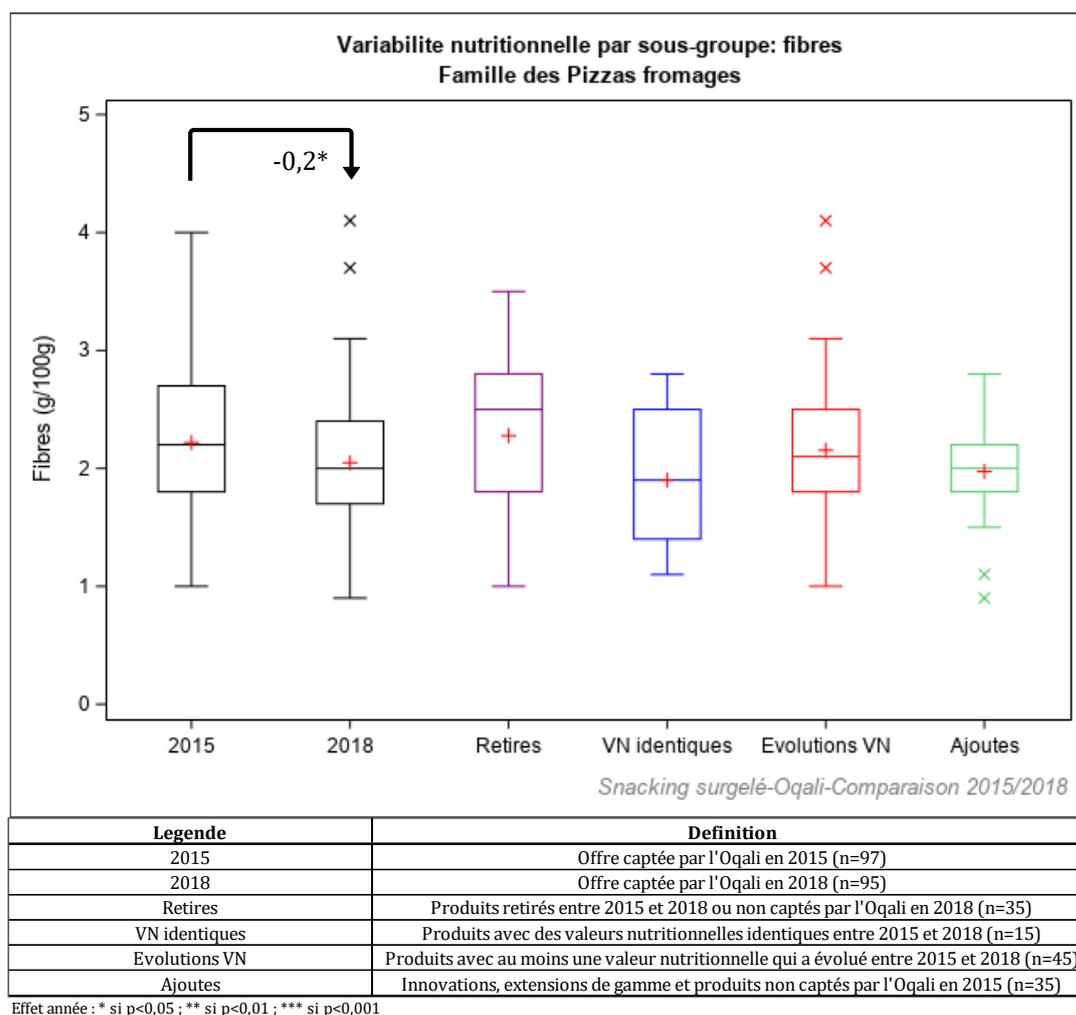
Effet année : \* si  $p < 0,05$  ; \*\* si  $p < 0,01$  ; \*\*\* si  $p < 0,001$

**Figure 50 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille Pizzas jambon fromage étudiée.**

## Pizzas fromages (Figure 51)

Pour rappel, une diminution significative de la teneur moyenne en fibres a été observée entre 2015 et 2018 à l'échelle de la famille (-0,2g/100g soit -8% par rapport à la teneur initiale).

La Figure 51 montre que **la diminution observée à l'échelle de la famille ne s'explique pas de manière significative par un renouvellement de l'offre**. Cependant, les produits « Retirés » présentent une teneur moyenne en fibres supérieure à celle des produits « Ajoutés » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015) et à celle des produits récoltés en 2018.



**Figure 51 : Variabilité des teneurs en fibres (g/100g) par sous-groupe au sein de la famille Pizzas fromages étudiée.**

#### **6.7.4. Evolution des teneurs en fibres par famille et segment de marché**

L'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle par famille et segment de marché permet d'observer si les évolutions mises en évidence sont portées ou non par l'ensemble des segments.

Aucune famille ne présentant d'évolution significative de sa teneur moyenne pour au moins un segment de marché, les tableaux de statistiques sont présentés en Annexe 10.

### 6.7.5. Synthèse des évolutions des teneurs en fibres

Le Tableau 40 reprend, pour chacune des 31 familles du secteur, les évolutions de teneurs moyennes en fibres (en g/100g et en pourcentage), en comparant l'ensemble de l'offre 2015 à l'ensemble de l'offre 2018 tous produits confondus et par segment, puis en distinguant les reformulations des ajouts et retraits de produits (renouvellement de l'offre). Pour les renouvellements de l'offre, seules les évolutions significatives sont présentées (comparaison entre l'ensemble des références de 2015 et les produits « Ajoutés »<sup>40</sup> et entre l'ensemble des produits « Retirés »<sup>41</sup> et l'ensemble des références de 2018 uniquement), de même pour les segments. Les couleurs matérialisent les évolutions significatives : orange pour une augmentation et violet pour une diminution.

**En comparant l'ensemble de l'offre 2015 à celle de 2018, 2 familles parmi les 31 étudiées présentent une évolution significative de leur teneur moyenne en fibres, toutes à la baisse :**

- **Pizzas jambon fromage** : -0,2g/100g soit -9% par rapport à la teneur initiale. Cette évolution significative observée à l'échelle de la famille peut s'expliquer en partie par un renouvellement de l'offre avec le retrait de produits présentant une teneur moyenne en fibres significativement supérieure à celle des produits de 2018 ;

- **Pizzas fromages** : -0,2g/100g soit -8% par rapport à la teneur initiale.

Des reformulations allant dans le sens d'une augmentation des teneurs en fibres sont observées pour la famille Tartes avec viandes ou poissons (+0,1g/100g soit +8%) sans toutefois être suffisamment importantes pour avoir un impact significatif à l'échelle de la famille. Les données disponibles et les échanges avec les professionnels du groupe de travail ne permettent pas d'interpréter ces évolutions liées aux reformulations.

Globalement, les faibles différences observées pour les autres familles peuvent être en partie dues au fait qu'au sein d'une même famille, les évolutions observées ne sont pas toutes allées dans le même sens. En effet, l'étude des produits appariés montre qu'au sein d'une même famille, des reformulations ont été réalisées à la fois dans le sens d'une augmentation des teneurs et dans le sens d'une diminution des teneurs.

---

<sup>40</sup> Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

<sup>41</sup> Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

**Tableau 40 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en fibres, entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié.**

Famille de produits	Fibres alimentaires (g/100g) : Différences entre 2015 et 2018										
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) --> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées <sup>1</sup> --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées <sup>2</sup> vs ensemble des références 2018 --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché		
	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Pizzas jambon fromage	-0,2*	-9%	-0,1	-3%			-0,4**	-17%			
Pizzas charcuterie	-0,1	-3%	-0,03	-1%							
Pizzas viandes type bolognaise	-0,2	-10%	-0,1	-3%							
Pizzas viandes autres	-0,2	-9%	+0,0	+0%							
Pizzas produits de la mer	-0,1	-3%	+0,01	+1%							
Pizzas fromages	-0,2*	-8%	-0,1	-3%							
Pizzas type margarita	-0,1	-5%	+0,01	+0,4%							
Pizzas legumes	-0,5	-17%	+0,04	+2%							
Quiches lorraines	+0,1	+8%	-0,05	-5%							
Tartes avec viande ou poisson	+0,04	+3%	+0,1*	+8%							
Tartes aux fromages	-0,1	-9%	-0,1	-6%							
Tartes aux legumes	+0,03	+2%	+0,0	+0%							
Cakes sales avec viande ou poisson	+0,3	+22%	+0,2	+12%							
Cakes sales vegetariens	+1,2	+68%	+0,0	+0%							
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	+0,1	+12%	-0,03	-2%	+0,6*	+50%					
Crepes et galettes vegetariennes	+0,1	+11%	-0,03	-2%							
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en crouste	-0,1	-5%	-0,04	-3%							
Feuilletes avec escargot	-0,1	-4%	+0,0	+0%							
Feuilletes vegetariens	+0,2	+10%	-0,2	-14%							
Croque monsieur	-0,03	-1%	-0,04	-2%							
Burgers	+0,1	+5%	-0,1	-3%							
Wraps et kebabs	-0,05	-2%	+0,1	+4%							
Autres sandwichs	+0,02	+1%	-0,02	-1%							
Baguettes et tartines garnies	+0,05	+2%	+0,0	+0%							
Salades	-0,02	-1%	+0,0	+0%							
Aumonieres apertives	-0,3	-14%	+0,03	+2%							
Choux et gougeres	+0,5	+37%	+0,2	+15%							
Pains surprises et canapes apertifs	-0,5	-15%	-0,1	-3%							
Verrines apertives	-0,3	-15%	-0,2	-8%							
Assortiments de snacking	-0,3	-15%	-0,01	-1%			-0,6*	-28%			
Autres apertifs	-1,0	-29%	-0,4	-10%							

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées<sup>1</sup> significativement inférieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement inférieures à celles des références retirées<sup>2</sup> (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées<sup>1</sup> significativement supérieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement supérieures à celles des références retirées<sup>2</sup> (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2

DS=distributeurs spécialisés ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

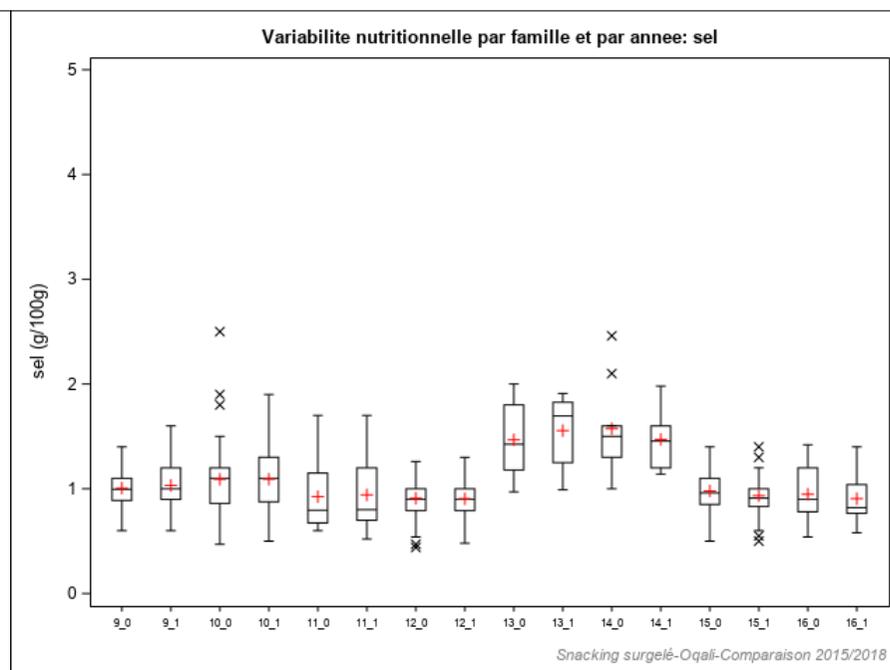
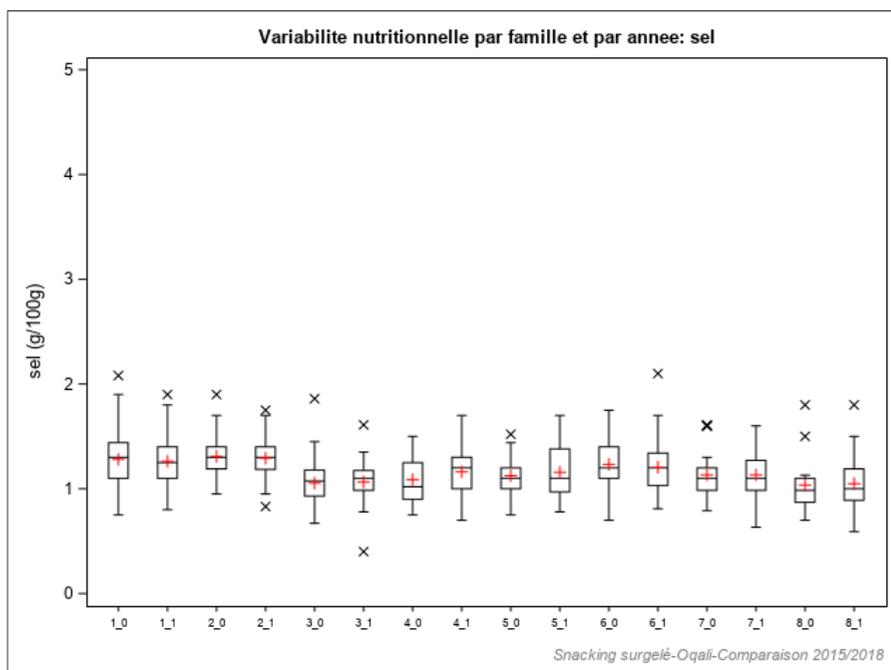
<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

## **6.8. Evolution des teneurs en sel**

### **6.8.1. Evolution des teneurs en sel par famille**

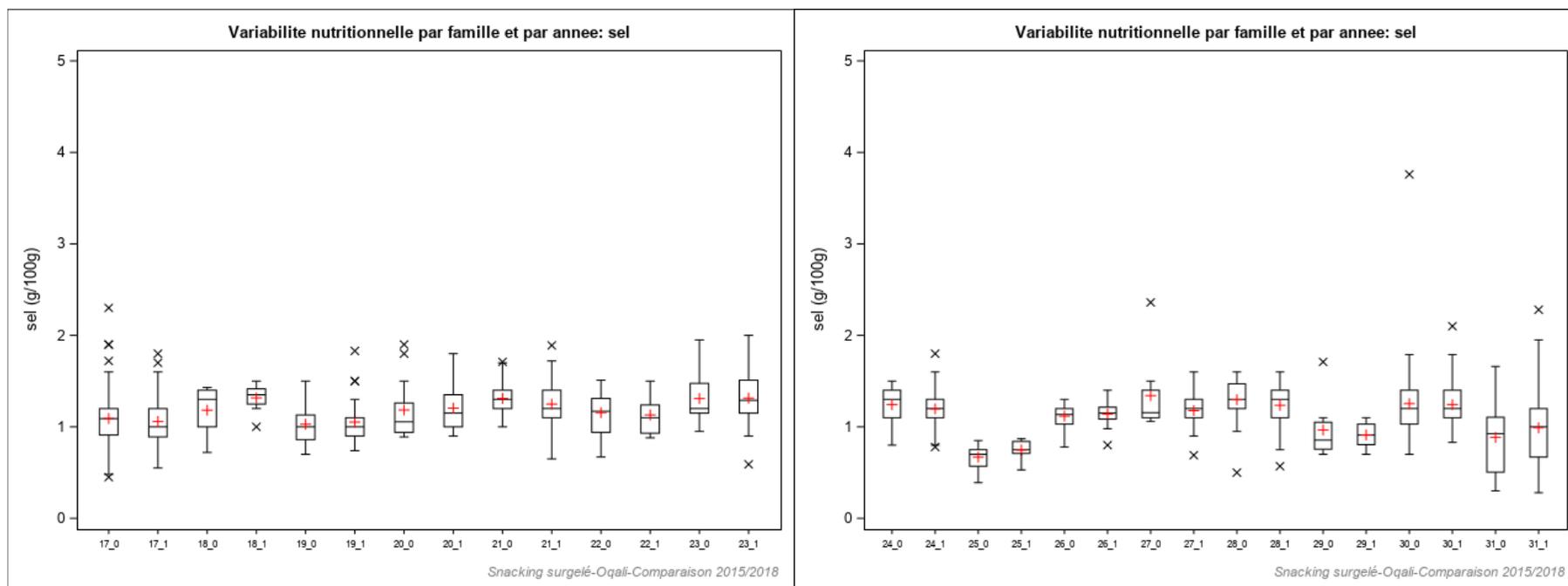
**Parmi les 31 familles étudiées, aucune ne présente d'évolution significative de la teneur moyenne en sel entre 2015 et 2018** (Figure 52, Tableau 41).

En termes de variabilité des teneurs en sel, en 2015, la famille Assortiments de snacking (30) présente une variabilité parmi les plus importantes, variabilité qui diminue entre 2015 et 2018 (notamment dû au retrait d'un produit de 2015 avec une teneur en sel élevée). En 2018, la famille Autres apéritifs (31) présente une variabilité parmi les plus importantes et qui augmente entre 2015 et 2018.



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
	2015	Pizzas jambon fromage (n=86)	9_0	2015	Quiches lorraines (n=32)
	2018	Pizzas jambon fromage (n=83)	9_1	2018	Quiches lorraines (n=33)
	2015	Pizzas charcuterie (n=46)	10_0	2015	Tartes avec viande ou poisson (n=57)
	2018	Pizzas charcuterie (n=44)	10_1	2018	Tartes avec viande ou poisson (n=56)
	2015	Pizzas viandes type bolognaise (n=29)	11_0	2015	Tartes aux fromages (n=20)
	2018	Pizzas viandes type bolognaise (n=32)	11_1	2018	Tartes aux fromages (n=19)
	2015	Pizzas viandes autres (n=20)	12_0	2015	Tartes aux legumes (n=60)
	2018	Pizzas viandes autres (n=31)	12_1	2018	Tartes aux legumes (n=51)
	2015	Pizzas produits de la mer (n=38)	13_0	2015	Cakes sales avec viande ou poisson (n=10)
	2018	Pizzas produits de la mer (n=35)	13_1	2018	Cakes sales avec viande ou poisson (n=8)
	2015	Pizzas fromages (n=115)	14_0	2015	Cakes sales vegetariens (n=9)
	2018	Pizzas fromages (n=123)	14_1	2018	Cakes sales vegetariens (n=6)
	2015	Pizzas type margarita (n=33)	15_0	2015	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=65)
	2018	Pizzas type margarita (n=31)	15_1	2018	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=62)
	2015	Pizzas legumes (n=16)	16_0	2015	Crepes et galettes vegetariennes (n=25)
	2018	Pizzas legumes (n=26)	16_1	2018	Crepes et galettes vegetariennes (n=24)

Effet année : \* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001  
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018  
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
17_0	2015	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en crouste (n=109)	24_0	2015	Baguettes et tartines garnies (n=14)
17_1	2018	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en crouste (n=111)	24_1	2018	Baguettes et tartines garnies (n=29)
18_0	2015	Feuilletes avec escargot (n=9)	25_0	2015	Salades (n=14)
18_1	2018	Feuilletes avec escargot (n=8)	25_1	2018	Salades (n=10)
19_0	2015	Feuilletes vegetariens (n=34)	26_0	2015	Aumonieres aperitives (n=14)
19_1	2018	Feuilletes vegetariens (n=44)	26_1	2018	Aumonieres aperitives (n=12)
20_0	2015	Croque monsieur (n=14)	27_0	2015	Choux et gougeres (n=8)
20_1	2018	Croque monsieur (n=20)	27_1	2018	Choux et gougeres (n=13)
21_0	2015	Burgers (n=40)	28_0	2015	Pains surprises et canapes aperitifs (n=35)
21_1	2018	Burgers (n=59)	28_1	2018	Pains surprises et canapes aperitifs (n=33)
22_0	2015	Wraps et kebabs (n=15)	29_0	2015	Verrines aperitives (n=8)
22_1	2018	Wraps et kebabs (n=5)	29_1	2018	Verrines aperitives (n=8)
23_0	2015	Autres sandwiches (n=24)	30_0	2015	Assortiments de snacking (n=61)
23_1	2018	Autres sandwiches (n=35)	30_1	2018	Assortiments de snacking (n=63)
			31_0	2015	Autres aperitifs (n=20)
			31_1	2018	Autres aperitifs (n=33)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

**Figure 52 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié.**

**Tableau 41 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par famille et par année au sein du Snacking surgelé étudié.**

Sel (g/100g)	2015								2018								Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET	N	Min	Max	Q1	Med	Q3	Moy	ET		
Pizzas jambon fromage	86	0,75	2,08	1,10	1,30	1,44	<b>1,28</b>	0,26	83	0,80	1,90	1,10	1,25	1,40	<b>1,26</b>	0,24	-0,02	-1%
Pizzas charcuterie	46	0,95	1,90	1,19	1,30	1,40	<b>1,31</b>	0,22	44	0,83	1,75	1,19	1,30	1,40	<b>1,29</b>	0,19	-0,02	-1%
Pizzas viandes type bolognaise	29	0,67	1,86	0,93	1,08	1,18	<b>1,05</b>	0,25	32	0,40	1,61	0,99	1,10	1,18	<b>1,06</b>	0,21	+0,01	+1%
Pizzas viandes autres	20	0,75	1,50	0,90	1,02	1,25	<b>1,09</b>	0,22	31	0,70	1,70	1,00	1,20	1,30	<b>1,16</b>	0,20	+0,07	+7%
Pizzas produits de la mer	38	0,75	1,52	1,00	1,10	1,20	<b>1,12</b>	0,18	35	0,78	1,70	0,97	1,10	1,38	<b>1,16</b>	0,23	+0,03	+3%
Pizzas fromages	115	0,70	1,75	1,10	1,20	1,40	<b>1,23</b>	0,21	123	0,81	2,10	1,03	1,20	1,34	<b>1,21</b>	0,21	-0,03	-2%
Pizzas type margarita	33	0,79	1,61	0,99	1,10	1,20	<b>1,13</b>	0,22	31	0,63	1,60	0,99	1,10	1,27	<b>1,13</b>	0,22	+0,0002	+0,02%
Pizzas legumes	16	0,70	1,80	0,87	0,99	1,10	<b>1,04</b>	0,27	26	0,59	1,80	0,89	1,00	1,19	<b>1,05</b>	0,26	+0,01	+1%
Quiches lorraines	32	0,60	1,40	0,89	1,00	1,10	<b>1,01</b>	0,16	33	0,60	1,60	0,90	1,00	1,20	<b>1,03</b>	0,20	+0,02	+2%
Tartes avec viande ou poisson	57	0,47	2,50	0,86	1,10	1,20	<b>1,09</b>	0,35	56	0,50	1,90	0,88	1,10	1,30	<b>1,09</b>	0,28	+0,001	+0,1%
Tartes aux fromages	20	0,60	1,70	0,68	0,80	1,15	<b>0,92</b>	0,35	19	0,52	1,70	0,70	0,80	1,20	<b>0,94</b>	0,35	+0,02	+2%
Tartes aux legumes	60	0,44	1,26	0,79	0,90	1,00	<b>0,91</b>	0,19	51	0,48	1,30	0,79	0,90	1,00	<b>0,90</b>	0,18	-0,004	-0,5%
Cakes sales avec viande ou poisson	10	0,97	2,00	1,18	1,43	1,80	<b>1,47</b>	0,37	8	0,99	1,91	1,25	1,70	1,83	<b>1,56</b>	0,37	+0,09	+6%
Cakes sales vegetariens	9	1,00	2,46	1,30	1,50	1,60	<b>1,57</b>	0,45	6	1,14	1,98	1,20	1,46	1,60	<b>1,47</b>	0,31	-0,10	-6%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	65	0,50	1,40	0,85	0,96	1,10	<b>0,98</b>	0,19	62	0,50	1,40	0,83	0,91	1,00	<b>0,93</b>	0,17	-0,04	-5%
Crepes et galettes vegetariennes	25	0,54	1,42	0,78	0,90	1,20	<b>0,95</b>	0,24	24	0,58	1,40	0,77	0,82	1,04	<b>0,91</b>	0,22	-0,04	-4%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	109	0,45	2,30	0,91	1,09	1,20	<b>1,09</b>	0,27	111	0,55	1,80	0,89	1,00	1,20	<b>1,06</b>	0,23	-0,03	-3%
Feuilletes avec escargot	9	0,72	1,43	1,00	1,30	1,40	<b>1,18</b>	0,28	8	1,00	1,50	1,25	1,35	1,42	<b>1,32</b>	0,16	+0,13	+11%
Feuilletes vegetariens	34	0,70	1,50	0,86	1,00	1,13	<b>1,03</b>	0,20	44	0,74	1,83	0,90	1,00	1,10	<b>1,05</b>	0,21	+0,02	+2%
Croque monsieur	14	0,89	1,90	0,94	1,06	1,26	<b>1,18</b>	0,33	20	0,90	1,80	1,00	1,15	1,35	<b>1,20</b>	0,28	+0,02	+2%
Burgers	40	1,00	1,71	1,20	1,30	1,40	<b>1,31</b>	0,17	59	0,65	1,89	1,10	1,20	1,40	<b>1,25</b>	0,23	-0,06	-5%
Wraps et kebabs	15	0,67	1,51	0,94	1,17	1,31	<b>1,16</b>	0,26	5	0,88	1,50	0,93	1,10	1,24	<b>1,13</b>	0,25	-0,03	-2%
Autres sandwiches	24	0,95	1,95	1,15	1,20	1,48	<b>1,31</b>	0,26	35	0,59	2,00	1,15	1,29	1,51	<b>1,31</b>	0,30	+0,005	+0,3%
Baguettes et tartines garnies	14	0,80	1,50	1,10	1,30	1,40	<b>1,24</b>	0,21	29	0,78	1,80	1,10	1,20	1,30	<b>1,20</b>	0,22	-0,05	-4%
Salades	14	0,39	0,85	0,57	0,70	0,75	<b>0,67</b>	0,13	10	0,53	0,87	0,71	0,75	0,84	<b>0,75</b>	0,11	+0,08	+12%
Aumonieres aperitives	14	0,78	1,30	1,03	1,14	1,20	<b>1,12</b>	0,14	12	0,80	1,40	1,09	1,15	1,22	<b>1,14</b>	0,15	+0,02	+2%
Choux et gougeres	8	1,06	2,36	1,10	1,16	1,40	<b>1,34</b>	0,44	13	0,69	1,60	1,10	1,20	1,30	<b>1,18</b>	0,23	-0,16	-12%
Pains surprises et canapes aperitifs	35	0,50	1,60	1,20	1,30	1,47	<b>1,30</b>	0,22	33	0,57	1,60	1,10	1,30	1,40	<b>1,24</b>	0,24	-0,06	-5%
Verrines aperitives	8	0,70	1,71	0,76	0,86	1,05	<b>0,97</b>	0,33	8	0,70	1,10	0,81	0,91	1,03	<b>0,91</b>	0,14	-0,05	-6%
Assortiments de snacking	61	0,70	3,76	1,03	1,20	1,40	<b>1,25</b>	0,40	63	0,83	2,10	1,10	1,20	1,40	<b>1,24</b>	0,23	-0,01	-1%
Autres aperitifs	20	0,30	1,66	0,51	0,93	1,11	<b>0,88</b>	0,38	33	0,28	2,28	0,67	1,00	1,20	<b>0,99</b>	0,44	+0,10	+12%

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
 Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
 Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

## 6.8.2. Evolution des teneurs en sel par famille, pour les produits appariés (reformulations)

Afin d'identifier si des reformulations ont eu lieu, un sous-ensemble de l'offre est étudié ici : les produits présents à la fois en 2015 et en 2018, regroupés sous le terme de produits appariés. Ces produits comprennent des références avec et sans évolution de valeurs nutritionnelles.

### 6.8.2.1. Evolution des teneurs en sel des produits appariés à l'échelle des familles

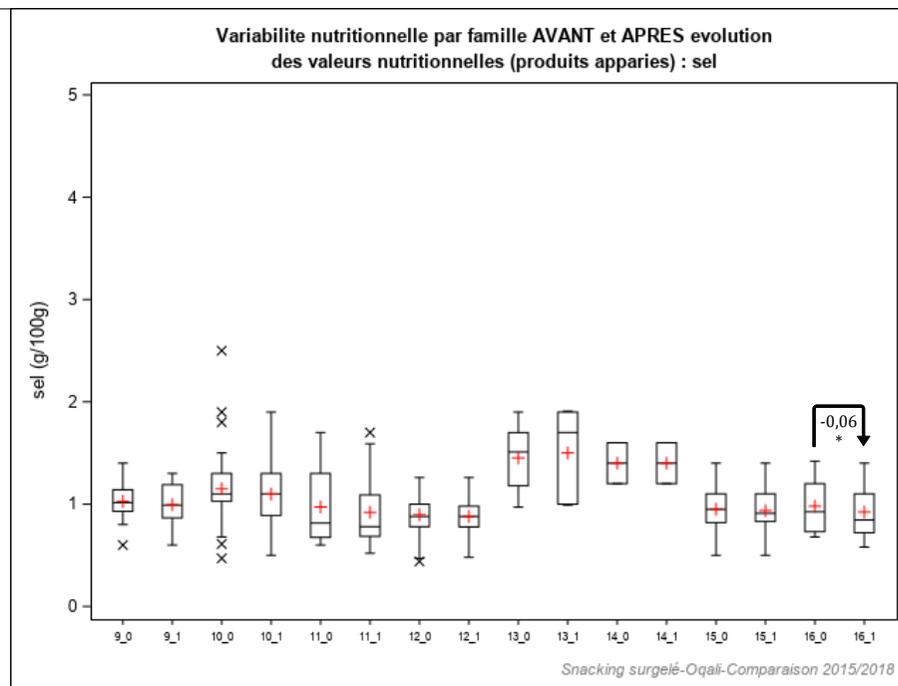
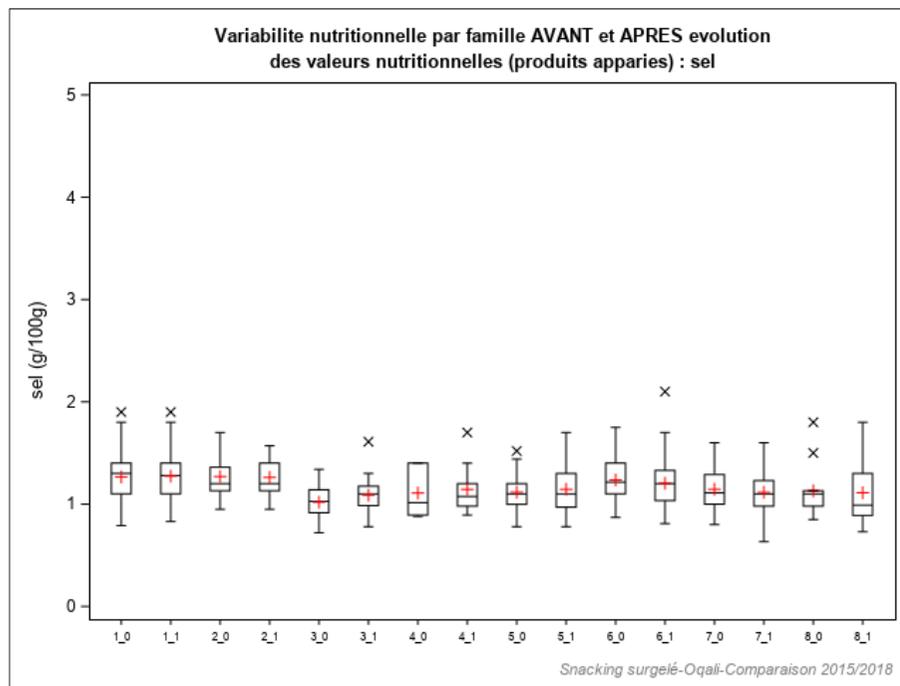
Parmi les 31 familles étudiées, 2 présentent une évolution significative de leur teneur moyenne en sel pour les produits appariés, 1 à la baisse, 1 à la hausse (Figure 53, Tableau 42). Il s'agit des familles :

- **Crêpes et galettes végétariennes** (16) : -0,06g/100g soit -6% par rapport à la teneur initiale ;
- **Autres sandwiches** (23) : +0,02g/100g soit +1%.

Ces évolutions portant sur les produits appariés sont le signe de reformulations. Pour la famille Crêpes et galettes végétariennes, l'étude des distributions des teneurs en sel montre un nombre plus important de produits dans la tranche inférieure des teneurs en sel : diminution des valeurs des 1<sup>ers</sup> et 3<sup>es</sup> quartiles<sup>42</sup> ainsi que de la médiane (Figure 53). Pour la famille Autres sandwiches, l'étude des distributions des teneurs en sel indique un nombre plus important de produits dans la tranche supérieure des teneurs en sel : augmentation de la médiane ainsi que de la valeur minimale et maximale (Figure 53).

---

<sup>42</sup> Le 1<sup>er</sup> quartile correspond à la teneur en dessous de laquelle se situent 25% des observations les plus basses. Le 3<sup>e</sup> quartile correspond à la teneur au-dessus de laquelle se situent 25% des observations les plus hautes.

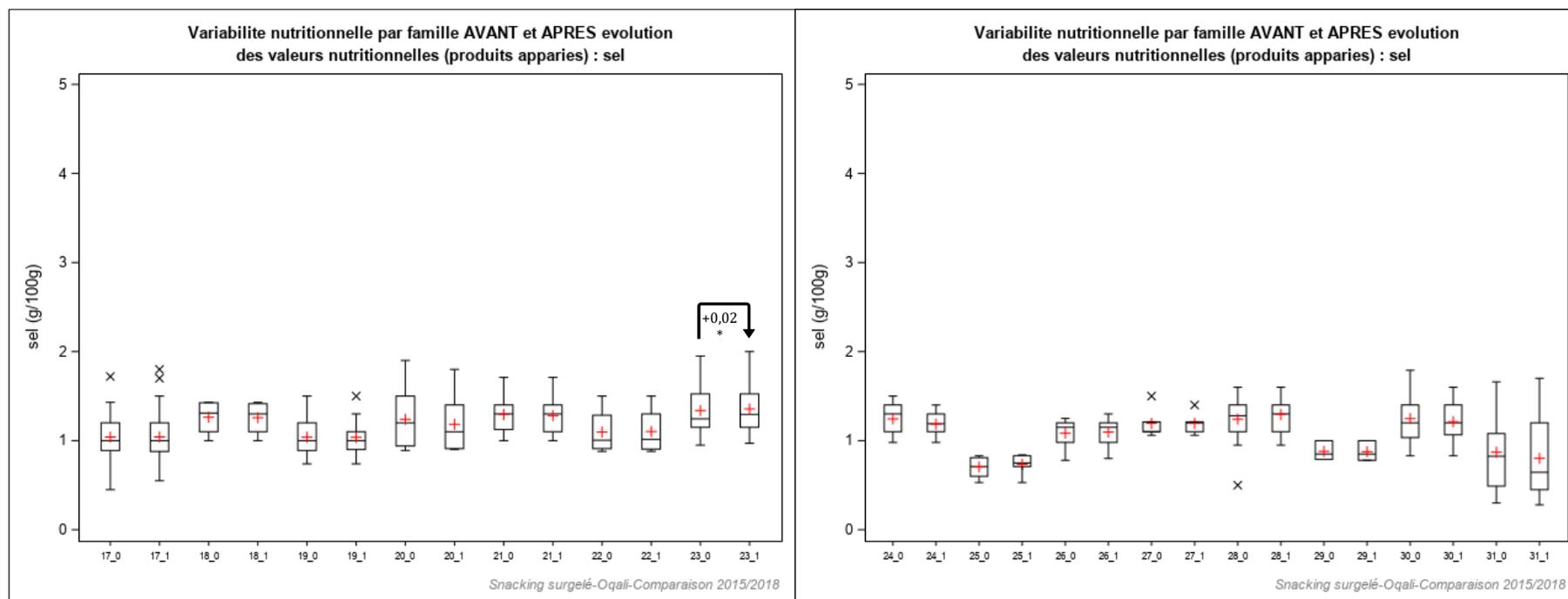


Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille
1_0	2015	Pizzas jambon fromage (n=57)	9_0	2015	Quiches lorraines (n=24)
1_1	2018	Pizzas jambon fromage (n=57)	9_1	2018	Quiches lorraines (n=24)
2_0	2015	Pizzas charcuterie (n=21)	10_0	2015	Tartes avec viande ou poisson (n=37)
2_1	2018	Pizzas charcuterie (n=21)	10_1	2018	Tartes avec viande ou poisson (n=37)
3_0	2015	Pizzas viandes type bolognaise (n=20)	11_0	2015	Tartes aux fromages (n=12)
3_1	2018	Pizzas viandes type bolognaise (n=20)	11_1	2018	Tartes aux fromages (n=12)
4_0	2015	Pizzas viandes autres (n=10)	12_0	2015	Tartes aux legumes (n=39)
4_1	2018	Pizzas viandes autres (n=10)	12_1	2018	Tartes aux legumes (n=39)
5_0	2015	Pizzas produits de la mer (n=27)	13_0	2015	Cakes sales avec viande ou poisson (n=5)
5_1	2018	Pizzas produits de la mer (n=27)	13_1	2018	Cakes sales avec viande ou poisson (n=5)
6_0	2015	Pizzas fromages (n=76)	14_0	2015	Cakes sales vegetariens (n=3)
6_1	2018	Pizzas fromages (n=76)	14_1	2018	Cakes sales vegetariens (n=3)
7_0	2015	Pizzas type margarita (n=19)	15_0	2015	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=45)
7_1	2018	Pizzas type margarita (n=19)	15_1	2018	Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=45)
8_0	2015	Pizzas legumes (n=11)	16_0	2015	Crepes et galettes vegetariennes (n=14)
8_1	2018	Pizzas legumes (n=11)	16_1	2018	Crepes et galettes vegetariennes (n=14)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018



Legende	Annee	Nom famille	Legende	Annee	Nom famille	
	17_0	2015	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=67)	24_0	2015	Baguettes et tartines garnies (n=9)
	17_1	2018	Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=67)	24_1	2018	Baguettes et tartines garnies (n=9)
	18_0	2015	Feuilletes avec escargot (n=4)	25_0	2015	Salades (n=7)
	18_1	2018	Feuilletes avec escargot (n=4)	25_1	2018	Salades (n=7)
	19_0	2015	Feuilletes vegetariens (n=23)	26_0	2015	Aumonieres aperitives (n=6)
	19_1	2018	Feuilletes vegetariens (n=23)	26_1	2018	Aumonieres aperitives (n=6)
	20_0	2015	Croque monsieur (n=11)	27_0	2015	Choux et gougeres (n=5)
	20_1	2018	Croque monsieur (n=11)	27_1	2018	Choux et gougeres (n=5)
	21_0	2015	Burgers (n=28)	28_0	2015	Pains surprises et canapes aperitifs (n=14)
	21_1	2018	Burgers (n=28)	28_1	2018	Pains surprises et canapes aperitifs (n=14)
	22_0	2015	Wraps et kebabs (n=4)	29_0	2015	Verrines aperitives (n=3)
	22_1	2018	Wraps et kebabs (n=4)	29_1	2018	Verrines aperitives (n=3)
	23_0	2015	Autres sandwiches (n=20)	30_0	2015	Assortiments de snacking (n=32)
	23_1	2018	Autres sandwiches (n=20)	30_1	2018	Assortiments de snacking (n=32)
				31_0	2015	Autres aperitifs (n=10)
				31_1	2018	Autres aperitifs (n=10)

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018

**Figure 53 : Variabilité des teneurs en sel (g/100g) par famille et par année au sein des produits appariés du Snacking surgelé étudié.**

**Tableau 42 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par année et par famille de produits pour les produits appariés au sein du Snacking surgelé étudié.**

Sel (g/100g) Produits appariés	Nombre de références appariées	2015		2018		Différence entre 2015 et 2018	Evolution (en %)
		Moy	ET	Moy	ET		
Pizzas jambon fromage	57	1,27	0,24	1,27	0,24	+0,01	+1%
Pizzas charcuterie	21	1,27	0,22	1,26	0,18	-0,01	-1%
Pizzas viandes type bolognaise	20	1,02	0,18	1,09	0,19	+0,07	+7%
Pizzas viandes autres	10	1,11	0,24	1,14	0,25	+0,04	+3%
Pizzas produits de la mer	27	1,12	0,18	1,15	0,23	+0,03	+2%
Pizzas fromages	76	1,24	0,20	1,20	0,22	-0,03	-3%
Pizzas type margarita	19	1,15	0,21	1,12	0,26	-0,03	-3%
Pizzas legumes	11	1,13	0,28	1,11	0,31	-0,02	-2%
Quiches lorraines	24	1,03	0,17	1,00	0,18	-0,03	-3%
Tartes avec viande ou poisson	37	1,15	0,38	1,10	0,31	-0,05	-4%
Tartes aux fromages	12	0,97	0,39	0,92	0,39	-0,05	-5%
Tartes aux legumes	39	0,90	0,20	0,88	0,17	-0,02	-2%
Cakes sales avec viande ou poisson	5	1,45	0,38	1,50	0,47	+0,05	+3%
Cakes sales vegetariens	3	1,40	0,20	1,40	0,20	+0,00	+0%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	45	0,95	0,19	0,94	0,19	-0,01	-1%
Crepes et galettes vegetariennes	14	0,98	0,26	0,92	0,26	-0,06*	-6%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	67	1,04	0,22	1,04	0,23	+0,003	+0,2%
Feuilletes avec escargot	4	1,26	0,20	1,26	0,20	-0,01	-0,4%
Feuilletes vegetariens	23	1,04	0,20	1,04	0,17	-0,001	-0,1%
Croque monsieur	11	1,24	0,35	1,18	0,31	-0,06	-5%
Burgers	28	1,29	0,19	1,28	0,19	-0,01	-1%
Wraps et kebabs	4	1,10	0,28	1,10	0,28	+0,005	+0,5%
Autres sandwiches	20	1,34	0,27	1,36	0,27	+0,02*	+1%
Baguettes et tartines garnies	9	1,24	0,19	1,19	0,16	-0,06	-5%
Salades	7	0,70	0,11	0,73	0,10	+0,03	+4%
Aumonieres aperitives	6	1,09	0,18	1,10	0,18	+0,01	+1%
Choux et gougeres	5	1,19	0,18	1,19	0,13	+0,00	+0%
Pains surprises et canapes aperitifs	14	1,24	0,29	1,29	0,19	+0,05	+4%
Verrines aperitives	3	0,88	0,11	0,88	0,11	-0,003	-0,4%
Assortiments de snacking	32	1,25	0,24	1,21	0,21	-0,03	-3%
Autres aperitifs	10	0,87	0,45	0,80	0,48	-0,07	-8%

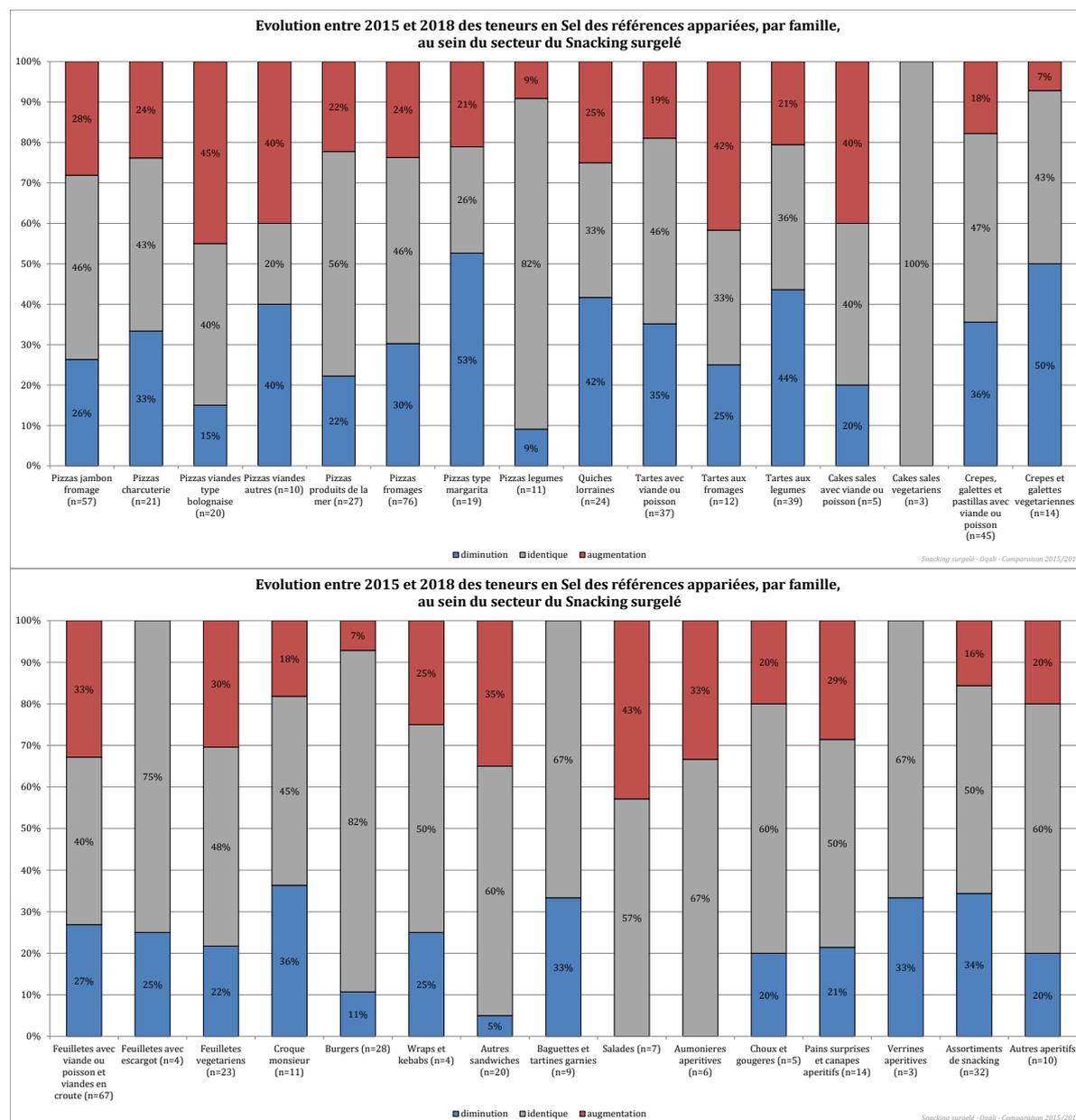
N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

### 6.8.2.2. Caractérisation des évolutions des teneurs en sel des produits appariés

Afin de mieux caractériser les reformulations qui ont pu être réalisées entre 2015 et 2018 sur les produits appariés, la Figure 54 illustre, par famille, le pourcentage de produits présentant une diminution (en bleu), une augmentation (en rouge) ou une teneur en sel identique (en gris).



**Figure 54 : Pourcentages de produits appariés présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sel identique entre 2015 et 2018, par famille, au sein du Snacking surgelé étudié.**

Ces pourcentages de produits appariés présentant une augmentation ou une diminution de la teneur en sel sont également à mettre en relation avec l'ampleur des variations observées (Tableau 43).

**Tableau 43 : Nombre de produits présentant une diminution, une augmentation ou une teneur en sel identique par famille au sein du Snacking surgelé étudié.**

Sel (g/100g) Produits appariés (n=663)	Diminutions de la teneur (n=190)					Teneurs identiques (n=315)	Augmentations de la teneur (n=158)				
	N	Min	Max	Moy	ET		N	Min	Max	Moy	ET
Pizzas jambon fromage (n=57)	15	-0,01	-0,40	-0,14	+0,11	26	16	+0,02	+0,35	+0,15	+0,10
Pizzas charcuterie (n=21)	7	-0,03	-0,20	-0,12	+0,06	9	5	+0,06	+0,27	+0,13	+0,08
Pizzas viandes type bolognaise (n=20)	3	-0,005	-0,32	-0,18	+0,16	8	9	+0,06	+0,40	+0,21	+0,12
Pizzas viandes autres (n=10)	4	-0,10	-0,30	-0,20	+0,08	2	4	+0,07	+0,80	+0,29	+0,35
Pizzas produits de la mer (n=27)	6	-0,02	-0,23	-0,11	+0,08	15	6	+0,05	+0,70	+0,23	+0,24
Pizzas fromages (n=76)	23	-0,01	-0,40	-0,20	+0,13	35	18	+0,01	+0,40	+0,12	+0,11
Pizzas type margarita (n=19)	10	-0,01	-0,19	-0,12	+0,07	5	4	+0,03	+0,30	+0,16	+0,13
Pizzas legumes (n=11)	1	-0,37	-0,37	-0,37		9	1	+0,17	+0,17	+0,17	
Quiches lorraines (n=24)	10	-0,03	-0,32	-0,13	+0,09	8	6	+0,02	+0,31	+0,09	+0,11
Tartes avec viande ou poisson (n=37)	13	-0,01	-1,10	-0,18	+0,29	17	7	+0,01	+0,18	+0,07	+0,08
Tartes aux fromages (n=12)	3	-0,07	-0,78	-0,31	+0,40	4	5	+0,02	+0,12	+0,06	+0,04
Tartes aux legumes (n=39)	17	-0,02	-0,27	-0,11	+0,07	14	8	+0,01	+0,42	+0,16	+0,16
Cakes sales avec viande ou poisson (n=5)	1	-0,19	-0,19	-0,19		2	2	+0,03	+0,40	+0,22	+0,26
Cakes sales vegetariens (n=3)	0					3	0				
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson (n=45)	16	-0,01	-0,19	-0,07	+0,06	21	8	+0,02	+0,11	+0,06	+0,04
Crepes et galettes vegetariennes (n=14)	7	-0,02	-0,22	-0,12	+0,06	6	1	+0,02	+0,02	+0,02	
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute (n=67)	18	-0,01	-0,23	-0,10	+0,08	27	22	+0,002	+0,40	+0,09	+0,09
Feuilletes avec escargot (n=4)	1	-0,02	-0,02	-0,02		3	0				
Feuilletes vegetariens (n=23)	5	-0,02	-0,40	-0,14	+0,16	11	7	+0,03	+0,17	+0,09	+0,05
Croque monsieur (n=11)	4	-0,03	-0,30	-0,18	+0,14	5	2	+0,02	+0,08	+0,05	+0,04
Burgers (n=28)	3	-0,01	-0,23	-0,15	+0,12	23	2	+0,04	+0,05	+0,05	+0,01
Wraps et kebabs (n=4)	1	-0,01	-0,01	-0,01		2	1	+0,03	+0,03	+0,03	
Autres sandwiches (n=20)	1	-0,03	-0,03	-0,03		12	7	+0,02	+0,12	+0,05	+0,04
Baguettes et tartines garnies (n=9)	3	-0,03	-0,30	-0,18	+0,14	6	0				
Salades (n=7)	0					4	3	+0,03	+0,15	+0,07	+0,07
Aumonieres aperitives (n=6)	0					4	2	+0,02	+0,05	+0,04	+0,02
Choux et gougeres (n=5)	1	-0,10	-0,10	-0,10		3	1	+0,10	+0,10	+0,10	
Pains surprises et canapes aperitifs (n=14)	3	-0,10	-0,13	-0,12	+0,02	7	4	+0,02	+0,80	+0,27	+0,36
Verrines aperitives (n=3)	1	-0,01	-0,01	-0,01		2	0				
Assortiments de snacking (n=32)	11	-0,01	-0,40	-0,15	+0,14	16	5	+0,02	+0,30	+0,10	+0,12
Autres aperitifs (n=10)	2	-0,20	-0,65	-0,43	+0,32	6	2	+0,04	+0,12	+0,08	+0,06

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

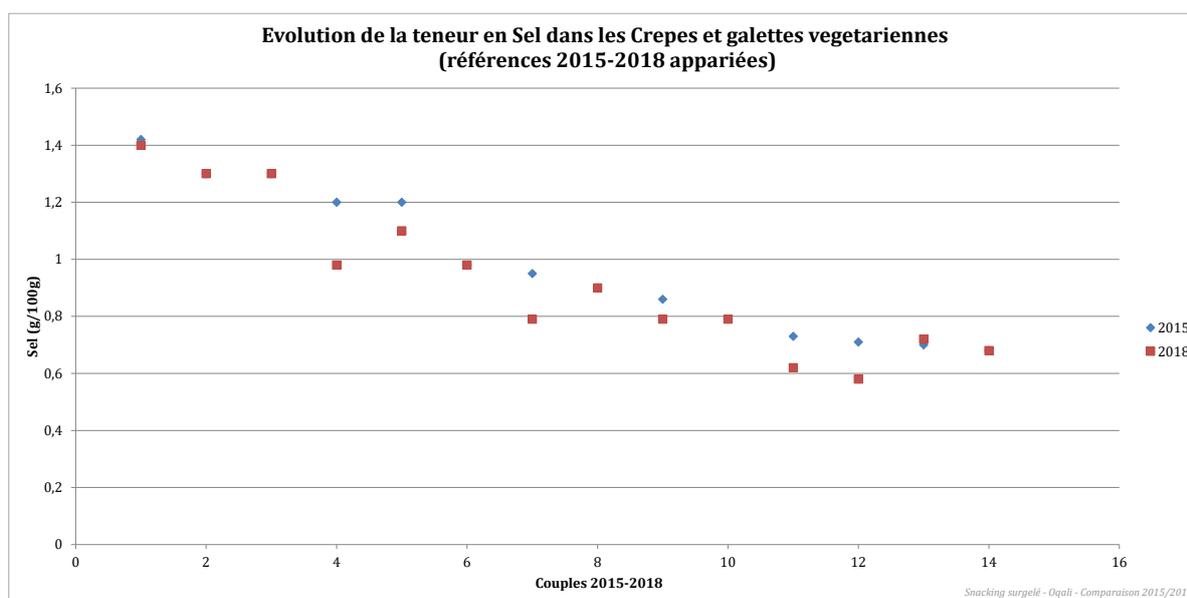
Une part importante des produits appariés entre 2015 et 2018 (n=315) possède une teneur en sel identique, mais des reformulations à la hausse ou à la baisse ont été effectuées entre 2015 et 2018. Cela permet d'expliquer en partie l'absence d'évolution significative observée sur la plupart des familles. Sur l'ensemble du secteur, les diminutions de teneur en sel varient de -0,005g/100g à -1,10/100g et les augmentations varient de +0,002g/100g à +0,80g/100g (Tableau 43). L'ampleur de ces évolutions peut donc être relativement élevée pour certains produits. A noter que les plus faibles variations peuvent par exemple être liées à des différences de résultats d'analyses ou d'arrondis utilisés pour constituer l'étiquetage des produits, et ont alors peu d'impact sur le profil nutritionnel.

### 6.8.2.3. Focus sur les évolutions significatives des teneurs en sel des produits appariés

Pour les 2 familles pour lesquelles une évolution significative a été constatée au niveau des produits appariés, les figures suivantes permettent d'illustrer référence par référence, l'ampleur des éventuelles reformulations effectuées. Pour l'ensemble des couples de références appariées, et en un même point d'abscisse, le losange bleu représente la teneur en sel de la référence en 2015 et le carré rouge la teneur en sel de la référence en 2018 (ceux-ci peuvent être superposés si les teneurs sont identiques). Les couples sont classés par teneurs en sel 2015 décroissantes.

#### **Crêpes et galettes végétariennes (Figure 55)**

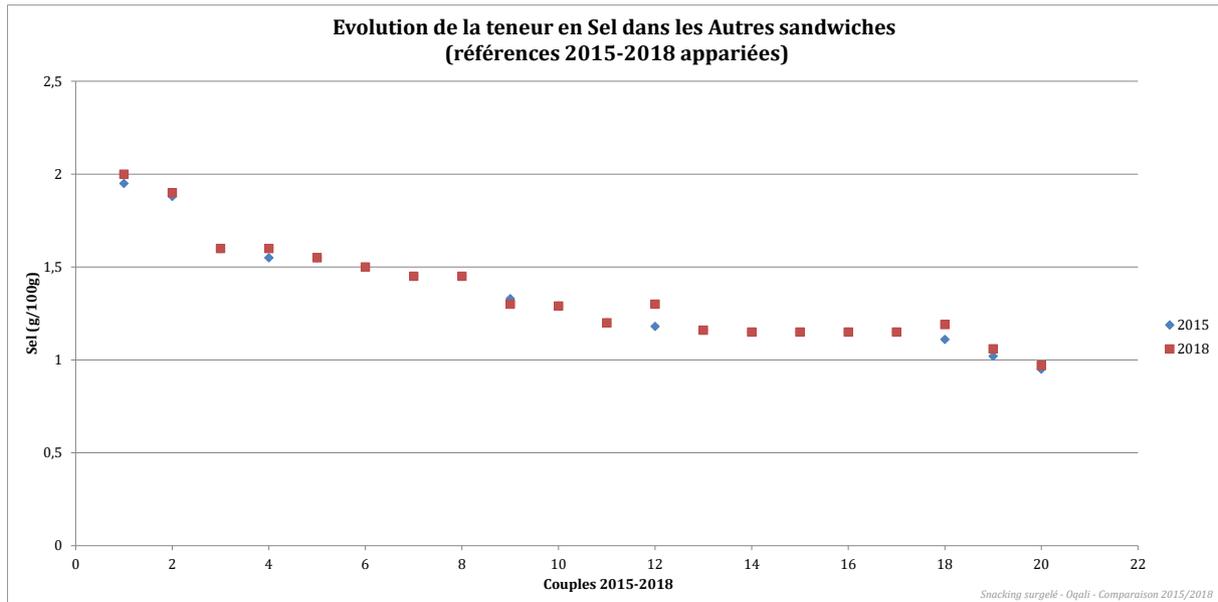
Pour la famille Crêpes et galettes végétariennes, la Figure 54 et le Tableau 43 montrent que la diminution significative de la teneur moyenne en sel observée à l'échelle des produits appariés (-0,06g/100g; -6% par rapport à la teneur initiale), est due aux 50% de produits (n=7) présentant une diminution de leur teneur en sel (allant de -0,02g/100g à -0,22g/100g). L'étude des teneurs référence par référence (Figure 55) indique que les diminutions sont réparties sur l'ensemble des produits. Les données disponibles et les échanges avec les professionnels du groupe de travail ne permettent pas d'interpréter ces évolutions.



**Figure 55 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en sel des produits appariés de la famille Crêpes et galettes végétariennes étudiée.**

### **Autres sandwiches (Figure 56)**

Au sein de la famille Autres sandwiches, la Figure 54 et le Tableau 43 montrent que l'augmentation significative observée à l'échelle des produits appariés (+0,02g/100g ; +1% par rapport à la teneur initiale) est due au 35% de produits (n=7) présentant une augmentation de leur teneur en sel (allant de +0,02g/100g à +0,12g/100g). L'étude des teneurs référence par référence (Figure 56) montre que les augmentations sont réparties sur l'ensemble des produits appariés. Les données disponibles et les échanges avec les professionnels du groupe de travail ne permettent pas d'interpréter ces augmentations.



**Figure 56 : Evolution entre 2015 et 2018, référence par référence, de la teneur en sel des produits appariés de la famille Autres sandwiches étudiée.**

### 6.8.3. Evolution des teneurs en sel par famille et sous-groupe

Afin d'identifier si des renouvellements de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment) expliquent les évolutions observées précédemment, et en complément de l'étude des éventuelles reformulations, une étude de la variabilité nutritionnelle par famille et sous-groupe (« Retirés », « VN identiques », « Evolutions VN » et « Ajoutés ») a été effectuée (Tableau 44).

Pour la famille Pizza jambon fromage, des évolutions significatives par sous-groupe ont été observées sans entraîner d'évolutions significatives à l'échelle de la famille. Le graphique de cette famille est présenté en Annexe 5.

**Tableau 44 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par famille et par sous-groupe au sein du Snacking surgelé étudié.**

Sel (g/100g)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Pizzas jambon fromage	29	1,3	0,3	16	1,4	0,3	42	1,2	0,2	25	1,2	0,2
Pizzas charcuterie	25	1,3	0,2	8	1,2	0,2	14	1,3	0,2	22	1,3	0,2
Pizzas viandes type bolognaise	9	1,1	0,4	4	1,0	0,2	18	1,1	0,2	10	1,0	0,2
Pizzas viandes autres	10	1,1	0,2	1	0,9		9	1,2	0,2	21	1,2	0,2
Pizzas produits de la mer	11	1,1	0,2	10	1,0	0,2	17	1,2	0,2	8	1,2	0,2
Pizzas fromages	39	1,2	0,2	26	1,3	0,2	51	1,2	0,2	46	1,2	0,2
Pizzas type margarita	14	1,1	0,2	3	1,3	0,3	16	1,1	0,2	12	1,2	0,2
Pizzas legumes	5	0,8	0,1	7	1,2	0,3	4	0,9	0,2	15	1,0	0,2
Quiches lorraines	8	0,9	0,1	6	0,9	0,2	18	1,0	0,2	9	1,1	0,2
Tartes avec viande ou poisson	20	1,0	0,3	13	1,2	0,4	24	1,0	0,3	19	1,1	0,2
Tartes aux fromages	8	0,9	0,3	5	1,3	0,4	8	0,7	0,1	6	1,0	0,3
Tartes aux legumes	21	0,9	0,2	13	0,9	0,2	26	0,9	0,1	12	1,0	0,2
Cakes sales avec viande ou poisson	5	1,5	0,4	1	1,9		4	1,4	0,5	3	1,6	0,1
Cakes sales vegetariens	6	1,7	0,5	2	1,4	0,3	1	1,4		3	1,5	0,4
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	20	1,0	0,2	16	1,0	0,2	30	0,9	0,2	16	0,9	0,1
Crepes et galettes vegetariennes	11	0,9	0,2	5	1,1	0,2	9	0,9	0,3	10	0,9	0,2
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	42	1,2	0,3	19	1,0	0,2	48	1,0	0,3	44	1,1	0,2
Feuilletes avec escargot	5	1,1	0,3	3	1,2	0,2	1	1,4		4	1,4	0,1
Feuilletes vegetariens	11	1,0	0,2	7	1,0	0,1	17	1,0	0,2	20	1,1	0,3
Croque monsieur	3	1,0	0,1	3	1,2	0,5	8	1,2	0,2	9	1,2	0,3
Burgers	12	1,4	0,1	17	1,3	0,2	14	1,2	0,1	28	1,2	0,3
Wraps et kebabs	11	1,2	0,3	2	1,2	0,4	2	1,0	0,1	1	1,2	
Autres sandwiches	4	1,2	0,1	10	1,3	0,2	10	1,4	0,3	15	1,3	0,3
Baguettes et tartines garnies	5	1,2	0,3	4	1,2	0,2	5	1,2	0,2	20	1,2	0,2
Salades	7	0,6	0,1	4	0,7	0,1	3	0,8	0,1	3	0,8	0,1
Aumonieres apertives	8	1,1	0,1	1	1,2		5	1,1	0,2	6	1,2	0,1
Choux et gougeres	3	1,6	0,7	1	1,1		4	1,2	0,1	8	1,2	0,3
Pains surprises et canapes apertifs	21	1,3	0,2	6	1,4	0,2	9	1,3	0,2	18	1,2	0,3
Verrines apertives	5	1,0	0,4	2	0,9	0,1	1	0,8		5	0,9	0,2
Assortiments de snacking	29	1,3	0,5	13	1,3	0,2	20	1,2	0,2	30	1,3	0,3
Autres apertifs	10	0,9	0,3	6	0,6	0,2	4	1,1	0,6	23	1,1	0,4

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

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

#### **6.8.4. Evolution des teneurs en sel par famille et segment de marché**

L'étude de l'évolution de la variabilité nutritionnelle par famille et segment de marché permet d'observer si les évolutions mises en évidence sont portées ou non par l'ensemble des segments.

Aucune famille ne présentant d'évolution significative de sa teneur moyenne en sel pour au moins un segment de marché, les tableaux de statistiques sont présentés en Annexe 11.

### 6.8.5. Synthèse des évolutions des teneurs en sel

Le Tableau 45 reprend, pour chacune des 31 familles du secteur, les évolutions de teneurs moyennes en sel (en g/100g et en pourcentage), en comparant l'ensemble de l'offre 2015 à l'ensemble de l'offre 2018 tous produits confondus et par segment, puis en distinguant les reformulations des ajouts et retraits de produits (renouvellement de l'offre). Pour les renouvellements de l'offre, seules les évolutions significatives sont présentées (comparaison entre l'ensemble des références de 2015 et les produits « Ajoutés »<sup>43</sup> et entre l'ensemble des produits « Retirés »<sup>44</sup> et l'ensemble des références de 2018 uniquement), de même pour les segments. Les couleurs matérialisent les évolutions significatives : orange pour une augmentation et violet pour une diminution.

**En comparant l'ensemble de l'offre 2015 à celle de 2018, aucune famille parmi les 31 étudiées ne présente d'évolution significative de sa teneur moyenne en sel.**

Des reformulations sont observées allant dans le sens d'une augmentation ou d'une diminution des teneurs en sel, respectivement pour les familles Autres sandwiches (+0,02g/100g ; +1%) et Crêpes et galettes végétariennes (-0,06g/100g ; -6%) sans toutefois être suffisamment importantes pour avoir un impact significatif à l'échelle de la famille. Les données disponibles et les échanges avec les professionnels du groupe de travail ne permettent pas d'interpréter ces évolutions.

---

<sup>43</sup> Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

<sup>44</sup> Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

**Tableau 45 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel, entre 2015 et 2018, au sein des produits du Snacking surgelé étudié.**

Famille de produits	Sel (g/100g) : Différences entre 2015 et 2018										
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) --> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées <sup>1</sup> --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées <sup>2</sup> vs ensemble des références 2018 --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché		
	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Pizzas jambon fromage	-0,02	-1%	+0,01	+1%							
Pizzas charcuterie	-0,02	-1%	-0,01	-1%							
Pizzas viandes type bolognaise	+0,01	+1%	+0,07	+7%							
Pizzas viandes autres	+0,07	+7%	+0,04	+3%							
Pizzas produits de la mer	+0,03	+3%	+0,03	+2%							
Pizzas fromages	-0,03	-2%	-0,03	-3%							
Pizzas type margarita	+0,0002	+0,02%	-0,03	-3%							
Pizzas legumes	+0,01	+1%	-0,02	-2%							
Quiches lorraines	+0,02	+2%	-0,03	-3%							
Tartes avec viande ou poisson	+0,001	+0,1%	-0,05	-4%							
Tartes aux fromages	+0,02	+2%	-0,05	-5%							
Tartes aux legumes	-0,004	-0,5%	-0,02	-2%							
Cakes sales avec viande ou poisson	+0,09	+6%	+0,05	+3%							
Cakes sales vegetariens	-0,10	-6%	+0,00	+0%							
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	-0,04	-5%	-0,01	-1%							
Crepes et galettes vegetariennes	-0,04	-4%	-0,06*	-6%							
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	-0,03	-3%	+0,003	+0,2%							
Feuilletes avec escargot	+0,13	+11%	-0,005	-0,4%							
Feuilletes vegetariens	+0,02	+2%	-0,001	-0,1%							
Croque monsieur	+0,02	+2%	-0,06	-5%							
Burgers	-0,06	-5%	-0,01	-1%							
Wraps et kebabs	-0,03	-2%	+0,01	+0,5%							
Autres sandwichs	+0,005	+0,3%	+0,02*	+1%							
Baguettes et tartines garnies	-0,05	-4%	-0,06	-5%							
Salades	+0,08	+12%	+0,03	+4%							
Aumonieres apertives	+0,02	+2%	+0,01	+1%							
Choux et gougeres	-0,16	-12%	-0,00	-0%							
Pains surprises et canapes apertifs	-0,06	-5%	+0,05	+4%							
Verrines apertives	-0,05	-6%	-0,003	-0,4%							
Assortiments de snacking	-0,01	-1%	-0,03	-3%							
Autres apertifs	+0,10	+12%	-0,07	-8%							

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées<sup>1</sup> significativement inférieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement inférieures à celles des références retirées<sup>2</sup> (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées<sup>1</sup> significativement supérieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement supérieures à celles des références retirées<sup>2</sup> (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2  
DS=distributeurs spécialisés ; MN=marques nationales ; MD=marques de distributeurs ; MDD=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount  
<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)  
<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

## 6.9. Synthèse de l'évolution des valeurs nutritionnelles étiquetées

Entre 2015 et 2018, l'étude des évolutions de compositions nutritionnelles moyennes par famille sans pondération par les parts de marché met en évidence un nombre limité d'évolutions significatives :

- Pour les **matières grasses**, augmentations significatives pour 2 familles sur les 31 étudiées ;
- Pour les **acides gras saturés**, augmentations significatives pour 4 familles sur 31 ;
- Pour les **sucres**, diminutions significatives pour 2 familles sur 31 ;
- Pour les **fibres**, diminutions significatives pour 2 familles sur 31 ;
- Pour les **protéines et le sel**, aucune évolution significative.

D'une façon générale, les évolutions constatées peuvent s'expliquer en partie par un renouvellement de l'offre (ajout/retrait de produits).

**Concernant les reformulations, des évolutions significatives ont été mises en évidence pour les nutriments suivis (sauf pour les matières grasses et les protéines) sur quelques familles. Ces évolutions significatives à la hausse ou à la baisse, n'entraînent pas d'évolution significative à l'échelle de la famille. L'absence de différence significative pour les autres familles** peut être en partie due au fait qu'au sein d'une même famille, les évolutions ne sont pas toutes allées dans le même sens. En effet, l'étude des produits appariés<sup>45</sup> montre que pour une même famille, des reformulations ont pu être réalisées à la fois dans le sens d'une augmentation et dans le sens d'une diminution des teneurs.

**Concernant le renouvellement de l'offre (ajout/retrait de produits), quelques évolutions significatives ont été mises en évidence :**

- **à la hausse pour les matières grasses (1 famille sur 31) et les acides gras saturés (3 familles sur 31)** : en partie expliquées par des produits « Ajoutés »<sup>46</sup> dont les teneurs moyennes sont significativement supérieures à celles des produits de 2015 et également la plupart du temps, par des produits « Retirés »<sup>47</sup> dont les teneurs moyennes sont significativement inférieures à celles des produits de 2018 ;
- **à la baisse pour les sucres (2 familles sur 31) et les protéines (1 famille)** : expliquées en partie par des produits « Ajoutés » dont les teneurs moyennes sont significativement inférieures à celles des produits de 2015 et/ou par des produits

---

<sup>45</sup> Produits présents à la fois en 2015 et en 2018 sous une forme identique ou modifiée.

<sup>46</sup> Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

<sup>47</sup> Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

« Retirés »<sup>48</sup> dont les teneurs moyennes sont significativement supérieures à celles des produits de 2018 ;

- **pour les fibres : à la baisse (2 familles sur 31)** expliquée par des produits « Retirés »<sup>49</sup> dont les teneurs moyennes sont significativement supérieures à celles des produits de 2018 , ainsi qu'**à la hausse (1 famille sur 31)** expliquée par des produits « Ajoutés »<sup>50</sup> dont les teneurs moyennes sont significativement supérieures à celles de 2015.

**Enfin, quelques évolutions significatives par segment de marché sont également observées pour certaines familles et certains nutriments, allant dans le même sens que les évolutions à l'échelle de la famille :**

- **à la hausse pour les matières grasses (1 famille sur 31) et les acides gras saturés (2 familles sur 31) ;**
- **pour les sucres : à la baisse (2 familles sur 31) et la hausse (1 famille sur 31).**

L'ensemble des évolutions de teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, protéines, fibres et sel entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié, est présenté dans le Tableau 46.

---

<sup>48</sup> Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

<sup>49</sup> Produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018.

<sup>50</sup> Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2015.

**Tableau 46 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, fibres et sel entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié.**

Familie de produits	Différences entre 2015 et 2018 - Données non pondérées par les parts de marché																																							
	Matières grasses (g/100g) : Différences entre 2015 et 2018												Acides gras saturés (g/100g) : Différences entre 2015 et 2018								Sucres (g/100g) : Différences entre 2015 et 2018																			
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)				Produits appariés (références identiques ou modifiées) --> reflet des reformulations				Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées <sup>1</sup> --> reflet d'un renouvellement de l'offre				Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées <sup>2</sup> vs ensemble des références 2018 --> reflet d'un renouvellement de l'offre				Evolutions significatives pour les segments de marché				Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)				Produits appariés (références identiques ou modifiées) --> reflet des reformulations				Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées <sup>1</sup> --> reflet d'un renouvellement de l'offre				Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées <sup>2</sup> vs ensemble des références 2018 --> reflet d'un renouvellement de l'offre				Evolutions significatives pour les segments de marché			
	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)								
Pizzas jambon fromage	+0,2	+3%	+0,1	+1%							+0,4*	+13%	+0,1	+3%	+0,8**	+26%	+0,6*	+23%			-0,6*	-14%	-0,1	-3%	-1,5***	-38%														
Pizzas charcuterie	+0,4	+4%	+0,005	+0,05%							+0,2	+5%	+0,1	+1%							-0,01	-0,2%	-0,3	-7%																
Pizzas viandes type bolognaise	+0,1	+2%	+0,2	+3%							+0,3	+10%	+0,1	+5%							-0,8	-19%	-0,5	-11%																
Pizzas viandes autres	-0,05	-1%	+0,6	+11%							-0,1	-3%	+0,1	+4%							-0,1	-3%	+0,7**	+19%																
Pizzas produits de la mer	+0,3	+3%	+0,1	+1%							+0,4	+13%	+0,2	+8%	+1,3*	+44%					+0,5	+14%	+0,2	+6%																
Pizzas fromages	+0,6*	+6%	+0,01	+0,1%	+1,0*	+10%	+1,2*	-12%	MDD	+1,0**	+10%	+0,4**	+8%	+0,1	+2%	+0,7*	+13%	+0,7*	+14%	MDD	+0,6**	+13%	+0,1	+4%	-0,1	-0,2%														
Pizzas type margarita	-0,4	-4%	+0,02	+0,3%							+0,2	+7%	+0,1	+5%							+0,1	+2%	-0,2	-5%																
Pizzas légumes	-1,0	-11%	-0,1	-1%							-0,4	-11%	-0,1	-3%							+0,4	+11%	-0,1	-3%							MDD	+1,8*	+54%							
Quiches lorraines	+0,4	+3%	-0,1	-1%							+0,7	+11%	+0,2	+2%							-0,01	-0,4%	-0,2	-6%																
Tartes avec viande ou poisson	+0,2	+1%	-0,2	-1%							+0,03	+0,5%	-0,1	-1%							+0,1	+2%	+0,3	+10%																
Tartes aux fromages	-0,5	-3%	+0,1	+0,3%							+0,8	+11%	+0,6*	+8%							+0,03	+1%	+0,1	+3%																
Tartes aux légumes	+0,5	+4%	+0,3	+3%							+0,6	+11%	+0,5*	+8%							-0,3	-9%	-0,1	-5%																
Cakes sales avec viande ou poisson	+0,5	+2%	-0,2	-1%							+0,5	+11%	+0,04	+1%							+0,6	+33%	+0,02	+1%																
Cakes sales végétariens	-0,4	-2%	-0,1	-0%							-0,4	-7%	+0,0	+0%							-0,7	-22%	+0,0	+0%																
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	-0,04	-0,5%	-0,1	-1%							+0,04	+1%	-0,02	-1%							-0,2	-7%	-0,3	-10%																
Crepes et galettes végétariennes	+0,3	+4%	-0,4	-5%							+0,9	+33%	-0,1	-3%							-0,8	-17%	-1,2*	-25%							DS	-2,7**	-46%							
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croust	-0,05	-0,3%	+0,2	+1%							+0,1	+1%	-0,03	-0,3%							-0,1	-2%	-0,1	-4%																
Feuilletes avec escargot	+3,6	+12%	-0,03	-0,1%							+2,5	+13%	+0,03	+0,1%							-0,3	-21%	+0,0	+0%																
Feuilletes végétariens	-0,2	-1%	-0,1	-1%							-0,4	-4%	-0,2	-2%							-0,2	-6%	-0,1	-3%																
Croque monsieur	+1,2	+12%	+0,3	+3%							+0,3	+6%	-0,1	-1%							-0,3	-11%	-0,2	-7%																
Burgers	-0,2	-2%	+0,1	+1%							-0,2	-3%	+0,1	+2%							+0,2	+5%	-0,1	-2%																
Wraps et kebabs	+1,7	+23%	+0,1	+1%							+1,2	+44%	-0,02	-1%							-1,0	-25%	+0,4	+15%																
Autres sandwichs	+0,3	+2%	+0,2	+2%							-0,1	-2%	+0,01	+0,2%							-0,4	-7%	-0,2	-3%																
Baguettes et tartines garnies	+2,3	+25%	+0,1	+1%							+2,4*	+76%	+0,0	+0%					MN	+2,6*	+147%	-0,2	-5%	+0,0	+0%															
Salades	+0,6	+11%	+0,7	+12%							+0,04	+3%	+0,1	+6%							-0,4	-13%	-0,1	-2%																
Aumonieres apertives	+0,3	+2%	+0,03	+0,2%							+2,0	+32%	+1,0	+14%							+0,1	+2%	+0,1	+1%																
Choux et gougeres	-2,2	-9%	-1,1	-5%							-2,2	-15%	+0,7	+5%							-0,5	-34%	-0,3	-30%																
Pains surprises et canapes apertifs	+2,4	+21%	-0,1	-0%							+1,3*	+26%	-0,2	-4%							-2,1***	-33%	-1,1	-17%	-2,9***	-45%	-2,1**	-33%	MDD	-3,0***	-44%									
Verrines apertives	+0,6	+4%	-0,1	-1%							+1,1	+17%	-0,1	-2%							-0,1	-2%	-0,1	-2%																
Assortiments de snacking	+0,3	+2%	-0,4	-3%							-0,2	-2%	-0,4*	-5%							+0,3	+9%	+0,05	+1%																
Autres apertifs	-1,9	-10%	-0,6	-4%							-0,5	-7%	-0,5	-10%							-5,2	-40%	-0,7	-7%																

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées1 significativement inférieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement inférieures à celles des références retirées2 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées1 significativement supérieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement supérieures à celles des références retirées2 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2

DS=distributeurs spécialisés ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

**Différences entre 2015 et 2018 - Données non pondérées par les parts de marché**

Famille de produits	Protéines (g/100g) : Différences entre 2015 et 2018										Fibres alimentaires (g/100g) : Différences entre 2015 et 2018										Sel (g/100g) : Différences entre 2015 et 2018																
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) --> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées* --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées* vs ensemble des références 2018 --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché		Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) --> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées* --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées* vs ensemble des références 2018 --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché		Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)		Produits appariés (références identiques ou modifiées) --> reflet des reformulations		Evolutions significatives par sous-groupe : Ensemble des références 2015 vs références Ajoutées* --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives par sous-groupe : Références retirées* vs ensemble des références 2018 --> reflet d'un renouvellement de l'offre		Evolutions significatives pour les segments de marché								
	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Segment	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)			
Pizzas jambon fromage	+0,3	+3%	+0,1	+1%							-0,2*	-9%	-0,1	-3%							-0,2	-1%	+0,01	+1%													
Pizzas charcuterie	+0,1	+1%	+0,02	+0,2%							-0,1	-3%	-0,03	-1%							-0,2	-1%	-0,01	-1%													
Pizzas viandes type bolognaise	+0,02	+0,2%	+0,1	+1%							-0,2	-10%	-0,1	-3%							+0,01	+1%	+0,07	+7%													
Pizzas viandes autres	-0,02	-0,2%	+0,1	+1%							-0,2	-9%	+0,0	+0%							+0,07	+7%	+0,04	+3%													
Pizzas produits de la mer	-0,3	-3%	+0,1	+1%							-0,1	-3%	+0,01	+1%							+0,03	+3%	+0,03	+2%													
Pizzas fromages	+0,2	+2%	+0,2	+2%							-0,2*	-8%	-0,1	-3%							-0,03	-2%	-0,03	-3%													
Pizzas type margarita	+0,4	+5%	+0,2	+2%							-0,1	-5%	+0,01	+0,4%							+0,0002	+0,02%	-0,03	-3%													
Pizzas legumes	-0,7	-8%	-0,2	-2%							-0,5	-17%	+0,04	+2%							+0,01	+1%	-0,02	-2%													
Quiches lorraines	+0,2	+2%	+0,1	+1%							+0,1	+8%	-0,05	-5%							+0,02	+2%	-0,03	-3%													
Tartes avec viande ou poisson	-0,2	-3%	-0,1	-1%							+0,04	+3%	+0,1*	+8%							+0,001	+0,1%	-0,05	-4%													
Tartes aux fromages	-0,6	-5%	-0,02	-0,1%							-0,1	-9%	-0,1	-6%							+0,02	+2%	-0,05	-5%													
Tartes aux légumes	-0,03	-1%	-0,1	-3%							+0,03	+2%	+0,0	+0%							-0,004	-0,5%	-0,02	-2%													
Cakes sales avec viande ou poisson	-0,4	-3%	+0,2	+1%							+0,3	+22%	+0,2	+12%							+0,09	+6%	+0,05	+3%													
Cakes sales végétariens	+0,5	+5%	-0,1	-1%							+1,2	+68%	+0,0	+0%							-0,10	-6%	+0,00	+0%													
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	+0,001	+0,02%	-0,1	-1%							+0,1	+12%	-0,03	-2%	+0,6*	+50%					-0,04	-5%	-0,01	-1%													
Crepes et galettes végétariennes	+0,3	+6%	+0,1	+1%							+0,1	+11%	-0,03	-2%							-0,04	-4%	-0,06*	-6%													
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croust	+0,01	+0,1%	+0,1	+1%							-0,1	-5%	-0,04	-3%							-0,03	-3%	+0,003	+0,2%													
Feuilletes avec escargot	+0,1	+1%	+0,0	+0%							-0,1	-4%	+0,0	+0%							+0,13	+11%	-0,005	-0,4%													
Feuilletes végétariens	-0,2	-3%	+0,1	+2%							+0,2	+10%	-0,2	-14%							+0,02	+2%	-0,001	-0,1%													
Croque monsieur	+0,8	+8%	+0,4	+4%							-0,03	-1%	-0,04	-2%							+0,02	+2%	-0,06	-5%													
Burgers	-0,2	-2%	-0,1	-1%							+0,1	+5%	-0,1	-3%							-0,06	-5%	-0,01	-1%													
Wraps et kebabs	-0,2	-2%	-0,1	-1%							-0,05	-2%	+0,1	+4%							-0,03	-2%	+0,01	+0,5%													
Autres sandwichs	-0,2	-2%	+0,0	+0%							+0,02	+1%	-0,02	-1%							+0,005	+0,3%	+0,02*	+1%													
Baguettes et tartines garnies	-0,7	-8%	+0,01	+0,1%							+0,05	+2%	+0,0	+0%							-0,05	-4%	-0,06	-5%													
Salades	+0,02	+0,4%	-0,3	-4%							-0,02	-1%	+0,0	+0%							+0,08	+12%	+0,03	+4%													
Aumoniers apertives	+0,5	+5%	+0,0	+0%							-0,3	-14%	+0,03	+2%							+0,02	+2%	+0,01	+1%													
Choux et gougeres	+0,03	+0,2%	+0,3	+2%							+0,5	+37%	+0,2	+15%							-0,16	-12%	-0,00	-0%													
Pains surprises et canapes apertifs	-0,3	-3%	+0,1	+1%							-0,5	-15%	-0,1	-3%							-0,06	-5%	+0,05	+4%													
Verrines apertives	-0,8	-11%	+0,1	+2%							-0,3	-15%	-0,2	-8%							-0,05	-6%	-0,003	-0,4%													
Assortiments de snacking	+0,3	+4%	+0,03	+0,4%							-0,3	-15%	-0,01	-1%							-0,01	-1%	-0,03	-3%													
Autres apertifs	-0,8	-8%	+0,0	+0%							-1,0	-29%	-0,4	-10%							+0,10	+12%	-0,07	-8%													

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées1 significativement inférieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement inférieures à celles des références retirées2 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées1 significativement supérieures à celles de l'ensemble des références 2015/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2018 significativement supérieures à celles des références retirées2 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2  
DS=distributeurs spécialisés ; NM=marques nationales ; MD=marques de distributeurs ; MDDe=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount  
\*produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)  
\*produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

**D'une façon plus précise, les éléments ci-dessous détaillent les évolutions significatives observées pour les familles présentant au moins 1 évolution significative à l'échelle de la famille (4 familles) ou à l'échelle des produits appariés (7 familles), quel que soit le nutriment, soit 11 familles sur les 31 étudiées.**

**La famille Pizzas jambon fromage présente :**

- **Une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés** de +0,4g/100g soit +13% par rapport à la teneur initiale, s'expliquant en partie par **un renouvellement de l'offre (ajout/retrait de produits)** allant dans le sens d'une augmentation des teneurs avec des produits « Ajoutés » dont la teneur moyenne est significativement supérieure à celle des produits de 2015 et à celle des produits « Retirés » ainsi qu'en parallèle, une teneur moyenne pour les produits « Retirés » significativement inférieure à celle des produits de 2018.
- **Une diminution significative de la teneur moyenne en :**
  - **Sucres** : -0,6g/100g soit -14% par rapport à la teneur initiale ;
  - **Fibres** : -0,2g/100g soit -9% par rapport à la teneur initiale ;

Ces diminutions s'expliquent en partie par **un renouvellement de l'offre (ajout/retrait de produits)** allant dans le sens d'une diminution des teneurs avec, pour les sucres, des produits « Ajoutés » dont la teneur moyenne est significativement inférieure à celle des produits de 2015 et pour les fibres, des produits « Retirés » dont la teneur moyenne est significativement supérieure à celle des produits de 2018.

**La famille Pizzas fromages présente :**

- **Une augmentation significative de la teneur moyenne en :**
  - **Matières grasses** : +0,6g/100g soit +6% par rapport à la teneur initiale ;
  - **Acides gras saturés** : +0,4g/100g soit +8% par rapport à la teneur initiale ;

Ces augmentations sont portées principalement par les marques de distributeurs. Elles s'expliquent en partie **par un renouvellement de l'offre (ajout/retrait de produits)** allant dans le sens d'une augmentation des teneurs avec des produits « Ajoutés » dont la teneur moyenne est significativement supérieure à celle des produits de 2015 et des produits « Retirés » dont la teneur moyenne est significativement inférieure à celle des produits de 2018.

- **Une diminution significative de la teneur moyenne en fibres** de -0,2g/100g soit -8% par rapport à la teneur initiale.

**La famille Baguette et tartines garnies présente une augmentation significative de la teneur moyenne en acides gras saturés** de +2,4g/100g soit +76% par rapport à la teneur initiale. Cette augmentation est principalement portée par les marques nationales.

**La famille Pains surprises et canapés apéritifs présente :**

- **Une augmentation significative de la teneur moyenne en :**
  - **Matières grasses** : +2,4g/100g soit +21% par rapport à la teneur initiale ;
  - **Acides gras saturés** : +1,3g/100g soit +26% par rapport à la teneur initiale ;
- **Une diminution significative de la teneur moyenne en sucres** de -2,1g/100g soit -33% par rapport à la teneur initiale. Cette diminution est principalement portée par les marques de distributeurs. Elle s'explique en partie par **un renouvellement de l'offre (ajout/retrait de produits)** allant dans le sens d'une diminution des teneurs avec des produits « Ajoutés » dont la teneur moyenne est significativement inférieure à celle des produits de 2015 et par des produits « Retirés » dont la teneur moyenne est significativement supérieure à celle des produits de 2018.

**Concernant les familles pour lesquelles des évolutions significatives sont observées au sein des produits appariés sans entraîner d'effet significatif à l'échelle de la famille, ces évolutions sont le reflet de reformulations :**

- Pour les **acides gras saturés**, une augmentation significative de la teneur moyenne des produits appariés est observée au sein des familles de **Tartes aux fromages et Tartes aux légumes** (respectivement de +0,6g/100g soit +8% et +0,5g/100g soit +8%). A l'inverse, une diminution significative est observée pour la famille des **Assortiments de snacking** (-0,4g/100g soit -5%) ;
- Pour les **sucres**, une augmentation significative de la teneur moyenne des produits appariés est observée au sein des **Pizzas viandes autres** (+0,7g/100g soit +19%). A l'inverse, une diminution significative est observée pour la famille des **Crêpes et galettes végétariennes** (-1,2g/100g soit -25%), cette diminution est retrouvée de manière significative au sein du segment des distributeurs spécialisés (-2,7g/100g, soit -46%) ;
- Pour les **fibres**, une augmentation significative de la teneur moyenne des produits appariés est observée au sein des **Tartes avec viandes ou poissons** (+0,1g/100g soit +8%). A noter également un renouvellement de l'offre pour la famille **Assortiments de snacking** : les produits « Retirés » présentent une teneur moyenne en fibres significativement inférieure à celle des produits de 2018 (-0,6g/100g soit -28%) ;
- Pour le **sel**, une augmentation significative de la teneur moyenne des produits appariés est observée au sein des **Autres sandwiches** (+0,02g/100g soit +1%). Par ailleurs, une diminution significative est observée pour la famille des **Crêpes et galettes végétariennes** (-0,06g/100g soit -6%).

Enfin, parmi les 20 familles pour lesquelles aucune évolution significative n'est observée ni en comparant l'ensemble de l'offre 2015 à celle de 2018 ni à l'échelle des produits appariés pour les 6 nutriments étudiés, 3 familles présentent une modification ponctuelle de l'offre ou une évolution significative pour un segment de marché pour un ou deux nutriments :

- La famille **Pizzas produits de la mer** présente un renouvellement de l'offre, allant dans le sens d'une augmentation des teneurs pour les acides gras saturés (les produits « Ajoutés » ont une teneur moyenne en acides gras saturés significativement supérieure à celle des produits de 2015 ; +1,3g/100g soit +44%) et à la baisse pour les protéines (les produits « Retirés » ont une teneur moyenne en protéines significativement inférieure à celle des produits de 2018 ; -0,9g/100g soit -9%) ;
- La famille **Pizzas légumes** présente une augmentation significative de la teneur moyenne en sucres pour les marques de distributeurs (+1,8g/100g soit +54%) ;
- La famille **Crêpes, galettes et pastillas avec viande ou poisson** présente un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une augmentation des teneurs pour les fibres (les produits « Ajoutés » ont une teneur moyenne en fibres significativement supérieure à celle des produits de 2015 ; +0,6g/100g soit +50%) ;

## **7. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETÉES PONDÉRÉES PAR LES PARTS DE MARCHÉ**

### **7.1. Méthodologie**

**Ce chapitre présente, à partir des données recueillies sur les emballages des produits et de manière détaillée, l'évolution des teneurs en nutriments d'intérêt (matières grasses, acides gras saturés, sucres, protéines, fibres et sel) pondérées par les parts de marché<sup>51</sup> pour les produits du Snacking surgelé, pour 100g, par famille de produits et par année.**

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

Les mêmes règles utilisées lors de l'étude des données non pondérées concernant les produits n'étiquetant qu'une teneur en sodium et non en sel ont été appliquées pour l'étude des données pondérées par les parts de marché.

**L'objectif de cette étude est d'intégrer le choix des consommateurs (demande) à l'étude de l'évolution de la composition nutritionnelle (offre) afin de donner plus de poids aux produits les plus consommés. Les résultats sont ainsi détaillés au niveau des familles de produits en pondérant les teneurs en nutriments par les parts de marché, pour observer les évolutions de chacune des familles dans leur ensemble en prenant en compte les volumes de vente.**

Des tests statistiques ont été effectués pour l'étude des différences de teneurs moyennes pondérées par les parts de marché entre les 2 années d'étude. Les tests de permutation ont été utilisés (p=5%). Dans les tableaux, les évolutions significatives sont signalées par des étoiles.

Enfin, l'ensemble des résultats obtenus sont à relativiser du fait que tous les produits présentant une donnée de composition pour un nutriment donné n'ont pas nécessairement pu être associés à une part de marché.

---

<sup>51</sup> Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française).

## **7.2. Evolution des valeurs nutritionnelles étiquetées pondérées par les parts de marché**

L'ensemble des évolutions de teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, protéines, fibres et sel pondérées par les parts de marché<sup>52</sup> sont regroupées dans le Tableau 47. Les statistiques descriptives (effectif, moyenne et écart-type) des familles présentes dans le tableau décrit précédemment sont disponibles en Annexe 12.

La pondération des valeurs nutritionnelles par les parts de marché met en évidence un nombre limité d'évolutions significatives (à l'échelle des familles). Toutefois, la quasi-totalité des évolutions significatives observées en pondérant par les parts de marché ne correspondent pas à des évolutions significatives sur les données non pondérées (Tableau 47).

En particulier, des augmentations de teneurs sont observées pour le sel et les protéines en pondérant par les parts de marché (4 familles concernées) alors qu'aucune évolution n'est observée pour l'offre sur les données non pondérées. A noter également que pour le sel, il y a une diminution de la teneur pour une famille, en pondérant par les parts de marché.

---

<sup>52</sup> Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française).

**Tableau 47 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, protéines, fibres et sel pondérées par les parts de marché, entre 2015 et 2018, au sein du Snacking surgelé étudié.**

Différences entre 2015 et 2018 - Données pondérées par les parts de marché <sup>1</sup> Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)												
Famille de produits	Matières grasses (g/100g)		Acides gras saturés (g/100g)		Sucres (g/100g)		Protéines (g/100g)		Fibres (g/100g)		Sel (g/100g)	
	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Pizzas jambon fromage	+0,3	+4%	+0,2	+5%	-0,3	-7%	+0,5**	+5%	-0,1	-6%	-0,03	-3%
Pizzas charcuterie	+0,3	+3%	+0,2	+4%	-0,2	-4%	-0,02	-0,2%	-0,1	-3%	-0,03	-2%
Pizzas viandes type bolognaise	-0,2	-3%	+0,1	+3%	-0,8	-18%	+0,1	+1%	-0,2	-9%	+0,01	+1%
Pizzas viandes autres	+0,2	+3%	-0,1	-5%	+1,4**	+44%	+0,4	+4%	-0,2	-11%	-0,05	-5%
Pizzas produits de la mer	+0,7	+7%	+0,3	+8%	+0,2	+6%	-0,1	-1%	+0,03	+2%	+0,001	+0,1%
Pizzas fromages	+0,3	+3%	+0,3	+5%	-0,1	-3%	+0,1	+1%	-0,1	-4%	-0,07**	-6%
Pizzas type margarita	+0,02	+0,2%	+0,2	+8%	+0,1	+3%	+0,5	+6%	-0,2	-9%	-0,02	-2%
Pizzas legumes	-0,7	-8%	-0,03	-1%	+0,1	+2%	+0,1	+1%	-0,1	-5%	+0,01	+1%
Quiches lorraines	+0,2	+2%	+0,4	+6%	-0,2	-8%	+0,2	+3%	+0,1	+6%	-0,04	-4%
Tartes avec viande ou poisson	-1,0	-8%	-0,6	-10%	+0,3	+11%	+0,3	+4%	-0,01	-1%	+0,03	+3%
Tartes aux fromages	-0,6	-4%	+0,5	+7%	+0,4	+12%	-0,1	-1%	-0,2	-14%	+0,002	+0,3%
Tartes aux legumes	+0,2	+2%	+0,3	+4%	-0,3	-9%	+0,01	+0,2%	-0,03	-2%	+0,004	+0,4%
Cakes sales avec viande ou poisson	+0,9	+5%	+0,2	+4%	+0,7**	+39%	-0,1	-0,4%	+0,7**	+48%	+0,32*	+22%
Cakes sales vegetariens	-3,1*	-15%	-0,02	-0,4%	+0,4	+13%	+0,2	+2%	+1,2**	+73%	-0,18	-12%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	-0,1	-2%	-0,3	-11%	-0,3	-9%	-0,1	-1%	+0,01	+1%	-0,05	-5%
Crepes et galettes vegetariennes	+0,3	+4%	+0,5	+16%	-0,6	-15%	+0,5	+8%	+0,02	+2%	+0,03	+3%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	+0,4	+3%	+0,3	+3%	-0,1	-5%	+0,3	+5%	-0,1	-8%	-0,02	-2%
Feuilletes avec escargot	+3,6	+13%	+2,2	+12%	-0,3	-27%	+0,1	+2%	+0,02	+1%	+0,09	+7%
Feuilletes vegetariens	+0,3	+2%	+0,1	+1%	+0,1	+4%	-0,1	-2%	-0,2	-14%	+0,04	+4%
Croque monsieur	+0,5	+5%	-0,2	-3%	-0,5	-18%	+0,03	+0,3%	-0,1	-5%	-0,02	-2%
Burgers	-0,04	-0,3%	+0,1	+2%	-0,1	-3%	+0,4	+3%	+0,01	+1%	-0,02	-1%
Wraps et kebabs	-0,4	-5%	-0,2	-6%	-0,7	-19%	-0,1	-1%	+0,2	+7%	-0,04	-3%
Autres sandwichs	-0,3	-3%	+0,1	+2%	+0,3	+5%	+0,4	+4%	-0,1	-4%	+0,19**	+14%
Baguettes et tartines garnies	+1,9	+19%	+1,2	+37%	-0,1	-2%	+0,6	+6%	+0,1	+4%	+0,08	+6%
Salades	+1,3	+25%	+0,3	+26%	-0,3	-9%	-0,02	-0,3%	-0,1	-4%	+0,07	+10%
Aumonieres apertives	+2,4*	+15%	+1,0	+14%	-2,0	-35%	+0,2	+2%	-0,8**	-29%	-0,03	-2%
Choux et gougeres	-0,9	-4%	-0,4	-3%	+0,1	+13%	-0,03	-0,2%	+0,02	+2%	-0,07	-6%
Pains surprises et canapes apertifs	-0,5	-4%	-0,4	-8%	-2,8***	-35%	-0,1	-1%	-0,2	-7%	-0,04	-3%
Verrines apertives	-0,6	-4%	-0,4	-5%	-0,3	-5%	+0,3	+5%	-0,3*	-16%	-0,004	-1%
Assortiments de snacking	-0,1	-1%	-0,1	-1%	+0,02	+1%	+0,05	+1%	+0,001	+0,1%	-0,04	-3%
Autres apertifs	+0,01	+0,1%	+1,7	+34%	-1,9	-23%	-0,9	-10%	-0,7	-22%	+0,31**	+40%

Case en violet : différence significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 allant dans le sens des recommandations nutritionnelles (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : différence significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 allant dans le sens contraire des recommandations nutritionnelles (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

**Ainsi sur les 31 familles étudiées, l'étude des valeurs nutritionnelles pondérées par les parts de marché montre pour :**

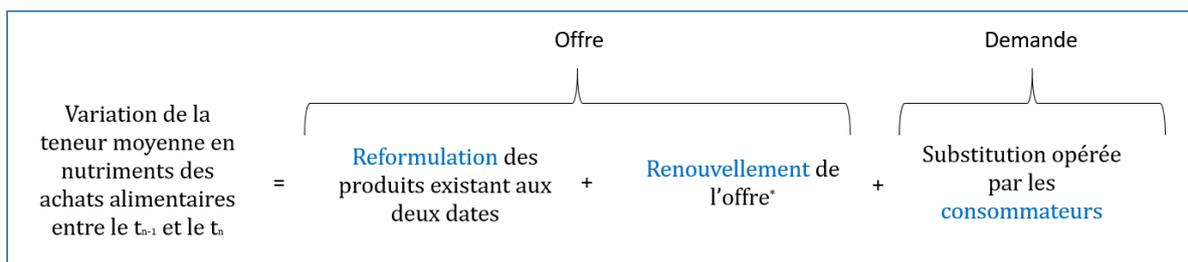
- **Les matières grasses : 2 évolutions significatives à l'échelle de la famille :**
  - **1 à la baisse** pour la famille **Cakes salés végétariens** (-3,1g/100g soit -15% par rapport à la teneur initiale) ;
  - **1 à la hausse** pour la famille **Aumônières apéritives** (+2,4g/100g soit +15%).
- **Les acides gras saturés : aucune évolution significative ;**
- **Les sucres : 3 évolutions significatives à l'échelle de la famille :**
  - **2 à la hausse** pour les familles **Pizzas viandes autres** (+1,4g/100g ; +44%) et **Cakes salés avec viande ou poisson** (+0,7g/100g ; +39%) ;
  - **1 à la baisse** pour la famille **Pains surprises et canapés apéritifs** (-2,8g/100g soit -35%).
- **Les protéines : 1 augmentation significative** pour la famille **Pizzas jambon fromage** (+0,5g/100g ; +5%) ;
- **Les fibres : 4 évolutions significatives à l'échelle de la famille :**
  - **2 à la hausse** pour les familles **Cakes salés avec viande ou poisson** (+0,7g/100g ; +48%) et **Cakes salés végétariens** (+1,2g/100g ; +73%) ;
  - **2 à la baisse** pour les familles **Aumônières apéritives** (-0,8g/100g ; -29%) et **Verrines apéritives** (-0,3g/100g ; -16%).
- **Le sel : 4 évolutions significatives à l'échelle de la famille :**
  - **1 à la baisse** pour la famille **Pizzas fromages** (-0,07g/100g ; -6%) ;
  - **3 à la hausse** pour les familles **Cakes salés avec viande ou poisson** (+0,32g/100g ; +22%), **Autres sandwiches** (+0,19g/100g ; +14%) et **Autres apéritifs** (+0,31g/100g ; +40%).

## 8. CONTRIBUTIONS DE L'OFFRE ET LA DEMANDE A L'EVOLUTION DE LA QUALITE NUTRITIONNELLE

### 8.1. Méthodologie

Cette partie évalue la contribution relative des changements du côté de l'offre (évolution de la qualité nutritionnelle des aliments) et de la demande (changements des comportements de consommation, estimés à partir des données d'achats Kantar – Panel Worldpanel<sup>53</sup>) à l'évolution de la qualité nutritionnelle moyenne du secteur du Snacking surgelé. Le détail de la méthode et de l'algorithme appliqués est décrit dans le rapport de l'étude transversale *Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation - Edition 2019*<sup>54</sup>.

La méthode consiste pour chaque nutriment d'intérêt du secteur (matières grasses, acides gras saturés, sucres, protéines, fibres et sel), à décomposer l'évolution de la teneur moyenne pondérée par les parts de marché entre deux périodes de temps  $t_{n-1}$  et  $t_n$  en trois effets : la reformulation des produits par les industriels, l'apparition/le retrait de références sur le marché (renouvellement de l'offre) et les substitutions opérées par les consommateurs (Figure 57). Les deux premiers effets quantifient l'évolution pouvant être attribuée à l'offre.



\* Le renouvellement de l'offre correspond au retrait/lancement des produits

Figure 57 : Décomposition de l'évolution des teneurs moyennes pondérées en nutriments d'intérêt entre  $t_{n-1}$  et  $t_n$ .

Pour quantifier chacun de ces effets, les produits sont affectés à 3 sous-groupes :

- **les produits retirés ou non captés en 2018 (groupe X) :** ces produits ont été collectés en 2015 mais n'ont pu être reliés à aucun produit collecté en 2018. Il s'agit de produits qui ont été retirés du marché, ou bien de produits toujours existants mais qui n'ont pas pu être captés par l'Oqali en 2018. Pour simplifier la lecture, « produits retirés » désignera ce groupe de produits dans la suite ;

<sup>53</sup> Kantar – Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

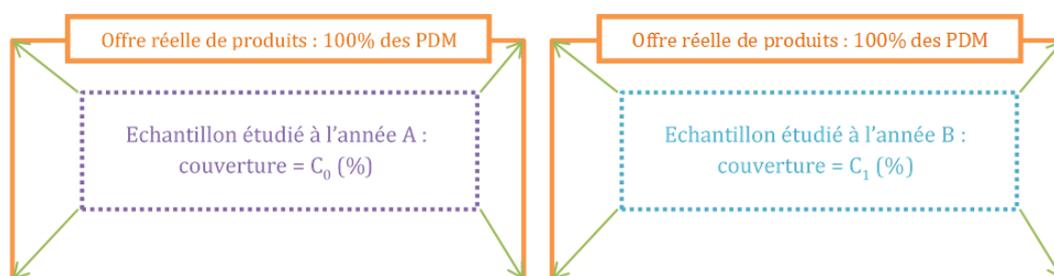
<sup>54</sup> Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation – Oqali – Edition 2019 – [https://www.oqali.fr/content/download/3691/34766/version/1/file/Oqali\\_2019\\_Contributions\\_de\\_l\\_offre\\_et\\_de\\_la\\_demande\\_a\\_l\\_evolution\\_de\\_la\\_qualite\\_de\\_l\\_alimentation.pdf](https://www.oqali.fr/content/download/3691/34766/version/1/file/Oqali_2019_Contributions_de_l_offre_et_de_la_demande_a_l_evolution_de_la_qualite_de_l_alimentation.pdf)

- **les produits appariés (groupe C)** : ces produits sont présents dans la base de données de l'Oqali à la fois en 2015 et 2018. Ils peuvent présenter ou non des évolutions d'emballage ou de composition nutritionnelle entre 2015 et 2018 ;
- **les produits nouveaux ou non captés en 2015 (groupe N)** : ces produits ont été collectés en 2018 mais n'ont pas pu être reliés à un produit collecté en 2015. Il s'agit d'innovations, d'extensions de gamme, ou bien de produits déjà existants mais qui n'avaient pas été captés par l'Oqali en 2015. Pour simplifier la lecture, « produits nouveaux » désignera ce groupe de produits.

L'échantillon pris en compte dans cette partie est appelé dans la suite du rapport « échantillon étudié »<sup>55</sup>.

Pour appliquer la méthode du rapport *Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation*, il est nécessaire que la somme des parts de marché soit égale à 100%, ce qui n'est pas le cas dans nos échantillons. Ainsi, deux méthodes sont proposées pour quantifier l'évolution des teneurs moyennes pondérées : elles se distinguent par l'hypothèse posée concernant la part de marché des produits présents sur le marché (retracé par Kantar–Panel Worldpanel<sup>56</sup>) mais non captés par l'Oqali :

- **la méthode 1** consiste à transformer la part de marché de chaque référence de manière à ce que la somme des parts de marché soit égale à 100%. Les produits non couverts par l'Oqali sont supposés avoir la même évolution que l'échantillon étudié sur la période (Figure 58) ;



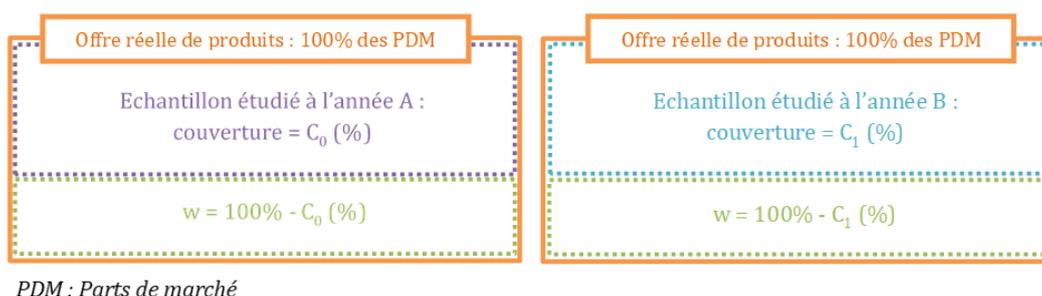
PDM : Parts de marché

**Figure 58 : Illustration de la méthode 1 de transformation des données.**

- **la méthode 2** consiste à « ajouter », à l'échantillon étudié, une référence ayant comme part de marché celle du marché non couvert par l'Oqali. Cette référence est affectée au groupe C et sa composition nutritionnelle est supposée ne pas avoir évolué sur la période (Figure 59). Dans un souci de simplification du rapport les résultats de la méthode 2 seront présentés en Annexe 13.

<sup>55</sup> Il est composé des produits du groupe N et X ayant une part de marché ainsi que des produits du groupe C possédant au moins une part de marché par couple de produits appariés. Au sein d'un couple de produits appariés si l'un des deux produits n'est pas associé à une part de marché, celle-ci est considérée comme nulle.

<sup>56</sup> Kantar – Panel Worldpanel: données d'achats des ménages représentatives de la population française.



PDM : Parts de marché

Figure 59 : Illustration de la méthode 2 de transformation des données.

Ainsi, les effectifs, les moyennes non pondérées et pondérées et les pourcentages présentés par la suite ne sont donc pas comparables à ceux de la partie 5. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES.

## 8.2. Résultats

D'après la méthode 1 utilisée, les produits retirés représentent 19% des volumes de ventes du secteur en 2015 et les produits nouveaux 20% en 2018. Le poids des produits appariés diminue entre les deux années d'étude, passant de 81% des volumes de ventes du secteur en 2015 à 80% en 2018 (Annexe 14).

Le Tableau 48 présente, pour chaque nutriment d'intérêt, les teneurs moyennes pondérées par les parts de marché, en 2015 et 2018, sur le secteur, selon la méthode 1. Les évolutions des teneurs moyennes pondérées en nutriments y sont décomposées selon les contributions respectives des reformulations, du renouvellement des produits sur le marché et des substitutions opérées par les consommateurs.

Tableau 48 : Evolution des moyennes pondérées entre 2015 et 2018 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs selon la méthode 1.

Snacking surgelé	Moyenne pondérée (g/100g)		Evolution des moyennes pondérées	Reformulations	Renouvellement de l'offre	Substitutions
	2015	2018				
Matières grasses	10,4	10,5	+1%	+1%	+2%	-1%
Acides gras saturés	4,9	5,0	+3%	+1%	+3%	-1%
Sucres	3,7	3,6	-4%	-5%	+0,4%	+1%
Protéines	9,2	9,4	+3%	+1%	+1%	+1%
Fibres alimentaires	1,7	1,7	-3%	-1%	-1%	-0,3%
Sel	1,14	1,13	-1%	-2%	+0,05%	+0,3%

Case en bleu foncé : augmentation de la teneur en nutriment  
Case en bleu clair : diminution de la teneur en nutriment

Sur l'ensemble du secteur du Snacking surgelé, entre 2015 et 2018, une augmentation des teneurs moyennes pondérées est constatée pour les matières grasses (+1%), les acides gras saturés (+3%) et les protéines (+3%). A l'inverse, une diminution des teneurs moyennes pondérées est observée pour les sucres (-4%), les fibres (-3%) et le sel (-1%). A noter que ces évolutions restent de faible ampleur.

Pour les **matières grasses et les acides gras saturés**, l'augmentation des teneurs moyennes pondérées est le résultat de reformulations (+1% pour les 2 nutriments) et d'un renouvellement de l'offre (respectivement +2% et +3%). Au contraire, les substitutions réalisées par les consommateurs vont dans le sens d'une diminution des teneurs (-1% pour les 2 nutriments).

Pour les **sucres et le sel**, la diminution des teneurs moyennes pondérées est le résultat de reformulations (respectivement -5% et -2%). Au contraire, le renouvellement de l'offre (respectivement +0,4% et +0,05%) et les substitutions réalisées par les consommateurs vont dans le sens d'une augmentation des teneurs (respectivement +1% et +0,3%).

Pour les **protéines**, l'augmentation des teneurs moyennes pondérées est le résultat de reformulations (+1%), d'un renouvellement de l'offre (+1%) et de substitutions réalisées par les consommateurs (+1%) allant dans le sens d'une augmentation des teneurs.

Pour les **fibres**, la diminution des teneurs moyennes pondérées est le résultat de reformulations (-1%), d'un renouvellement de l'offre (-1%) et de substitutions réalisées par les consommateurs (-0,3%) allant dans le sens d'une diminution des teneurs.

Le détail des effectifs et teneurs moyennes par sous-groupe, à l'échelle des familles, est présenté dans l'Annexe 15.

**A l'échelle du secteur du Snacking surgelé, les teneurs moyennes pondérées en matières grasses, acides gras saturés et protéines augmentent, alors que celles en sucres, fibres et sel diminuent. Les évolutions restent cependant de faible ampleur.**

**Les substitutions réalisées par les consommateurs vont dans le sens inverse des reformulations pour 4 des 6 nutriments étudiés (à l'exception des protéines et des fibres). Le renouvellement de l'offre va dans le sens d'une augmentation des teneurs pour 5 des 6 nutriments étudiés (à l'exception des fibres).**

## **9. TRAITEMENTS SUPPLEMENTAIRES : ETUDE DE LA COMPOSITION NUTRITIONNELLE POUR LA CATEGORIE DES PIZZAS SURGELEES ENTRE 2010 ET 2018**

Pour la catégorie des Pizzas surgelées, l'Oqali dispose de données plus anciennes, collectées en 2010. Ainsi, en complément des éléments présentés précédemment (sur les données de 2015 et de 2018), cette partie a pour objectif de caractériser les évolutions de la composition nutritionnelle (concernant les matières grasses, les acides gras saturés, les sucres, les protéines, les fibres et le sel) entre 2010 et 2018 pour les 8 familles de pizzas uniquement : Pizzas jambon fromage, Pizzas charcuterie, Pizzas viandes type bolognaise, Pizzas viandes autres, Pizzas produits de la mer, Pizzas fromages, Pizzas type margarita ainsi que Pizzas légumes.

### **9.1. Méthodologie**

Cette partie présente, à partir des données recueillies sur l'emballage des produits et par année, la variabilité des teneurs des nutriments d'intérêt pour la catégorie des Pizzas surgelées : matières grasses, acides gras saturés, sucres, protéines, fibres et sel.

Pour les produits n'étiquetant qu'une teneur en sodium et non en sel, la teneur en sodium a été convertie en sel avec un facteur de conversion de 2,5 afin de pouvoir intégrer ces produits à l'étude de la variabilité des teneurs en sel (2010 : n=58 ; 2018 : n=0).

A partir des données 2010 et 2018 de Kantar - Panel Worldpanel<sup>57</sup>, les parts de marché des produits ont pu être calculées en considérant l'ensemble du marché du « Snacking surgelé » et en conservant uniquement les produits de type pizzas surgelées.

En 2010, 214 pizzas surgelées ont été prises en compte, ce qui représente 62% du volume de vente des pizzas surgelées. Les données de 2018 prennent en compte 405 pizzas surgelées, représentant ainsi 87% du volume de vente des pizzas surgelées. A noter que ces couvertures sont à relativiser du fait que certains produits retrouvés sur le marché ne peuvent pas être attribués précisément à une ligne de la base communiquée par Kantar - Panel Worldpanel. A l'inverse, des produits présents dans la base de données Kantar - Panel Worlpanel ne sont pas retrouvés parmi les produits récoltés par l'Oqali. Les couvertures de la catégorie des Pizzas surgelées ainsi calculées sont donc sous-estimées.

Les résultats de cette étude sont détaillés au niveau des familles de produits (Pizzas jambon fromage, Pizzas charcuterie, Pizza viande type bolognaise, Pizzas viandes autres, Pizzas produits de la mer, Pizzas fromages, Pizzas type margarita, Pizzas légumes) afin d'observer les évolutions de ces familles dans leur ensemble.

---

<sup>57</sup> Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

Lorsque des évolutions significatives sont observées à l'échelle de la famille, un tableau supplémentaire détaille les éléments :

- Au niveau des familles de produits, en se plaçant au niveau des produits appariés entre 2010 et 2018, pour préciser si les évolutions de teneurs sont dues au moins en partie à des reformulations de produits préexistants. Les produits appariés correspondent aux références qui étaient dans l'échantillon en 2010, et qui le sont toujours en 2018, sous une forme strictement identique (produits semblables en tous points) ou évoluée (impliquant au moins un changement de l'emballage et/ou de la composition). Plus spécifiquement, pour être intégrés au suivi des valeurs nutritionnelles des produits appariés, ceux-ci doivent non seulement exister sur le marché les 2 années d'étude mais également présenter une teneur pour le nutriment considéré chacune de ces 2 années. Ainsi, pour un nutriment donné, les effectifs de produits appariés suivis sont donc égaux pour 2010 et 2018, mais ils peuvent varier d'un nutriment à l'autre ;
- Au niveau des familles de produits par sous-groupe, afin d'identifier si des renouvellements de l'offre (ajout ou retrait de produits notamment) expliquent les évolutions observées. Six ensembles de produits sont considérés :
  - 2010 : correspondant à l'offre des produits récoltés par l'Oqali en 2010<sup>58</sup> ;
  - 2018 : correspondant à l'offre des produits récoltés par l'Oqali en 2018<sup>59</sup> ;
  - Retirés : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2010 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2010 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018) ;
  - VN identiques : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2010 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que celui des valeurs nutritionnelles, quel que soit le nutriment) ;
  - Evolutions VN : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2010 et en 2018, avec au moins une valeur nutritionnelle ayant évolué entre ces 2 années (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution) ;
  - Ajoutés : correspondant aux produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2010 (innovations ou extensions de gamme : nouvelle recette par exemple, et produits non captés par l'Oqali en 2010).
- Au niveau des familles de produits, par segment de marché pour voir si les évolutions sont portées ou non par tous les segments de marché.

---

<sup>58</sup> Couvrant au minimum 62% du marché total du secteur en volume (ratio des volumes de produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel).

<sup>59</sup> Couvrant au minimum 85% du marché total du secteur en volume (ratio des volumes de produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel).

Des tests statistiques ont été effectués pour l'étude des différences de teneurs moyennes entre les 2 années d'étude. Les tests de permutation ont été utilisés (p=5%). Dans les tableaux, les évolutions significatives sont signalées par des étoiles.

L'Annexe 16 présente les effectifs de produits par famille et segment de marché pour la catégorie des Pizzas surgelées en 2010. L'Annexe 17 présente les effectifs de produits par famille et nutriment étiqueté pour la catégorie des Pizzas surgelées en 2010.

## 9.2. Evolution des teneurs en matières grasses au sein de la catégorie des Pizzas surgelées

En considérant les 8 familles de la catégorie des Pizzas surgelées, l'étude des évolutions de teneurs moyennes en matières grasses par famille (Tableau 49) ne montre **aucune évolution significative entre 2010 et 2018**.

**Tableau 49 : Evolution des teneurs moyennes en matières grasses par famille entre 2010 et 2018 au sein de la catégorie des Pizzas surgelées.**

Famille de produits	Matières grasses : Différences entre 2010 (T0) et 2018 (T2) <i>Ensemble des références - Données non pondérées</i>		
	Teneur moyenne 2018 (T2) (g/100g)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Pizzas jambon fromage	7,3	+0,6	+9%
Pizzas charcuterie	10,2	+0,4	+5%
Pizzas viandes type bolognaise	7,1	-0,8	-10%
Pizzas viandes autres	6,3	-1,0	-14%
Pizzas produits de la mer	9,8	+1,7	+21%
Pizzas fromages	10,7	+0,6	+5%
Pizzas type margarita	8,0	+0,6	+9%
Pizzas legumes	8,0	-0,1	-1%

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Tests statistiques effectués : tests de permutation

### 9.3. Evolution des teneurs en acides gras saturés au sein de la catégorie des Pizzas surgelées

En considérant les 8 familles de la catégorie des Pizzas surgelées, l'étude des évolutions de teneurs moyennes en acides gras saturés par famille (Tableau 50) montre des évolutions significatives de la teneur moyenne pour 2 familles, toutes à la hausse, entre 2010 et 2018. Il s'agit des :

- Pizzas jambon fromage : +0,5g/100g soit +17% par rapport à la teneur initiale ;
- Pizzas fromages : +0,5g/100g soit +10%.

**Tableau 50 : Evolution des teneurs moyennes en acides gras saturés par famille entre 2010 et 2018 au sein de la catégorie des Pizzas surgelées.**

Famille de produits	Acides gras saturés : Différences entre 2010 (T0) et 2018 (T2) <i>Ensemble des références - Données non pondérées</i>		
	Teneur moyenne 2018 (T2) (g/100g)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Pizzas jambon fromage	3,3	+0,5*	+17%
Pizzas charcuterie	4,2	-0,3	-6%
Pizzas viandes type bolognaise	3,0	+0,5	+21%
Pizzas viandes autres	2,6	-1,1	-31%
Pizzas produits de la mer	3,5	+0,6	+21%
Pizzas fromages	5,6	+0,5*	+10%
Pizzas type margarita	3,3	+0,05	+1%
Pizzas legumes	2,9	-0,1	-3%

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Tests statistiques effectués : tests de permutation

Pour les 2 familles présentant une évolution significative de leur teneur moyenne en acides gras saturés entre 2010 et 2018 à l'échelle de la famille, les Tableau 51 et Tableau 52 détaillent l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en acides gras saturés entre 2010 et 2018.

## Pizzas jambon fromage (Tableau 51)

L'augmentation significative observée à l'échelle de la famille (+0,5g/100g soit +17%) est principalement portée par les marques nationales (augmentation significative de +1,2g/100g soit +47%) et s'explique en partie par un renouvellement de l'offre à la hausse : les produits « Ajoutés » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2010) présentent une teneur moyenne en acides gras saturés significativement supérieure à celle des produits récoltés en 2010 (+0,7g/100g soit +24%).

**Tableau 51 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre 2010 et 2018 au sein de la famille des Pizzas jambon fromage.**

Evolutions des teneurs moyennes en Acides gras saturés (g/100g) de la famille Pizzas jambon fromage		Différences entre les moyennes		Données 2010 (T0)			Données 2018 (T2)					
		T0-T2 (8 ans)										
		g/100g	%	N	Moy	ET	N	Moy	ET			
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		+0,5*	+17%	44	2,8	0,7	83	3,3	1,1	
T0-T2 : REFORMULATIONS		Produits appariés T0-T2		+0,3	+10%	24	2,7	0,6	24	3,0	0,5	
T0-T2	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2		+0,7*	+24%	44	2,8	0,7	54	3,4	1,3	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2		+0,4	+15%	20	2,8	0,7	83	3,3	1,1	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2		+0,6	+21%	20	2,8	0,7	54	3,4	1,3	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		DS		-0,2	-6%	5	3,2	0,6	18	3,0	0,9	
		MN		+1,2*	+47%	11	2,6	0,9	22	3,8	1,3	
		MDD		+0,1	+5%	26	2,8	0,6	34	3,0	0,7	
		MDDeg										
		HD		+1,0	+39%	2	2,7	0,1	9	3,7	1,8	

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ; DSbio=distributeurs spécialisés bio

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B /teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B /teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Tests statistiques effectués : tests de permutation

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2

Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées

## Pizzas fromages (Tableau 52)

Bien qu'elles ne soient pas suffisamment importantes pour être significatives, les évolutions à la hausse observées pour les reformulations et le renouvellement de l'offre, tendent à faire augmenter la teneur moyenne en acides gras saturés entre 2010 et 2018 au sein de la famille Pizzas fromages.

**Tableau 52 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en acides gras saturés entre 2010 et 2018 au sein de la famille des Pizzas fromages.**

Evolutions des teneurs moyennes en Acides gras saturés (g/100g) de la famille Pizzas fromages		Différences entre les moyennes		Données 2010 (T0)			Données 2018 (T2)			
		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	
		g/100g	%							
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		34	5,1	1,0	123	5,6	1,2	
T0-T2 : REFORMULATIONS		Produits appariés T0-T2		23	5,3	0,9	23	5,4	0,9	
T0-T2	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2		34	5,1	1,0	92	5,7	1,2	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2		11	4,8	1,1	123	5,6	1,2	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2		11	4,8	1,1	92	5,7	1,2	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		DS		4	5,4	0,6	26	5,9	0,9	
		MN		8	4,8	1,4	24	5,7	1,4	
		MDD		21	5,1	0,8	55	5,5	1,1	
		MDDeg								
		HD		-1,7	-24%	1	6,9		18	5,3

N=Effectif ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type ; MN=marques nationales ; MDD=marques de distributeurs ; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme ; HD=hard discount ;

DSbio=distributeurs spécialisés bio

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Tests statistiques effectués : tests de permutation

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 3 années égal à 1 ou 2

Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées

## 9.4. Evolution des teneurs en sucres au sein de la catégorie des Pizzas surgelées

En considérant les 8 familles de la catégorie des Pizzas surgelées, l'étude des évolutions de teneurs moyennes en sucres par famille (Tableau 53) montre des évolutions significatives de la teneur moyenne pour 2 familles, toutes à la hausse, entre 2010 et 2018. Il s'agit des :

- Pizzas jambon fromage : +0,7g/100g soit +26% par rapport à la teneur initiale ;
- Pizzas charcuterie : +1,0g/100g soit +37%.

**Tableau 53 : Evolution des teneurs moyennes en sucres par famille entre 2010 et 2018 au sein de la catégorie des Pizzas surgelées.**

Famille de produits	Sucres : Différences entre 2010 (T0) et 2018 (T2) <i>Ensemble des références - Données non pondérées</i>		
	Teneur moyenne 2018 (T2) (g/100g)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Pizzas jambon fromage	3,5	+0,7*	+26%
Pizzas charcuterie	3,6	+1,0*	+37%
Pizzas viandes type bolognaise	3,4	+0,5	+19%
Pizzas viandes autres	3,8	+1,1	+39%
Pizzas produits de la mer	4,0	+1,0	+34%
Pizzas fromages	3,7	+0,2	+5%
Pizzas type margarita	3,4	+0,7	+23%
Pizzas legumes	3,7	+1,0	+36%

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Tests statistiques effectués : tests de permutation

Pour ces 2 familles, les Tableau 54 et Tableau 55 détaillent l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sucres entre 2010 et 2018.

## Pizzas jambon fromage (Tableau 54)

L'augmentation significative observée à l'échelle de la famille (+0,7g/100g soit +26%) est principalement portée par les distributeurs spécialisés et les marques de distributeurs (augmentation significative respectivement de +1,6g/100g soit +90% et de +1,1g/100g soit +38%).

**Tableau 54 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre 2010 et 2018 au sein de la famille des Pizzas jambon fromage.**

Evolutions des teneurs moyennes en Sucres (g/100g) de la famille Pizzas jambon fromage		Différences entre les moyennes		Données 2010 (T0)			Données 2018 (T2)			
		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	
		g/100g	%							
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		44	2,8	1,9	83	3,5	1,5	
T0-T2	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2		44	2,8	1,9	54	3,3	1,6	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2		20	2,7	2,0	83	3,5	1,5	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2		20	2,7	2,0	54	3,3	1,6	
SEGMENTS DE MARCHE (tous produits)		DS		5	1,8	2,1	18	3,3	1,1	
		MN		11	3,0	1,9	22	2,8	1,6	
		MDD		26	2,9	1,9	34	4,0	1,6	
		MDDeg								
		HD		2	2,8	0,8	9	3,6	0,8	

N=Effectif; Moy=Moyenne; ET=Ecart-type; MN=marques nationales; MDD=marques de distributeurs; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme; HD=hard discount; DSbio=distributeurs spécialisés bio

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Tests statistiques effectués : test de permutations

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2

Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées

## Pizzas charcuterie (Tableau 55)

Bien qu'elles ne soient pas suffisamment importantes pour être significatives, les évolutions à la hausse observées pour les reformulations et le renouvellement de l'offre tendent à faire augmenter la teneur moyenne en sucres entre 2010 et 2018 au sein de la famille Pizzas charcuterie.

**Tableau 55 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sucres entre 2010 et 2018 au sein de la famille des Pizzas charcuterie.**

Evolutions des teneurs moyennes en Sucres (g/100g) de la famille Pizzas charcuterie		Différences entre les moyennes		Données 2010 (T0)			Données 2018 (T2)			
		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET	
		g/100g	%							
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		13	2,6	1,3	44	3,6	1,4	
T0-T2 : REFORMULATIONS		Produits appariés T0-T2		6	2,8	1,6	6	4,2	1,9	
T0-T2	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2		13	2,6	1,3	35	3,5	1,4	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2		7	2,5	1,2	44	3,6	1,4	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2		7	2,5	1,2	35	3,5	1,4	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		DS		1	0,9		9	2,8	0,8	
		MN		5	2,3	1,2	12	3,1	1,6	
		MDD		7	3,1	1,3	15	4,3	1,4	
		MDDeg								
		HD						8	3,9	0,9

N=Effectif; Moy=Moyenne; ET=Ecart-type; MN=marques nationales; MDD=marques de distributeurs; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme; HD=hard discount; DSbio=distributeurs spécialisés bio

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Tests statistiques effectués : tests de permutation

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2

Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Qqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Qqali sur au moins 1 des 2 années considérées

## 9.5. Evolution des teneurs en protéines au sein de la catégorie des Pizzas surgelées

En considérant les 8 familles de la catégorie des Pizzas surgelées, l'étude des évolutions de teneurs moyennes en protéines par famille (Tableau 56) ne montre **aucune évolution significative entre 2010 et 2018**.

**Tableau 56 : Evolution des teneurs moyennes en protéines par famille entre 2010 et 2018 au sein de la catégorie des Pizzas surgelées.**

Famille de produits	Protéines : Différences entre 2010 (T0) et 2018 (T2) <i>Ensemble des références - Données non pondérées</i>		
	Teneur moyenne 2018 (T2) (g/100g)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Pizzas jambon fromage	9,8	+0,1	+1%
Pizzas charcuterie	9,8	-0,4	-4%
Pizzas viandes type bolognaise	9,7	-0,4	-4%
Pizzas viandes autres	9,9	+0,7	+7%
Pizzas produits de la mer	9,7	-0,6	-6%
Pizzas fromages	10,9	+0,2	+1%
Pizzas type margarita	9,0	+0,3	+3%
Pizzas legumes	7,6	-0,6	-7%

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Tests statistiques effectués : tests de permutation

## 9.6. Evolution des teneurs en fibres au sein de la catégorie des Pizzas surgelées

En considérant les 8 familles de la catégorie des Pizzas surgelées, l'étude des évolutions de teneurs moyennes en fibres par famille (Tableau 57) ne montre **aucune évolution significative entre 2010 et 2018**.

**Tableau 57 : Evolution des teneurs moyennes en fibres par famille entre 2010 et 2018 au sein de la catégorie des Pizzas surgelées.**

Famille de produits	Fibres alimentaires : Différences entre 2010 (T0) et 2018 (T2) <i>Ensemble des références - Données non pondérées</i>		
	Teneur moyenne 2018 (T2) (g/100g)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Pizzas jambon fromage	2,1	-0,02	-1%
Pizzas charcuterie	2,1	+0,2	+8%
Pizzas viandes type bolognaise	2,1	+0,1	+6%
Pizzas viandes autres	2,1	+0,3	+14%
Pizzas produits de la mer	2,0	-0,05	-2%
Pizzas fromages	2,0	-0,1	-6%
Pizzas type margarita	2,2	+0,5	+30%
Pizzas legumes	2,4	+0,1	+5%

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si  $p < 0,05$ ; \*\* si  $p < 0,01$ ; \*\*\* si  $p < 0,001$ )

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si  $p < 0,05$ ; \*\* si  $p < 0,01$ ; \*\*\* si  $p < 0,001$ )

Tests statistiques effectués : tests de permutation

## 9.7. Evolution des teneurs en sel au sein de la catégorie des Pizzas surgelées

En considérant les 8 familles de la catégorie des Pizzas surgelées, l'étude des évolutions de teneurs moyennes en sel par famille (Tableau 58) montre une diminution significative de la teneur moyenne, entre 2010 et 2018 pour la famille Pizzas charcuterie (-0,26g/100g soit -17% par rapport à la teneur initiale).

**Tableau 58 : Evolution des teneurs moyennes en sel par famille entre 2010 et 2018 au sein de la catégorie des Pizzas surgelées.**

Famille de produits	Sel : Différences entre 2010 (T0) et 2018 (T2) <i>Ensemble des références - Données non pondérées</i>		
	Teneur moyenne 2018 (T2) (g/100g)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Pizzas jambon fromage	1,26	-0,02	-2%
Pizzas charcuterie	1,29	-0,26***	-17%
Pizzas viandes type bolognaise	1,06	-0,15	-12%
Pizzas viandes autres	1,16	+0,07	+7%
Pizzas produits de la mer	1,16	-0,04	-3%
Pizzas fromages	1,21	-0,05	-4%
Pizzas type margarita	1,13	-0,05	-4%
Pizzas legumes	1,05	-0,07	-6%

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Tests statistiques effectués : tests de permutation

Le Tableau 59 détaille l'ensemble des évolutions des teneurs moyennes en sel entre 2010 et 2018 pour cette famille.

## Pizzas charcuterie (Tableau 59)

La diminution significative observée à l'échelle de la famille (-0,26g/100g soit -17%) est principalement portée par les marques nationales et les marques de distributeurs (diminution significative respectivement de -0,40g/100g soit -25% et de -0,20g/100g soit -13%). Elle s'explique en partie par un renouvellement de l'offre dans le sens d'une diminution des teneurs : les produits « Ajoutés » (innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2010) présentent une teneur moyenne en sel significativement inférieure à celle des produits récoltés en 2010 et à celle des produits « Retirés » (produits retirés du marché entre 2010 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018) (respectivement -0,25g/100g soit -16% et -0,29g/100g soit -18%) tandis que les produits récoltés en 2018 présentent une teneur moyenne en sel significativement inférieure à celle des produits « Retirés » (-0,30g/100g soit -19%).

**Tableau 59 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en sel entre 2010 et 2018 au sein de la famille des Pizzas charcuterie.**

Evolutions des teneurs moyennes en Sel (g/100g) de la famille Pizzas charcuterie		Différences entre les moyennes		Données 2010 (T0)			Données 2018 (T2)					
		T0-T2 (8 ans)		N	Moy	ET	N	Moy	ET			
		g/100g	%									
TOUS PRODUITS		Ensemble de l'offre		-0,26***	-17%	15	1,55	0,23	44	1,29	0,19	
T0-T2 : REFORMULATIONS		Produits appariés T0-T2		-0,26	-17%	7	1,50	0,18	7	1,25	0,18	
T0-T2	RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre T0 vs références Ajoutées T0-T2		-0,25**	-16%	15	1,55	0,23	35	1,30	0,19	
		Références Retirées T0-T2 vs Offre T2		-0,30**	-19%	8	1,59	0,27	44	1,29	0,19	
		Références Retirées T0-T2 vs Ajoutées T0-T2		-0,29**	-18%	8	1,59	0,27	35	1,30	0,19	
SEGMENTS DE MARCHÉ (tous produits)		DS		-0,16	-11%	3	1,47	0,32	9	1,31	0,18	
		MN		-0,40**	-25%	5	1,62	0,24	12	1,22	0,19	
		MDD		-0,20*	-13%	7	1,53	0,21	15	1,33	0,17	
		MDDeg										
		HD							8	1,30	0,24	

N=Effectif; Moy=Moyenne; ET=Ecart-type; MN=marques nationales; MDD=marques de distributeurs; MDDeg=marques de distributeurs entrée de gamme; HD=hard discount; DSbio=distributeurs spécialisés bio

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement inférieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles de l'ensemble des références de l'année A/teneurs moyennes de l'ensemble des références de l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B/teneurs moyennes des références ajoutées entre l'année A et l'année B significativement supérieures à celles des références retirées entre l'année A et l'année B (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Tests statistiques effectués : tests de permutation

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2

Case vide : aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali l'année considérée / delta non calculé car aucun produit collecté dans l'échantillon Oqali sur au moins 1 des 2 années considérées

## 9.8. Synthèse de l'évolution des valeurs nutritionnelles pour la catégorie des Pizzas surgelées

L'étude des évolutions de compositions nutritionnelles par famille pour la catégorie des Pizzas surgelées entre 2010 et 2018 (Tableau 60) met en évidence :

- Pour les **matières grasses, protéines et fibres** : aucune évolution significative ;
- Pour les **acides gras saturés** : augmentation significative de la teneur moyenne entre 2010 et 2018 pour 2 familles sur 8 (Pizzas jambon fromage : +0,5g/100g soit +17% ; Pizzas fromages : +0,5g/100g soit +10%). Pour les Pizzas jambon fromage, cette augmentation significative est principalement portée par les marques nationales et s'explique en partie par un renouvellement de l'offre ;
- Pour les **sucres** : augmentation significative de la teneur moyenne entre 2010 et 2018 pour 2 familles sur 8 (Pizzas jambon fromage : +0,7g/100g soit +26% ; Pizzas charcuterie : +1,0g/100g soit +37%). Pour les Pizzas jambon fromage, cette augmentation significative est principalement portée par les distributeurs spécialisés et les marques nationales ;
- Pour le **sel** : diminution significative de la teneur moyenne entre 2010 et 2018, pour les Pizzas charcuterie (-0,26g/100g soit -17%). Cette diminution significative est principalement portée par les marques nationales et les marques de distributeurs. Elle s'explique en partie par un renouvellement de l'offre.

**Tableau 60 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, protéines, fibres et sel entre 2010 et 2018, au sein de la catégorie des Pizzas surgelées étudiées.**

Evolutions des teneurs moyennes par famille entre 2010 (T0) et 2018 (T2)	Matières grasses (g/100g)			Acides gras saturés (g/100g)			Sucres (g/100g)			Protéines (g/100g)			Fibres alimentaires (g/100g)			Sel (g/100g)		
	Teneur moyenne 2018 (T2) (g/100g)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Teneur moyenne 2018 (T2) (g/100g)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Teneur moyenne 2018 (T2) (g/100g)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Teneur moyenne 2018 (T2) (g/100g)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Teneur moyenne 2018 (T2) (g/100g)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)	Teneur moyenne 2018 (T2) (g/100g)	Différence de moyennes (g/100g)	Evolution des moyennes (%)
Ensemble des références Données non pondérées																		
Pizzas jambon fromage	7,3	+0,6	+9%	3,3	+0,5*	+17%	3,5	+0,7*	+26%	9,8	+0,1	+1%	2,1	-0,02	-1%	1,26	-0,02	-2%
Pizzas charcuterie	10,2	+0,4	+5%	4,2	-0,3	-6%	3,6	+1,0*	+37%	9,8	-0,4	-4%	2,1	+0,2	+8%	1,29	-0,26***	-17%
Pizzas viandes type bolognaise	7,1	-0,8	-10%	3,0	+0,5	+21%	3,4	+0,5	+19%	9,7	-0,4	-4%	2,1	+0,1	+6%	1,06	-0,15	-12%
Pizzas viandes autres	6,3	-1,0	-14%	2,6	-1,1	-31%	3,8	+1,1	+39%	9,9	+0,7	+7%	2,1	+0,3	+14%	1,16	+0,07	+7%
Pizzas produits de la mer	9,8	+1,7	+21%	3,5	+0,6	+21%	4,0	+1,0	+34%	9,7	-0,6	-6%	2,0	-0,05	-2%	1,16	-0,04	-3%
Pizzas fromages	10,7	+0,6	+5%	5,6	+0,5*	+10%	3,7	+0,2	+5%	10,9	+0,2	+1%	2,0	-0,1	-6%	1,21	-0,05	-4%
Pizzas type margarita	8,0	+0,6	+9%	3,3	+0,05	+1%	3,4	+0,7	+23%	9,0	+0,3	+3%	2,2	+0,5	+30%	1,13	-0,05	-4%
Pizzas legumes	8,0	-0,1	-1%	2,9	-0,1	-3%	3,7	+1,0	+36%	7,6	-0,6	-7%	2,4	+0,1	+5%	1,05	-0,07	-6%

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes des 2 années (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Tests statistiques effectués : tests de permutation

## Annexe 1 : Lexique

### Allégation

La réglementation<sup>60</sup> définit une allégation comme tout message ou toute représentation, non obligatoire en vertu de la législation communautaire ou nationale, y compris une représentation sous la forme d'images, d'éléments graphiques ou de symboles, quelle qu'en soit la forme, qui affirme, suggère ou implique qu'une denrée alimentaire possède des caractéristiques particulières.

### Allégation de santé

La réglementation définit une allégation santé comme toute allégation qui affirme, suggère ou implique l'existence d'une relation entre, d'une part, une catégorie de denrées alimentaires, une denrée alimentaire ou l'un de ses composants et, d'autre part, la santé.

La réglementation distingue deux types d'allégation de santé :

- les allégations de santé fonctionnelles (relatives à l'article 13 du règlement (CE) n° 1924/2006<sup>60</sup>) qui décrivent ou mentionnent le rôle d'un nutriment ou d'une autre substance dans la croissance, le développement et les fonctions de l'organisme, les fonctions psychologiques ou comportementales, l'amaigrissement, le contrôle du poids, une réduction de la sensation de faim, l'accentuation de la sensation de satiété ou la réduction de la valeur énergétique du régime alimentaire ;
- les allégations de santé relatives à la réduction d'un risque de maladie ou se rapportant au développement et à la santé infantiles (relatives à l'article 14 du règlement (CE) n° 1924/2006).

Les allégations de santé portant sur les denrées alimentaires sont interdites, sauf si elles sont autorisées par la Commission européenne conformément à l'annexe du règlement (UE) n°432/2012<sup>61</sup> applicable à partir du 14 décembre 2012, ainsi qu'aux autres règlements ultérieurs listant des allégations de santé autorisées.

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

### Allégation nutritionnelle

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

En particulier, dans les rapports effectués par l'Oqali, ont été considérées comme « allégations nutritionnelles » toutes les allégations remplissant les conditions d'utilisation des annexes du

---

<sup>60</sup> Règlement (CE) n°1924/2006 du Parlement européen et du Conseil (20/12/2006) concernant les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires.

<sup>61</sup> Règlement (UE) n° 432/2012 de la Commission du 16 mai 2012 établissant une liste des allégations de santé autorisées portant sur les denrées alimentaires, autres que celles faisant référence à la réduction du risque de maladie ainsi qu'au développement et à la santé infantiles.

règlement (CE) n°1924/2006 et du règlement (UE) n°116/2010<sup>62</sup> actuellement en vigueur, ainsi que celles pouvant avoir le même sens pour le consommateur.

### **Étiquetage nutritionnel ou déclaration nutritionnelle**

A partir de décembre 2014, conformément au règlement (UE) n° 1169/2011<sup>63</sup> concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, l'étiquetage nutritionnel obligatoire inclut les éléments suivants : la valeur énergétique et les teneurs en matières grasses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines et sel (ces déclarations nutritionnelles sont nommées « **groupe INCO** » dans les rapports publiés par l'Oqali).

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

Ce règlement est applicable à partir du 13 décembre 2014 pour les denrées alimentaires présentant un étiquetage nutritionnel préexistant, et à partir du 13 décembre 2016 pour les autres. Par ailleurs, le règlement INCO autorise les denrées mises sur le marché ou étiquetées avant le 13 décembre 2014 et qui ne seraient pas conformes, à être commercialisées jusqu'à écoulement des stocks.

Pour ces derniers produits et pour ceux commercialisés avant décembre 2014, l'étiquetage nutritionnel se définit comme 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<sup>64</sup>, lorsqu'ils sont présents en quantité significative conformément à ladite annexe). Avant décembre 2014, la réglementation prévoyait deux groupes d'étiquetage :

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

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

- **groupe 0** : absence de valeurs énergétiques et nutritionnelles ;
- **groupe 0+** : présence de la valeur énergétique ou des valeurs nutritionnelles pour une partie des nutriments du groupe 1 et/ou pour des micronutriments, selon les spécificités réglementaires de certains secteurs ;
- **groupe 1+** : présence de l'étiquetage du groupe 1 ainsi que l'étiquetage relatif aux qualités nutritionnelles d'un ou de plusieurs des éléments suivants : le sel, les glucides

---

<sup>62</sup> Règlement (UE) n°116/2010 de la commission du 9 février 2010 modifiant le règlement (CE) n°1924/2006 du parlement européen et du conseil en ce qui concerne la liste des allégations nutritionnelles.

<sup>63</sup> Règlement (UE) n°1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n°1924/2006 et (CE) n°1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/CEE de la Commission, la directive 90/496/CEE du Conseil, la directive 1999/10/CE de la Commission, la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/CE et 2008/5/CE de la Commission et le règlement (CE) n°608/2004 de la Commission.

<sup>64</sup> Directive du conseil du 24 septembre 1990 relative à l'étiquetage nutritionnel des denrées alimentaires (90/496/CEE).

complexes, les polyols, les acides gras mono-insaturés, les acides gras polyinsaturés, le cholestérol, sels minéraux ou vitamines ;

- **groupe 2+** : présence de l'étiquetage du groupe 2 comprenant également l'étiquetage relatif aux qualités nutritionnelles d'un ou de plusieurs des éléments suivants : le sel, les glucides complexes, les polyols, les acides gras mono-insaturés, les acides gras polyinsaturés, le cholestérol, sels minéraux ou vitamines.

### **Etiquetage nutritionnel simplifié**

Système d'information nutritionnelle synthétique présenté en face avant du produit. Il s'agit en particulier du Nutri-score mais cela peut comprendre d'autres étiquetages nutritionnels simplifiés employés (ex : Evolved nutrition label).

### **Famille de produits**

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

### **Portion indiquée**

Les portions indiquées regroupent :

- les portions clairement inscrites dans une allégation, une recommandation de consommation<sup>65</sup> ou un repère nutritionnel, qu'elles soient quantifiées ou non (ex. « 3 biscuits » ou « 10g de margarine ») ;
- les portions figurant dans le tableau nutritionnel lorsque les valeurs nutritionnelles pour une portion différente de 100g sont exprimées.

### **Poids d'une unité**

Une unité correspond à la plus petite unité indivisible constituant le produit (par exemple un yaourt dans un lot de 16 yaourts, une canette de soda, un petit paquet de chips, une tranche de jambon dans un paquet de 4 tranches ou un nugget dans un paquet de 30 nuggets). A noter que dans certains cas (ex : nugget, biscuit), plusieurs unités peuvent être consommées en une seule prise par le consommateur.

Le poids de cette unité est renseigné dans la base Oqali lorsqu'il est explicitement mentionné sur l'emballage du produit.

### **Produit**

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

### **Repères nutritionnels**

Dans le cadre de l'Oqali, les repères nutritionnels symbolisent les apports en kcal et/ou en nutriments, exprimés en pourcentage des AR (apports de référence)<sup>66</sup> ou des ANC (Apports

---

<sup>65</sup> Les recommandations de consommation visent à orienter le consommateur dans ses choix de consommation et à le guider pour intégrer le produit dans son alimentation. Elles regroupent tous les messages indiquant quand, comment, avec quoi, en quelle quantité et/ou à quelle fréquence consommer le produit.

Nutritionnels Conseillés), pour un type de consommateur (par exemple, adulte dont les besoins journaliers sont de 2000 kcal).

Ainsi, sont considérés comme repères nutritionnels :

- les % des ANC et des AR sous forme de pictogramme (cadrans, cartouches, curseurs, échelles, nutri-pass ou camembert), exprimés pour une portion donnée, pour 100g ou pour 100ml de produit ;
- les % des ANC et des AR indiqués dans le tableau nutritionnel, exprimés pour une portion donnée, pour 100g ou pour 100ml de produit.

Les pictogrammes Nutri-couleurs ne sont pas considérés comme des repères nutritionnels.

## Secteur

Un secteur regroupe des familles de produits homogènes entre elles selon un ou plusieurs critères, notamment l'ingrédient principal (ex. lait pour les produits laitiers, cacao pour les produits chocolatés), le moment de consommation (ex. l'apéritif pour le secteur des apéritifs à croquer), etc. Dans le cadre de l'Oqali, les études sont menées par secteur alimentaire.

## Segment de marché

Pour les traitements réalisés dans les études de l'Oqali, chaque secteur peut être divisé en 7 segments de marché :

- marques nationales (MN) : ce sont les produits de marque ;
- marques de distributeurs (MDD) : ce sont les produits à marques d'enseignes de la distribution et dont les caractéristiques ont été définies par les enseignes qui les vendent au détail ;
- marques de distributeurs entrée de gamme (MDDeg) : ce sont les produits à marques d'enseignes de la distribution souvent caractérisés par un prix moins élevé que la moyenne de la catégorie. Ils ont généralement un nom qui rappelle le fait d'être les produits les moins chers de la catégorie ;
- hard discount (HD) : ce sont les produits vendus uniquement en magasin hard discount ;
- distributeurs spécialisés (DS) : définis comme les produits surgelés vendus en freezers centers et par les entreprises de vente à domicile ;
- centrales d'achat (CA) : ce sont les produits distribués en centrales d'achat ;
- distributeurs spécialisés bio (DS bio) : définis comme les produits à marque d'enseigne de la distribution spécialisée biologique.

## Sous-groupes

Afin d'identifier si les références disponibles l'année B sont semblables à celles recueillies l'année A, les produits sont classés selon les sous-groupes suivants :

- **Produits retirés** : correspondant aux produits captés par l'Oqali l'année A mais pas l'année B (produits retirés du marché entre l'année A et l'année B ou non captés par l'Oqali l'année B) ;

---

<sup>66</sup> Anciennement AJR (Apports Journaliers Recommandés) ou RNJ (Repères Nutritionnels Journaliers), pouvant également être mentionnés sous le terme AQR (Apports Quotidiens de Référence).

- **Produits identiques** : produits présents sur le marché à la fois l'année A et l'année B, et semblables en tous points ;
- **Produits modifiés** : produits présents sur le marché l'année A et également l'année B mais dans une version modifiée, impliquant au moins un changement de l'emballage (portions, repères nutritionnels, allégations, autres informations) et/ou de la composition (valeurs nutritionnelles ou listes d'ingrédients) ;
- **Produits ajoutés** : correspondant aux produits captés par l'Oqali l'année B mais pas l'année A (innovations, extensions de gamme, nouvelles recettes et produits non captés par l'Oqali l'année A).

Les **produits identiques et les produits modifiés forment les produits appariés** : ce sont les produits qui ont été retrouvés l'année A **et** l'année B dans une version identique ou non.

### Types de modification

Sur la base d'une comparaison des emballages recueillis, les évolutions impactant les produits modifiés peuvent concerner un ou plusieurs des paramètres suivants :

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

Sont considérés comme modification :

- d'**ingrédients** : tout changement de la liste des ingrédients (ajout ou suppression d'ingrédient, modification d'un libellé, de l'ordre, d'une quantité) ;
- de **valeurs nutritionnelles** : toute modification des valeurs nutritionnelles d'au moins un constituant présent dans les 2 produits considérés pour les deux années de suivi. Par exemple si le produit étiquette les nutriments du groupe 1 (énergie, protéines, glucides, lipides) à l'état des lieux et ceux du groupe INCO (énergie, protéines, glucides, sucres, matières grasses, acides gras saturés, sel) au suivi alors seuls les nutriments en commun sont comparés (énergie, protéines, glucides, matières grasses) ;
- de **groupe nutritionnel** : tout changement du groupe nutritionnel ;
- d'**allégation nutritionnelle** : apparition, disparition ou modification d'au moins un intitulé correspondant à une allégation nutritionnelle ;
- d'**allégation de santé** : apparition, disparition ou modification d'au moins un intitulé correspondant à une allégation de santé ;
- de **repères nutritionnels** : apparition, disparition des repères nutritionnels ou modification du type de repère ;
- de **portion indiquée** : apparition, disparition ou modification d'une portion indiquée (y compris de l'unité de mesure) ;
- de **valeurs nutritionnelles par portion** : apparition, disparition ou modification des valeurs nutritionnelles par portion (y compris de l'unité de mesure) ;
- du **poids d'une unité** : apparition, disparition ou modification du poids d'une unité (y compris de l'unité de mesure).

### **Valeurs nutritionnelles par portion**

Les valeurs nutritionnelles par portion correspondent aux valeurs nutritionnelles présentes dans le tableau nutritionnel pour une portion donnée, qu'elles soient quantifiées ou non (ex. « 3 biscuits » ou « 10g de margarine »), en complément des valeurs nutritionnelles aux 100g. Cette portion des valeurs nutritionnelles peut être égale à 100g si le poids d'une unité et/ou la portion indiquée est aussi égale à 100g.

### **Valeurs nutritionnelles non quantifiées**

Les valeurs nutritionnelles non quantifiées correspondent aux valeurs indiquées dans le tableau nutritionnel comme étant « < » à une valeur donnée. Elles sont intégrées aux études après division par 2 de la valeur seuil donnée.

## Annexe 2 : Effectifs de produits par famille et segment de marché pour le secteur du Snacking surgelé en 2015 et 2018

Effectifs de produits au sein du secteur du Snacking surgelé en 2015 et en 2018	Distributeurs spécialisés		Marques nationales		Marques de distributeurs		Marques de distributeurs entrée de gamme		Hard discount		Tous segments de marché confondus	
	2015	2018	2015	2018	2015	2018	2015	2018	2015	2018	2015	2018
Pizzas jambon fromage	20	18	15	22	43	34	0	0	10	9	88	83
Pizzas charcuterie	13	9	12	12	16	15	0	0	7	8	48	44
Pizzas viandes type bolognaise	5	5	8	14	14	11	0	0	4	2	31	32
Pizzas viandes autres	3	3	6	16	8	9	0	0	3	3	20	31
Pizzas produits de la mer	8	6	6	6	18	18	0	0	6	5	38	35
Pizzas fromages	27	26	19	24	52	55	2	0	18	18	118	123
Pizzas type margarita	4	4	4	10	9	5	8	4	8	8	33	31
Pizzas legumes	8	10	4	10	4	6	0	0	0	0	16	26
Quiches lorraines	9	13	3	3	18	15	0	0	2	2	32	33
Tartes avec viande ou poisson	27	27	6	7	23	18	0	0	4	4	60	56
Tartes aux fromages	7	8	0	1	10	8	0	0	5	2	22	19
Tartes aux legumes	27	21	4	6	25	22	0	0	4	2	60	51
Cakes sales avec viande ou poisson	5	6	2	0	2	1	0	0	1	1	10	8
Cakes sales vegetariens	5	4	1	0	3	1	0	0	0	1	9	6
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	23	27	10	12	18	11	5	5	10	7	66	62
Crepes et galettes vegetariennes	8	8	2	3	13	9	0	0	2	4	25	24
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	57	54	8	20	31	26	0	0	14	11	110	111
Feuilletes avec escargot	5	3	0	2	2	2	0	0	2	1	9	8
Feuilletes vegetariens	13	16	2	8	11	10	3	4	6	6	35	44
Croque monsieur	7	10	2	5	3	4	0	0	2	1	14	20
Burgers surgelés	6	13	4	16	21	20	3	4	9	6	43	59
Wraps et kebabs	6	3	6	1	0	1	0	0	4	0	16	5
Autres sandwichs surgelés	10	15	13	15	1	4	0	0	0	1	24	35
Baguettes et tartines garnies	10	14	3	9	0	2	0	0	1	4	14	29
Salades	13	10	0	0	0	0	0	0	1	0	14	10
Aumonieres apertives	10	8	0	2	2	2	0	0	2	0	14	12
Choux et gougeres	6	7	1	2	2	3	0	0	0	1	9	13
Pains surprises et canapes apertifs	18	15	5	8	13	9	0	0	4	1	40	33
Verrines apertives	4	5	0	2	3	1	0	0	1	0	8	8
Assortiments de snacking	15	12	11	15	25	29	2	1	8	6	61	63
Autres apertifs	18	23	3	7	0	1	0	0	0	2	21	33
<b>Toutes familles confondues</b>	<b>397</b>	<b>403</b>	<b>160</b>	<b>258</b>	<b>390</b>	<b>352</b>	<b>23</b>	<b>18</b>	<b>138</b>	<b>116</b>	<b>1108</b>	<b>1147</b>

## Annexe 3 : Comparaison des tailles de portion indiquée en 2015 et 2018 par famille du secteur Snacking surgelé.

Famille de produits	Effectif des produits présentant une portion indiquée chiffrée		Taille de la portion indiquée (g)					
			Minimum		Maximum		Portions les plus fréquentes (fréquences d'au moins 6%)	
	2015	2018	2015	2018	2015	2018	2015	2018
Pizzas jambon fromage	76	63	30	27	440	365	25% à 200g 9% à 150g 9% à 175g	22% à 200g 8% à 150g 6% à 90g 6% à 175g
Pizzas charcuterie	40	34	87,5	30	400	460	20% à 200g 10% à 400g	18% à 200g 6% à 120g 6% à 177g 6% à 195g 6% à 225g 6% à 400g
Pizzas viandes type bolognaise	24	23	90	90	400	400	33% à 200g 8% à 150g	22% à 200g
Pizzas viandes autres	18	22	100	125	370	480	22% à 200g 17% à 133g	36% à 200g
Pizzas produits de la mer	32	29	90	90	400	420	16% à 200g 13% à 177,5g	17% à 200g 14% à 177,5g
Pizzas fromages	100	104	30	27	400	500	18% à 200g 9% à 175g	20% à 200g 8% à 175g
Pizzas type margarita	30	23	75	90	355	335	30% à 150g 17% à 175g	22% à 150g 13% à 175g 13% à 335g
Pizzas legumes	12	19	142	90	400	420	25% à 200g 17% à 385g 17% à 390g	16% à 200g 16% à 385g 11% à 90g 11% à 400g
Quiches lorraines	28	30	30	100	200	200	43% à 100g 21% à 150g 14% à 200g	47% à 100g 17% à 150g 17% à 200g
Tartes avec viande ou poisson	46	48	74,3	74,3	275	275	20% à 100g 15% à 130g	19% à 100g 15% à 130g
Tartes aux fromages	20	18	55	55	250	290	30% à 100g 10% à 160g 10% à 180g 10% à 200g	33% à 100g 11% à 180g 11% à 200g
Tartes aux legumes	55	46	82,8	100	200	200	31% à 100g 18% à 200g	41% à 100g 22% à 200g
Cakes sales avec viande ou poisson	5	2	25	50	61	61	40% à 25g 40% à 49g 20% à 61g	50% à 50g 50% à 61g
Cakes sales vegetariens	4	1	25	61	61	61	50% à 61g 25% à 25g 25% à 49g	100% à 61g
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	59	51	11	10	175	175	36% à 125g 29% à 50g 24% à 100g	35% à 125g 25% à 100g 24% à 50g
Crepes et galettes vegetariennes	23	23	50	50	130	125	48% à 50g 35% à 100g 9% à 125g	43% à 50g 26% à 100g 17% à 125g

Famille de produits	Effectif des produits présentant une portion indiquée chiffrée		Taille de la portion indiquée (g)					
	2015	2018	Minimum		Maximum		Portions les plus fréquentes (fréquences d'au moins 6%)	
			2015	2018	2015	2018	2015	2018
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	85	86	16	16	166	165	49% à 100g 18% à 125g	37% à 100g 15% à 125g
Feuilletes avec escargot	5	5	42	42,5	150	150	60% à 42,5g 20% à 42g 20% à 150g	80% à 42,5g 20% à 150g
Feuilletes vegetariens	26	31	20	20	166	166	38% à 100g 19% à 65g 15% à 125g	45% à 100g 16% à 65g 10% à 125g
Croque monsieur	7	11	12	12	200	210	29% à 12g 29% à 100g 14% à 24g 14% à 48g 14% à 200g	18% à 12,8g 18% à 100g 18% à 200g
Burgers	38	48	13	13	190	235	29% à 130g 16% à 140g 13% à 120g 13% à 125g	19% à 125g 19% à 130g 10% à 140g
Wraps et kebabs	15	4	150	32,5	364	364	20% à 150g 20% à 170g 20% à 190g 20% à 250g	25% à 32,5g 25% à 200g 25% à 250g 25% à 364g
Autres sandwiches	21	28	100	15,7	200	200	57% à 100g 19% à 160g 10% à 200g	46% à 100g 14% à 160g 14% à 200g
Baguettes et tartines garnies	9	18	35	10,75	130	180	67% à 130g 22% à 125g 11% à 35g	33% à 130g 17% à 125g 11% à 14,7g 11% à 100g
Salades	14	10	200	150	300	300	43% à 240g 36% à 300g 14% à 250g 7% à 200g	40% à 240g 40% à 250g 10% à 150g 10% à 300g
Aumonieres aperitives	4	3	12	37,5	45	90	50% à 37,5g 25% à 12g 25% à 45g	67% à 37,5g 33% à 90g
Choux et gougeres	6	5	5	5	30	28	33% à 7g 17% à 5g 17% à 11,25g 17% à 28g 17% à 30g	20% à 5g 20% à 7g 20% à 10g 20% à 21g 20% à 28g
Pains surprises et canapes aperitifs	14	6	25	27	70	75	14% à 27g	33% à 27g 17% à 43,8g 17% à 52g 17% à 56g 17% à 75g
Verrines aperitives	4	3	30	25	90	35	25% à 30g 25% à 35g 25% à 37,5g 25% à 90g	33% à 25g 33% à 27,9g 33% à 35g
Assortiments de snacking	38	32	15	12,5	75,8	70	13% à 50g 11% à 57g	22% à 50g 9% à 64g
Autres aperitifs	1	9	14	11	14	150	100% à 14g	22% à 20g 22% à 27,5g 11% à 11g 11% à 14g 11% à 40g 11% à 70g 11% à 150g

## Annexe 4 : Variabilité nutritionnelle par famille de produits en 2018 : statistiques descriptives pour 100g

Les tableaux suivants présentent, par famille de produits et par nutriment, pour 2018, les principales statistiques descriptives ainsi que les teneurs moyennes pondérées ou non par les parts de marché, pour 100g. Le nombre de produits inclus dans le calcul de la moyenne pondérée est plus faible que pour la moyenne non pondérée car seuls les produits pour lesquels une part de marché a pu être affectée (par référence = code barre) ont été considérés.

Les coefficients de variation permettent de mettre en avant les nutriments présentant la plus forte dispersion au sein d'une famille de produits.

<b>Pizzas jambon fromage</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres Alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif <sup>1</sup>	83	83	83	83	83	83	69	83
Min	182	4,0	1,8	20,0	0,9	6,9	1,0	0,80
Max	279	13,9	7,6	34,0	8,7	12,0	3,5	1,90
1er quartile	198	6,0	2,6	24,0	2,4	9,0	1,8	1,10
Mediane	209	7,0	3,0	26,0	3,6	9,9	2,1	1,25
3eme quartile	226	8,2	3,6	27,7	4,1	11,0	2,2	1,40
Moyenne	213	7,3	3,3	26,0	3,5	9,8	2,1	1,26
Ecart-type	20	2,1	1,1	2,9	1,5	1,1	0,5	0,24
Effectif <sup>2</sup>	79	79	79	79	79	79	66	79
Moyenne pondérée	216	7,4	3,2	26,2	3,8	10,3	1,9	1,25

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

<b>Pizzas charcuterie</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif <sup>1</sup>	44	44	44	44	44	44	29	44
Min	190	5,7	2,5	20,6	1,4	7,7	1,0	0,83
Max	298	16,0	6,1	32,0	7,6	13,0	3,1	1,75
1er quartile	227	8,5	3,8	24,0	2,6	9,0	1,8	1,19
Mediane	236	9,9	4,2	26,0	3,4	9,9	2,1	1,30
3eme quartile	254	12,0	4,7	28,0	4,0	10,6	2,3	1,40
Moyenne	239	10,2	4,2	26,1	3,6	9,8	2,1	1,29
Ecart-type	21	2,3	0,8	2,7	1,4	1,3	0,5	0,19
Effectif <sup>2</sup>	41	41	41	41	41	41	27	41
Moyenne pondérée	241	10,5	4,3	26,0	3,6	9,7	1,9	1,26

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

<b>Pizzas viandes type bolognaise</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif <sup>1</sup>	32	32	32	32	32	32	24	32
Min	192	4,0	1,8	22,0	1,2	7,2	1,5	0,40
Max	260	11,4	6,6	32,2	6,6	12,0	3,6	1,61
1er quartile	200	5,8	2,3	25,8	2,1	9,0	1,8	0,99
Mediane	211	7,1	2,9	26,6	3,3	9,6	2,0	1,10
3eme quartile	220	7,8	3,5	28,0	4,8	10,3	2,3	1,18
Moyenne	213	7,1	3,0	26,8	3,4	9,7	2,1	1,06
Ecart-type	16	1,7	1,1	2,5	1,4	1,1	0,5	0,21
Effectif <sup>2</sup>	31	31	31	31	31	31	23	31
Moyenne pondérée	215	7,2	3,0	26,5	3,9	10,0	1,8	1,08

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Pizzas viandes autres	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	31	31	31	31	31	31	19	31
Min	179	2,2	0,9	23,0	1,6	6,8	1,5	0,70
Max	237	9,9	4,8	37,2	7,1	12,1	3,1	1,70
1er quartile	200	4,9	1,9	26,0	2,6	8,9	1,6	1,00
Mediane	213	6,7	2,5	27,7	3,4	9,9	2,0	1,20
3eme quartile	229	7,5	3,1	30,0	4,7	11,0	2,4	1,30
Moyenne	212	6,3	2,6	27,9	3,8	9,9	2,1	1,16
Ecart-type	18	2,0	1,0	3,0	1,4	1,4	0,5	0,20
Effectif <sup>2</sup>	30	30	30	30	30	30	19	30
Moyenne pondérée	218	6,8	2,5	27,8	4,6	10,9	1,7	1,13

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Pizzas produits de la mer	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	35	35	35	35	35	35	27	35
Min	185	5,4	2,1	20,9	1,5	7,5	1,1	0,78
Max	262	14,0	6,9	30,0	8,3	11,4	2,8	1,70
1er quartile	215	7,6	2,6	22,0	2,9	9,3	1,6	0,97
Mediane	232	9,7	3,1	25,0	3,8	9,8	2,0	1,10
3eme quartile	243	12,0	4,1	27,0	5,0	10,0	2,3	1,38
Moyenne	230	9,8	3,5	24,8	4,0	9,7	2,0	1,16
Ecart-type	19	2,4	1,2	2,8	1,4	0,9	0,4	0,23
Effectif <sup>2</sup>	34	34	34	34	34	34	26	34
Moyenne pondérée	239	11,1	3,4	24,2	3,9	9,5	2,0	1,14

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Pizzas fromages	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	123	123	123	123	123	123	95	123
Min	205	6,8	3,5	19,2	1,0	8,1	0,9	0,81
Max	328	17,9	8,5	35,0	10,0	14,5	4,1	2,10
1er quartile	237	9,1	4,7	25,1	2,8	9,8	1,7	1,03
Mediane	249	10,4	5,5	27,0	3,5	11,0	2,0	1,20
3eme quartile	262	11,6	6,2	28,9	4,4	12,0	2,4	1,34
Moyenne	252	10,7	5,6	27,0	3,7	10,9	2,0	1,21
Ecart-type	20	2,2	1,2	2,8	1,6	1,4	0,5	0,21
Effectif <sup>2</sup>	119	119	119	119	119	119	91	119
Moyenne pondérée	250	10,7	5,6	26,4	3,6	11,3	1,8	1,17

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Pizzas type margarita	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	31	31	31	31	31	31	20	31
Min	179	2,9	1,2	22,0	1,2	4,3	1,4	0,63
Max	261	13,1	5,7	39,0	5,5	11,0	3,2	1,60
1er quartile	215	6,0	2,5	23,9	2,3	7,8	1,7	0,99
Mediane	229	7,6	3,6	29,0	3,7	9,7	2,1	1,10
3eme quartile	243	9,7	4,2	31,6	4,5	10,2	2,6	1,27
Moyenne	227	8,0	3,3	28,7	3,4	9,0	2,2	1,13
Ecart-type	22	2,8	1,1	4,5	1,3	1,9	0,5	0,22
Effectif <sup>2</sup>	29	29	29	29	29	29	19	29
Moyenne pondérée	228	8,4	3,4	27,9	3,7	9,1	2,1	1,08

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Pizzas legumes	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	26	26	26	26	26	26	19	26
Min	159	3,6	1,6	19,0	1,1	6,1	1,6	0,59
Max	291	13,0	5,6	34,0	7,2	12,0	3,5	1,80
1er quartile	190	6,2	2,3	22,7	2,4	6,7	1,9	0,89
Mediane	199	7,2	2,7	24,5	3,9	7,3	2,3	1,00
3eme quartile	232	9,7	3,2	28,0	4,8	7,8	2,8	1,19
Moyenne	209	8,0	2,9	25,4	3,7	7,6	2,4	1,05
Ecart-type	31	2,4	1,0	3,6	1,7	1,3	0,5	0,26
Effectif <sup>2</sup>	23	23	23	23	23	23	16	23
Moyenne pondérée	204	8,4	2,9	24,0	3,3	7,1	2,4	0,98

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Quiches lorraines	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	33	33	33	33	33	33	27	33
Min	203	9,0	3,4	12,0	1,0	6,9	0,0	0,60
Max	282	20,0	12,0	28,0	4,8	13,0	2,5	1,60
1er quartile	229	12,0	4,5	18,0	2,1	8,6	0,8	0,90
Mediane	242	14,0	6,7	19,0	2,8	9,2	0,9	1,00
3eme quartile	256	16,0	7,9	22,0	3,4	9,7	1,0	1,20
Moyenne	244	14,1	6,8	19,7	2,7	9,2	1,0	1,03
Ecart-type	20	2,7	2,5	3,6	0,9	1,2	0,6	0,20
Effectif <sup>2</sup>	32	32	32	32	32	32	26	32
Moyenne pondérée	249	14,6	7,1	19,7	2,3	9,3	1,0	0,99

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Tartes avec viande ou poisson	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	56	56	56	56	56	56	46	56
Min	180	7,2	1,2	12,0	0,8	3,9	0,7	0,50
Max	334	24,0	13,0	34,0	7,7	10,0	2,6	1,90
1er quartile	211	11,0	4,8	20,0	2,1	6,0	1,1	0,88
Mediane	247	14,0	6,4	22,0	2,9	6,6	1,4	1,10
3eme quartile	264	15,0	8,2	24,0	3,7	8,3	1,7	1,30
Moyenne	242	13,6	6,4	22,2	3,1	7,0	1,4	1,09
Ecart-type	35	3,4	2,6	3,8	1,4	1,5	0,4	0,28
Effectif <sup>2</sup>	54	54	54	54	54	54	45	54
Moyenne pondérée	231	12,6	6,0	21,6	3,2	7,1	1,3	1,06

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Tartes aux fromages	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	19	19	19	19	19	19	14	19
Min	214	9,9	4,5	17,0	1,3	5,8	0,1	0,52
Max	311	19,0	13,0	26,0	4,7	14,4	3,3	1,70
1er quartile	244	13,0	5,6	20,0	2,3	8,7	0,7	0,70
Mediane	263	15,0	8,6	21,4	2,9	10,0	0,8	0,80
3eme quartile	289	18,0	9,7	23,4	3,6	11,5	2,1	1,20
Moyenne	266	15,1	8,2	21,7	3,0	10,2	1,2	0,94
Ecart-type	27	2,8	2,7	2,4	0,9	2,2	0,9	0,35
Effectif <sup>2</sup>	19	19	19	19	19	19	14	19
Moyenne pondérée	267	15,0	8,1	21,7	3,4	10,9	1,0	0,83

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Tartes aux légumes	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	51	51	51	51	51	51	43	51
Min	173	8,3	1,2	14,0	1,0	2,2	0,9	0,48
Max	324	20,0	12,0	34,0	5,3	8,6	3,9	1,30
1er quartile	197	10,9	4,8	17,0	1,8	4,9	1,2	0,79
Mediane	216	13,0	6,6	20,0	2,6	5,6	1,4	0,90
3eme quartile	236	15,0	8,5	21,9	3,3	6,8	2,1	1,00
Moyenne	221	13,0	6,5	19,7	2,6	5,7	1,7	0,90
Ecart-type	30	3,0	2,6	3,9	1,0	1,5	0,8	0,18
Effectif <sup>2</sup>	47	47	47	47	47	47	39	47
Moyenne pondérée	219	12,6	6,3	19,8	2,6	5,9	1,6	0,89

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Cakes sales avec viande ou poisson	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	8	8	8	8	8	8	7	8
Min	270	15,0	3,7	15,0	1,6	10,0	0,9	0,99
Max	344	24,0	6,9	36,0	4,8	13,0	2,5	1,91
1er quartile	285	17,5	5,0	16,1	1,7	10,5	0,9	1,25
Mediane	296	18,0	5,4	18,2	2,1	11,5	1,2	1,70
3eme quartile	321	20,9	6,1	21,5	2,7	12,5	2,4	1,83
Moyenne	302	19,0	5,4	20,3	2,4	11,5	1,6	1,56
Ecart-type	25	2,8	1,0	6,8	1,1	1,2	0,7	0,37
Effectif <sup>2</sup>	8	8	8	8	8	8	7	8
Moyenne pondérée	281	18,2	5,0	16,2	2,5	11,9	2,0	1,75

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Cakes sales vegetariens	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	6	6	6	6	6	6	5	6
Min	267	16,0	4,6	16,0	1,2	9,4	1,1	1,14
Max	357	24,0	7,3	25,0	3,3	12,0	5,2	1,98
1er quartile	273	18,0	5,5	16,0	2,3	11,0	1,5	1,20
Mediane	309	20,5	6,0	20,0	2,5	11,4	3,0	1,46
3eme quartile	351	23,0	6,7	20,0	2,8	12,0	3,6	1,60
Moyenne	311	20,3	6,0	19,5	2,4	11,2	2,9	1,47
Ecart-type	42	3,4	1,0	3,3	0,7	1,0	1,7	0,31
Effectif <sup>2</sup>	6	6	6	6	6	6	5	6
Moyenne pondérée	280	18,1	6,5	16,6	3,2	11,0	2,8	1,38

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	62	62	62	62	62	62	50	62
Min	119	3,9	1,0	11,0	0,8	3,2	0,6	0,50
Max	257	17,0	8,6	22,0	8,1	14,0	3,3	1,40
1er quartile	154	5,9	1,5	15,0	2,0	6,1	0,9	0,83
Mediane	161	6,8	2,3	17,0	3,0	7,5	1,1	0,91
3eme quartile	187	9,4	5,2	19,0	3,7	8,9	1,6	1,00
Moyenne	171	7,9	3,3	16,7	3,0	7,8	1,3	0,93
Ecart-type	32	3,1	2,1	2,6	1,4	2,3	0,6	0,17
Effectif <sup>2</sup>	59	59	59	59	59	59	48	59
Moyenne pondérée	159	6,5	2,2	17,5	3,2	7,0	1,1	0,87

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Crepes et galettes vegetariennes	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	24	24	24	24	24	24	16	24
Min	130	3,3	0,7	14,0	1,1	4,0	0,8	0,58
Max	330	17,0	10,0	50,0	12,2	9,1	4,0	1,40
1er quartile	146	5,7	2,1	17,0	3,0	5,2	1,0	0,77
Mediane	175	7,6	2,9	19,0	3,3	6,3	1,1	0,82
3eme quartile	191	9,9	5,1	20,0	4,3	7,4	1,2	1,04
Moyenne	181	7,9	3,6	20,5	3,8	6,2	1,3	0,91
Ecart-type	49	3,5	2,5	8,7	2,0	1,4	0,8	0,22
Effectif <sup>2</sup>	24	24	24	24	24	24	16	24
Moyenne pondérée	168	7,4	3,3	18,4	3,4	6,3	1,2	0,91

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	111	111	111	111	111	111	76	111
Min	194	9,7	4,8	11,0	0,1	4,2	0,0	0,55
Max	372	27,0	16,0	31,0	9,0	13,0	4,7	1,80
1er quartile	253	15,0	8,5	19,5	1,8	6,8	1,0	0,89
Mediane	267	17,0	9,6	21,8	2,2	7,8	1,3	1,00
3eme quartile	284	18,0	11,0	23,0	2,8	8,5	1,6	1,20
Moyenne	270	16,7	9,5	21,3	2,5	7,9	1,3	1,06
Ecart-type	29	2,8	1,8	3,4	1,4	1,6	0,7	0,23
Effectif <sup>2</sup>	102	102	102	102	102	102	68	102
Moyenne pondérée	262	16,2	9,5	20,6	2,6	7,8	1,2	1,05

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Feuilletes avec escargot	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	8	8	8	8	8	8	7	8
Min	269	17,0	11,0	21,0	0,6	6,8	1,1	1,00
Max	485	38,1	25,0	29,6	1,3	8,4	2,6	1,50
1er quartile	425	31,2	19,9	24,4	0,8	7,3	1,5	1,25
Mediane	452	35,0	21,3	26,5	1,1	7,7	1,8	1,35
3eme quartile	480	37,5	24,1	27,6	1,2	8,1	1,9	1,42
Moyenne	433	32,8	20,8	25,9	1,0	7,7	1,8	1,32
Ecart-type	71	7,0	4,5	2,7	0,3	0,5	0,5	0,16
Effectif <sup>2</sup>	8	8	8	8	8	8	7	8
Moyenne pondérée	424	32,0	20,2	25,4	0,8	7,5	1,8	1,29

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Feuilletes vegetariens	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	44	44	44	44	44	44	31	44
Min	208	11,0	6,1	12,0	0,6	3,0	0,0001	0,74
Max	326	23,5	15,9	33,0	5,6	9,4	8,5	1,83
1er quartile	258	14,0	7,8	22,0	2,1	4,8	1,0	0,90
Mediane	275	16,1	9,5	23,2	3,0	6,2	1,6	1,00
3eme quartile	289	18,0	12,0	25,9	4,0	7,1	2,0	1,10
Moyenne	272	16,5	9,8	24,1	3,0	6,1	1,8	1,05
Ecart-type	27	2,7	2,4	4,1	1,2	1,6	1,5	0,21
Effectif <sup>2</sup>	42	42	42	42	42	42	30	42
Moyenne pondérée	275	16,4	10,1	25,1	3,2	6,1	1,3	1,07

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Croque monsieur	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	20	20	20	20	20	20	14	20
Min	157	5,2	2,5	15,0	1,0	5,6	0,7	0,90
Max	308	18,8	11,5	26,0	5,6	15,0	2,8	1,80
1er quartile	183	9,0	4,9	16,7	2,0	8,7	1,5	1,00
Mediane	210	10,0	6,0	19,0	2,4	10,0	1,6	1,15
3eme quartile	259	13,0	9,3	20,0	2,9	12,4	1,9	1,35
Moyenne	221	11,2	6,6	18,9	2,6	10,3	1,7	1,20
Ecart-type	45	3,6	2,7	2,9	1,2	2,6	0,5	0,28
Effectif <sup>2</sup>	19	19	19	19	19	19	13	19
Moyenne pondérée	198	9,3	5,1	18,9	2,4	9,0	1,3	1,22

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Burgers	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	59	59	59	59	59	59	41	59
Min	203	6,0	1,9	14,0	1,0	5,5	0,9	0,65
Max	294	18,0	8,3	35,0	8,0	16,0	4,9	1,89
1er quartile	240	10,0	4,0	22,0	3,3	12,0	1,5	1,10
Mediane	249	11,0	4,8	23,9	4,0	12,4	1,9	1,20
3eme quartile	264	13,0	5,3	26,0	4,9	14,0	2,2	1,40
Moyenne	251	11,2	4,6	24,1	4,2	12,4	2,0	1,25
Ecart-type	19	2,1	1,2	3,7	1,7	2,1	0,9	0,23
Effectif <sup>2</sup>	57	57	57	57	57	57	40	57
Moyenne pondérée	260	12,3	5,2	23,3	3,8	13,1	1,5	1,29

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Wraps et kebabs	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	5	5	5	5	5	5	5	5
Min	149	4,9	1,0	17,0	2,4	7,7	1,9	0,88
Max	253	12,0	7,2	28,0	4,2	10,0	2,9	1,50
1er quartile	205	9,0	3,2	22,0	2,8	8,3	2,3	0,93
Mediane	219	9,0	3,7	23,0	3,0	8,7	2,3	1,10
3eme quartile	251	11,0	4,4	25,0	3,2	9,2	2,7	1,24
Moyenne	215	9,2	3,9	23,0	3,1	8,8	2,4	1,13
Ecart-type	42	2,7	2,2	4,1	0,7	0,9	0,4	0,25
Effectif <sup>2</sup>	4	4	4	4	4	4	4	4
Moyenne pondérée	200	8,0	3,1	21,4	2,7	9,3	2,8	1,32

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Autres sandwiches	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	35	35	35	35	35	35	32	35
Min	210	2,2	0,2	21,0	0,9	5,7	1,0	0,59
Max	320	19,0	11,0	41,0	10,5	12,6	4,1	2,00
1er quartile	246	11,0	4,6	25,0	3,0	9,0	1,8	1,15
Mediane	269	13,0	5,8	27,0	4,0	10,0	2,2	1,29
3eme quartile	284	14,0	7,0	30,1	6,3	11,0	2,5	1,51
Moyenne	267	12,5	5,8	27,8	4,9	10,1	2,2	1,31
Ecart-type	28	3,1	2,2	4,2	2,4	1,7	0,6	0,30
Effectif <sup>2</sup>	31	31	31	31	31	31	28	31
Moyenne pondérée	260	11,5	6,6	27,3	6,0	10,4	2,1	1,58

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

<b>Baguettes et tartines garnies</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif <sup>1</sup>	29	29	29	29	29	29	17	29
Min	135	5,0	1,4	18,0	0,8	4,6	1,3	0,78
Max	405	27,0	16,0	37,0	8,3	12,1	3,4	1,80
1er quartile	211	7,0	2,9	25,0	2,8	6,8	1,9	1,10
Mediane	255	11,0	4,5	30,0	3,3	8,6	2,0	1,20
3eme quartile	299	15,0	7,1	32,2	3,9	10,0	2,5	1,30
Moyenne	260	11,7	5,6	29,4	3,3	8,7	2,2	1,20
Ecart-type	63	5,9	3,9	4,9	1,3	2,1	0,5	0,22
Effectif <sup>2</sup>	28	28	28	28	28	28	17	28
Moyenne pondérée	267	11,6	4,6	30,2	3,2	9,8	2,2	1,25

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

<b>Salades</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif <sup>1</sup>	10	10	10	10	10	10	10	10
Min	123	3,7	0,6	12,0	0,9	3,5	1,4	0,53
Max	178	9,3	2,4	20,0	5,9	8,9	4,1	0,87
1er quartile	141	5,0	0,8	13,0	1,6	4,7	1,7	0,71
Mediane	153	7,0	1,1	16,8	2,7	5,9	2,2	0,75
3eme quartile	160	7,6	2,1	19,0	3,2	7,8	3,2	0,84
Moyenne	152	6,5	1,3	16,0	2,8	6,1	2,4	0,75
Ecart-type	15	1,7	0,7	3,1	1,5	1,8	0,9	0,11
Effectif <sup>2</sup>	10	10	10	10	10	10	10	10
Moyenne pondérée	159	6,5	1,5	17,8	2,8	6,5	2,2	0,75

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

<b>Aumonieres aperitives</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif <sup>1</sup>	12	12	12	12	12	12	10	12
Min	216	13,0	2,8	10,2	0,8	4,4	0,9	0,80
Max	344	23,0	13,1	30,0	12,0	14,0	3,0	1,40
1er quartile	234	14,5	6,9	13,0	2,5	8,1	1,9	1,09
Mediane	250	17,5	7,7	14,0	3,0	9,3	2,1	1,15
3eme quartile	274	19,0	9,0	16,2	4,0	10,1	2,9	1,22
Moyenne	257	17,2	8,1	15,5	3,9	9,2	2,2	1,14
Ecart-type	35	2,9	2,9	5,0	3,2	2,3	0,7	0,15
Effectif <sup>2</sup>	12	12	12	12	12	12	10	12
Moyenne pondérée	263	18,3	8,2	15,7	3,9	8,2	2,0	1,06

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

<b>Choux et gougeres</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif <sup>1</sup>	13	13	13	13	13	13	9	13
Min	204	13,4	6,2	8,4	0,0001	7,2	0,7	0,69
Max	381	28,0	19,0	23,0	2,2	16,3	3,7	1,60
1er quartile	315	19,0	11,0	15,0	0,4	13,0	1,2	1,10
Mediane	326	22,0	13,0	19,0	0,9	15,0	1,7	1,20
3eme quartile	345	26,4	15,0	21,0	1,2	16,0	2,1	1,30
Moyenne	327	22,4	12,7	17,1	0,9	13,5	1,8	1,18
Ecart-type	46	4,4	3,5	5,3	0,7	2,9	0,9	0,23
Effectif <sup>2</sup>	13	13	13	13	13	13	9	13
Moyenne pondérée	356	24,0	13,9	19,9	0,9	14,6	1,4	1,14

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

<b>Pains surprises et canapes aperitifs</b>	<b>Valeur énergétique (kcal/100g)</b>	<b>Matières grasses (g/100g)</b>	<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>	<b>Glucides (g/100g)</b>	<b>Sucres (g/100g)</b>	<b>Protéines (g/100g)</b>	<b>Fibres alimentaires (g/100g)</b>	<b>Sel (g/100g)</b>
Effectif <sup>1</sup>	33	33	33	33	33	33	24	33
Min	184	6,3	2,0	7,6	1,4	6,1	0,0	0,57
Max	397	30,0	19,0	36,0	11,0	13,0	6,3	1,60
1er quartile	228	10,0	4,2	19,0	3,1	8,3	2,2	1,10
Mediane	254	13,0	5,8	22,0	3,8	8,8	2,8	1,30
3eme quartile	279	15,0	7,2	28,0	5,0	9,9	3,4	1,40
Moyenne	258	13,8	6,5	23,5	4,3	9,0	2,7	1,24
Ecart-type	46	5,6	3,7	6,6	2,0	1,6	1,3	0,24
Effectif <sup>2</sup>	33	33	33	33	33	33	24	33
Moyenne pondérée	248	10,6	4,5	27,6	5,0	9,3	3,2	1,29

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Verrines apertives	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	8	8	8	8	8	8	7	8
Min	144	11,0	4,5	2,6	2,4	5,0	0,4	0,70
Max	267	22,0	12,0	14,5	8,4	8,4	2,5	1,10
1er quartile	177	13,2	5,9	4,9	2,7	5,5	1,4	0,81
Mediane	189	16,0	7,3	7,3	5,0	6,9	1,7	0,91
3eme quartile	246	18,6	9,1	11,0	7,5	7,9	2,2	1,03
Moyenne	204	16,1	7,6	7,9	5,1	6,7	1,7	0,91
Ecart-type	44	3,7	2,5	4,0	2,5	1,3	0,7	0,14
Effectif <sup>2</sup>	8	8	8	8	8	8	7	8
Moyenne pondérée	187	14,2	6,6	8,4	6,3	6,3	1,7	0,83

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

Assortiments de snacking	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	63	63	63	63	63	63	36	63
Min	180	8,6	3,5	16,6	1,2	4,7	0,6	0,83
Max	397	26,0	16,0	40,8	8,6	11,0	3,1	2,10
1er quartile	268	15,0	7,6	23,0	2,4	5,5	1,3	1,10
Mediane	280	16,2	8,2	26,0	2,9	6,2	1,5	1,20
3eme quartile	306	18,9	9,3	28,9	3,9	7,7	1,8	1,40
Moyenne	286	17,1	8,5	25,7	3,5	6,8	1,6	1,24
Ecart-type	35	3,4	2,1	4,5	1,7	1,6	0,5	0,23
Effectif <sup>2</sup>	63	63	63	63	63	63	36	63
Moyenne pondérée	279	16,4	8,6	25,9	2,8	6,2	1,5	1,20

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

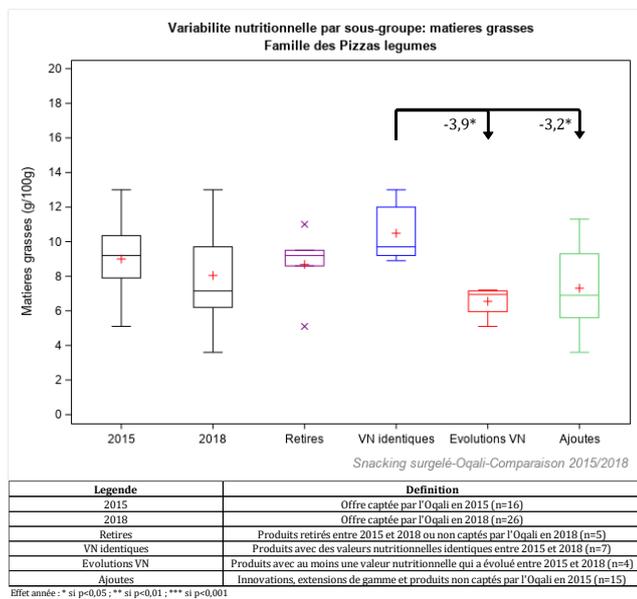
Autres apertifs	Valeur énergétique (kcal/100g)	Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Glucides (g/100g)	Sucres (g/100g)	Protéines (g/100g)	Fibres alimentaires (g/100g)	Sel (g/100g)
Effectif <sup>1</sup>	33	33	33	33	33	33	26	33
Min	86	5,3	0,8	5,3	0,9	2,0	0,3	0,28
Max	460	37,0	19,0	50,3	42,6	16,8	7,8	2,28
1er quartile	192	11,0	4,0	8,5	2,6	7,4	0,9	0,67
Mediane	279	16,1	5,9	21,0	4,3	8,5	1,9	1,00
3eme quartile	324	20,3	10,0	27,0	7,6	11,0	2,4	1,20
Moyenne	267	16,4	7,1	20,1	7,9	8,9	2,3	0,99
Ecart-type	92	7,0	4,4	11,7	9,5	2,9	2,0	0,44
Effectif <sup>2</sup>	30	30	30	30	30	30	24	30
Moyenne pondérée	229	13,7	6,6	16,6	6,4	8,3	2,4	1,07

<sup>1</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des statistiques descriptives non pondérées par les parts de marché

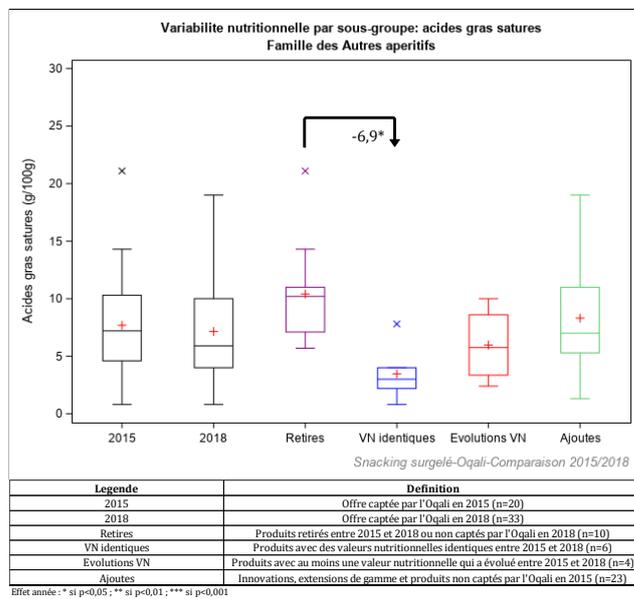
<sup>2</sup> Nombre de produits ayant servi aux calculs des moyennes pondérées par les parts de marché

# Annexe 5 : Evolution de la variabilité nutritionnelle au sein des familles par sous-groupe

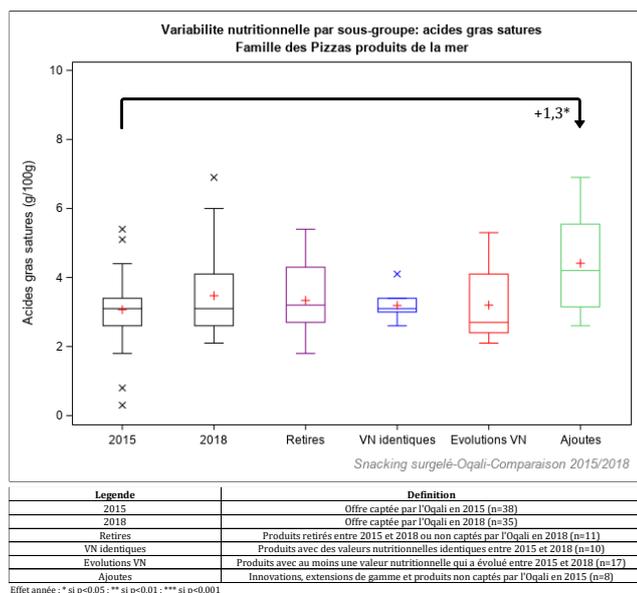
## Matières grasses : Pizzas aux légumes



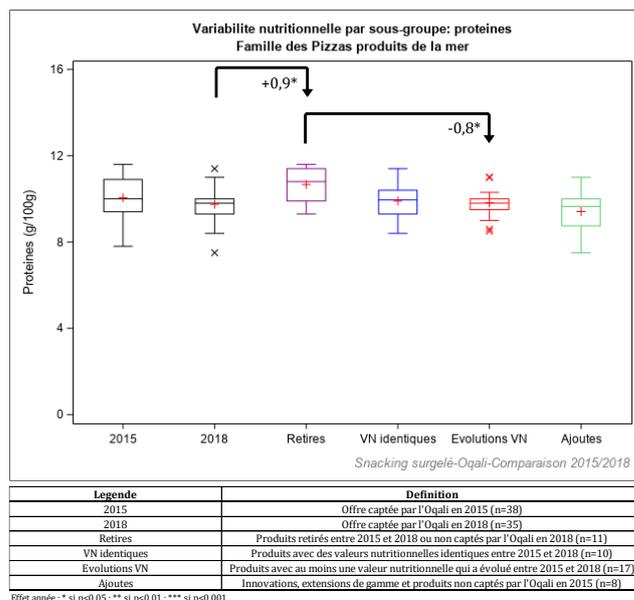
## Acides gras saturés : Autres apéritifs



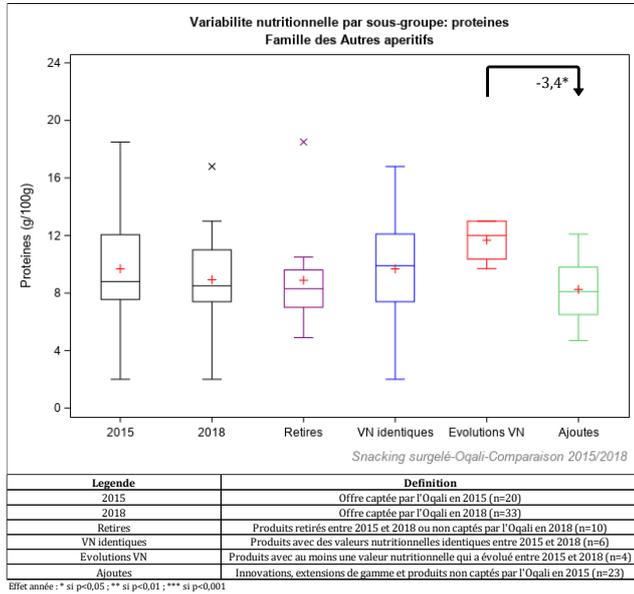
## Acides gras saturés : Pizzas produits de la mer



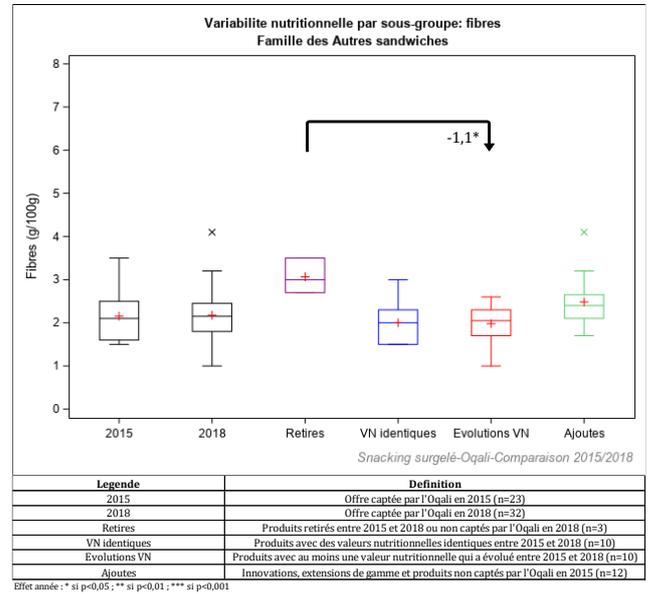
## Protéines : Pizzas produits de la mer



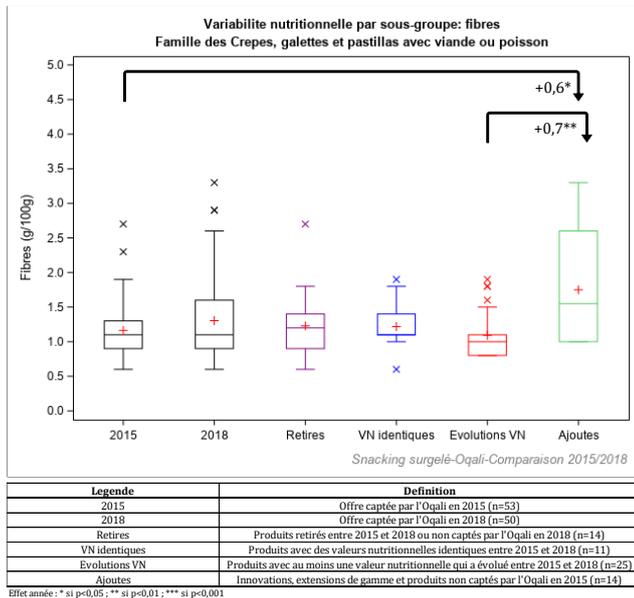
## Protéines : Autres apéritifs



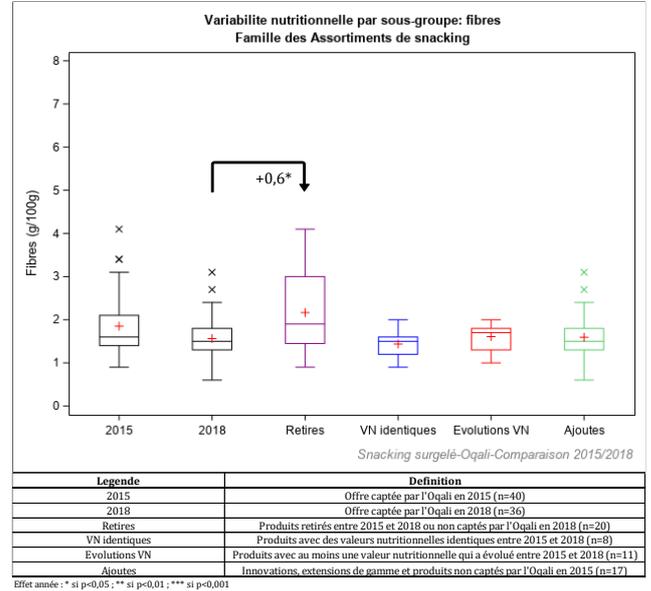
## Fibres : Autres sandwiches



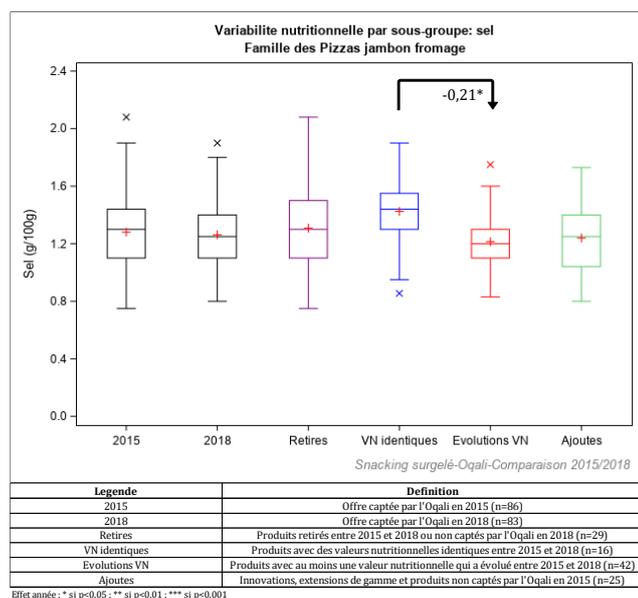
## Fibres : Crêpes, galettes et pastillas avec viandes et poisson



## Fibres : Assortiments de snacking



## Sel : Pizzas jambon fromage



## Annexe 6 : Statistiques descriptives des teneurs en matières grasses par segment de marché et année

Les tableaux suivants présentent les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en matières grasses pour les échantillons de 2015 et de 2018 au sein de chaque segment de marché et sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100g et les pourcentages d'évolution par famille (pour la famille Pizzas fromages, le tableau est présenté dans la partie 6.3.4).

Pizzas jambon fromage	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	20	7,7	1,3	18	7,2	1,6	-0,6	-8%	5	7,3	0,9	2	7,6	0,4	13	7,4	1,5	3	5,9	2,3
Marques nationales	15	8,0	2,2	22	8,1	2,3	+0,1	+1%	3	6,7	1,5	1	9,2		11	8,5	2,2	10	7,5	2,5
Marques de distributeurs	43	6,6	1,8	34	6,9	1,9	+0,3	+4%	17	6,9	2,0	11	6,7	2,1	15	6,8	1,6	8	7,4	2,2
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	10	6,3	1,4	9	7,3	2,7	+1,0	+15%	5	5,9	1,6	2	6,9	2,5	3	6,4	0,5	4	8,1	4,0

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas charcuterie	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	9,4	2,2	9	9,5	1,9	+0,1	+2%	8	8,9	2,1	1	10,2		4	9,6	2,5	4	9,3	1,9
Marques nationales	11	10,8	2,2	12	11,5	2,5	+0,7	+6%	7	10,4	2,4	2	11,3	2,5	3	10,4	2,3	7	12,1	2,7
Marques de distributeurs	16	9,5	2,7	15	10,2	2,3	+0,6	+7%	9	9,0	2,8	4	10,9	3,0	3	9,5	0,9	8	10,0	2,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	7	9,5	3,1	8	8,9	2,0	-0,6	-6%	2	13,2	1,7	1	8,1		4	8,6	2,9	3	9,6	0,8

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas viandes type bolognaise	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	7,3	0,5	5	7,0	1,2	-0,4	-5%	1	6,7					4	7,5	0,3	1	4,9	
Marques nationales	8	8,0	2,0	14	7,6	1,7	-0,3	-4%	1	7,4		2	10,6	1,1	5	6,8	0,7	7	7,3	1,5
Marques de distributeurs	14	6,3	1,4	11	6,9	1,8	+0,5	+8%	5	7,3	1,0	1	5,2		8	6,5	1,3	2	9,2	2,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	6,7	1,6	2	4,9	1,2	-1,9	-28%	2	7,6	0,1	1	4,0		1	5,7				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas viandes autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	3	7,6	2,4	3	6,6	1,2	-1,0	-13%	3	7,6	2,4							3	6,6	1,2
Marques nationales	6	7,0	1,3	16	7,0	2,3	-0,0	-0%	1	5,3					5	7,6	1,0	11	6,7	2,7
Marques de distributeurs	8	5,9	2,7	9	5,3	1,1	-0,6	-10%	5	7,4	2,3	1	3,1		2	5,5	0,1	6	5,7	0,9
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	4,9	1,7	3	5,2	1,8	+0,3	+5%	1	6,9					2	4,4	1,3	1	6,9	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas produits de la mer	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Distributeurs spécialisés	8	9,2	2,1	6	8,7	2,9	-0,5	-5%	5	8,6	1,3	2	8,6	2,0	1	7,2		3	9,3	4,1
Marques nationales	6	9,7	3,8	6	11,0	2,6	+1,3	+13%	1	4,2		3	12,8	1,3	2	7,9	1,1	1	11,6	
Marques de distributeurs	18	9,2	2,6	18	9,6	2,3	+0,4	+4%	2	8,8	3,1	5	9,4	2,7	11	9,6	2,2	2	10,2	2,6
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	6	10,5	3,3	5	10,5	1,8	-0,0	-0%	3	12,3	2,2				3	9,8	2,2	2	11,5	0,7

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas type margarita	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Distributeurs spécialisés	4	9,1	2,6	4	8,5	3,1	-0,7	-7%	2	10,8	3,0				2	7,5	0,2	2	9,5	4,9
Marques nationales	4	10,7	2,2	10	8,1	2,3	-2,6	-25%	2	11,0	0,0				2	10,8	3,2	8	7,4	1,7
Marques de distributeurs	9	11,2	2,1	5	10,7	2,4	-0,5	-4%	5	10,4	2,0	3	11,5	1,9	1	12,0		1	7,1	
Marques de distributeurs entrée de gamme	8	5,1	1,2	4	5,1	1,0	-0,0	-0%	4	4,9	1,3				4	5,1	1,0			
Hard discount	8	6,9	2,9	8	7,4	3,0	+0,5	+7%	1	6,1					7	7,4	3,3	1	7,4	

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas legumes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Distributeurs spécialisés	8	8,7	1,3	10	7,6	1,7	-1,1	-12%	2	9,4	0,2	3	9,5	0,3	3	7,0	0,2	4	6,6	1,9
Marques nationales	4	11,2	1,8	10	9,2	3,1	-2,0	-18%				4	11,2	1,8				6	7,9	3,2
Marques de distributeurs	4	7,5	2,9	6	6,8	1,3	-0,6	-9%	3	8,2	3,0				1	5,1		5	7,2	1,1
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Quiches lorraines	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Distributeurs spécialisés	9	14,8	2,0	13	15,2	2,5	+0,5	+3%							9	14,4	1,9	4	17,0	2,9
Marques nationales	3	15,9	1,2	3	16,7	1,5	+0,8	+5%	1	14,6					2	17,5	0,7	1	15,0	
Marques de distributeurs	18	12,9	2,0	15	12,9	2,5	-0,0	-0%	7	13,1	1,8	5	12,9	3,2	6	12,9	1,4	4	12,8	3,3
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	13,8	2,7	2	12,3	0,6	-1,5	-11%				1	11,9		1	12,7				

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	27	15,0	3,0	27	14,4	3,4	-0,6	-4%	7	16,0	2,2	9	13,9	2,8	11	14,4	4,1	7	14,9	3,3
Marques nationales	5	13,3	4,4	7	14,0	3,6	+0,8	+6%	1	7,1		1	19,3		3	13,7	1,2	3	12,7	4,6
Marques de distributeurs	23	11,7	3,2	18	12,3	3,2	+0,6	+5%	12	11,4	3,6	3	12,3	4,4	8	12,5	3,8	7	12,1	2,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	11,8	2,6	4	13,3	3,9	+1,6	+13%							2	11,1	0,1	2	15,6	5,1

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes aux fromages	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	17,0	1,7	8	16,0	3,1	-1,0	-6%	1	17,1		1	18,0		5	17,0	2,3	2	12,5	3,6
Marques nationales				1	12,9													1	12,9	
Marques de distributeurs	10	14,4	2,2	8	14,1	2,5	-0,4	-2%	4	15,5	1,7	3	14,1	3,3	3	13,0	1,0	2	15,6	3,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	5	16,1	1,9	2	17,1	0,7	+1,0	+6%	4	15,8	2,0	1	17,6					1	16,6	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes aux légumes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	27	12,9	2,9	21	13,9	3,1	+0,9	+7%	9	13,2	2,5	5	13,9	3,3	13	13,4	3,0	3	16,0	3,5
Marques nationales	4	13,8	2,7	6	13,7	2,1	-0,1	-1%	1	11,0					3	15,0	0,0	3	12,3	2,3
Marques de distributeurs	25	11,6	2,1	22	12,0	3,0	+0,4	+3%	8	11,5	1,6	7	12,6	3,1	10	10,8	2,0	5	13,4	4,3
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	4	14,1	2,9	2	12,8	1,8	-1,4	-10%	3	14,2	3,6	1	14,0					1	11,5	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Cakes sales avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	18,3	1,9	6	17,8	1,9	-0,4	-2%	1	15,4					4	18,8	1,5	2	16,0	1,3
Marques nationales	2	15,2	4,7						2	15,2	4,7									
Marques de distributeurs	2	22,0	2,8	1	24,0		+2,0	+9%	1	20,0		1	24,0							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	19,4		1	20,7		+1,3	+7%	1	19,4								1	20,7	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Cakes sales vegetariens	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Distributeurs spécialisés	5	20,2	4,4	4	20,3	3,9	+0,0	+0%	3	22,3	4,5	1	16,0		1	18,0		2	23,5	0,7
Marques nationales	1	18,7							1	18,7										
Marques de distributeurs	3	22,3	1,2	1	23,0		+0,7	+3%	2	22,0	1,4	1	23,0							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	18,0													1	18,0	

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Distributeurs spécialisés	23	9,3	3,5	27	9,0	3,7	-0,3	-4%	4	8,9	1,9	3	11,8	4,9	16	8,4	3,6	8	9,1	3,5
Marques nationales	10	7,9	3,1	12	7,7	3,1	-0,3	-4%	2	7,3	3,5	6	8,4	3,8	2	7,2	0,5	4	6,8	2,9
Marques de distributeurs	18	7,3	2,4	11	7,1	1,7	-0,2	-3%	9	8,2	2,9	2	7,0	0,3	6	6,5	1,4	3	8,3	2,4
Marques de distributeurs entrée de gamme	5	5,4	1,4	5	5,6	1,5	+0,2	+3%	2	6,6	0,5	1	7,2		3	5,0	1,7	1	5,7	
Hard discount	10	6,9	1,9	7	6,8	2,0	-0,1	-2%	3	7,5	1,8	4	7,0	2,7	3	6,5	0,6			

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Crepes et galettes vegetariennes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Distributeurs spécialisés	8	8,4	4,3	8	8,8	5,3	+0,4	+4%	2	11,1	3,5	3	10,0	5,1	3	4,1	0,7	2	14,0	4,2
Marques nationales	2	10,1	0,4	3	9,7	3,4	-0,4	-4%	2	10,1	0,4							3	9,7	3,4
Marques de distributeurs	13	6,6	1,2	9	6,9	1,7	+0,3	+5%	7	5,9	0,9	2	8,0	0,0	4	6,2	2,2	3	7,2	1,1
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	8,3	1,1	4	7,2	2,0	-1,1	-13%							2	8,7	1,6	2	5,7	0,1

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en crouste	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Distributeurs spécialisés	57	17,0	2,6	54	16,9	2,5	-0,1	-1%	19	16,8	3,1	13	17,1	2,5	25	17,4	2,4	16	16,0	2,3
Marques nationales	8	17,2	5,7	20	16,8	4,0	-0,4	-2%	4	17,1	5,8	1	27,0		3	14,1	0,9	16	16,6	3,5
Marques de distributeurs	31	16,1	2,7	26	16,1	2,4	-0,0	-0%	13	16,5	2,2	4	16,4	3,0	14	15,9	2,5	8	16,1	2,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	14	16,9	2,9	11	17,2	2,3	+0,4	+2%	7	16,7	3,4	1	18,0		6	16,9	2,7	4	17,6	2,3

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes avec escargot	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	24,7	9,5	3	28,8	10,8	+4,1	+17%	2	18,5	0,4	2	24,3	10,3	1	38,0				
Marques nationales				2	36,5	0,7												2	36,5	0,7
Marques de distributeurs	2	38,1	0,1	2	34,5	5,2	-3,6	-9%	1	38,0		1	38,1					1	30,8	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	31,5	2,2	1	34,0		+2,6	+8%	2	31,5	2,2							1	34,0	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes vegetariens	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	18,1	1,9	16	17,3	1,8	-0,9	-5%	2	19,8	0,4	4	16,3	1,1	7	18,7	1,0	5	16,0	1,9
Marques nationales	2	15,0	1,6	8	16,8	3,9	+1,8	+12%	1	13,9					1	17,0		7	16,8	4,2
Marques de distributeurs	11	16,2	2,2	10	16,3	2,6	+0,1	+1%	6	15,5	2,1	2	17,9	0,2	3	16,0	3,2	5	15,8	2,9
Marques de distributeurs entrée de gamme	3	14,7	3,1	4	13,5	0,6	-1,2	-8%							3	13,3	0,6	1	14,0	
Hard discount	6	16,1	3,6	6	16,7	2,9	+0,6	+4%	2	16,6	3,8	1	14,0		3	17,0	4,0	2	17,5	0,7

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Croque monsieur	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	11,2	4,7	10	11,7	3,9	+0,5	+4%				1	17,0		6	10,6	4,4	3	12,0	1,0
Marques nationales	2	9,8	0,5	5	13,0	4,0	+3,3	+33%							2	10,5	0,7	3	14,7	4,5
Marques de distributeurs	3	8,5	1,1	4	8,5	0,9	+0,0	+0%	1	9,1		2	8,2	1,3				2	8,9	0,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	8,3	1,6	1	9,0		+0,7	+8%	2	8,3	1,6							1	9,0	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Burgers	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	10,7	1,0	13	11,4	2,4	+0,6	+6%				3	10,7	1,2	3	11,0	1,1	7	11,8	3,2
Marques nationales	4	13,1	0,9	16	11,1	2,6	-1,9	-15%				4	13,1	0,9				12	10,5	2,7
Marques de distributeurs	21	10,8	2,0	20	10,9	1,8	+0,1	+1%	8	10,2	1,0	7	11,0	1,6	6	11,7	0,8	7	9,9	2,4
Marques de distributeurs entrée de gamme	3	13,3	0,6	4	13,1	0,7	-0,3	-2%				2	13,0	0,0	1	14,0		1	12,3	
Hard discount	9	12,1	2,0	6	11,3	1,5	-0,9	-7%	4	12,7	1,9	1	11,0		4	11,5	1,9	1	10,6	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Wraps et kebabs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	6,4	2,8	3	8,3	3,1	+1,9	+30%	3	4,6	0,6	1	11,0		2	7,0	2,9			
Marques nationales	6	8,2	3,0	1	9,0		+0,8	+10%	5	8,1	3,3	1	9,0							
Marques de distributeurs				1	12,0													1	12,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	4	7,9	4,8						4	7,9	4,8									

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres sandwichs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	12,2	2,6	15	11,6	3,3	-0,5	-4%	1	14,0		2	12,9	1,5	7	12,2	2,3	6	10,6	4,6
Marques nationales	13	12,1	2,6	15	12,9	2,2	+0,8	+6%	2	9,0	2,8	8	13,1	1,8	3	11,5	3,5	4	13,4	2,3
Marques de distributeurs	1	14,0		4	14,0	5,4	-0,0	-0%	1	14,0								4	14,0	5,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	13,5													1	13,5	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Baguettes et tartines garnies	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	10,8	4,3	14	13,7	7,1	+3,0	+28%	2	10,2	6,9	3	10,5	4,7	5	11,3	4,4	6	17,4	8,9
Marques nationales	3	6,1	3,4	9	8,5	2,5	+2,4	+40%	3	6,1	3,4							9	8,5	2,5
Marques de distributeurs				2	15,5	2,1												2	15,5	2,1
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	5,0		4	9,5	4,8	+4,5	+90%				1	5,0					3	11,0	4,6

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Salades	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Matières grasses (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	5,9	2,5	10	6,5	1,7	+0,6	+10%	6	5,9	2,6	4	8,0	0,9	3	5,0	1,6	3	6,0	1,1
Marques nationales																				
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	5,1							1	5,1										

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)



Assortiments de snacking	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Distributeurs spécialisés	15	17,5	3,1	12	17,7	3,3	+0,2	+1%	8	17,6	3,8	3	18,6	3,7	4	16,0	0,8	5	18,6	4,2
Marques nationales	11	15,2	3,7	15	17,7	3,6	+2,5	+17%	6	15,0	5,1	1	18,1		5	14,2	1,5	9	19,6	3,2
Marques de distributeurs	25	16,8	2,3	29	16,6	3,7	-0,3	-2%	8	17,3	1,9	9	16,5	3,4	8	16,9	2,1	12	16,5	4,8
Marques de distributeurs entrée de gamme	2	16,3	0,4	1	16,2		-0,1	-0%	1	16,0					1	16,2				
Hard discount	8	17,4	2,0	6	16,6	0,8	-0,7	-4%	6	17,1	2,3				2	16,0	0,1	4	17,0	0,8

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres aperitifs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Distributeurs spécialisés	18	18,2	7,1	23	15,1	7,4	-3,1	-17%	9	22,5	6,0	5	12,3	5,6	4	14,5	6,2	14	16,2	8,3
Marques nationales	2	18,5	2,5	7	18,4	5,4	-0,1	-0%	1	16,7		1	20,3					6	18,1	5,9
Marques de distributeurs				1	25,0													1	25,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				2	19,4	4,7												2	19,4	4,7

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

## Annexe 7 : Statistiques descriptives des teneurs en acides gras saturés par segment de marché et année

Les tableaux suivants présentent les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en acides gras saturés pour les échantillons de 2015 et de 2018 au sein de chaque segment de marché et sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100g et les pourcentages d'évolution par famille (pour les familles Pizzas fromages ainsi que Baguettes et tartines garnies, les tableaux sont présentés dans la partie 6.4.4).

Pizzas jambon fromage	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	19	3,0	0,7	18	3,0	0,9	-0,0	-1%	4	3,0	0,3	2	3,3	0,1	13	2,9	0,9	3	3,3	1,1
Marques nationales	14	3,4	1,0	22	3,8	1,3	+0,3	+10%	3	2,6	0,2	1	4,2		11	3,6	1,1	10	3,9	1,5
Marques de distributeurs	43	2,7	0,7	34	3,0	0,7	+0,2	+8%	17	2,7	0,7	11	2,9	0,9	15	3,0	0,5	8	3,0	0,6
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	10	2,6	0,6	9	3,7	1,8	+1,1	+44%	5	2,3	0,4	2	3,0	1,1	3	2,9	0,6	4	4,6	2,3

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas charcuterie	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	12	4,5	1,4	9	4,3	0,8	-0,1	-3%	7	4,6	1,7	1	3,6		4	4,4	1,0	4	4,5	0,5
Marques nationales	11	4,2	0,8	12	4,6	0,9	+0,4	+8%	7	4,0	0,6	2	5,2	1,3	3	4,1	0,5	7	4,6	1,0
Marques de distributeurs	16	3,8	0,9	15	4,1	0,8	+0,3	+8%	9	3,6	1,1	4	4,2	0,8	3	4,0	0,1	8	4,1	1,0
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	7	3,6	1,0	8	3,8	0,8	+0,2	+7%	2	4,6	0,2	1	3,9		4	3,6	1,1	3	4,2	0,3

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas viandes type bolognaise	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	5	3,0	0,9	5	3,0	0,9	+0,0	+0%	1	2,2					4	3,2	0,9	1	2,2	
Marques nationales	7	3,3	0,5	14	3,1	1,0	-0,1	-5%	1	3,8		2	3,6	0,9	5	2,9	0,5	7	3,2	1,3
Marques de distributeurs	14	2,5	0,4	11	3,1	1,3	+0,6	+25%	5	2,7	0,3	1	1,9		8	2,8	0,5	2	5,2	2,1
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	2,5	0,4	2	2,2	0,1	-0,3	-12%	2	2,7	0,3	1	2,1		1	2,3				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas viandes autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Acides gras saturés (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	3	3,2	0,7	3	3,0	0,9	-0,1	-4%	3	3,2	0,7							3	3,0	0,9
Marques nationales	6	2,9	0,7	16	2,6	1,1	-0,3	-11%	1	2,3					5	2,9	0,6	11	2,4	1,2
Marques de distributeurs	8	2,5	1,3	9	2,4	0,8	-0,1	-6%	5	3,1	1,3	1	1,6		2	1,8	0,9	6	2,7	0,6
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	2,0	0,9	3	2,6	1,2	+0,5	+26%	1	3,1					2	1,9	0,6	1	3,9	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas produits de la mer	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	8	3,7	0,9	6	3,0	0,3	-0,8	-20%	5	4,1	1,0	2	3,1	0,1	1	2,7		3	3,0	0,4
Marques nationales	6	3,0	0,8	6	3,4	1,1	+0,4	+13%	1	1,8		3	3,6	0,4	2	2,3	0,1	1	5,1	
Marques de distributeurs	18	2,8	1,1	18	3,6	1,3	+0,8	+26%	2	2,6	0,7	5	3,0	0,3	11	3,6	1,3	2	5,2	2,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	6	3,0	0,5	5	3,7	1,6	+0,8	+27%	3	3,1	0,4				3	2,6	0,3	2	5,5	0,8

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas type margarita	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	4	4,8	0,9	4	4,2	1,1	-0,5	-11%	2	4,8	0,6				2	4,4	1,8	2	4,1	0,4
Marques nationales	4	3,7	0,8	10	3,4	0,9	-0,3	-7%	2	3,5	0,6				2	4,1	0,5	8	3,2	0,9
Marques de distributeurs	9	4,2	0,5	5	4,2	0,5	-0,0	-0%	5	3,9	0,4	3	4,4	0,4	1	4,2		1	3,4	
Marques de distributeurs entrée de gamme	8	1,5	0,6	4	1,9	0,6	+0,4	+27%	4	1,3	0,6				4	1,9	0,6			
Hard discount	8	2,5	1,0	8	3,1	1,1	+0,6	+24%	1	2,4					7	2,9	1,1	1	4,2	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas légumes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	8	2,9	1,0	10	2,5	0,6	-0,4	-15%	2	3,2	0,1	3	2,3	0,8	3	3,1	0,6	4	2,3	0,4
Marques nationales	4	3,7	1,3	10	3,6	1,2	-0,1	-3%				4	3,7	1,3				6	3,5	1,2
Marques de distributeurs	4	3,6	2,2	6	2,6	0,5	-1,0	-28%	3	4,0	2,5				1	2,5		5	2,6	0,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Quiches lorraines	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	9	6,6	2,8	13	7,5	2,9	+0,9	+14%							9	6,5	2,7	4	9,7	2,3
Marques nationales	3	8,6	0,7	3	9,1	1,7	+0,5	+6%	1	7,9					2	9,5	2,2	1	8,4	
Marques de distributeurs	18	5,4	2,1	15	5,9	1,9	+0,5	+10%	7	5,0	2,2	5	6,6	2,8	6	5,8	1,2	4	5,3	1,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	6,5	2,0	2	5,0	0,1	-1,5	-23%				1	5,1		1	4,9				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>			
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
Acides gras saturés (g/100g)																					
Distributeurs spécialisés	27	7,7	3,0	27	6,9	2,8	-0,7	-10%	7	9,4	3,1	9	6,4	3,1	11	7,3	2,4	7	7,0	3,4	
Marques nationales	5	6,2	2,2	7	6,8	2,2	+0,6	+10%	1	2,8		1	6,5		3	7,0	1,0	3	6,8	3,6	
Marques de distributeurs	23	5,0	2,3	18	5,6	2,5	+0,7	+14%	12	4,4	1,9	3	6,1	3,6	8	5,6	2,7	7	5,5	2,2	
Marques de distributeurs entrée de gamme																					
Hard discount	2	5,7	0,8	4	5,5	1,7	-0,1	-2%							2	5,3	0,2	2	5,8	2,8	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes aux fromages	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>			
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
Acides gras saturés (g/100g)																					
Distributeurs spécialisés	7	9,3	2,5	8	8,9	3,1	-0,4	-4%	1	9,9		1	13,0		5	9,0	2,9	2	6,6	1,8	
Marques nationales				1	9,1													1	9,1		
Marques de distributeurs	10	5,8	3,4	8	6,7	2,3	+1,0	+17%	4	5,8	4,3	3	7,2	3,8	3	5,8	0,3	2	7,5	2,2	
Marques de distributeurs entrée de gamme																					
Hard discount	3	8,0	1,9	2	10,5	1,1	+2,5	+31%	3	8,0	1,9	1	9,7					1	11,2		

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes aux légumes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>			
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
Acides gras saturés (g/100g)																					
Distributeurs spécialisés	27	6,2	2,3	21	7,1	2,6	+0,9	+14%	9	6,6	2,3	5	7,6	2,3	13	6,5	2,8	3	8,8	1,4	
Marques nationales	4	7,9	1,8	6	7,8	1,3	-0,0	-0%	1	6,0					3	8,4	1,2	3	7,2	1,2	
Marques de distributeurs	25	4,9	2,1	22	5,6	2,6	+0,6	+12%	8	4,9	1,5	7	6,4	2,9	10	4,5	1,3	5	6,6	3,6	
Marques de distributeurs entrée de gamme																					
Hard discount	4	6,9	1,4	2	6,0	1,3	-0,9	-13%	3	6,9	1,8	1	6,9					1	5,1		

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Cakes sales avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>			
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	
Acides gras saturés (g/100g)																					
Distributeurs spécialisés	5	5,2	0,5	6	5,4	1,1	+0,1	+2%	1	4,8					4	5,4	0,5	2	5,3	2,3	
Marques nationales	2	3,7	0,6						2	3,7	0,6										
Marques de distributeurs	2	4,5	2,3	1	6,1		+1,7	+37%	1	2,8		1	6,1								
Marques de distributeurs entrée de gamme																					
Hard discount	1	6,4		1	5,0		-1,4	-22%	1	6,4								1	5,0		

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Cakes sales vegetariens	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	6,6	1,4	4	6,0	0,5	-0,5	-8%	3	6,9	1,8	1	5,5		1	6,7		2	6,0	0,4
Marques nationales	1	4,3							1	4,3										
Marques de distributeurs	3	6,9	0,7	1	7,3		+0,4	+6%	2	6,7	0,8	1	7,3							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	4,6													1	4,6	

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	23	3,8	2,2	27	4,1	2,1	+0,2	+6%	4	3,8	1,8	3	4,4	3,0	16	3,7	2,2	8	4,6	1,5
Marques nationales	10	3,9	2,4	12	3,5	2,5	-0,4	-9%	2	3,5	1,8	6	4,3	2,9	2	2,7	1,6	4	2,7	2,1
Marques de distributeurs	18	2,8	2,1	11	2,4	1,8	-0,4	-15%	9	3,9	2,4	2	1,6	0,3	6	1,8	1,0	3	4,3	2,7
Marques de distributeurs entrée de gamme	4	1,6	0,9	5	1,5	0,2	-0,1	-9%	2	2,2	0,8	1	1,8		3	1,4	0,2	1	1,4	
Hard discount	10	2,9	1,6	7	2,8	1,7	-0,0	-0%	3	2,5	1,6	4	3,9	1,6	3	1,5	0,2			

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Crepes et galettes vegetariennes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	8	3,2	2,3	8	4,9	3,3	+1,6	+50%	2	2,0	1,3	3	4,7	3,5	3	2,5	0,4	2	8,8	1,8
Marques nationales	2	5,2	1,2	3	5,9	1,8	+0,8	+15%	2	5,2	1,2							3	5,9	1,8
Marques de distributeurs	13	2,0	0,9	9	2,3	0,7	+0,4	+18%	7	1,6	0,8	2	2,9	0,0	4	2,0	0,9	3	2,3	0,3
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	3,4	1,7	4	2,5	1,4	-0,9	-26%							2	3,2	1,3	2	1,9	1,5

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	56	9,5	2,0	54	9,6	1,5	+0,2	+2%	18	9,2	2,6	13	10,0	2,0	25	9,2	1,3	16	10,0	1,3
Marques nationales	8	9,3	2,8	20	9,1	2,4	-0,2	-2%	4	8,3	1,0	1	16,0		3	8,3	1,0	16	8,8	1,9
Marques de distributeurs	31	9,6	1,8	26	9,6	1,8	+0,0	+0%	13	9,8	1,7	4	9,3	1,5	14	9,7	2,2	8	9,7	1,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	14	9,4	1,5	11	9,6	1,4	+0,2	+3%	7	8,7	1,5	1	9,5		6	10,2	1,2	4	8,8	1,8

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes avec escargot	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	15,9	5,3	3	17,9	6,5	+2,0	+13%	2	13,0	0,0	2	14,9	5,5	1	24,0				
Marques nationales				2	23,3	2,4												2	23,3	2,4
Marques de distributeurs	2	24,1	0,1	2	22,6	2,2	-1,5	-6%	1	24,0		1	24,1					1	21,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	18,7	1,8	1	21,0		+2,3	+12%	2	18,7	1,8							1	21,0	

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes végétariens	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	11,1	2,1	16	10,1	1,8	-1,0	-9%	2	12,4	2,2	4	9,1	0,9	7	11,7	1,1	5	8,8	1,6
Marques nationales	2	8,3	0,7	8	9,7	3,2	+1,4	+17%	1	7,8					1	9,3		7	9,8	3,4
Marques de distributeurs	11	10,4	1,5	10	10,1	2,6	-0,3	-2%	6	10,1	1,8	2	11,5	0,7	3	9,9	2,5	5	9,7	3,3
Marques de distributeurs entrée de gamme	3	7,8	2,2	4	6,7	0,5	-1,1	-14%							3	6,7	0,7	1	6,6	
Hard discount	5	9,7	3,0	6	10,4	2,0	+0,7	+7%	2	8,4	4,0	1	7,7		3	10,9	2,5	2	11,0	0,0

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Croque monsieur	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	5,9	2,4	10	5,8	2,2	-0,1	-2%				1	9,6		6	5,0	2,0	3	6,0	1,4
Marques nationales	2	8,7	0,3	5	9,9	1,0	+1,2	+14%							2	9,3	0,1	3	10,4	1,0
Marques de distributeurs	3	5,5	1,6	4	5,4	1,2	-0,1	-1%	1	6,4		2	5,0	2,0				2	5,8	0,0
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	6,1	3,5	1	2,5		-3,6	-59%	2	6,1	3,5							1	2,5	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Burgers	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	5,1	0,6	13	4,8	1,4	-0,3	-6%				3	5,1	0,3	3	5,1	0,8	7	4,5	1,9
Marques nationales	4	5,4	0,4	16	4,5	1,3	-0,8	-15%				4	5,4	0,4				12	4,3	1,4
Marques de distributeurs	21	4,5	0,7	20	4,6	1,2	+0,1	+2%	8	4,6	0,4	7	4,5	0,5	6	5,0	0,8	7	4,5	1,9
Marques de distributeurs entrée de gamme	3	5,3	0,2	4	5,2	0,2	-0,1	-1%				2	5,2	0,1	1	5,5		1	5,0	
Hard discount	6	4,9	0,8	6	4,3	0,9	-0,6	-12%	4	5,2	0,7	1	5,0		4	4,0	0,9	1	4,8	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Wraps et kebabs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	2,8	2,6	3	4,2	3,1	+1,5	+53%	3	1,3	0,6	1	7,2		2	2,7	2,4			
Marques nationales	6	2,7	1,1	1	3,7		+1,0	+39%	5	2,5	1,0	1	3,7							
Marques de distributeurs				1	3,2													1	3,2	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	2,7	1,7						3	2,7	1,7									

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres sandwichs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	4,7	1,5	15	4,6	2,0	-0,01	-0,2%	1	2,3		2	4,5	1,8	7	5,1	1,1	6	4,2	2,9
Marques nationales	13	6,6	1,8	15	6,6	1,6	+0,1	+1%	2	4,3	1,1	8	7,1	1,4	3	6,8	2,6	4	5,6	1,4
Marques de distributeurs	1	9,2		4	6,1	3,4	-3,1	-34%	1	9,2								4	6,1	3,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	8,2													1	8,2	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Salades	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	1,3	0,8	10	1,3	0,7	+0,0	+1%	6	1,4	0,9	4	1,8	0,8	3	0,7	0,1	3	1,4	0,7
Marques nationales																				
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	0,9							1	0,9										

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Aumoneries apéritives	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	6,0	2,8	8	7,9	3,0	+1,9	+32%	4	4,6	2,3	1	7,6		5	7,9	1,5	2	7,9	7,2
Marques nationales				2	10,1	4,2												2	10,1	4,2
Marques de distributeurs	2	6,2	0,8	2	7,0	0,5	+0,8	+12%	2	6,2	0,8							2	7,0	0,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	6,8	0,1						2	6,8	0,1									

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Choux et gougeres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	15,4	2,1	7	13,9	3,9	-1,5	-10%	2	16,7	2,5	1	15,9		3	15,7	3,1	3	11,4	4,6
Marques nationales				2	11,8	3,2												2	11,8	3,2
Marques de distributeurs	2	13,5	0,7	3	10,7	3,4	-2,8	-20%	1	13,0				1	14,0			2	9,1	2,7
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	12,9													1	12,9	

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pains surprises et canapes apertifs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	5,6	1,7	15	6,5	3,7	+0,9	+16%	8	5,4	2,1	3	6,3	1,5	7	5,1	1,4	5	8,6	5,9
Marques nationales				8	8,4	4,7						1	9,0					7	8,3	5,1
Marques de distributeurs	13	4,8	1,3	9	5,4	2,0	+0,6	+13%	10	4,7	1,3	2	5,3	1,6	1	4,2		6	5,6	2,3
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	4	4,7	2,2	1	2,9		-1,8	-39%	3	5,4	2,1				1	2,9				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Verrines apertives	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	4	5,5	2,3	5	6,3	1,5	+0,8	+15%	2	5,3	3,6	1	4,5		1	6,5		3	6,8	1,6
Marques nationales				2	10,9	1,6												2	10,9	1,6
Marques de distributeurs	3	6,8	1,4	1	8,0		+1,2	+18%	2	6,2	1,3	1	8,0							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	10,0							1	10,0										

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Assortiments de snacking	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	15	9,0	1,8	12	9,7	2,8	+0,7	+7%	8	9,0	2,1	3	8,9	1,8	4	9,3	1,8	5	10,6	3,9
Marques nationales	11	7,7	2,1	15	8,3	2,0	+0,6	+8%	6	7,3	2,7	1	9,4		5	7,6	1,0	9	8,6	2,4
Marques de distributeurs	25	8,9	1,3	29	8,2	2,0	-0,6	-7%	8	9,1	0,9	9	8,6	2,0	8	8,0	2,0	12	8,1	2,2
Marques de distributeurs entrée de gamme	2	8,7	0,5	1	8,6		-0,1	-1%	1	8,3					1	8,6				
Hard discount	8	9,1	1,0	6	8,1	1,4	-1,0	-11%	6	9,0	1,2				2	7,9	0,7	4	8,2	1,7

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres aperitifs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Acides gras saturés (g/100g)	18	7,8	4,9	23	5,8	3,9	-1,9	-25%	9	10,9	4,6	5	2,6	1,2	4	6,0	3,3	14	6,9	4,2
Distributeurs spécialisés	2	7,0	1,2	7	9,6	5,0	+2,7	+38%	1	6,1		1	7,8					6	9,9	5,4
Marques nationales				1	11,0													1	11,0	
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				2	11,7	1,6												2	11,7	1,6

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

## Annexe 8 : Statistiques descriptives des teneurs en sucres par segment de marché et année

Les tableaux suivants présentent les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en sucres pour les échantillons de 2015 et de 2018 au sein de chaque segment de marché et sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100g et les pourcentages d'évolution par famille pour les familles Pizzas légumes, Crêpes et galettes végétariennes ainsi que Pains surprises et canapés apéritifs, les tableaux sont présentés dans la partie 6.5.4.

Pizzas jambon fromage	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Sucres (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	19	3,6	1,3	18	3,3	1,1	-0,3	-8%	4	3,5	0,5	2	2,8	1,2	13	3,9	0,5	3	1,5	0,3
Marques nationales	14	3,6	1,5	22	2,8	1,6	-0,8	-22%	3	3,7	1,5	1	1,6		11	4,0	1,5	10	1,7	0,8
Marques de distributeurs	43	4,5	1,8	34	4,0	1,6	-0,5	-10%	17	4,1	1,7	11	4,4	1,6	15	3,9	1,7	8	3,7	1,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	10	3,9	1,5	9	3,6	0,8	-0,3	-9%	5	4,3	1,9	2	3,8	0,5	3	4,3	0,9	4	3,0	0,6

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas charcuterie	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Sucres (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	12	3,4	1,1	9	2,8	0,8	-0,6	-18%	7	3,6	0,9	1	3,9		4	2,7	0,3	4	2,7	1,1
Marques nationales	11	3,7	1,6	12	3,1	1,6	-0,5	-14%	7	3,6	1,5	2	2,0	0,7	3	3,2	1,0	7	3,5	1,9
Marques de distributeurs	16	3,9	1,3	15	4,3	1,4	+0,4	+11%	9	3,6	1,4	4	3,8	0,3	3	4,7	2,5	8	4,4	1,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	7	3,2	0,9	8	3,9	0,9	+0,6	+19%	2	2,1	0,5	1	3,7		4	3,6	1,1	3	4,3	1,0

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas viandes type bolognaise	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Sucres (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	5	3,6	1,0	5	3,6	1,3	+0,0	+0%	1	3,5					4	4,1	0,8	1	1,7	
Marques nationales	7	3,9	1,7	14	3,1	1,6	-0,8	-21%	1	4,1		2	2,5	0,9	5	3,6	1,7	7	2,9	1,7
Marques de distributeurs	14	4,6	2,5	11	3,6	1,2	-1,0	-21%	5	3,9	1,0	1	3,5		8	3,8	1,3	2	2,9	1,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	4,2	0,2	2	3,9	2,0	-0,3	-8%	2	4,2	0,1	1	2,5		1	5,3				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas viandes autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	3	5,9	4,8	3	3,6	0,4	-2,4	-40%	3	5,9	4,8							3	3,6	0,4
Marques nationales	6	3,2	1,0	16	4,0	1,6	+0,9	+28%	1	2,5					5	4,2	1,9	11	4,0	1,6
Marques de distributeurs	8	3,5	1,5	9	3,3	1,4	-0,1	-4%	5	2,9	1,5	1	5,4		2	4,9	0,1	6	2,5	0,7
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	4,5	0,8	3	4,0	0,9	-0,6	-13%	1	5,5					2	4,5	0,3	1	2,9	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas produits de la mer	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	8	3,4	1,5	6	4,3	1,4	+0,8	+25%	5	3,4	1,8	2	3,6	1,3	1	3,7		3	4,9	1,6
Marques nationales	6	3,1	1,2	6	2,7	1,4	-0,4	-13%	1	3,3		3	2,2	0,7	2	4,1	1,6	1	1,5	
Marques de distributeurs	18	3,7	0,9	18	4,3	1,4	+0,5	+14%	2	3,7	0,4	5	4,4	0,9	11	4,2	1,6	2	4,3	1,3
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	6	3,1	1,9	5	4,1	1,5	+0,9	+30%	3	1,7	0,2				3	3,8	1,3	2	4,5	2,4

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas fromages	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	26	3,2	1,1	26	3,2	1,0	+0,0	+1%	9	3,4	1,5	5	2,4	0,5	12	3,4	0,6	9	3,4	1,5
Marques nationales	17	3,4	1,6	24	3,0	1,4	-0,4	-12%	3	3,8	1,9	4	3,1	1,4	11	3,7	1,3	9	2,2	1,3
Marques de distributeurs	52	3,8	1,7	55	4,2	1,9	+0,4	+10%	20	3,4	1,8	9	3,7	0,9	23	4,4	2,0	23	4,3	2,1
Marques de distributeurs entrée de gamme	2	4,0	0,8						2	4,0	0,8									
Hard discount	18	3,6	1,4	18	4,0	1,2	+0,4	+11%	5	2,2	0,8	8	4,0	0,7	5	3,2	1,5	5	4,6	1,5

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas type margarita	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	4	3,7	0,8	4	2,6	1,0	-1,1	-29%	2	4,1	0,5				2	2,2	0,1	2	3,0	1,6
Marques nationales	4	3,5	0,7	10	3,3	1,5	-0,1	-4%	2	4,0	0,5				2	2,5	0,4	8	3,5	1,6
Marques de distributeurs	9	3,0	1,2	5	3,1	1,0	+0,1	+3%	5	3,4	1,2	3	3,0	1,3	1	4,0		1	2,7	
Marques de distributeurs entrée de gamme	8	2,8	0,9	4	4,0	1,3	+1,2	+42%	4	2,3	0,2				4	4,0	1,3			
Hard discount	8	4,2	2,1	8	3,9	1,3	-0,3	-6%	1	1,6					7	3,8	1,4	1	4,8	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Quiches lorraines	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	9	2,9	0,4	13	2,9	0,5	-0,0	-1%							9	3,0	0,5	4	2,7	0,6
Marques nationales	3	1,2	0,2	3	1,9	1,3	+0,8	+66%	1	1,0					2	1,2	0,3	1	3,4	
Marques de distributeurs	18	2,8	1,1	15	2,4	0,9	-0,4	-13%	7	2,8	1,0	5	2,1	1,1	6	2,2	0,6	4	3,1	0,9
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	3,2	0,8	2	4,3	0,8	+1,1	+35%				1	3,7		1	4,8				

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	27	3,2	1,5	27	2,8	1,0	-0,3	-11%	7	3,9	2,2	9	2,7	0,9	11	2,8	1,1	7	3,0	1,0
Marques nationales	5	1,9	0,8	7	2,1	1,0	+0,2	+10%	1	2,3		1	3,2		3	1,2	0,5	3	2,6	0,6
Marques de distributeurs	23	3,2	1,7	18	3,5	1,5	+0,3	+10%	12	2,9	1,9	3	4,2	1,6	8	4,1	1,7	7	2,6	0,8
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	2,5	0,4	4	4,7	2,2	+2,2	+89%							2	6,2	2,1	2	3,3	1,1

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes aux fromages	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	3,1	1,5	8	3,0	0,8	-0,1	-3%	1	6,5		1	2,8		5	2,8	0,8	2	3,5	1,0
Marques nationales				1	3,1													1	3,1	
Marques de distributeurs	10	2,9	1,2	8	2,8	1,1	-0,1	-3%	4	3,0	1,2	3	2,2	1,2	3	3,0	0,5	2	3,4	1,9
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	2,9	0,9	2	3,6	0,8	+0,7	+26%	3	2,9	0,9	1	3,0					1	4,2	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes aux légumes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	27	3,0	1,3	21	3,0	0,9	-0,0	-1%	9	3,5	1,9	5	3,0	0,8	13	2,8	1,0	3	3,7	0,4
Marques nationales	4	2,0	0,2	6	1,6	0,7	-0,4	-19%	1	1,8					3	1,6	0,3	3	1,6	1,0
Marques de distributeurs	25	2,9	1,1	22	2,6	1,0	-0,3	-11%	8	2,6	1,1	7	2,8	1,3	10	2,6	0,9	5	2,2	0,9
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	4	2,5	1,0	2	1,7	0,2	-0,9	-35%	3	2,8	1,1	1	1,8					1	1,5	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Cakes sales avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	2,2	0,4	6	2,7	1,1	+0,5	+21%	1	2,0					4	2,3	0,5	2	3,5	1,9
Marques nationales	2	1,2	0,8						2	1,2	0,8									
Marques de distributeurs	2	1,6	0,0	1	1,6		+0,0	+0%	1	1,6		1	1,6							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	1,6		1	1,7		+0,1	+6%	1	1,6								1	1,7	

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Cakes sales vegetariens	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	3,5	0,7	4	2,4	0,9	-1,1	-32%	3	3,9	0,7	1	2,8		1	3,3		2	1,8	0,8
Marques nationales	1	2,3							1	2,3										
Marques de distributeurs	3	2,6	0,6	1	2,3		-0,3	-13%	2	2,8	0,7	1	2,3							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	2,7							1						1	2,7	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	23	3,8	1,6	27	3,2	1,7	-0,5	-14%	4	2,6	0,9	3	3,9	0,8	16	2,9	0,8	8	3,6	2,8
Marques nationales	10	2,1	0,9	12	2,3	0,9	+0,2	+9%	2	2,3	0,9	6	1,9	0,7	2	3,0	1,3	4	2,6	0,9
Marques de distributeurs	18	3,2	1,0	11	3,1	1,1	-0,1	-2%	9	3,1	0,8	2	2,4	0,9	6	3,8	0,7	3	2,2	1,2
Marques de distributeurs entrée de gamme	4	3,3	1,0	5	3,2	0,4	-0,1	-3%	2	3,9	0,6	1	3,0		3	3,2	0,5	1	3,6	
Hard discount	10	3,1	1,2	7	3,0	1,2	-0,1	-5%	3	3,2	0,5	4	2,0	0,5	3	4,2	0,3			

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	56	2,4	1,4	54	2,2	1,4	-0,2	-7%	18	2,2	0,6	13	3,0	2,2	25	1,9	1,0	16	2,0	1,0
Marques nationales	8	1,5	0,9	20	2,3	1,2	+0,8	+52%	4	1,2	0,3	1	2,2		3	1,7	1,5	16	2,4	1,2
Marques de distributeurs	31	2,8	1,4	26	2,8	1,4	+0,0	+2%	13	2,6	0,8	4	2,5	0,7	14	2,9	1,8	8	2,8	0,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	14	3,1	1,0	11	3,2	0,9	+0,1	+3%	7	3,0	1,1	1	3,5		6	3,4	0,8	4	2,8	1,0

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes avec escargot	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Sucres (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	5	1,4	0,7	3	0,9	0,3	-0,5	-36%	2	2,2	0,2	2	1,1	0,2	1	0,6				
Marques nationales				2	1,2	0,1												2	1,2	0,1
Marques de distributeurs	2	1,2	0,0	2	1,1	0,1	-0,1	-8%	1	1,2		1	1,2					1	1,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	1,0	0,4	1	0,7		-0,3	-30%	2	1,0	0,4							1	0,7	

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes vegetariens	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Sucres (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	13	2,8	1,2	16	2,4	1,2	-0,4	-13%	2	2,6	0,1	4	3,1	2,0	7	2,5	0,8	5	1,7	0,9
Marques nationales	2	3,0	0,4	8	2,8	0,9	-0,2	-6%	1	2,7					1	2,9		7	2,8	1,0
Marques de distributeurs	11	3,6	1,3	10	3,3	1,0	-0,3	-8%	6	4,0	1,5	2	3,1	0,2	3	3,2	1,8	5	3,4	0,8
Marques de distributeurs entrée de gamme	3	3,9	1,4	4	3,6	0,7	-0,3	-8%							3	3,4	0,7	1	4,2	
Hard discount	5	3,1	1,3	6	4,0	1,3	+0,9	+28%	2	2,4	0,9	1	4,1		3	3,3	1,4	2	5,0	0,8

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Croque monsieur	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Sucres (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	7	2,9	1,5	10	2,5	0,7	-0,4	-15%				1	3,8		6	2,3	0,8	3	2,5	0,1
Marques nationales	2	1,2	1,3	5	2,4	1,7	+1,3	+112%							2	1,6	0,1	3	3,0	2,2
Marques de distributeurs	3	3,6	1,7	4	3,4	1,5	-0,2	-6%	1	2,6		2	4,1	2,1				2	2,7	0,3
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	3,6	2,9	1	1,0		-2,6	-72%	2	3,6	2,9							1	1,0	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Burgers	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Sucres (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	6	5,3	2,3	13	4,7	1,9	-0,6	-12%				3	4,5	1,1	3	6,2	3,1	7	4,2	1,6
Marques nationales	4	3,3	1,5	16	4,0	2,0	+0,8	+23%				4	3,3	1,5				12	4,3	2,2
Marques de distributeurs	21	3,9	1,3	20	4,2	1,3	+0,2	+6%	8	3,7	0,6	7	3,9	1,4	6	3,9	1,2	7	4,7	1,3
Marques de distributeurs entrée de gamme	3	4,0	2,3	4	4,1	1,9	+0,1	+3%				2	2,7	0,7	1	6,5		1	4,4	
Hard discount	6	3,3	0,7	6	3,6	0,9	+0,3	+8%	4	3,5	0,4	1	4,0		4	3,4	1,1	1	3,8	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Wraps et kebabs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Sucres (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	6	3,0	0,4	3	3,5	0,6	+0,5	+16%	3	3,1	0,6	1	3,2		2	3,6	0,8			
Marques nationales	6	4,7	1,3	1	2,4		-2,3	-49%	5	5,2	0,8	1	2,4							
Marques de distributeurs				1	2,8													1	2,8	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	5,4	1,0						3	5,4	1,0									

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres sandwichs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Sucres (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	10	4,3	2,0	15	4,3	1,7	-0,0	-1%	1	2,0		2	3,7	0,4	7	4,3	1,6	6	4,4	2,1
Marques nationales	13	5,9	2,4	15	5,7	2,8	-0,3	-5%	2	5,1	0,8	8	6,4	3,0	3	5,3	1,2	4	4,4	3,4
Marques de distributeurs	1	5,5		4	5,3	1,8	-0,2	-3%	1	5,5								4	5,3	1,8
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	0,9													1	0,9	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Baguettes et tartines garnies	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Sucres (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	10	3,1	1,0	14	3,0	1,0	-0,1	-4%	2	3,6	0,6	3	3,6	0,5	5	2,6	1,2	6	3,0	1,0
Marques nationales	3	3,4	0,1	9	3,3	0,7	-0,1	-2%	3	3,4	0,1							9	3,3	0,7
Marques de distributeurs				2	2,6	0,5												2	2,6	0,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	8,3		4	5,1	2,2	-3,3	-39%	1	8,3		1	8,3					3	4,0	0,7

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Salades	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Sucres (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	13	3,2	1,4	10	2,8	1,5	-0,5	-14%	6	3,2	1,3	4	3,0	2,0	3	3,4	0,5	3	1,8	1,1
Marques nationales																				
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	2,4							1	2,4										

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Aumonieres apertives	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Sucres (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	10	4,7	3,6	8	4,6	3,7	-0,1	-2%	4	5,0	3,2	1	2,2		5	5,1	3,9	2	4,8	5,0
Marques nationales				2	2,2	2,0												2	2,2	2,0
Marques de distributeurs	2	3,0	0,3	2	2,8	0,1	-0,2	-7%	2	3,0	0,3							2	2,8	0,1
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	0,2	0,2						2	0,2	0,2									

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Choux et gougeres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Sucres (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	6	1,5	1,4	7	1,0	0,7	-0,5	-33%	2	3,0	1,8	1	1,0		3	0,4	0,5	3	1,5	0,6
Marques nationales				2	1,3	1,0												2	1,3	1,0
Marques de distributeurs	2	1,3	0,5	3	0,5	0,3	-0,8	-63%	1	0,9				1	0,8			2	0,3	0,1
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	1,3													1	1,3	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Verrines apertives	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Sucres (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	4	5,0	3,6	5	4,0	2,0	-1,0	-20%	2	5,1	5,4	1	2,7		1	6,7		3	3,5	1,7
Marques nationales				2	6,4	2,6												2	6,4	2,6
Marques de distributeurs	3	5,6	2,5	1	8,4		+2,8	+50%	2	4,2	0,8	1	8,4							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	5,0							1	5,0										

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Assortiments de snacking	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Sucres (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	15	3,1	1,7	12	3,8	2,0	+0,7	+22%	8	3,2	1,2	3	2,5	1,4	4	3,4	2,3	5	4,9	1,8
Marques nationales	11	2,4	0,5	15	2,6	1,0	+0,2	+8%	6	2,4	0,4	1	5,8		5	2,5	0,4	9	2,4	0,5
Marques de distributeurs	25	3,6	1,5	29	4,1	1,8	+0,6	+15%	8	3,6	1,4	9	3,4	1,2	8	3,8	1,2	12	4,9	2,4
Marques de distributeurs entrée de gamme	2	2,8	1,3	1	2,2		-0,6	-21%	1	3,7					1	2,2				
Hard discount	8	3,7	2,3	6	2,7	0,4	-1,0	-26%	6	4,1	2,4				2	2,6	0,5	4	2,8	0,4

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres aperitifs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sucres (g/100g)	18	10,9	11,3	23	7,9	9,8	-3,0	-28%	9	14,2	14,1	5	5,4	4,3	4	8,6	8,6	14	8,6	11,6
Distributeurs spécialisés	2	33,2	0,4	7	9,1	11,0	-24,1	-73%	1	32,9		1	33,4					6	5,0	2,5
Marques nationales				1	11,0													1	11,0	
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				2	3,0	3,0												2	3,0	3,0

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

## Annexe 9 : Statistiques descriptives des teneurs en protéines par segment de marché et année

Les tableaux suivants présentent les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en protéines pour les échantillons de 2015 et de 2018 au sein de chaque segment de marché et sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100g et les pourcentages d'évolution par famille.

Pizzas jambon fromage	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	20	10,2	1,1	18	10,1	1,1	-0,1	-1%	5	10,4	0,9	2	11,0	0,0	13	9,9	1,1	3	10,3	1,2
Marques nationales	15	10,0	1,2	22	10,3	0,8	+0,3	+3%	3	8,7	0,4	1	11,9		11	10,4	0,8	10	10,2	0,8
Marques de distributeurs	43	9,3	1,3	34	9,6	1,1	+0,3	+3%	17	8,9	1,2	11	9,5	1,0	15	9,6	1,3	8	9,5	0,8
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	10	8,9	1,4	9	9,1	1,3	+0,2	+2%	5	8,7	1,6	2	9,0	1,5	3	9,6	1,2	4	8,9	1,7

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas charcuterie	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	10,2	1,6	9	10,3	1,6	+0,1	+1%	8	10,0	1,4	1	8,1		4	10,9	2,0	4	10,3	0,8
Marques nationales	11	9,6	0,9	12	9,6	1,2	+0,0	+0%	7	9,6	0,7	2	9,6	2,5	3	9,9	0,2	7	9,5	1,3
Marques de distributeurs	16	9,5	1,6	15	9,6	1,2	+0,1	+1%	9	9,4	2,0	4	9,8	1,4	3	9,3	1,3	8	9,6	1,2
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	7	9,1	1,0	8	9,9	1,3	+0,8	+8%	2	9,7	0,4	1	10,2		4	9,0	0,9	3	10,9	1,1

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas viandes type bolognaise	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	9,1	0,6	5	9,3	0,6	+0,2	+2%	1	8,8					4	9,2	0,7	1	9,5	
Marques nationales	8	10,1	0,7	14	9,8	1,2	-0,3	-3%	1	10,7		2	10,2	1,3	5	10,0	0,8	7	9,5	1,5
Marques de distributeurs	14	9,6	0,6	11	9,9	1,0	+0,3	+3%	5	9,5	0,3	1	10,7		8	9,8	1,0	2	10,0	1,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	9,3	0,3	2	8,3	1,0	-1,0	-10%	2	9,2	0,4	1	7,6		1	9,0				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas viandes autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	3	10,2	1,1	3	11,0	1,0	+0,8	+8%	3	10,2	1,1							3	11,0	1,0
Marques nationales	6	10,6	0,6	16	10,3	1,5	-0,3	-3%	1	9,7					5	11,0	1,0	11	9,9	1,6
Marques de distributeurs	8	9,8	1,2	9	9,1	0,9	-0,8	-8%	5	10,2	1,3	1	9,8		2	7,9	1,2	6	9,3	0,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	8,4	0,3	3	9,1	0,7	+0,7	+8%	1	8,5					2	9,3	0,9	1	8,7	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas produits de la mer	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	8	11,0	0,5	6	10,3	1,0	-0,7	-6%	5	11,1	0,4	2	11,2	0,3	1	9,8		3	9,9	1,2
Marques nationales	6	9,7	0,7	6	9,5	0,7	-0,2	-2%	1	9,3		3	9,9	0,6	2	8,8	0,4	1	9,6	
Marques de distributeurs	18	9,7	0,9	18	9,7	0,9	+0,0	+1%	2	10,1	0,4	5	9,4	0,6	11	10,1	0,7	2	8,6	1,6
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	6	10,4	0,7	5	9,6	0,4	-0,8	-8%	3	10,8	0,8				3	9,7	0,2	2	9,5	0,8

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas fromages	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	27	11,2	1,4	26	11,3	1,3	+0,2	+1%	10	11,1	1,7	5	10,7	2,0	12	11,5	0,8	9	11,4	1,4
Marques nationales	18	11,2	1,4	24	11,3	1,6	+0,1	+1%	4	10,8	2,0	4	11,1	0,6	11	11,4	1,3	9	11,3	2,4
Marques de distributeurs	52	10,3	1,4	55	10,7	1,4	+0,4	+4%	20	10,7	1,5	9	10,6	1,4	23	10,7	1,6	23	10,8	1,1
Marques de distributeurs entrée de gamme	2	11,5	2,1						2	11,5	2,1									
Hard discount	18	10,5	1,2	18	10,2	1,0	-0,2	-2%	5	10,1	1,8	8	10,5	1,2	5	10,4	0,4	5	9,7	0,9

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas type margarita	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	4	10,4	0,7	4	9,9	0,8	-0,5	-5%	2	10,2	0,1				2	9,5	0,2	2	10,4	0,9
Marques nationales	4	9,1	1,1	10	9,1	2,0	-0,0	-0%	2	8,7	1,6				2	9,7	0,4	8	9,0	2,3
Marques de distributeurs	9	10,5	0,6	5	10,2	0,3	-0,3	-2%	5	10,5	0,7	3	10,4	0,4	1	10,0		1	10,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme	8	6,1	1,5	4	7,6	2,2	+1,4	+23%	4	5,7	0,7				4	7,6	2,2			
Hard discount	8	7,7	1,9	8	8,3	2,2	+0,6	+7%	1	8,4					7	7,9	2,1	1	11,0	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas legumes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	8	8,1	1,0	10	7,3	1,0	-0,8	-10%	2	8,4	0,1	3	7,9	1,5	3	7,4	0,6	4	6,7	0,5
Marques nationales	4	8,3	2,5	10	8,1	1,6	-0,2	-3%				4	8,3	2,5				6	7,9	1,0
Marques de distributeurs	4	8,6	1,2	6	7,3	0,9	-1,3	-15%	3	8,5	1,4				1	8,7		5	7,0	0,7
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Quiches lorraines	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	9	9,3	0,5	13	9,8	1,3	+0,5	+5%							9	9,3	0,5	4	11,0	1,8
Marques nationales	3	9,8	0,7	3	9,3	1,0	-0,6	-6%	1	10,6					2	9,9	0,2	1	8,1	
Marques de distributeurs	18	8,8	0,7	15	8,8	0,9	+0,0	+0%	7	8,8	0,6	5	8,8	0,9	6	9,3	0,7	4	8,2	1,0
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	8,2	1,8	2	7,8	1,2	-0,4	-5%				1	6,9		1	8,6				

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	27	7,1	1,7	27	7,2	1,6	+0,1	+1%	7	7,5	2,0	9	7,1	1,8	11	7,0	1,7	7	7,5	1,3
Marques nationales	5	8,0	0,4	7	6,7	1,3	-1,2	-15%	1	8,2		1	8,3		3	7,4	0,3	3	5,6	0,9
Marques de distributeurs	23	7,2	1,3	18	7,1	1,4	-0,1	-1%	12	7,7	1,3	3	6,6	1,7	8	6,3	0,9	7	8,2	1,3
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	6,9	1,2	4	5,7	0,9	-1,2	-17%							2	6,1	0,1	2	5,3	1,3

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes aux fromages	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	10,8	1,8	8	10,1	2,8	-0,7	-6%	1	8,3		1	14,0		5	10,8	1,4	2	6,4	0,8
Marques nationales				1	11,6													1	11,6	
Marques de distributeurs	10	11,3	2,1	8	10,8	1,7	-0,6	-5%	4	11,7	2,5	3	11,2	2,9	3	10,6	0,7	2	10,3	0,8
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	5	9,9	2,2	2	8,1	0,8	-1,8	-18%	4	10,2	2,4	1	8,7					1	7,5	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes aux légumes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	27	5,2	1,3	21	5,0	1,6	-0,2	-3%	9	5,5	1,0	5	4,5	1,4	13	4,8	1,5	3	6,9	1,2
Marques nationales	4	7,1	0,7	6	6,6	1,6	-0,5	-7%	1	6,1					3	7,0	0,6	3	6,1	2,4
Marques de distributeurs	25	6,2	1,1	22	6,1	1,3	-0,1	-1%	8	6,2	1,1	7	6,6	1,4	10	6,0	1,1	5	5,7	1,6
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	4	5,1	0,8	2	5,2	0,4	+0,1	+1%	3	5,2	0,9	1	4,9					1	5,4	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Cakes sales avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	12,2	1,5	6	11,7	1,2	-0,5	-4%	1	13,6					4	12,0	1,4	2	11,0	0,1
Marques nationales	2	10,5	1,6						2	10,5	1,6									
Marques de distributeurs	2	12,5	0,7	1	12,0		-0,5	-4%	1	13,0		1	12,0							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	12,0		1	10,0		-2,0	-17%	1	12,0								1	10,0	

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Cakes sales vegetariens	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	10,9	0,4	4	11,5	0,5	+0,6	+5%	3	10,6	0,3	1	11,0		1	11,0		2	11,9	0,1
Marques nationales	1	7,8							1	7,8										
Marques de distributeurs	3	11,3	1,2	1	12,0		+0,7	+6%	2	11,0	1,4	1	12,0							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	9,4													1	9,4	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	23	9,4	2,0	27	9,0	2,1	-0,4	-4%	4	9,3	1,3	3	9,8	3,9	16	8,9	1,7	8	8,7	2,4
Marques nationales	10	7,3	2,5	12	7,5	2,4	+0,3	+3%	2	6,6	0,8	6	7,7	3,3	2	7,1	1,5	4	7,6	1,3
Marques de distributeurs	18	7,2	1,8	11	6,9	1,6	-0,3	-4%	9	8,0	2,2	2	5,6	0,7	6	6,8	0,8	3	7,9	2,8
Marques de distributeurs entrée de gamme	5	5,3	0,7	5	5,3	0,6	+0,0	+0%	2	5,8	0,6	1	6,1		3	5,0	0,6	1	5,5	
Hard discount	10	6,9	2,2	7	6,8	1,9	-0,1	-2%	3	7,4	3,0	4	7,5	2,4	3	5,8	0,2			

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Crepes et galettes vegetariennes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	8	6,4	1,3	8	6,4	1,5	+0,1	+1%	2	7,1	1,3	3	6,2	1,4	3	6,2	1,8	2	7,1	1,8
Marques nationales	2	7,1	0,6	3	7,6	1,4	+0,5	+8%	2	7,1	0,6							3	7,6	1,4
Marques de distributeurs	13	5,4	1,3	9	6,1	1,2	+0,7	+14%	7	4,7	0,3	2	7,2	0,0	4	5,9	1,5	3	5,6	0,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	6,2	0,4	4	5,1	1,0	-1,2	-19%							2	6,0	0,1	2	4,2	0,2

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en crouste	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	57	8,6	1,9	54	8,6	1,7	+0,0	+0%	19	8,9	2,5	13	8,2	1,3	25	8,6	1,8	16	9,0	1,8
Marques nationales	8	6,4	1,0	20	6,7	1,1	+0,3	+5%	4	6,2	1,2	1	7,6		3	6,1	0,5	16	6,8	1,2
Marques de distributeurs	31	7,3	1,1	26	7,4	1,0	+0,1	+1%	13	7,6	1,0	4	7,1	1,4	14	7,4	1,1	8	7,6	0,3
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	14	7,0	1,1	11	7,4	1,1	+0,4	+6%	7	7,0	1,4	1	5,3		6	7,8	0,8	4	7,5	1,2

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes avec escargot	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	7,3	0,9	3	7,6	0,8	+0,3	+4%	2	6,8	1,1	2	7,6	1,1	1	7,6				
Marques nationales				2	7,4	0,4												2	7,4	0,4
Marques de distributeurs	2	7,5	0,0	2	7,8	0,4	+0,3	+3%	1	7,5		1	7,5					1	8,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	8,5	0,4	1	8,2		-0,3	-3%	2	8,5	0,4							1	8,2	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes vegetariens	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	6,8	1,5	16	6,7	1,7	-0,1	-1%	2	6,8	2,1	4	6,1	1,7	7	7,5	1,3	5	6,2	2,0
Marques nationales	2	5,4	0,8	8	6,0	1,9	+0,6	+12%	1	4,8					1	6,2		7	5,9	2,1
Marques de distributeurs	11	6,6	1,8	10	6,1	1,6	-0,5	-7%	6	6,9	2,0	2	7,1	0,5	3	6,2	2,3	5	5,7	1,7
Marques de distributeurs entrée de gamme	3	5,0	0,9	4	4,7	0,2	-0,2	-5%							3	4,7	0,2	1	4,8	
Hard discount	6	5,7	1,2	6	5,8	1,1	+0,0	+1%	2	5,5	1,1	1	5,2		3	6,1	1,4	2	5,5	1,2

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Croque monsieur	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Proteines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	9,3	2,5	10	10,8	3,1	+1,5	+16%				1	13,0		6	9,2	2,7	3	13,3	2,1
Marques nationales	2	9,4	0,1	5	11,0	1,4	+1,7	+18%							2	9,7	0,4	3	11,9	0,8
Marques de distributeurs	3	9,6	1,0	4	9,2	1,0	-0,3	-4%	1	9,0		2	9,9	1,2				2	8,6	0,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	10,5	0,3	1	5,6		-4,9	-47%	2	10,5	0,3							1	5,6	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Burgers	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Protéines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	13,1	1,4	13	12,0	1,9	-1,0	-8%				3	13,0	1,7	3	13,0	1,0	7	11,2	2,0
Marques nationales	4	13,3	2,7	16	12,8	2,1	-0,5	-4%				4	13,3	2,7				12	12,6	1,9
Marques de distributeurs	21	12,7	1,9	20	12,7	2,2	-0,0	-0%	8	12,7	1,3	7	12,7	1,0	6	12,5	3,5	7	12,7	2,0
Marques de distributeurs entrée de gamme	3	12,7	0,6	4	12,4	0,7	-0,3	-2%				2	12,5	0,7	1	13,0		1	11,6	
Hard discount	9	11,8	2,5	6	11,2	2,8	-0,7	-6%	4	12,5	0,9	1	12,0		4	10,4	3,3	1	13,2	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Wraps et kebabs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Protéines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	9,6	1,9	3	8,2	0,5	-1,3	-14%	3	10,8	2,0	1	8,7		2	8,0	0,4			
Marques nationales	6	8,3	0,9	1	10,0		+1,7	+20%	5	8,0	0,4	1	10,0							
Marques de distributeurs				1	9,2													1	9,2	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	4	9,1	2,5						4	9,1	2,5									

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres sandwichs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Protéines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	10,6	1,5	15	9,8	1,9	-0,8	-8%	1	10,0		2	10,2	2,5	7	10,8	1,0	6	8,5	2,1
Marques nationales	13	10,1	1,3	15	10,1	1,4	+0,1	+1%	2	9,3	1,8	8	10,3	1,5	3	10,0	0,0	4	9,9	1,9
Marques de distributeurs	1	8,8		4	10,2	1,5	+1,4	+15%	1	8,8								4	10,2	1,5
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	12,6													1	12,6	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Baguettes et tartines garnies	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Protéines (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	10,2	1,5	14	8,9	2,1	-1,3	-13%	2	10,3	2,5	3	9,7	1,5	5	10,5	1,5	6	7,2	1,5
Marques nationales	3	6,6	1,8	9	8,7	2,3	+2,1	+32%	3	6,6	1,8							9	8,7	2,3
Marques de distributeurs				2	7,8	1,4												2	7,8	1,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	10,5		4	8,8	2,5	-1,8	-17%	1	10,5		1	10,5					3	8,2	2,7

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Salades	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Proteines (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	13	6,0	1,7	10	6,1	1,8	+0,1	+2%	6	5,3	1,2	4	6,4	1,5	3	6,0	2,7	3	5,6	2,0
Marques nationales																				
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	7,0							1	7,0										

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Aumoneries apertives	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Proteines (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	10	8,5	1,8	8	9,0	2,8	+0,5	+6%	4	8,9	0,9	1	11,0		5	7,6	2,0	2	11,4	3,7
Marques nationales				2	10,1	0,4												2	10,1	0,4
Marques de distributeurs	2	9,4	0,1	2	9,0	0,8	-0,4	-4%	2	9,4	0,1							2	9,0	0,8
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	9,2	2,5						2	9,2	2,5									

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Choux et gougeres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Proteines (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	6	13,2	2,1	7	12,9	3,1	-0,2	-2%	2	11,4	2,8	1	13,6		3	14,7	1,5	3	11,0	3,9
Marques nationales				2	14,7	2,3												2	14,7	2,3
Marques de distributeurs	2	14,5	0,7	3	15,7	0,6	+1,2	+8%	1	14,0					1	15,0		2	16,0	0,0
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	9,1													1	9,1	

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pains surprises et canapes apertifs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Proteines (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	18	9,4	1,3	15	9,4	1,9	-0,0	-0%	8	9,2	0,9	3	11,1	1,8	7	8,9	1,2	5	9,1	2,4
Marques nationales				8	8,2	1,5						1	8,7					7	8,1	1,6
Marques de distributeurs	13	9,3	1,0	9	8,9	0,7	-0,4	-4%	10	9,3	1,1	2	8,8	0,6	1	9,9		6	8,8	0,6
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	4	8,8	0,9	1	11,0		+2,2	+25%	3	8,6	1,1				1	11,0				

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Verrines apertives	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>				
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
Proteines (g/100g)																						
Distributeurs spécialisés	4	8,6	4,6	5	6,6	1,3	-2,0	-23%	2	11,1	6,2	1	6,8		1	5,8		3	6,8	1,7		
Marques nationales				2	7,9	0,1												2	7,9	0,1		
Marques de distributeurs	3	7,0	1,6	1	5,2		-1,8	-26%	2	7,9	0,6	1	5,2									
Marques de distributeurs entrée de gamme																						
Hard discount	1	5,1							1	5,1												

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Assortiments de snacking	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>				
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
Proteines (g/100g)																						
Distributeurs spécialisés	15	6,8	1,6	12	7,5	1,0	+0,7	+10%	8	6,7	2,1	3	7,2	1,1	4	6,8	0,8	5	8,2	0,8		
Marques nationales	11	6,2	1,1	15	6,3	1,6	+0,1	+2%	6	6,5	1,4	1	9,9		5	5,8	0,6	9	6,2	1,5		
Marques de distributeurs	25	6,5	1,3	29	6,9	1,9	+0,4	+6%	8	6,4	0,6	9	6,7	1,8	8	6,7	1,9	12	7,2	2,1		
Marques de distributeurs entrée de gamme	2	5,5	0,6	1	4,8		-0,7	-12%	1	5,0					1	4,8						
Hard discount	8	6,5	1,0	6	6,0	0,8	-0,4	-7%	6	6,7	1,1				2	5,7	0,3	4	6,2	0,9		

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres apertifs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>				
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET		
Proteines (g/100g)																						
Distributeurs spécialisés	18	9,8	4,2	23	9,1	3,2	-0,7	-8%	9	8,8	4,1	5	10,1	5,5	4	11,7	1,6	14	7,9	1,9		
Marques nationales	2	8,5	1,6	7	9,4	2,0	+0,9	+10%	1	9,6		1	7,4					6	9,7	2,0		
Marques de distributeurs				1	6,4													1	6,4			
Marques de distributeurs entrée de gamme																						
Hard discount				2	7,0	1,6												2	7,0	1,6		

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

## Annexe 10 : Statistiques descriptives des teneurs en fibres par segment de marché et année

Les tableaux suivants présentent les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en fibres pour les échantillons de 2015 et de 2018 au sein de chaque segment de marché et sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100g et les pourcentages d'évolution par famille.

Pizzas jambon fromage	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	19	2,3	0,6	18	2,1	0,4	-0,2	-9%	4	2,3	0,3	2	1,6	0,6	13	2,1	0,3	3	2,2	0,6
Marques nationales	12	1,8	0,3	19	1,9	0,4	+0,1	+6%	2	2,0	0,4	1	1,6		10	1,9	0,5	8	2,0	0,4
Marques de distributeurs	40	2,5	0,6	30	2,3	0,6	-0,2	-9%	15	2,6	0,7	10	2,4	0,5	13	2,3	0,5	7	2,1	0,9
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	6	2,5	0,4	2	2,2	0,1	-0,4	-15%	4	2,8	0,4	1	2,1		1	2,2				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas charcuterie	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	12	2,4	0,4	9	2,3	0,5	-0,1	-4%	7	2,4	0,4	1	2,3		4	2,3	0,6	4	2,3	0,4
Marques nationales	8	1,8	0,3	6	1,8	0,2	-0,05	-3%	5	1,8	0,4	2	1,7	0,1	2	1,8	0,1	2	1,9	0,4
Marques de distributeurs	15	2,1	0,6	11	2,1	0,5	-0,02	-1%	8	2,0	0,5	4	2,0	0,8	2	2,3	0,2	5	2,1	0,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	2,8	0,5	3	2,3	0,1	-0,5	-16%	1	3,1		1	2,4		2	2,3	0,1			

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas viandes type bolognaise	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	2,1	0,4	5	2,1	0,4	-0,02	-1%	1	2,0					4	2,2	0,4	1	1,9	
Marques nationales	5	1,6	0,1	11	1,9	0,4	+0,3	+18%				1	1,7		5	1,7	0,1	5	2,2	0,5
Marques de distributeurs	11	2,6	0,7	8	2,3	0,6	-0,3	-13%	5	2,8	0,5	1	1,9		5	2,4	0,7	2	2,2	0,0
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	2,6	0,6						1	3,0										

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas viandes autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	3	3,2	0,6	3	2,4	0,8	-0,8	-26%	3	3,2	0,6							3	2,4	0,8
Marques nationales	6	1,9	0,5	10	1,9	0,4	-0,04	-2%	1	2,3					5	1,8	0,6	5	1,9	0,3
Marques de distributeurs	8	2,4	0,6	5	2,3	0,5	-0,2	-7%	5	2,4	0,7	1	1,8		1	2,4		3	2,4	0,6
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	1,6	1,2	1	2,4		+0,9	+55%	1	0,7					1	2,4				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas produits de la mer	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	8	2,0	0,5	6	2,1	0,4	+0,01	+1%	5	2,2	0,6	2	1,7	0,1	1	2,2		3	2,2	0,5
Marques nationales	4	1,6	0,3	4	1,6	0,3	+0,0	+0%	1	2,1		1	1,5		2	1,7	0,6	1	1,6	
Marques de distributeurs	15	2,1	0,6	15	2,0	0,4	-0,1	-6%	1	3,0		5	2,1	0,5	8	2,0	0,5	2	2,1	0,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	2,0		2	2,2	0,8	+0,2	+8%	1	2,0					2	2,2	0,8			

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas fromages	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	26	2,1	0,7	26	1,9	0,4	-0,2	-10%	9	2,2	0,6	5	1,4	0,2	12	2,0	0,3	9	2,0	0,3
Marques nationales	16	1,7	0,4	20	1,9	0,6	+0,1	+9%	3	1,5	0,4	2	1,6	0,2	11	1,9	0,8	7	1,9	0,3
Marques de distributeurs	47	2,3	0,5	46	2,2	0,5	-0,1	-6%	18	2,3	0,6	8	2,3	0,4	20	2,3	0,6	18	1,9	0,5
Marques de distributeurs entrée de gamme	2	3,0	0,7						2	3,0	0,7									
Hard discount	6	3,3	0,3	3	2,9	0,2	-0,4	-12%	3	3,0	0,1				2	2,9	0,3	1	2,8	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas type margarita	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	4	2,4	0,4	4	2,3	0,3	-0,1	-4%	2	2,2	0,4				2	2,6	0,1	2	2,1	0,1
Marques nationales	1	1,7		6	1,8	0,3	+0,1	+7%							1	1,6		5	1,9	0,3
Marques de distributeurs	7	2,2	0,6	4	2,2	0,4	-0,1	-2%	3	2,0	0,8	3	2,3	0,4				1	1,7	
Marques de distributeurs entrée de gamme	6	2,4	0,4	4	2,3	0,7	-0,1	-6%	2	2,3	0,3				4	2,3	0,7			
Hard discount	4	2,4	0,4	2	3,1	0,2	+0,6	+26%	1	2,2					2	3,1	0,2			

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas legumes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	8	3,0	1,2	10	2,4	0,6	-0,6	-21%	2	4,8	0,1	3	2,4	1,0	3	2,6	0,3	4	2,2	0,5
Marques nationales				4	1,9	0,1												4	1,9	0,1
Marques de distributeurs	4	2,6	0,3	5	2,8	0,3	+0,2	+8%	3	2,5	0,3				1	2,8		4	2,8	0,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Quiches lorraines	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	9	0,7	0,1	13	1,0	0,5	+0,2	+29%							9	0,8	0,1	4	1,3	0,8
Marques nationales	3	0,8	0,1	3	1,0	0,4	+0,2	+29%	1	0,9					2	0,8	0,0	1	1,5	
Marques de distributeurs	11	1,2	0,7	11	1,1	0,7	-0,1	-8%	5	1,2	0,7	3	1,4	1,0	4	0,9	0,9	4	1,1	0,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	0,5																		

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	27	1,6	0,4	27	1,6	0,4	+0,03	+2%	7	1,7	0,3	9	1,7	0,6	11	1,6	0,4	7	1,5	0,3
Marques nationales	4	1,0	0,1	6	1,1	0,3	+0,1	+5%	1	1,1					3	1,1	0,1	3	1,0	0,5
Marques de distributeurs	19	1,2	0,5	13	1,2	0,3	+0,03	+2%	11	1,3	0,5	3	1,3	0,5	5	1,3	0,3	5	1,2	0,2
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	1,4	0,5																	

N=Effectif; Min=Minimum; Max=Maximum; Q1=1er quartile; Med=Médiane; Q3=3ème quartile; Moy=Moyenne; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes aux fromages	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	1,7	1,0	8	1,1	0,8	-0,6	-36%	1	2,9		1	2,5		5	0,6	0,3	2	1,6	0,8
Marques nationales																				
Marques de distributeurs	8	1,2	0,7	6	1,4	1,1	+0,3	+25%	4	1,2	0,7	2	1,5	1,1	2	2,1	1,8	2	0,8	0,1
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	1,0	0,4						2	1,0	0,4									

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes aux légumes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	27	1,8	0,8	21	1,7	0,7	-0,2	-9%	9	1,9	0,5	5	1,8	0,9	13	1,6	0,7	3	1,6	0,5
Marques nationales	4	1,3	0,1	6	1,5	0,9	+0,2	+19%	1	1,3					3	1,3	0,1	3	1,8	1,3
Marques de distributeurs	18	1,7	0,9	16	1,9	0,9	+0,2	+13%	6	1,9	1,1	5	1,3	0,4	8	2,1	1,1	3	2,5	0,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	1,2	0,1						2	1,2	0,1									

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Cakes sales avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	1,3	0,4	6	1,7	0,7	+0,4	+33%	1	1,6					4	1,4	0,6	2	2,5	0,1
Marques nationales	2	1,4	0,1						2	1,4	0,1									
Marques de distributeurs	1	1,3							1	1,3										
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	0,9													1	0,9	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Cakes sales végétariens	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	1,8	0,7	4	3,2	1,7	+1,4	+79%	3	1,6	0,2	1	1,1		1	3,0		2	4,4	1,1
Marques nationales	1	1,5							1	1,5										
Marques de distributeurs	1	1,5							1	1,5										
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	1,5													1	1,5	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	23	1,3	0,5	27	1,5	0,7	+0,2	+14%	4	1,8	0,7	3	1,2	0,2	16	1,2	0,4	8	2,2	0,8
Marques nationales	10	1,0	0,2	12	1,1	0,3	+0,03	+3%	2	1,0	0,4	6	1,0	0,2	2	0,8	0,0	4	1,2	0,3
Marques de distributeurs	13	1,1	0,4	8	1,0	0,4	-0,04	-4%	6	1,1	0,4	1	1,9		6	0,9	0,1	1	1,0	
Marques de distributeurs entrée de gamme	3	0,9	0,2	2	1,1	0,1	+0,2	+21%	2	0,8	0,1				1	1,1		1	1,0	
Hard discount	4	1,2	0,5	1	1,8		+0,7	+57%				1	1,8							

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Crepes et galettes vegetariennes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	8	1,4	0,5	8	1,7	1,0	+0,3	+21%	2	1,1	0,3	3	1,6	0,6	3	1,2	0,4	2	2,6	2,1
Marques nationales	2	1,0	0,4	1	1,1		+0,1	+10%	2	1,0	0,4							1	1,1	
Marques de distributeurs	10	1,2	0,6	7	1,0	0,1	-0,2	-16%	6	1,3	0,7				4	1,0	0,1	3	0,9	0,1
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	0,9	0,0																	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	56	1,3	0,8	54	1,3	0,8	-0,02	-2%	18	1,2	0,7	13	1,2	0,5	25	1,2	0,5	16	1,6	1,1
Marques nationales	5	1,6	0,5	4	1,2	0,3	-0,5	-28%	4	1,7	0,5	1	1,4					3	1,1	0,3
Marques de distributeurs	27	1,4	0,6	18	1,5	0,6	+0,04	+3%	12	1,6	0,6	3	1,4	0,1	10	1,6	0,7	5	1,2	0,3
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	7	1,7	0,4						3	1,9	0,4									

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes avec escargot	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	1,9	0,3	3	1,8	0,1	-0,1	-4%	2	2,0	0,6	2	1,9	0,1	1	1,8				
Marques nationales				2	2,1	0,8												2	2,1	0,8
Marques de distributeurs	2	1,7	0,0	2	1,4	0,4	-0,3	-18%	1	1,7		1	1,7					1	1,1	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	1,8							1	1,8										

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes vegetariens	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Fibres alimentaires (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	13	1,8	1,1	16	1,7	0,9	-0,2	-10%	2	2,5	1,6	4	1,5	0,3	7	1,6	1,4	5	1,8	0,2
Marques nationales	1	1,0		2	4,8	5,3	+3,8	+375%	1	1,0								2	4,8	5,3
Marques de distributeurs	10	1,7	0,6	9	1,6	0,7	-0,1	-4%	6	1,6	0,7	1	1,1		3	1,5	0,8	5	1,8	0,8
Marques de distributeurs entrée de gamme	3	1,4	0,5	3	1,0	0,1	-0,4	-27%							3	1,0	0,1			
Hard discount	4	1,1	0,5	1	1,5		+0,4	+33%	2	1,3	0,6				1	1,5				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Croque monsieur	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Fibres alimentaires (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	7	1,7	0,7	10	1,7	0,6	+0,1	+3%				1	2,8		6	1,4	0,5	3	1,9	0,2
Marques nationales				1	1,5													1	1,5	
Marques de distributeurs	1	1,8		3	1,5	0,3	-0,3	-17%				1	1,8					2	1,4	0,2
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Burgers	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Fibres alimentaires (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	6	1,9	0,3	13	2,3	1,1	+0,4	+21%				3	1,9	0,4	3	1,9	0,2	7	2,6	1,5
Marques nationales	4	1,2	0,3	11	1,5	0,7	+0,4	+32%				4	1,2	0,3				7	1,7	0,7
Marques de distributeurs	17	2,1	0,3	14	2,0	0,7	-0,1	-6%	8	2,1	0,2	4	2,4	0,4	5	1,7	0,3	5	2,0	0,9
Marques de distributeurs entrée de gamme	1	2,0		2	2,1	0,1	+0,1	+5%				1	2,0		1	2,2				
Hard discount	2	1,5	1,3	1	2,8		+1,4	+93%	2	1,5	1,3				1	2,8				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Wraps et kebabs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Fibres alimentaires (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	6	2,6	0,9	3	2,4	0,2	-0,1	-5%	3	2,8	1,3	1	2,3		2	2,5	0,3			
Marques nationales	4	2,4	0,5	1	2,9		+0,5	+22%	3	2,2	0,5	1	2,9							
Marques de distributeurs				1	1,9													1	1,9	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	2,4	1,2						3	2,4	1,2									

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres sandwiches	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
<b>Fibres alimentaires (g/100g)</b>																				
Distributeurs spécialisés	10	2,1	0,4	15	2,3	0,7	+0,2	+7%	1	2,7		2	2,2	0,1	7	2,0	0,5	6	2,7	0,8
Marques nationales	13	2,2	0,7	14	2,1	0,5	-0,1	-4%	2	3,3	0,4	8	2,0	0,6	3	2,0	0,5	3	2,4	0,4
Marques de distributeurs				3	2,1	0,4												3	2,1	0,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Baguettes et tartines garnies	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	2,2	0,2	14	2,3	0,4	+0,1	+5%	2	2,3	0,3	3	2,1	0,3	5	2,2	0,2	6	2,5	0,6
Marques nationales	1	1,7		1	1,8		+0,1	+6%	1	1,7								1	1,8	
Marques de distributeurs				2	1,6	0,4												2	1,6	0,4
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Salades	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	2,4	1,0	10	2,4	0,9	-0,02	-1%	6	2,7	1,1	4	2,2	1,3	3	2,1	0,3	3	2,9	0,6
Marques nationales																				
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Aumonieres apertives	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	2,4	0,8	8	2,0	0,7	-0,4	-18%	4	3,2	0,5	1	0,9		5	2,1	0,3	2	2,2	1,2
Marques nationales																				
Marques de distributeurs	2	3,1	0,9	2	2,9	0,0	-0,2	-5%	2	3,1	0,9							2	2,9	0,0
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Choux et gougeres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	1,3	0,4	7	1,8	1,0	+0,5	+42%	2	1,3	0,1	1	0,7		3	1,8	0,4	3	2,3	1,3
Marques nationales																				
Marques de distributeurs	1	1,2		2	1,5	0,9	+0,3	+21%	1	1,2								2	1,5	0,9
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pains surprises et canapes apertifs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	3,2	0,7	15	2,9	0,7	-0,2	-7%	8	3,2	0,9	3	2,8	0,3	7	3,1	0,5	5	2,8	1,2
Marques nationales				4	0,8	1,0												4	0,8	1,0
Marques de distributeurs	12	3,3	0,8	5	3,6	1,7	+0,3	+10%	9	3,3	0,8	2	2,8	0,1	1	4,1		2	4,3	2,9
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05; \*\* si p<0,01; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Verrines apéritives	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	4	1,8	0,4	5	1,8	0,3	+0,03	+2%	2	1,8	0,5	1	1,4		1	1,6		3	2,0	0,3
Marques nationales				1	0,4													1	0,4	
Marques de distributeurs	3	2,3	0,3	1	2,5		+0,2	+9%	2	2,2	0,4	1	2,5							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Assortiments de snacking	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	15	2,0	0,9	12	1,6	0,6	-0,3	-18%	8	2,5	1,0	3	1,3	0,3	4	1,6	0,2	5	1,8	0,8
Marques nationales	3	1,5	0,1	4	1,3	0,4	-0,2	-14%	3	1,5	0,1							4	1,3	0,4
Marques de distributeurs	20	1,8	0,7	19	1,6	0,5	-0,2	-13%	8	2,2	0,9	5	1,5	0,3	6	1,7	0,4	8	1,6	0,7
Marques de distributeurs entrée de gamme				1	1,3										1	1,3				
Hard discount	2	1,6	0,1						1	1,5										

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres apéritifs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Fibres alimentaires (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	3,3	2,7	23	2,5	2,0	-0,8	-23%	9	2,6	2,7	5	4,0	2,6	4	3,1	2,9	14	1,8	1,2
Marques nationales				2	1,1	1,1												2	1,1	1,1
Marques de distributeurs				1	0,5													1	0,5	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

## Annexe 11 : Statistiques descriptives des teneurs en sel par segment de marché et année

Les tableaux suivants présentent les effectifs, moyennes et écarts-types des teneurs en sel pour les échantillons de 2015 et de 2018 au sein de chaque segment de marché et sous-groupe, ainsi que les différences entre les teneurs en g/100g et les pourcentages d'évolution par famille.

Pizzas jambon fromage	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	19	1,21	0,22	18	1,27	0,26	+0,06	+5%	4	1,09	0,24	2	1,38	0,60	13	1,20	0,19	3	1,50	0,20
Marques nationales	14	1,27	0,20	22	1,23	0,18	-0,04	-3%	3	1,04	0,12	1	1,40		11	1,27	0,13	10	1,16	0,22
Marques de distributeurs	43	1,30	0,28	34	1,27	0,28	-0,03	-2%	17	1,37	0,25	11	1,41	0,29	15	1,21	0,25	8	1,18	0,28
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	10	1,36	0,32	9	1,32	0,19	-0,04	-3%	5	1,44	0,40	2	1,55	0,07	3	1,10	0,00	4	1,36	0,11

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas charcuterie	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	12	1,33	0,26	9	1,31	0,18	-0,02	-2%	7	1,35	0,26	1	1,00		4	1,33	0,17	4	1,38	0,15
Marques nationales	11	1,31	0,21	12	1,22	0,19	-0,09	-7%	7	1,33	0,20	2	1,16	0,23	3	1,30	0,17	7	1,20	0,21
Marques de distributeurs	16	1,28	0,19	15	1,33	0,17	+0,05	+4%	9	1,31	0,23	4	1,28	0,14	3	1,36	0,15	8	1,35	0,20
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	7	1,32	0,25	8	1,30	0,24	-0,02	-2%	2	1,48	0,11	1	0,95		4	1,28	0,19	3	1,44	0,22

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas viandes type bolognaise	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	1,04	0,15	5	1,04	0,21	+0,00	+0%	1	1,00					4	1,00	0,22	1	1,20	
Marques nationales	7	1,09	0,14	14	1,03	0,24	-0,06	-5%	1	1,21		2	0,95	0,21	5	1,13	0,18	7	0,99	0,29
Marques de distributeurs	14	0,99	0,24	11	1,11	0,20	+0,12	+12%	5	0,98	0,33	1	1,13		8	1,16	0,20	2	0,91	0,04
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	1,26	0,56	2	1,08	0,04	-0,19	-15%	2	1,52	0,48	1	1,05		1	1,10				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas viandes autres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	3	1,03	0,16	3	1,26	0,06	+0,24	+23%	3	1,03	0,16							3	1,26	0,06
Marques nationales	6	1,27	0,18	16	1,21	0,15	-0,05	-4%	1	0,99					5	1,16	0,17	11	1,24	0,15
Marques de distributeurs	8	1,03	0,25	9	1,07	0,29	+0,05	+4%	5	1,11	0,29	1	0,89		2	1,38	0,46	6	1,00	0,21
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	0,95	0,09	3	1,05	0,10	+0,09	+10%	1	1,05					2	0,99	0,01	1	1,16	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas produits de la mer	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	8	1,04	0,18	6	1,18	0,29	+0,14	+14%	5	1,05	0,17	2	0,94	0,23	1	1,40		3	1,27	0,31
Marques nationales	6	1,04	0,11	6	1,10	0,13	+0,05	+5%	1	0,88		3	1,09	0,12	2	1,15	0,21	1	1,00	
Marques de distributeurs	18	1,15	0,20	18	1,20	0,25	+0,05	+4%	2	1,20	0,14	5	1,07	0,21	11	1,25	0,26	2	1,30	0,28
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	6	1,22	0,16	5	1,03	0,12	-0,19	-16%	3	1,33	0,12				3	1,00	0,10	2	1,08	0,18

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas fromages	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	26	1,22	0,19	26	1,20	0,21	-0,03	-2%	9	1,24	0,22	5	1,31	0,25	12	1,09	0,16	9	1,28	0,18
Marques nationales	17	1,24	0,15	24	1,22	0,16	-0,02	-2%	3	1,23	0,15	4	1,15	0,21	11	1,20	0,16	9	1,26	0,13
Marques de distributeurs	52	1,21	0,24	55	1,20	0,22	-0,01	-1%	20	1,20	0,27	9	1,34	0,24	23	1,15	0,19	23	1,19	0,22
Marques de distributeurs entrée de gamme	2	0,96	0,20						2	0,96	0,20									
Hard discount	18	1,34	0,18	18	1,23	0,26	-0,11	-8%	5	1,41	0,17	8	1,23	0,12	5	1,33	0,44	5	1,14	0,20

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas type margarita	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	4	1,06	0,19	4	1,28	0,15	+0,21	+20%	2	1,00	0,29				2	1,40	0,00	2	1,15	0,07
Marques nationales	4	1,06	0,12	10	1,13	0,14	+0,07	+6%	2	1,15	0,07				2	0,99	0,01	8	1,16	0,14
Marques de distributeurs	9	1,13	0,22	5	1,16	0,27	+0,04	+3%	5	1,00	0,10	3	1,27	0,31	1	1,10		1	0,90	
Marques de distributeurs entrée de gamme	8	1,17	0,31	4	1,06	0,43	-0,11	-9%	4	1,17	0,33				4	1,06	0,43			
Hard discount	8	1,17	0,21	8	1,08	0,18	-0,09	-8%	1	1,61					7	1,04	0,14	1	1,40	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pizzas legumes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	8	1,13	0,35	10	1,12	0,34	-0,02	-1%	2	0,85	0,07	3	1,43	0,41	3	0,96	0,30	4	1,00	0,16
Marques nationales	4	1,05	0,06	10	1,12	0,12	+0,07	+7%				4	1,05	0,06				6	1,17	0,13
Marques de distributeurs	4	0,83	0,09	6	0,82	0,15	-0,01	-1%	3	0,81	0,10				1	0,89		5	0,80	0,17
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount																				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Quiches lorraines	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	9	1,09	0,20	13	1,10	0,17	+0,01	+1%							9	1,09	0,17	4	1,11	0,21
Marques nationales	3	0,91	0,08	3	1,10	0,44	+0,18	+20%	1	0,88					2	0,85	0,08	1	1,60	
Marques de distributeurs	18	0,97	0,14	15	0,94	0,14	-0,03	-3%	7	0,95	0,10	5	0,89	0,21	6	0,92	0,09	4	1,04	0,08
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	1,15	0,07	2	1,20	0,00	+0,05	+4%				1	1,20		1	1,20				

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	27	1,19	0,42	27	1,18	0,31	-0,01	-1%	7	0,91	0,24	9	1,33	0,36	11	1,10	0,27	7	1,09	0,26
Marques nationales	5	0,87	0,20	7	0,96	0,22	+0,08	+10%	1	1,15		1	0,68		3	0,87	0,03	3	1,13	0,23
Marques de distributeurs	23	1,01	0,24	18	0,97	0,19	-0,04	-4%	12	1,01	0,28	3	1,01	0,19	8	0,96	0,23	7	0,96	0,16
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	1,24	0,23	4	1,30	0,25	+0,06	+5%							2	1,25	0,36	2	1,35	0,21

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes aux fromages	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	0,95	0,40	8	0,92	0,37	-0,04	-4%	1	0,79		1	1,70		5	0,73	0,14	2	1,00	0,28
Marques nationales				1	1,50													1	1,50	
Marques de distributeurs	10	0,92	0,39	8	0,89	0,36	-0,04	-4%	4	0,86	0,43	3	1,20	0,45	3	0,71	0,13	2	0,69	0,04
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	0,87	0,15	2	0,99	0,16	+0,12	+14%	3	0,87	0,15	1	1,10					1	0,87	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Tartes aux légumes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	27	0,94	0,22	21	0,92	0,15	-0,01	-1%	9	0,99	0,18	5	0,90	0,25	13	0,91	0,11	3	1,02	0,11
Marques nationales	4	0,87	0,02	6	0,90	0,22	+0,03	+3%	1	0,90					3	0,82	0,10	3	0,97	0,31
Marques de distributeurs	25	0,88	0,17	22	0,87	0,18	-0,01	-1%	8	0,88	0,14	7	0,95	0,24	10	0,79	0,13	5	0,93	0,14
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	4	0,93	0,03	2	1,09	0,16	+0,16	+17%	3	0,92	0,02	1	0,97					1	1,20	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Cakes sales avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	1,43	0,35	6	1,48	0,39	+0,04	+3%	1	1,80					4	1,40	0,48	2	1,63	0,18
Marques nationales	2	1,31	0,05						2	1,31	0,05									
Marques de distributeurs	2	1,45	0,64	1	1,90		+0,45	+31%	1	1,00		1	1,90							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	2,00		1	1,69		-0,31	-16%	1	2,00								1	1,69	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Cakes sales vegetariens	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	1,73	0,53	4	1,52	0,33	-0,21	-12%	3	2,02	0,48	1	1,20		1	1,40		2	1,75	0,33
Marques nationales	1	1,30							1	1,30										
Marques de distributeurs	3	1,40	0,35	1	1,60		+0,20	+14%	2	1,30	0,42	1	1,60							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	1,14													1	1,14	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	23	1,00	0,17	27	0,94	0,15	-0,06	-6%	4	1,15	0,08	3	1,01	0,16	16	0,94	0,16	8	0,92	0,14
Marques nationales	10	0,86	0,21	12	0,86	0,19	-0,0003	-0,04%	2	1,03	0,23	6	0,77	0,20	2	0,96	0,01	4	0,96	0,17
Marques de distributeurs	18	0,99	0,18	11	0,93	0,12	-0,06	-6%	9	1,03	0,19	2	1,06	0,20	6	0,85	0,06	3	0,98	0,08
Marques de distributeurs entrée de gamme	4	0,96	0,31	5	0,93	0,28	-0,03	-3%	2	1,06	0,37	1	1,20		3	0,83	0,32	1	0,95	
Hard discount	10	1,04	0,20	7	1,05	0,22	+0,005	+0,5%	3	0,93	0,16	4	1,09	0,27	3	0,99	0,15			

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Crepes et galettes vegetariennes	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	8	0,78	0,14	8	0,75	0,14	-0,03	-3%	2	0,72	0,25	3	0,89	0,10	3	0,63	0,05	2	0,74	0,01
Marques nationales	2	1,01	0,01	3	0,94	0,14	-0,06	-6%	2	1,01	0,01							3	0,94	0,14
Marques de distributeurs	13	0,99	0,24	9	0,93	0,22	-0,06	-6%	7	0,93	0,23	2	1,30	0,00	4	0,82	0,11	3	0,83	0,06
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	1,31	0,16	4	1,13	0,26	-0,19	-14%							2	1,25	0,21	2	1,00	0,30

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en crouste	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	56	1,06	0,28	54	1,03	0,23	-0,04	-3%	18	1,12	0,36	13	1,02	0,12	25	1,06	0,30	16	0,98	0,18
Marques nationales	8	1,27	0,48	20	1,12	0,23	-0,15	-12%	4	1,38	0,69	1	1,00		3	1,26	0,21	16	1,10	0,23
Marques de distributeurs	31	1,09	0,22	26	1,05	0,22	-0,04	-4%	13	1,18	0,20	4	1,20	0,23	14	0,97	0,16	8	1,12	0,27
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	14	1,09	0,18	11	1,11	0,25	+0,01	+1%	7	1,19	0,13	1	0,80		6	1,02	0,18	4	1,31	0,24

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes avec escargot	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	5	1,03	0,29	3	1,20	0,20	+0,17	+17%	2	0,76	0,06	2	1,10	0,14	1	1,40				
Marques nationales				2	1,45	0,07												2	1,45	0,07
Marques de distributeurs	2	1,42	0,02	2	1,37	0,09	-0,05	-4%	1	1,40		1	1,43					1	1,30	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	1,34	0,05	1	1,30		-0,03	-3%	2	1,34	0,05							1	1,30	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Feuilletes vegetariens	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	0,95	0,17	16	0,96	0,13	+0,003	+0,3%	2	0,84	0,19	4	1,08	0,09	7	0,91	0,12	5	0,91	0,13
Marques nationales	2	1,24	0,33	8	1,26	0,32	+0,03	+2%	1	1,00					1	1,50		7	1,23	0,33
Marques de distributeurs	11	1,09	0,24	10	1,07	0,18	-0,02	-2%	6	1,01	0,24	2	1,05	0,28	3	1,19	0,10	5	1,00	0,18
Marques de distributeurs entrée de gamme	3	0,99	0,10	4	1,07	0,05	+0,08	+8%							3	1,07	0,06	1	1,08	
Hard discount	5	1,04	0,14	6	1,00	0,15	-0,04	-4%	2	1,18	0,08	1	0,89		3	0,96	0,04	2	1,10	0,28

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Croque monsieur	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	7	1,41	0,33	10	1,33	0,32	-0,09	-6%				1	1,80		6	1,23	0,25	3	1,37	0,40
Marques nationales	2	0,96	0,09	5	1,09	0,12	+0,14	+14%							2	1,01	0,13	3	1,15	0,09
Marques de distributeurs	3	0,93	0,02	4	0,96	0,05	+0,04	+4%	1	0,94		2	0,92	0,03				2	1,01	0,01
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	1,00	0,13	1	1,50		+0,50	+50%	2	1,00	0,13							1	1,50	

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Burgers	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	1,24	0,24	13	1,09	0,26	-0,15	-12%				3	1,40	0,26	3	1,10	0,10	7	0,95	0,19
Marques nationales	4	1,22	0,16	16	1,26	0,22	+0,05	+4%				4	1,22	0,16				12	1,28	0,24
Marques de distributeurs	21	1,36	0,17	20	1,31	0,23	-0,05	-4%	8	1,40	0,10	7	1,35	0,26	6	1,26	0,14	7	1,31	0,29
Marques de distributeurs entrée de gamme	3	1,33	0,06	4	1,35	0,06	+0,02	+1%				2	1,30	0,00	1	1,40		1	1,41	
Hard discount	6	1,25	0,11	6	1,29	0,15	+0,03	+3%	4	1,26	0,14	1	1,20		4	1,24	0,10	1	1,54	

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)  
<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)  
<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)  
<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Wraps et kebabs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	0,92	0,18	3	0,97	0,12	+0,05	+5%	3	0,88	0,26	1	0,88		2	1,02	0,12			
Marques nationales	6	1,34	0,14	1	1,50		+0,16	+12%	5	1,31	0,13	1	1,50							
Marques de distributeurs				1	1,24													1	1,24	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	3	1,25	0,23						3	1,25	0,23									

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)  
<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)  
<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)  
<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres sandwichs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	1,25	0,28	15	1,21	0,29	-0,04	-3%	1	1,10		2	1,18	0,03	7	1,32	0,32	6	1,08	0,27
Marques nationales	13	1,37	0,24	15	1,38	0,27	+0,01	+1%	2	1,23	0,04	8	1,30	0,18	3	1,70	0,26	4	1,31	0,32
Marques de distributeurs	1	1,10		4	1,48	0,37	+0,38	+34%	1	1,10								4	1,48	0,37
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	1,26													1	1,26	

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)  
<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)  
<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)  
<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Baguettes et tartines garnies	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	1,27	0,19	14	1,12	0,19	-0,15	-12%	2	1,35	0,21	3	1,23	0,21	5	1,16	0,16	6	1,04	0,19
Marques nationales	3	1,17	0,32	9	1,15	0,16	-0,01	-1%	3	1,17	0,32							9	1,15	0,16
Marques de distributeurs				2	1,35	0,21												2	1,35	0,21
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	1,19		4	1,47	0,28	+0,28	+24%	1	1,19		1	1,19					3	1,57	0,25

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)  
<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)  
<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)  
<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Salades	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	13	0,67	0,14	10	0,75	0,11	+0,08	+12%	6	0,62	0,16	4	0,71	0,13	3	0,77	0,06	3	0,78	0,14
Marques nationales																				
Marques de distributeurs																				
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	0,70							1	0,70										

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)  
<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)  
<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)  
<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Aumoneries apertives	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	10	1,10	0,14	8	1,14	0,19	+0,04	+4%	4	1,11	0,09	1	1,20		5	1,08	0,19	2	1,25	0,21
Marques nationales				2	1,17	0,09												2	1,17	0,09
Marques de distributeurs	2	1,20	0,14	2	1,14	0,09	-0,07	-5%	2	1,20	0,14							2	1,14	0,09
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	2	1,14	0,16						2	1,14	0,16									

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)  
<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)  
<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)  
<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Choux et gougeres	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	6	1,39	0,50	7	1,27	0,19	-0,12	-9%	2	1,73	0,89	1	1,06		3	1,27	0,11	3	1,33	0,25
Marques nationales				2	0,90	0,29												2	0,90	0,29
Marques de distributeurs	2	1,20	0,14	3	1,13	0,25	-0,07	-6%	1	1,30				1	1,10			2	1,15	0,35
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				1	1,25													1	1,25	

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)  
<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)  
<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)  
<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Pains surprises et canapes apertifs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolution VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	1,28	0,20	15	1,22	0,24	-0,06	-5%	8	1,25	0,16	3	1,47	0,23	7	1,24	0,18	5	1,05	0,18
Marques nationales				8	1,30	0,23						1	1,50					7	1,28	0,24
Marques de distributeurs	13	1,31	0,28	9	1,20	0,29	-0,11	-9%	10	1,41	0,12	2	1,24	0,19	1	1,30		6	1,17	0,35
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	4	1,34	0,12	1	1,30		-0,04	-3%	3	1,32	0,14				1	1,30				

N=Effectif ; Min=Minimum ; Max=Maximum ; Q1=1er quartile ; Med=Médiane ; Q3=3ème quartile ; Moy=Moyenne ; ET=Ecart-type  
Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)  
<sup>1</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)  
<sup>2</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)  
<sup>3</sup> produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)  
<sup>4</sup> produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Verrines apéritives	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	4	1,05	0,46	5	0,98	0,12	-0,07	-6%	2	1,21	0,71	1	1,00		1	0,78		3	1,04	0,07
Marques nationales				2	0,77	0,09												2	0,77	0,09
Marques de distributeurs	3	0,89	0,19	1	0,85		-0,04	-4%	2	0,91	0,27	1	0,85							
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount	1	0,86							1	0,86										

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Assortiments de snacking	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	15	1,16	0,25	12	1,17	0,22	+0,003	+0,3%	8	1,16	0,25	3	1,40	0,20	4	0,98	0,16	5	1,18	0,14
Marques nationales	11	1,50	0,78	15	1,28	0,21	-0,22	-15%	6	1,73	1,02	1	1,20		5	1,20	0,27	9	1,33	0,18
Marques de distributeurs	25	1,26	0,21	29	1,24	0,25	-0,03	-2%	8	1,19	0,12	9	1,23	0,22	8	1,22	0,18	12	1,25	0,32
Marques de distributeurs entrée de gamme	2	1,25	0,08	1	1,18		-0,07	-5%	1	1,30					1	1,18				
Hard discount	8	1,06	0,31	6	1,35	0,26	+0,28	+27%	6	1,02	0,33				2	1,36	0,08	4	1,34	0,34

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

Autres apéritifs	2015			2018			Différence entre 2015 et 2018	Evolution (%)	Retirés <sup>1</sup>			VN identiques <sup>2</sup>			Evolutions VN <sup>3</sup>			Ajoutés <sup>4</sup>		
	N	Moy	ET	N	Moy	ET			N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Sel (g/100g)																				
Distributeurs spécialisés	18	0,93	0,37	23	0,90	0,35	-0,03	-3%	9	0,94	0,29	5	0,62	0,26	4	1,12	0,60	14	0,94	0,24
Marques nationales	2	0,48	0,04	7	1,33	0,65	+0,85	+178%	1	0,51		1	0,45					6	1,48	0,56
Marques de distributeurs				1	1,00													1	1,00	
Marques de distributeurs entrée de gamme																				
Hard discount				2	0,81	0,19												2	0,81	0,19

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

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 (\* si p<0,05 ; \*\* si p<0,01 ; \*\*\* si p<0,001)

<sup>1</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 mais pas en 2018 (produits retirés du marché entre 2015 et 2018 ou non captés par l'Oqali en 2018)

<sup>2</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 possédant des valeurs nutritionnelles identiques (produits identiques en tout point et produits ayant été modifiés sur un autre paramètre que les valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment)

<sup>3</sup>produits captés par l'Oqali en 2015 et en 2018 avec au moins une valeur nutritionnelle qui a évolué entre 2015 et 2018 (produits ayant une modification de leurs valeurs nutritionnelles quel que soit le nutriment concerné par cette évolution)

<sup>4</sup>produits captés par l'Oqali en 2018 mais pas en 2015 (innovations, extensions de gamme (nouvelle recette par exemple) et produits non captés par l'Oqali en 2015)

## Annexe 12 : Statistiques descriptives des teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sucres, protéines, fibres et sel pondérées par les parts de marché

Données pondérées par les parts de marché <sup>1</sup>	Matières grasses (g/100g)						Acides gras saturés (g/100g)						Sucres (g/100g)						Protéines (g/100g)						Fibres (g/100g)						Sel (g/100g)					
	Tous produits (ensemble des références 2015 vs ensemble des références 2018)																																			
	2015			2018			2015			2018			2015			2018			2015			2018			2015			2018								
Famille de produits	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET	N	Moy	ET
Pizzas jambon fromage	80	7,2	0,7	79	7,4	0,6	79	3,0	0,3	79	3,2	0,3	79	4,1	0,6	79	3,8	0,5	80	9,8	0,5	79	10,3	0,3	72	2,0	0,2	66	1,9	0,1	79	1,28	0,09	79	1,25	0,06
Pizzas charcuterie	39	10,2	0,7	41	10,5	0,7	39	4,2	0,3	41	4,3	0,3	39	3,8	0,5	41	3,6	0,4	39	9,7	0,4	41	9,7	0,3	32	1,9	0,2	27	1,9	0,1	39	1,29	0,06	41	1,26	0,05
Pizzas viandes type bolognaise	26	7,4	0,8	31	7,2	0,7	25	2,9	0,2	31	3,0	0,3	25	4,7	1,0	31	3,9	0,6	26	10,0	0,3	31	10,0	0,3	21	2,0	0,3	23	1,8	0,2	25	1,07	0,07	31	1,08	0,07
Pizzas viandes autres	18	6,6	0,6	30	6,8	0,4	18	2,7	0,3	30	2,5	0,2	18	3,2	0,4	30	4,6	0,6	18	10,4	0,2	30	10,9	0,4	18	2,0	0,2	19	1,7	0,1	18	1,18	0,06	30	1,13	0,05
Pizzas produits de la mer	33	10,4	1,1	34	11,1	0,8	33	3,1	0,2	34	3,4	0,2	33	3,6	0,4	34	3,9	0,4	33	9,6	0,3	34	9,5	0,2	24	1,9	0,2	26	2,0	0,1	33	1,14	0,05	34	1,14	0,05
Pizzas fromages	100	10,4	0,7	119	10,7	0,7	99	5,3	0,4	119	5,6	0,3	99	3,7	0,6	119	3,6	0,5	100	11,2	0,4	119	11,3	0,5	83	1,9	0,2	91	1,8	0,2	99	1,24	0,07	119	1,17	0,05
Pizzas type margarita	29	8,4	1,1	29	8,4	1,1	29	3,2	0,5	29	3,4	0,4	29	3,6	0,5	29	3,7	0,4	29	8,6	0,6	29	9,1	0,5	19	2,3	0,1	19	2,1	0,2	29	1,10	0,07	29	1,08	0,07
Pizzas legumes	11	9,0	0,6	23	8,4	0,5	11	3,0	0,2	23	2,9	0,2	11	3,2	0,2	23	3,3	0,3	11	7,1	0,2	23	7,1	0,2	8	2,5	0,1	16	2,4	0,1	11	0,98	0,05	23	0,98	0,03
Quiches lorraines	31	14,3	0,7	32	14,6	0,8	31	6,7	0,7	32	7,1	0,7	31	2,5	0,3	32	2,3	0,3	31	9,0	0,2	32	9,3	0,2	24	1,0	0,2	26	1,0	0,2	31	1,03	0,04	32	0,99	0,04
Tartes avec viande ou poisson	54	13,6	0,6	54	12,6	0,6	54	6,6	0,5	54	6,0	0,5	54	2,9	0,3	54	3,2	0,4	54	6,9	0,3	54	7,1	0,3	49	1,4	0,1	45	1,3	0,1	54	1,04	0,07	54	1,06	0,05
Tartes aux fromages	19	15,6	0,4	19	15,0	0,5	18	7,6	0,5	19	8,1	0,7	18	3,0	0,2	19	3,4	0,2	19	11,0	0,2	19	10,9	0,4	15	1,1	0,1	14	1,0	0,2	18	0,83	0,05	19	0,83	0,06
Tartes aux legumes	57	12,4	0,5	47	12,6	0,6	57	6,0	0,4	47	6,3	0,6	57	2,8	0,2	47	2,6	0,2	57	5,9	0,3	47	5,9	0,3	48	1,6	0,1	39	1,6	0,2	57	0,88	0,03	47	0,89	0,03
Cakes sales avec viande ou poisson	10	17,2	0,3	8	18,2	0,1	10	4,8	0,1	8	5,0	0,1	10	1,8	0,1	8	2,5	0,05	10	11,9	0,1	8	11,9	0,1	8	1,4	0,02	7	2,0	0,1	10	1,43	0,03	8	1,75	0,05
Cakes sales vegetariens	9	21,1	0,3	6	18,1	0,2	9	6,5	0,1	6	6,5	0,1	9	2,8	0,1	6	3,2	0,1	9	10,8	0,1	6	11,0	0,1	7	1,6	0,05	5	2,8	0,1	9	1,56	0,03	6	1,38	0,02
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	62	6,6	0,9	59	6,5	0,8	61	2,5	0,7	59	2,2	0,6	61	3,6	0,7	59	3,2	0,3	62	7,1	0,6	59	7,0	0,5	50	1,1	0,1	48	1,1	0,1	61	0,92	0,07	59	0,87	0,04
Crepes et galettes vegetariennes	23	7,1	0,7	24	7,4	0,7	23	2,8	0,4	24	3,3	0,5	23	4,0	0,4	24	3,4	0,3	23	5,9	0,3	24	6,3	0,3	20	1,1	0,1	16	1,2	0,1	23	0,88	0,05	24	0,91	0,06
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	105	15,8	0,6	102	16,2	0,5	104	9,3	0,4	102	9,5	0,4	104	2,7	0,5	102	2,6	0,4	105	7,5	0,3	102	7,8	0,4	91	1,3	0,2	68	1,2	0,1	104	1,07	0,05	102	1,05	0,05
Feuilletes avec escargot	8	28,4	1,4	8	32,0	0,9	8	18,1	0,8	8	20,2	0,6	8	1,1	0,1	8	0,8	0,03	8	7,4	0,1	8	7,5	0,1	8	1,8	0,02	7	1,8	0,02	8	1,20	0,03	8	1,29	0,02
Feuilletes vegetariens	35	16,1	0,7	42	16,4	0,6	34	10,0	0,6	42	10,1	0,6	34	3,1	0,3	42	3,2	0,3	35	6,3	0,4	42	6,1	0,3	31	1,5	0,1	30	1,3	0,2	34	1,03	0,04	42	1,07	0,04
Croque monsieur	13	8,8	0,5	19	9,3	0,4	13	5,3	0,3	19	5,1	0,3	13	2,9	0,2	19	2,4	0,2	13	9,0	0,3	19	9,0	0,3	8	1,4	0,1	13	1,3	0,1	13	1,24	0,04	19	1,22	0,03
Burgers	42	12,3	0,6	57	12,3	0,4	40	5,2	0,3	57	5,2	0,2	40	3,9	0,4	57	3,8	0,3	42	12,7	0,8	57	13,1	0,5	30	1,5	0,2	40	1,5	0,2	40	1,30	0,04	57	1,29	0,03
Wraps et kebabs	15	8,4	0,4	4	8,0	0,5	14	3,3	0,2	4	3,1	0,4	14	3,4	0,3	4	2,7	0,2	15	9,4	0,2	4	9,3	0,3	12	2,6	0,1	4	2,8	0,1	14	1,36	0,04	4	1,32	0,07
Autres sandwichs	23	11,8	0,9	31	11,5	0,6	23	6,4	0,7	31	6,6	0,5	23	5,7	0,8	31	6,0	0,5	23	10,0	0,4	31	10,4	0,3	22	2,2	0,2	28	2,1	0,2	23	1,38	0,08	31	1,58	0,09
Baguettes et tartines garnies	12	9,8	0,9	28	11,6	0,6	12	3,3	0,4	28	4,6	0,4	12	3,3	0,2	28	3,2	0,1	12	9,3	0,4	28	9,8	0,2	9	2,1	0,1	17	2,2	0,05	12	1,17	0,04	28	1,25	0,03
Salades	14	5,2	0,5	10	6,5	0,3	14	1,2	0,2	10	1,5	0,2	14	3,1	0,3	10	2,8	0,3	14	6,5	0,3	10	6,5	0,3	13	2,3	0,2	10	2,2	0,2	14	0,69	0,03	10	0,75	0,02
Aumonieres aperitives	13	15,9	0,6	12	18,3	0,3	13	7,2	0,4	12	8,2	0,3	13	5,9	0,6	12	3,9	0,4	13	8,0	0,2	12	8,2	0,2	12	2,8	0,2	10	2,0	0,04	13	1,09	0,02	12	1,06	0,02
Choux et gougeres	8	24,9	0,2	13	24,0	0,3	8	14,2	0,2	13	13,9	0,2	8	0,8	0,1	13	0,9	0,1	8	14,6	0,2	13	14,6	0,2	7	1,4	0,1	9	1,4	0,1	8	1,21	0,03	13	1,14	0,01
Pains surprises et canapes aperitifs	32	11,1	0,4	33	10,6	0,5	32	5,0	0,2	33	4,5	0,3	32	7,8	0,2	33	5,0	0,3	32	9,4	0,2	33	9,3	0,2	27	3,5	0,1	24	3,2	0,1	32	1,34	0,03	33	1,29	0,03
Verrines aperitives	8	14,8	0,2	8	14,2	0,2	8	6,9	0,2	8	6,6	0,1	8	6,6	0,2	8	6,3	0,1	8	6,0	0,2	8	6,3	0,1	7	2,1	0,03	7	1,7	0,03	8	0,84	0,02	8	0,83	0,01
Assortiments de snacking	54	16,5	0,4	63	16,4	0,4	54	8,7	0,2	63	8,6	0,3	54	2,8	0,3	63	2,8	0,2	54	6,2	0,2	63	6,2	0,2	38	1,5	0,1	36	1,5	0,1	54	1,24	0,06	63	1,20	0,04
Autres aperitifs	20	13,7	0,8	30	13,7	0,5	20	4,9	0,5	30	6,6	0,3	20	8,3	1,1	30	6,4	0,8	20	9,2	0,6	30	8,3	0,3	18	3,1	0,2	24	2,4	0,2	20	0,76	0,05	30	1,07	0,04

Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2  
N=effectif; Moy=moyenne; ET=écart-type; Seg=segment de marché

<sup>1</sup>ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar Worldpanel (données d'achats des ménages représentatives de la population française)

## Annexe 13 : Evolution des moyennes pondérées entre 2015 et 2018 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs selon la méthode 2

Snacking surgelé	Moyenne pondérée (g/100g)		Evolution des moyennes pondérées	Reformulations	Renouvellement de l'offre	Substitutions
	2015	2018				
Matières grasses	10,4	10,5	+1%	+1%	+1%	-1%
Acides gras saturés	4,9	5,0	+2%	+1%	+2%	-1%
Sucres	3,7	3,6	-3%	-4%	+0,3%	+1%
Protéines	9,2	9,4	+2%	+1%	+1%	+0%
Fibres alimentaires	1,7	1,7	-2%	-1%	-1%	-0,3%
Sel	1,14	1,13	-1%	-1%	+0,04%	+0,3%

Cases en bleu foncé : augmentation de la teneur en nutriment  
Cases en bleu clair : diminution de la teneur en nutriment

## Annexe 14 : Parts de marché par famille et par sous-groupe, pour les familles du secteur du Snacking surgelé d'après la méthode Griffith

Les données ci-dessous ont été ajustées selon une méthodologie spécifique (cf. la partie méthode dans « Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle »). Celles-ci ont fait l'objet d'une sélection et une inférence des valeurs manquantes a été effectuée. Elles peuvent donc différer des données utilisées dans la partie « Evolution des valeurs nutritionnelles étiquetées ».

### Parts de marché par famille et par sous-groupe T0-T1 (méthode 1)

Familles	PDM groupe X en 2015	PDM groupe C en 2015	PDM groupe C en 2018	PDM groupe N en 2018	PDM en 2015	PDM en 2018
Pizzas jambon fromage	2%	13%	12%	2%	15%	14%
Pizzas charcuterie	2%	3%	3%	1%	4%	4%
Pizzas viandes type bolognaise	0,4%	5%	5%	1%	5%	6%
Pizzas viandes autres	0,4%	2%	2%	1%	2%	4%
Pizzas produits de la mer	0,4%	4%	3%	1%	5%	4%
Pizzas fromages	3%	14%	14%	4%	17%	18%
Pizzas type margarita	1%	3%	4%	1%	4%	4%
Pizzas legumes	0,1%	1%	1%	0,5%	1%	2%
Quiches lorraines	0,2%	3%	3%	0,3%	3%	3%
Tartes avec viande ou poisson	0,4%	2%	2%	1%	3%	3%
Tartes aux fromages	0,1%	1%	1%	0,3%	1%	1%
Tartes aux legumes	0,4%	2%	3%	0,5%	3%	3%
Cakes sales avec viande ou poisson	0,1%	0,04%	0,2%	0,03%	0,1%	0,2%
Cakes sales vegetariens	0,1%	0,02%	0,2%	0,02%	0,1%	0,2%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	2%	8%	8%	0,4%	10%	9%
Crepes et galettes vegetariennes	1%	1%	1%	1%	2%	2%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	2%	6%	5%	2%	8%	7%
Feuilletes avec escargot	0,04%	0,1%	0,1%	0,02%	0,2%	0,1%
Feuilletes vegetariens	1%	2%	2%	1%	3%	3%
Croque monsieur	0,01%	0,3%	0,2%	0,1%	0,3%	0,3%
Burgers	1%	5%	4%	1%	5%	5%
Wraps et kebabs	0,2%	0,4%	0,3%	0,002%	1%	0,3%
Autres sandwichs	0,5%	3%	3%	0,1%	4%	3%
Baguettes et tartines garnies	0,1%	0,4%	0,4%	0,2%	1%	1%
Salades	0,3%	1%	0,4%	0,02%	1%	0,4%
Aumonieres apertives	0,3%	0,2%	0,1%	0,1%	1%	0,2%
Choux et gougeres	0,02%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%
Pains surprises et canapes apertifs	0,1%	1%	1%	0,2%	1%	1%
Verrines apertives	0,02%	0,1%	0,1%	0,02%	0,1%	0,1%
Assortiments de snacking	1%	1%	1%	1%	2%	2%
Autres apertifs	0,1%	0,3%	0,2%	0,3%	0,4%	0,4%
<b>Total</b>	<b>19%</b>	<b>81%</b>	<b>80%</b>	<b>20%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

PDM : Part de marché  
 "-": aucun produit dans l'échantillon étudié  
 Groupe X : produits retirés  
 Groupe C : produits appariés  
 Groupe N : produits nouveaux

## Parts de marché par famille et par sous-groupe T0-T1 (méthode 2)

Familles	PDM groupe X en 2015	PDM groupe C en 2015	PDM groupe C en 2018	PDM groupe N en 2018	PDM en 2015	PDM en 2018
Pizzas jambon fromage	2%	10%	10%	1%	12%	11%
Pizzas charcuterie	1%	2%	2%	1%	4%	3%
Pizzas viandes type bolognaise	0,4%	4%	4%	1%	4%	5%
Pizzas viandes autres	0,3%	1%	2%	1%	2%	3%
Pizzas produits de la mer	0,3%	3%	3%	0,4%	4%	3%
Pizzas fromages	2%	11%	11%	3%	13%	14%
Pizzas type margarita	1%	2%	3%	1%	3%	4%
Pizzas legumes	0,1%	1%	1%	0,4%	1%	1%
Quiches lorraines	0,2%	2%	2%	0,3%	2%	2%
Tartes avec viande ou poisson	0,3%	2%	2%	1%	2%	3%
Tartes aux fromages	0,1%	0,4%	1%	0,2%	1%	1%
Tartes aux legumes	0,3%	2%	2%	0,4%	2%	2%
Cakes sales avec viande ou poisson	0,05%	0,03%	0,1%	0,02%	0,1%	0,2%
Cakes sales vegetariens	0,1%	0,02%	0,1%	0,01%	0,1%	0,1%
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	2%	6%	7%	0,3%	8%	7%
Crepes et galettes vegetariennes	1%	1%	1%	1%	2%	1%
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	2%	5%	4%	2%	6%	6%
Feuilletes avec escargot	0,03%	0,1%	0,1%	0,02%	0,1%	0,1%
Feuilletes vegetariens	1%	2%	2%	1%	2%	3%
Croque monsieur	0,01%	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%	0,3%
Burgers	1%	4%	3%	1%	4%	4%
Wraps et kebabs	0,2%	0,3%	0,3%	0,001%	0,5%	0,3%
Autres sandwichs	0,4%	2%	3%	0,1%	3%	3%
Baguettes et tartines garnies	0,1%	0,3%	0,3%	0,2%	0,4%	0,5%
Salades	0,3%	0,5%	0,3%	0,02%	1%	0,3%
Aumonieres aperitives	0,2%	0,2%	0,1%	0,05%	0,4%	0,1%
Choux et gougeres	0,01%	0,1%	0,1%	0,04%	0,1%	0,1%
Pains surprises et canapes aperitifs	0,1%	0,4%	0,4%	0,1%	1%	1%
Verrines aperitives	0,02%	0,1%	0,1%	0,02%	0,1%	0,1%
Assortiments de snacking	0,4%	1%	1%	1%	2%	2%
Autres aperitifs	0,1%	0,2%	0,1%	0,2%	0,3%	0,3%
<b>Total</b>	<b>15%*</b>	<b>65%*</b>	<b>64%*</b>	<b>16%*</b>	<b>80%*</b>	<b>80%*</b>

PDM : Part de marché

"-": aucun produit dans l'échantillon étudié

\* La part de marché de la référence représentant le marché non couvert par l'Oqali n'est pas indiquée dans ce tableau : le total des parts de marché n'est donc pas égal à 100%

Groupe X : produits retirés

Groupe C : produits apparus

Groupe N : produits nouveaux

## **Annexe 15 : Teneurs moyennes non pondérées en nutriments d'intérêt par famille et par sous-groupe d'après la méthode Griffith**

Les données ci-dessous ont été ajustées selon une méthodologie spécifique (cf. la partie méthode dans « Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle »). Celles-ci ont fait l'objet d'une sélection et une inférence des valeurs manquantes a été effectuée. Elles peuvent donc différer des données utilisées dans la partie « Evolution des valeurs nutritionnelles étiquetées ».

**Teneurs moyennes non pondérées T0-T1 en nutriments d'intérêt par famille et par sous-groupe**

Familles	Eff.X	Eff.C	Eff.N	Matières grasses				Acides gras saturés				Sucres			
				Groupe X	Groupe C		Groupe N	Groupe X	Groupe C		Groupe N	Groupe X	Groupe C		Groupe N
				Moy.2015	Moy.2015	Moy.2018	Moy.2018	Moy.2015	Moy.2015	Moy.2018	Moy.2018	Moy.2015	Moy.2015	Moy.2018	Moy.2018
Pizzas jambon fromage	25	56	23	6,7	7,1	7,3	7,2	2,6	3,0	3,1	3,5	4,1	4,2	4,0	2,7
Pizzas charcuterie	20	21	21	10,0	9,9	9,9	10,5	4,0	4,0	4,1	4,3	3,4	3,6	3,5	3,9
Pizzas viandes type bolognaise	6	21	10	7,3	6,6	6,9	7,5	2,7	2,6	2,8	3,5	4,0	4,1	3,6	2,7
Pizzas viandes autres	9	10	20	7,4	5,5	6,1	6,6	3,1	2,3	2,4	2,7	3,5	3,8	4,5	3,4
Pizzas produits de la mer	8	26	8	9,1	9,7	9,7	10,4	3,1	3,0	3,2	4,4	3,1	3,7	3,9	4,2
Pizzas fromages	32	74	46	9,4	10,4	10,4	11,1	4,9	5,3	5,4	5,8	3,1	3,8	3,8	3,7
Pizzas type margarita	12	18	11	8,6	8,2	8,2	7,8	3,2	3,1	3,3	3,5	3,2	3,6	3,5	3,3
Pizzas legumes	3	9	15	8,2	9,5	9,5	7,3	4,0	3,0	3,0	2,9	3,2	2,8	2,8	4,1
Quiches lorraines	8	24	9	13,3	13,9	13,8	14,9	5,4	6,3	6,4	7,6	2,6	2,7	2,6	3,0
Tartes avec viande ou poisson	20	36	18	12,7	13,7	13,6	13,7	6,1	6,6	6,5	6,2	3,2	2,9	3,2	2,9
Tartes aux fromages	8	13	6	15,9	15,5	15,5	14,3	7,8	7,6	8,2	8,1	3,3	2,7	2,7	3,5
Tartes aux legumes	20	38	11	12,6	12,5	12,9	13,9	5,9	5,8	6,3	7,2	2,9	2,8	2,6	2,5
Cakes sales avec viande ou poisson	5	5	3	17,0	20,0	19,8	17,5	4,3	5,5	5,5	5,2	1,5	2,1	2,2	2,9
Cakes sales vegetariens	6	3	3	21,6	19,1	19,0	21,7	6,4	6,5	6,5	5,5	3,3	2,8	2,8	2,1
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	20	45	16	8,0	7,9	7,8	8,2	3,5	3,2	3,2	3,8	3,0	3,3	2,9	3,1
Crepes et galettes vegetariennes	10	14	10	7,4	7,6	7,2	9,0	2,0	3,1	3,0	4,6	4,1	4,8	3,6	4,1
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	38	67	40	16,5	16,7	16,9	16,4	9,3	9,7	9,6	9,5	2,3	2,6	2,5	2,4
Feuilletes avec escargot	4	4	4	26,2	31,2	31,2	34,5	16,9	19,5	19,5	22,2	1,7	1,0	1,0	1,0
Feuilletes vegetariens	11	24	18	16,3	16,9	16,7	16,0	10,0	10,2	10,0	9,2	3,3	3,1	3,0	3,0
Croque monsieur	2	11	9	8,2	10,4	10,7	11,9	5,0	6,3	6,2	7,0	4,1	2,8	2,6	2,5
Burgers	12	31	26	11,1	11,6	11,7	10,6	4,8	4,7	4,8	4,4	3,6	4,1	4,0	4,3
Wraps et kebabs	12	4	1	7,1	8,4	8,5	12,0	2,3	4,1	4,1	3,2	4,6	2,8	3,2	2,8
Autres sandwichs	4	20	13	11,5	12,3	12,5	12,9	5,0	6,1	6,1	5,6	4,4	5,4	5,2	4,5
Baguettes et tartines garnies	3	9	19	6,1	10,3	10,3	12,6	1,8	3,6	3,6	6,8	3,4	3,6	3,6	3,2
Salades	7	7	3	5,7	6,0	6,7	6,0	1,3	1,2	1,3	1,4	3,1	3,2	3,2	1,8
Aumonieres aperitives	7	6	6	15,7	18,5	18,5	16,0	5,4	6,9	7,9	8,3	3,8	4,6	4,6	3,3
Choux et gougeres	4	5	8	24,4	24,9	23,8	21,6	15,1	14,6	15,4	11,1	1,9	0,9	0,6	1,1
Pains surprises et canapes aperitifs	21	15	18	11,1	12,3	12,2	15,1	4,9	5,6	5,4	7,5	6,8	6,3	5,3	3,5
Verrines aperitives	5	3	5	15,9	14,8	14,7	16,9	6,6	6,4	6,3	8,4	4,7	6,0	5,9	4,6
Assortiments de snacking	24	33	30	16,7	16,8	16,4	17,8	8,6	8,8	8,4	8,7	3,5	3,2	3,3	3,8
Autres aperitifs	11	10	20	21,1	14,6	14,0	17,2	9,9	5,0	4,5	8,3	15,4	10,2	9,5	7,8
<b>Total</b>	<b>377</b>	<b>662</b>	<b>450</b>	<b>12,1</b>	<b>11,9</b>	<b>11,9</b>	<b>12,8</b>	<b>5,6</b>	<b>5,7</b>	<b>5,7</b>	<b>6,3</b>	<b>3,8</b>	<b>3,6</b>	<b>3,5</b>	<b>3,5</b>

Moy: Moyenne

Eff: Effectif

Groupe X : produits retirés

Groupe C: produits appariés

Groupe N: produits nouveaux

Les valeurs nutritionnelles manquantes ont été remplacées par la moyenne pondérée de la famille à l'année T<sub>n-1</sub>. Pour les produits appariés les valeurs nutritionnelles manquantes ont été remplacées si possible par celles du père ou du fils.

Familles	Eff.X	Eff.C	Eff.N	Protéines				Fibres			Sel				
				Groupe X	Groupe C		Groupe N	Groupe X	Groupe C		Groupe N	Groupe X	Groupe C		Groupe N
				Moy.2015	Moy.2015	Moy.2018	Moy.2018	Moy.2015	Moy.2015	Moy.2018	Moy.2018	Moy.2015	Moy.2015	Moy.2018	Moy.2018
Pizzas jambon fromage	25	56	23	9,0	9,8	9,8	9,7	2,5	2,2	2,2	2,1	1,32	1,26	1,26	1,25
Pizzas charcuterie	20	21	21	9,6	9,6	9,7	9,8	2,1	2,1	2,1	2,0	1,32	1,26	1,25	1,32
Pizzas viandes type bolognaise	6	21	10	9,4	9,7	9,7	9,6	2,9	2,1	2,0	2,1	1,13	1,02	1,09	1,00
Pizzas viandes autres	9	10	20	9,9	9,8	9,9	9,7	2,5	2,1	2,1	2,1	1,09	1,11	1,14	1,17
Pizzas produits de la mer	8	26	8	10,7	9,7	9,8	9,4	2,3	2,0	2,0	2,0	1,11	1,12	1,15	1,20
Pizzas fromages	32	74	46	10,8	10,7	10,9	10,9	2,2	2,2	2,1	2,0	1,23	1,22	1,19	1,22
Pizzas type margarita	12	18	11	8,9	8,4	8,7	9,4	2,2	2,4	2,4	2,0	1,14	1,15	1,10	1,15
Pizzas legumes	3	9	15	8,5	8,0	8,0	7,3	2,5	2,5	2,5	2,3	0,81	1,13	1,13	1,00
Quiches lorraines	8	24	9	9,0	9,0	9,1	9,4	1,1	1,0	0,9	1,2	0,94	1,03	1,00	1,13
Tartes avec viande ou poisson	20	36	18	7,5	7,0	6,9	7,1	1,4	1,4	1,5	1,3	0,99	1,15	1,10	1,09
Tartes aux fromages	8	13	6	10,8	11,0	10,9	8,8	1,4	1,3	1,2	1,2	0,88	0,98	0,93	0,96
Tartes aux legumes	20	38	11	5,8	5,7	5,6	6,3	1,7	1,7	1,7	1,9	0,93	0,89	0,88	1,01
Cakes sales avec viande ou poisson	5	5	3	11,9	11,8	12,0	10,6	1,4	1,3	1,4	1,9	1,48	1,45	1,50	1,65
Cakes sales vegetariens	6	3	3	10,3	11,5	11,3	11,1	1,6	1,9	1,9	3,4	1,66	1,40	1,40	1,54
Crepes, galettes et pastillas avec viande ou poisson	20	45	16	7,8	7,8	7,7	8,1	1,2	1,1	1,1	1,7	1,04	0,94	0,93	0,94
Crepes et galettes vegetariennes	10	14	10	5,4	6,2	6,2	6,2	1,2	1,2	1,2	1,4	0,90	0,98	0,92	0,88
Feuilletes avec viande ou poisson et viandes en croute	38	67	40	7,7	7,8	7,9	7,6	1,4	1,3	1,3	1,3	1,13	1,04	1,04	1,07
Feuilletes avec escargot	4	4	4	7,5	7,6	7,6	7,8	1,9	1,8	1,8	1,8	1,07	1,26	1,26	1,38
Feuilletes vegetariens	11	24	18	6,4	6,3	6,4	5,6	1,6	1,6	1,4	1,6	1,01	1,04	1,04	1,02
Croque monsieur	2	11	9	9,9	9,4	9,8	11,0	1,4	1,6	1,6	1,6	0,93	1,24	1,18	1,23
Burgers	12	31	26	12,7	12,6	12,5	12,4	1,9	1,8	1,8	2,0	1,35	1,29	1,28	1,20
Wraps et kebabs	12	4	1	9,0	8,8	8,7	9,2	2,5	2,5	2,6	1,9	1,19	1,10	1,10	1,24
Autres sandwiches	4	20	13	9,3	10,4	10,4	9,8	2,9	2,0	2,0	2,4	1,16	1,34	1,36	1,25
Baguettes et tartines garnies	3	9	19	6,6	10,2	10,2	8,1	2,0	2,2	2,2	2,2	1,17	1,24	1,19	1,20
Salades	7	7	3	5,5	6,5	6,3	5,6	2,6	2,1	2,1	2,9	0,63	0,70	0,73	0,78
Aumonieres aperitives	7	6	6	9,3	8,2	8,2	10,1	3,1	1,9	1,9	2,6	1,16	1,09	1,10	1,18
Choux et gougeres	4	5	8	12,8	14,3	14,5	12,9	1,3	1,3	1,5	1,7	1,49	1,19	1,19	1,17
Pains surprises et canapes aperitifs	21	15	18	9,2	9,4	9,5	8,6	3,3	3,2	3,1	2,8	1,34	1,26	1,31	1,18
Verrines aperitives	5	3	5	8,6	5,8	5,9	7,2	2,0	2,0	1,8	1,7	1,02	0,88	0,88	0,93
Assortiments de snacking	24	33	30	6,6	6,6	6,6	6,9	1,9	1,5	1,5	1,6	1,28	1,25	1,21	1,27
Autres aperitifs	11	10	20	8,9	10,5	10,5	8,1	2,7	3,9	3,6	2,0	0,89	0,87	0,80	1,03
<b>Total</b>	<b>377</b>	<b>662</b>	<b>450</b>	<b>8,6</b>	<b>8,8</b>	<b>8,9</b>	<b>8,9</b>	<b>2,0</b>	<b>1,8</b>	<b>1,8</b>	<b>1,9</b>	<b>1,14</b>	<b>1,12</b>	<b>1,11</b>	<b>1,15</b>

Moy: Moyenne

Eff: Effectif

Groupe X : produits retirés

Groupe C : produits appariés

Groupe N : produits nouveaux

Les valeurs nutritionnelles manquantes ont été remplacées par la moyenne pondérée de la famille à l'année T<sub>n-1</sub>. Pour les produits appariés les valeurs nutritionnelles manquantes ont été remplacées si possible par celles du père ou du fils.

## Annexe 16 : Effectifs de produits par famille et segment de marché pour la catégorie des Pizzas surgelées en 2010

<i>Effectifs de produits au sein de la catégorie des Pizzas surgelées en 2010</i>	<b>Distributeurs spécialisés</b>	<b>Marques nationales</b>	<b>Marques de distributeurs</b>	<b>Marques de distributeurs entrée de gamme</b>	<b>Hard Discount</b>	<b>Tous segments de marché confondus</b>
Pizzas jambon fromage	14	11	31	0	4	60
Pizzas charcuterie	8	5	8	0	1	22
Pizzas viandes type bolognaise	2	5	8	0	4	19
Pizzas viandes autres	3	3	5	0	2	13
Pizzas produits de la mer	5	2	6	0	1	14
Pizzas fromages	13	10	24	0	6	53
Pizzas type margarita	4	1	6	6	2	19
Pizzas legumes	6	2	5	0	1	14
<b>Toutes familles confondues</b>	<b>55</b>	<b>39</b>	<b>93</b>	<b>6</b>	<b>21</b>	<b>214</b>

## Annexe 17 : Effectifs de produits par famille et nutriment étiqueté pour la catégorie des Pizzas surgelées en 2010

<i>Effectifs de produits au sein de la catégorie des Pizzas surgelées en 2010 par nutriment étiqueté</i>	<b>Valeur énergétique (kcal)</b>	<b>Matières grasses</b>	<b>Acides gras saturés</b>	<b>Glucides</b>	<b>Sucres</b>	<b>Protéines</b>	<b>Fibres alimentaires</b>	<b>Sel</b>
Pizzas jambon fromage	59	59	44	59	44	59	44	49
Pizzas charcuterie	22	22	13	22	13	22	13	15
Pizzas viandes type bolognaise	18	18	10	18	10	18	10	11
Pizzas viandes autres	12	12	9	12	9	12	9	10
Pizzas produits de la mer	14	14	9	14	9	14	9	10
Pizzas fromages	53	53	34	53	34	53	34	40
Pizzas type margarita	19	19	12	19	12	19	12	12
Pizzas légumes	14	14	9	14	9	14	9	10