

SIROPS ET BOISSONS CONCENTRÉES À DILUER

ÉVOLUTION DU SECTEUR
ENTRE 2010 ET 2019

SYNTHÈSE

ÉDITION 2022

SOMMAIRE

1. PRESENTATION DU SECTEUR.....	3
2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI.....	3
3. EVOLUTION DE L'OFFRE	5
4. EVOLUTION DES PARAMETRES D'ETIQUETAGE	8
5. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETEES MOYENNES	11
5.1. Synthèse de l'évolution des valeurs nutritionnelles étiquetées non pondérées	11
5.2. Synthèse de l'évolution des valeurs nutritionnelles étiquetées pondérées par les parts de marché.....	13
6. CONTRIBUTIONS DE L'OFFRE ET LA DEMANDE A L'EVOLUTION DE LA QUALITE NUTRITIONELLE	16

1. PRESENTATION DU SECTEUR

Cette étude a pour objectif de caractériser l'évolution du secteur des Sirops et boissons concentrées à diluer entre 2010 et 2019 en termes d'offre alimentaire, d'informations étiquetées et de composition nutritionnelle.

Elle porte sur 316 références de Sirops et boissons concentrées à diluer recueillies principalement en 2010^{1,2} et 681 récoltées en 2019. Ces références sont classées en :

- 3 familles³ : Sirops ; Boissons concentrées à diluer et Boissons concentrées à diluer sans sucres ajoutés ;

- et selon 5 segments de marché³ : marques nationales – marques de distributeurs – marques de distributeurs entrée de gamme – hard discount – distributeurs spécialisés biologiques.

Par convention, dans l'ensemble de cette synthèse, le terme « point » a été employé afin de signifier « point de pourcentage ».

2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI

En considérant le marché des « Concentré Sirops » et une partie des « BRSA »⁴, retracés par Kantar - Panel Worldpanel⁵, une augmentation du volume de vente total de +4% est observée entre 2010 et 2019.

Les produits de Sirops et boissons concentrées à diluer pris en compte lors de cette étude couvrent⁶ au minimum 69% du marché du secteur en volume en 2010 et 90% en 2019. La couverture⁵ du marché a donc augmenté de +21 points en volume entre les 2 suivis.

A noter que cette couverture⁶ 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 Worldpanel⁵. Suite à l'évolution de la méthode d'appariement, les produits récoltés en 2019 sont appariés avec ceux de la base Kantar - Panel Worldpanel⁵ selon les codes-barres. Ainsi, 9% des produits Oqali de 2010 et 9% de ceux de 2019 n'ont pas pu être associés à une part de marché. Par ailleurs, la couverture est inférieure à 100% car des produits présents

¹ Etude du secteur des Sirops et boissons concentrées à diluer-Oqali-Données 2010-Edition 2011, disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>.

² 63% de produits en 2010 (n=200), 36% de produits récoltés en 2009 (n=115) et 0,3% de produits récoltés en 2008 (n=1)

³ Les définitions sont disponibles dans le rapport détaillé Etude du secteur Sirops et boissons concentrées à diluer-Oqali-Comparaison 2010/2019-Edition 2022, disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>.

⁴ Boissons Rafraîchissantes Sans Alcool.

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

⁶ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel.

dans la base de données Kantar - Panel Worlpanel ne sont pas retrouvés parmi les produits récoltés par l'Oqali.

Ainsi, dans la suite de cette synthèse, ce sont uniquement les parts de marché associées aux produits Oqali qui sont considérées.

En termes de segments de marché, au sein de l'échantillon Oqali (Figure 1), la représentativité en volume des différents segments de marché reste globalement stable entre les 2 suivis. Comme en 2010, la répartition par segment de marché est similaire entre les produits Oqali et les références Kantar – Panel Worldpanel, ce qui traduit le fait que les produits récoltés par l'Oqali sont représentatifs du marché des Sirops et boissons concentrées à diluer. A noter qu'en 2010, les marques de distributeurs sont légèrement surestimées dans l'échantillon Oqali (48% contre 44% au sein des données Kantar – Panel Worldpanel) tandis que les produits issus du Hard Discount sont légèrement sous-estimés (12% des parts de marché pour l'échantillon Oqali contre 15% au sein des données Kantar – Panel Worldpanel).

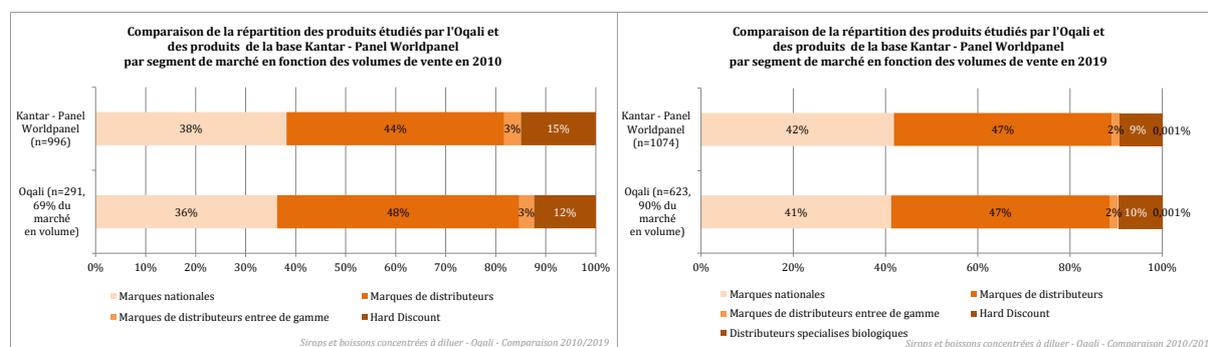


Figure 1 : Comparaison de la répartition des produits du secteur des Sirops et boissons concentrées à diluer par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à une part de marché et au sein du secteur entier d'après les données Kantar - Panel Worldpanel, pour 2010 et 2019.

3. EVOLUTION DE L'OFFRE⁷

Entre 2010 et 2019, la répartition des références selon les familles reste relativement inchangée. Pour les 2 suivis, la famille Sirops est largement prépondérante, suivie des Boissons concentrées à diluer sans sucres ajoutés puis des Boissons concentrées à diluer. Cependant, au sein des familles, une **augmentation de la proportion des Sirops (+5 points) au détriment de la proportion des Boissons concentrées à diluer (-5 points)** entre 2010 et 2019 est à noter.

Comme pour la répartition en nombre de références, **la famille Sirops est associée aux plus importants volumes de vente pour les 2 années de suivi (81% de parts de marché en 2010 et 86% en 2019)**, suivie des Boissons concentrées à diluer sans sucres ajoutés (13% de parts de marché en 2010 et 11% en 2019) et enfin des Boissons concentrées à diluer (6% de parts de marché en 2010 et 2% en 2019)

L'analyse par segment de marché, pour l'ensemble de l'offre, montre que la proportion des marques nationales augmente (+20 points), au détriment des marques de distributeurs (-11 points), des marques de distributeurs entrée de gamme (-4 points) et des produits issus du hard discount (-4 points). A noter, une très faible proportion de produits de marques de distributeurs spécialisés biologiques a été récolté en 2019 (n=7).

Comme pour le nombre de références, une augmentation notable des parts de marché⁸ des marques nationales (+17 points) est observée au détriment de celles des marques de distributeurs (-8 points), des marques de distributeurs entrée de gamme (-5 point), et dans une moindre mesure de celles des produits issus du hard discount (-4 points).

L'analyse par segment de marché et par famille montre que l'offre en nombre de références évolue entre 2010 et 2019. Pour les marques nationales, la proportion de produits pour la famille Sirops augmente (+28 points) au détriment de la proportion de produits des familles Boissons concentrées à diluer (-15 points) et Boissons concentrées à diluer sans sucres ajoutés (-13 points). Pour les produits issus du hard discount, la proportion de produits de la famille Sirops diminue (-6 points) tandis que celle des Boissons concentrées à diluer sans sucres ajoutés augmente (+6 points). A noter que les effectifs de produits des Boissons concentrées à diluer sans sucres ajoutés sont très faibles en 2010 et en 2019. Pour les marques de distributeurs, la proportion de la famille Boissons concentrées à diluer sans sucres ajoutés augmente (+5 points) tandis que celles des Sirops et des Boissons concentrées à diluer diminuent légèrement (-2 points chacune). En 2010 comme en 2019, les marques de distributeur et les marques nationales se caractérisent par l'offre la plus diversifiée. A l'inverse, les distributeurs spécialisés biologiques et les marques de distributeurs entrée de gamme se caractérisent par l'offre la moins variée en se concentrant uniquement sur la famille Sirops (distributeurs spécialisés biologiques : n=0 en 2010 et n=7 en 2019 ; marques de distributeurs entrée de gamme : n=20 en 2010 et n=14 en 2019).

⁷ Pour l'étude de l'offre pondérée, 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.

⁸ Les parts de marché sont calculées à partir des données associées aux produits Oqali uniquement.

Un renouvellement de l'offre est observé entre 2010 et 2019 (Figure 2), avec :

- **29% des produits de 2019 qui sont des produits modifiés⁹ (n=195) correspondant à 31% des volumes de vente du marché 2019** (d'après les données Kantar - Panel Worldpanel¹⁰). Les modifications les plus fréquemment retrouvées portent sur le groupe nutritionnel¹¹ (n=195 ; 100% des produits modifiés) puis sur les ingrédients (n=194 ; 99%) et sur les valeurs nutritionnelles (n=146 ; 75%). Les évolutions systématiques d'étiquetage des ingrédients (allergènes) et des valeurs nutritionnelles (mises à jour), sont à mettre en relation avec la mise en application en décembre 2014 du règlement « INCO »⁹ et avec les refontes d'emballage effectuées à cette occasion. A l'inverse, aucune modification ne porte sur les allégations de santé ni sur le poids d'une unité. En effet, ce secteur ne comporte aucun produit avec une allégation de santé en 2019. Enfin, seuls 2 produits présents en 2010 apposent le Nutri-Score en 2019.
- **71% des produits de 2019 sont des produits ajoutés¹² (n=486) correspondant à 69% des volumes de vente du marché 2019⁸ ;**
- **38% des produits de 2010 sont des produits retirés¹³ (n=121) correspondant à 37% des volumes de vente du marché 2010⁸ ;**
- **Aucun produit de l'offre 2010 n'est retrouvé à l'identique en 2019.** Cette absence de produit identique s'explique par la mise en vigueur du règlement 1169/2011¹⁴ dit « INCO ».

Ce renouvellement de l'offre est également constaté au niveau des familles et des segments de marché.

⁹ Produits présents sur le marché en 2010 et également en 2019 mais dans une version évoluée, impliquant au moins un changement de l'emballage et/ou de la composition.

¹⁰ A noter que l'ensemble des produits recueillis par l'Oqali n'a pas pu être associé à une ligne de la base communiquée par Kantar - Panel Worlpanel. Ainsi, 198 produits modifiés, 209 produits ajoutés, 155 produits identiques et 172 produits retirés sont considérés pour le calcul des volumes de vente.

¹¹ 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).

¹² Produits captés par l'Oqali en 2019 mais pas en 2010 (innovations ou extensions de gamme : nouvelle recette par exemple, et produits non captés par l'Oqali en 2010).

¹³ Produits captés par l'Oqali en 2010 mais pas en 2019 (produits retirés du marché entre 2010 et 2019 ou non captés par l'Oqali en 2019).

¹⁴ 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.

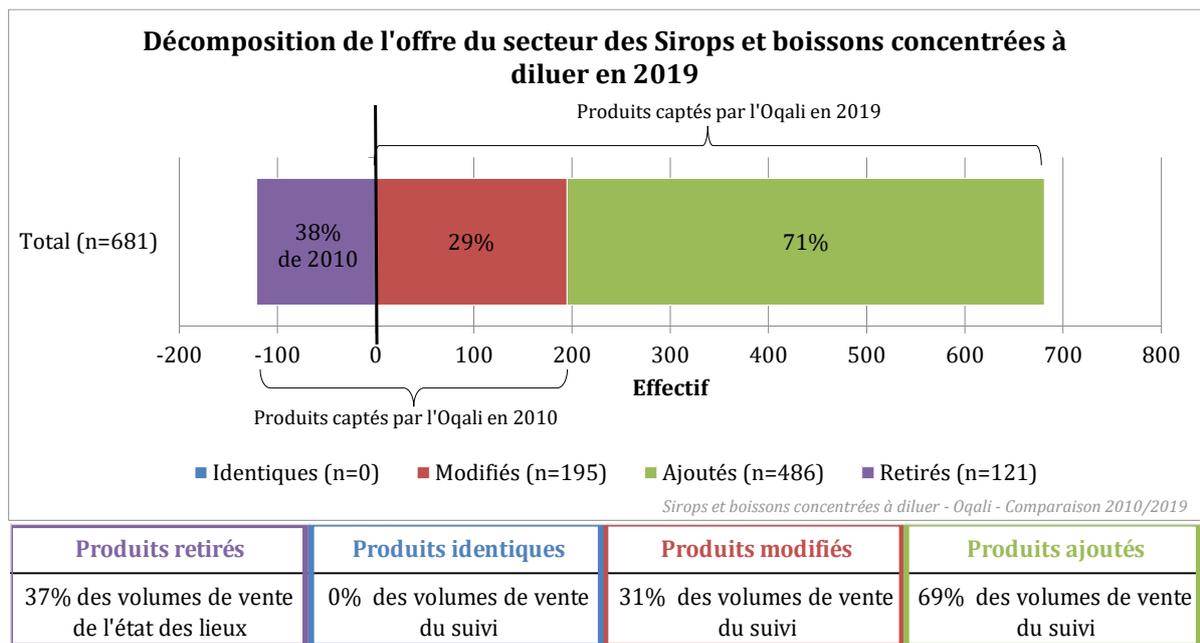


Figure 2 : Décomposition de l'offre du secteur des Sirops et boissons concentrées à diluer en 2019 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits de 2010 retirés, en nombre de références et en volume (pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à une part de marché d'après les données Kantar - Panel Worldpanel).

4. EVOLUTION DES PARAMETRES D'ETIQUETAGE

En termes d'informations disponibles sur les emballages (Tableau 1), la présence d'un étiquetage nutritionnel, déjà élevée en 2010 (73%), progresse pour atteindre 100% en 2019, cet étiquetage étant dorénavant obligatoire suite à la mise en place du règlement « INCO »¹⁵. Cette évolution significative est retrouvée au niveau de la famille Sirops (+33 points) et pour les marques nationales (+34 points) et marques de distributeurs (+23 points). A l'inverse, la présence d'un repère nutritionnel¹⁶ diminue de façon significative (2010 : 34% ; 2019 : 24%).

Les autres paramètres d'étiquetage sont stables à l'échelle du secteur :

- **Portion indiquée (2010 : 66% ; 2019 : 68%) :** Malgré l'absence d'évolution significative à l'échelle du secteur, la présence d'une portion indiquée diminue significativement au sein de la famille des Boissons concentrées à diluer sans sucres ajoutés (-15 points) et augmente significativement au sein des marques de distributeurs entrée de gamme (+39 points) et des produits issus du hard discount (+22 points).

Les tailles les plus fréquentes de portion indiquée restent globalement similaires entre 2010 et 2019 même si la répartition des tailles de portion indiquée au sein d'une même famille peut être modifiée :

- Sirops : Au sein de cette famille, la taille de portion indiquée la plus représentée est de 200ml (90% en 2010 et 86% en 2019). Elle est suivie par la taille de portion indiquée de 100ml mais celle-ci est moins fréquente (7% en 2010 et 14% en 2019), même si elle augmente de façon importante en 2019. A noter que les portions indiquées de 225ml et 500ml, peu fréquentes en 2010, disparaissent en 2019 ;
- Boissons concentrées à diluer : La taille de portion indiquée la plus largement représentée dans cette famille est de 200ml (2010 : 94% ; 2019 : 100%). En 2010 uniquement, une indication de portion de 500ml était présente sur quelques produits (6%) ;
- Boissons concentrées à diluer sans sucres ajoutés : La taille de portion indiquée la plus représentée est de 200ml (65% en 2010 et 73% en 2019) et varie entre 100ml et 250ml en 2019.

A l'échelle du secteur, une diminution significative (-2% entre 2010 et 2019) de la proportion de produits avec une portion indiquée de 200ml (portion reconstituée de sirop dilué dans de l'eau) est mise en évidence. Cette diminution significative à l'échelle du secteur est portée par la

¹⁵ 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.

¹⁶ 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) ou des ANC (Apports Nutritionnels Conseillés), pour un type de consommateur (par exemple, adulte dont les besoins journaliers sont de 2000 kcal).

famille Sirops (-4% entre 2010 et 2019). Au niveau des familles, une diminution significative de la proportion de produits avec une taille de portion de 100ml est observée au sein de la famille Boissons concentrées à diluer sans sucres ajoutés (-25% entre 2010 et 2019).

Par ailleurs, en se plaçant au niveau des produits appariés¹⁷ mentionnant une taille de portion indiquée en 2010 et en 2019 (n=61), il apparaît que la taille de cette portion reste le plus souvent identique (n=54). Les évolutions de taille sont très ponctuelles, à la hausse pour les boissons concentrées à diluer sans sucres ajoutés, et à la hausse ou à la baisse pour les Sirops et peuvent être expliquées uniquement référence par référence.

- **Valeurs nutritionnelles à la portion (2010 : 56% ; 2019 : 58%) :** La présence de valeurs nutritionnelles exprimées pour une portion augmente significativement au sein des produits issus du hard discount (+22 points) et des marques de distributeurs entrée de gamme (+9 points)

Les 2 derniers paramètres d'étiquetage restent stables à toute échelle (du secteur, des familles et des segments) :

- **Allégation nutritionnelle (2010 : 13% ; 2019 : 12%)** avec très peu de produits présentant une allégation nutritionnelle (n=40 en 2010 et n=82 en 2019). En 2010 comme en 2019, les allégations portent sur les sucres, la valeur énergétique, les sucres ajoutés ainsi que les vitamines et minéraux. A noter qu'en 2010, quelques produits présentaient des allégations concernant également les fibres. Les messages relatifs aux sucres et à la valeur énergétique vont dans le sens d'une diminution, et sont du type sans sucres/sans sucres ajoutés/ réduit en sucres» ou du type 0kcal pour 100ml (Tableau 1). A l'inverse, pour les fibres et les vitamines et minéraux, l'allégation traduit une augmentation et les messages sont donc respectivement du type riche en fibres et source de vitamines et/ou minéraux (Tableau 1).
- **Allégation de santé :** peu de produits concernés en 2010 (n=2) et aucun en 2019.

¹⁷ Produits présents à la fois en 2010 et en 2019 sous une forme identique ou modifiée.

Tableau 1 : Comparaison des fréquences de présence des paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Sirops et boissons concentrées à diluer entre 2010 et 2019, pour l'ensemble du secteur, par famille de produits et par segment de marché.

	Etiquetage nutritionnel			Allégation nutritionnelle			Allégation de santé			Repère nutritionnel			Portion indiquée			Valeurs nutritionnelles à la portion		
	2010	2019	Delta	2010	2019	Delta	2010	2019	Delta	2010	2019	Delta	2010	2019	Delta	2010	2019	Delta
<i>Ensemble des produits du secteur</i>																		
Secteur (2010 : n=316 ; 2019 : n=681)	73%	100%	+28***	13%	12%	-1	1%	0%	-1	34%	24%	-11***	66%	68%	+2	56%	58%	+2
<i>Famille de produits</i>																		
Sirops (2010 : n=251 ; 2019 : n=575)	67%	100%	+33***	0,4%	2%	+1	0,4%	0%	-0,4	29%	22%	-7*	60%	66%	+6	54%	58%	+4
Boissons concentrées à diluer (2010 : n=22 ; 2019 : n=16)	95%	100%	+5	18%	31%	+13	0%	0%	+0	73%	44%	-29	91%	94%	+3	82%	56%	-26
Boissons concentrées à diluer sans sucres ajoutés (2010 : n=43 ; 2019 : n=90)	97%	100%	+3	81%	76%	-6	2%	0%	-2	44%	30%	-14	91%	76%	-15*	56%	59%	+3
<i>Segment de marché</i>																		
Marques nationales (2010 : n=82 ; 2019 : n=310)	68%	100%	+32***	22%	15%	-7	2%	0%	-2	21%	10%	-10*	60%	56%	-4	44%	37%	-6
Marques de distributeurs (2010 : n=172 ; 2019 : n=290)	77%	100%	+23***	12%	9%	-2	0%	0%	+0	48%	40%	-8	78%	79%	+1	69%	78%	+9*
Marques de distributeurs entrée de gamme (2010 : n=20 ; 2019 : n=14)	45%	100%	+55	0%	0%	+0	0%	0%	+0	15%	14%	-1	25%	64%	+39*	10%	64%	+54
Hard discount (2010 : n=42 ; 2019 : n=60)	76%	100%	+24	5%	13%	+9	0%	0%	+0	14%	20%	+6	50%	72%	+22*	50%	72%	+22*
Distributeurs spécialisés biologiques (2010 : n=0 ; 2019 : n=7)		100%			0%			0%			0%		100%				0%	

Case en violet : diminution significative de la présence du paramètre entre 2010 et 2019 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001) d'après le test du chi-2 réalisé
Case en orange : augmentation significative de la présence du paramètre entre 2010 et 2019 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001) d'après le test du chi-2 réalisé
Chiffres grisés : effectifs d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2

5. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETÉES MOYENNES

L'étude des valeurs nutritionnelles moyennes (pour 100ml de produit tel que vendu) par famille, avec et sans pondération par les parts de marché¹⁸, a été réalisée pour **les sucres¹⁹ et les fibres alimentaires** entre 2010 et 2019 (Tableau 2, Tableau 3).

Les données étudiées dans cette partie correspondent aux valeurs nutritionnelles pour 100ml de produit avant dilution, c'est-à-dire de produit tel que vendu. Cependant, quelques produits (n=12) ne présentaient pas leurs valeurs nutritionnelles dans cette unité mais pour 100ml de produit reconstitué, soit après dilution. Lorsque les informations étiquetées le permettaient (c'est-à-dire pour 4 produits), les valeurs nutritionnelles avant dilution ont été calculées. Les 8 produits restants ont été exclus de l'étude car les informations disponibles sur les emballages ne permettaient pas de recalculer précisément leurs valeurs nutritionnelles.

5.1. Synthèse de l'évolution des valeurs nutritionnelles étiquetées non pondérées

Entre 2010 et 2019, l'étude des évolutions de compositions nutritionnelles moyennes par famille²⁰ sans pondération par les parts de marché met en évidence 2 évolutions significatives concernant 1 famille sur les 3 étudiées : la famille des Boissons concentrées à diluer sans sucres ajoutés présente une diminution significative de sa teneur moyenne en sucres (-0,7g/100ml soit -51% par rapport à la teneur initiale) et en fibres alimentaires (-2,7g/100ml soit -59%).

Ces évolutions s'expliquent par :

- des reformulations : diminutions significatives de teneurs pour les produits appariés²¹ pour les sucres (-0,8g/100ml ; -55%) et pour les fibres alimentaires (-3,1g/100ml soit -54%). D'après nos échanges avec les professionnels du groupe de travail, ces diminutions s'expliqueraient probablement par la moindre utilisation du polydextrose (agent de charge) pour la diminution de teneur en fibres ;
- un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une diminution des teneurs en sucres (produits « Ajoutés »²² présentant une teneur moyenne inférieure à celle des produits récoltés en 2010 ; -0,6g/100ml et produits récoltés en 2019 présentant une teneur moyenne inférieure à celle des produits « Retirés » : -0,4g/100ml) et en fibres alimentaires (produits « Ajoutés »²⁷ présentent une teneur moyenne inférieure à celle

¹⁸ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel.

¹⁹ 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).

²⁰ Pour l'étude des fibres, les familles Sirops et Boissons concentrées à diluer ne sont pas considérées et leurs éventuelles évolutions ne sont pas commentées dans ce rapport.

²¹ Produits présents à la fois en 2010 et en 2019 sous une forme identique ou modifiée.

²² Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali en 2010.

des produits récoltés en 2010 : -2,9g/100ml, et produits récoltés en 2019 présentant une teneur moyenne inférieure à celle des produits « Retirés » : -2,7g/100ml).

En ce qui concerne les segments de marché pour cette famille, la diminution significative de teneur moyenne en sucres est notamment portée par les marques nationales et les produits issus du hard discount tandis que la diminution significative de la teneur moyenne en fibres alimentaires est notamment portée par les marques de distributeurs.

Pour la famille Sirops, des reformulations allant dans le sens d'une diminution des teneurs en sucres sont observées (diminution significative de -1,3g/100ml soit -2% par rapport à la teneur initiale). Par ailleurs, il n'est pas possible de conclure sur les évolutions significatives obtenues à l'échelle des marques nationales et marques de distributeurs puisque ces résultats ne reflètent pas des évolutions de composition nutritionnelle, mais plutôt une augmentation du nombre de produits étiquetant des teneurs en sucres et une meilleure couverture du marché en 2019 par rapport à 2010. Cependant, une variabilité importante et grandissante de la teneur en sucres a été observée entre 2010 et 2019 au sein de la famille des Sirops. Cette variabilité s'explique en partie par :

- l'augmentation importante du nombre de parfums des Sirops entre la collecte de 2010 et celle de 2019 ;
- la teneur en sucres qui varie selon les parfums (notamment du fait de la réglementation des sirops²⁰, qui fait la distinction entre les sirops constitués exclusivement de jus d'agrumes ou utilisant exclusivement du fructose comme matière sucrante, et les autres).

5.2. Synthèse de l'évolution des valeurs nutritionnelles étiquetées pondérées par les parts de marché

Sur les 3 familles étudiées, l'étude des valeurs nutritionnelles pondérées par les parts de marché montre des évolutions significatives pour l'une des 3 familles étudiées (Boissons concentrées à diluer) (Tableau 2, Tableau 3) pour :

- **les sucres : diminution significative** de -2,6g/100ml , soit -77% ;
- **les fibres alimentaires²⁶ : diminution significative** de -1,2g/100ml, soit -46%.

La pondération des valeurs nutritionnelles par les parts de marché va donc dans le même sens que toutes les évolutions significatives déjà constatées sur les données non pondérées.

Tableau 2 : Récapitulatif des différences de teneurs en sucres et fibres alimentaires à l'échelle des familles en comparant l'ensemble de l'offre 2010 à l'ensemble de l'offre 2019, au sein du secteur des Sirops et boissons concentrées à diluer.

Famille de produits	Sucres (g/100ml)		Fibres (g/100ml)	
	Sans pondération par les parts de marché	Avec pondération par les parts de marché ¹	Sans pondération par les parts de marché	Avec pondération par les parts de marché ¹
	1 famille sur 3	1 famille sur 3	1 famille sur 1²	1 famille sur 1²
Sirops	-1%	-0,4%	Non considérée	Non considérée
Boissons concentrées à diluer	-2%	-4%	Non considérée	Non considérée
Boissons concentrées à diluer sans sucres ajoutés	-51%***	-77%***	-59%***	-46%*

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2010 et 2019 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

¹ratio 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)

²Ne sont pas considérées les familles dont l'étude n'est pas pertinente pour les fibres alimentaires (cas des Sirops et Boissons concentrées à diluer)

Tableau 3 : Récapitulatif des différences de teneurs en sucres et fibres alimentaires entre 2010 et 2019, au sein du secteur des Sirops et boissons concentrées à diluer étudié.

Evolutions constatées par famille		Sucres (g/100ml)	Fibres alimentaires (g/100ml)
Sirops			
TOUS PRODUITS	Offre 2010 vs 2019	-1%	Non considérée ¹
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2010 vs 2019	-0,4%	
REFORMULATIONS	Produits appariés	-2%**	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2010 vs références Ajoutées	-0,3%	
	Références Retirées vs offre 2019	-0,5%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	DSbio		
	MN	-22%**	
	MDD	-3%**	
	MDDeg	-1%	
	HD	+0,2%	
Boissons concentrées à diluer			
TOUS PRODUITS	Offre 2010 vs 2019	-2%	Non considérée ¹
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2010 vs 2019	-4%	
REFORMULATIONS	Produits appariés	-6%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2010 vs références Ajoutées	+1%	
	Références Retirées vs offre 2019	-3%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	DSbio		
	MN	-2%	
	MDD	-3%	
	MDDeg		
	HD		
Boissons concentrées à diluer sans sucres ajoutés			
TOUS PRODUITS	Offre 2010 vs 2019	-51%***	-59%***
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2010 vs 2019	-77%***	-46%*
REFORMULATIONS	Produits appariés	-55%**	-54%**
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2010 vs références Ajoutées	-49%**	-62%***
	Références Retirées vs offre 2019	-40%*	-59%***
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	DSbio		
	MN	-69%***	-40%
	MDD	-16%	-60%***
	MDDeg		
	HD	-65%*	-40%

¹Ne sont pas considérées les familles dont l'étude n'est pas pertinente pour les fibres alimentaires (cas des Sirops et Boissons concentrées à diluer)

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2010 et 2019 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées significativement inférieures à celles de l'ensemble des références 2010/teneurs moyennes de l'ensemble des références 2019 significativement inférieures à celles des références retirées (* 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 des 2 années égal à 1 ou 2

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

6. CONTRIBUTIONS DE L'OFFRE ET LA DEMANDE A L'EVOLUTION DE LA QUALITE NUTRITIONELLE

Cette partie évalue ici 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 Worldpanel²³) à l'évolution de la qualité nutritionnelle moyenne du secteur des Sirops et boissons concentrées à diluer, entre 2010 et 2019 (T0-T1). Le détail de la méthode dite « Griffith » 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*²⁴.

La méthode consiste pour chaque nutriment d'intérêt du secteur (sucres et fibres alimentaires), 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 3). Les deux premiers effets quantifient l'évolution pouvant être attribuée à l'offre et le dernier se rapporte à la contribution de la demande.

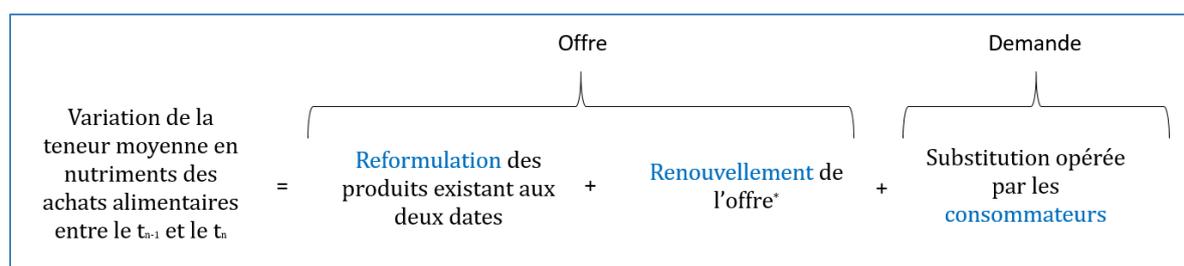


Figure 3 : Décomposition de l'évolution des teneurs moyennes pondérées en nutriments d'intérêt entre t_{n-1} et t_n .

Les résultats relatifs aux fibres alimentaires ne sont pas présentés puisque la méthode Griffith est réalisée sur le secteur entier²⁵.

²³ Kantar – Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française

²⁴ Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation –Oqali –Edition 2019 – www.oqali.fr

²⁵ Les résultats de la méthode Griffith sur les fibres alimentaires ne sont pas présentés puisque, comme indiquée dans la partie 5, seulement une famille sur les 3 du secteur est pertinente pour l'étude des teneurs en fibres alimentaires

Tableau 4 : Evolution des moyennes pondérées entre 2010 et 2019 et contributions des reformulations, renouvellement de l'offre et substitutions réalisées par les consommateurs selon la méthode 1²⁶

Sirops et boissons concentrées à diluer	Moyenne pondérée (g/100ml)		Evolution des moyennes pondérées	Décomposition de l'évolution des moyennes pondérées		
	2010	2019		Reformulations	Renouvellement de l'offre	Substitutions
Sucres	63,7	59,0	-7%	-1%	-0,3%	-6%

Cases en bleu clair : diminution de la teneur en nutriment

Sur l'ensemble du secteur des Sirops et boissons concentrées à diluer, entre 2010 et 2019, une diminution des teneurs moyennes pondérées est constatée pour les sucres (-7%) (Tableau 4).

Cette diminution des teneurs moyennes pondérées en sucres est le résultat majoritairement de substitutions réalisées par les consommateurs (-6%), mais aussi de reformulations (-1%) et d'un renouvellement de l'offre (-0,3%) allant dans le sens d'une diminution des teneurs (Tableau 4).

L'ensemble des résultats de l'étude est présenté dans le rapport détaillé *Etude du secteur des Sirops et boissons concentrées à diluer-Oqali-Comparaison 2010/2019 – Edition 2022*²⁷.

²⁶ Cette méthode 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. Les 2 méthodes utilisées (1 et 2) sont décrites dans le rapport détaillé « Etude du secteur des Viennoiseries et desserts surgelés-Oqali-Comparaison 2010/2019 – Edition 2021 ».

²⁷ Disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>.