Principaux enseignements de l'Oqali

WECF – 1er décembre 2023

Julie Gauvreau-Béziat

Karine Vin

QU'EST CE QUE L'OQALI ?

Introduction – Présentation de l'Oqali

- Créé en 2008 par les ministères en charge de l'agriculture, de la santé et de la consommation

- Depuis novembre 2018, l'Oqali est défini comme l'Observatoire de l'alimentation (Loi dite Egalim)

- Géré conjointement par l'Anses et INRAE

- Suivi global de l'offre alimentaire des produits transformés vendus sur le marché français via le recueil des données étiquetées sur les emballages

Missions de l'Oqali

➢ **Assurer un suivi de la qualité nutritionnelle (offre alimentaire, paramètres d'étiquetage et composition nutritionnelle) au cours du temps**

- Dresser un état des lieux (bilan à T0)
- Mesurer les évolutions au cours du temps (bilan à T + 4/5 ans)

➢ **Suivre le déploiement du Nutri-Score**

➢ **En apportant des éléments chiffrés, l'Oqali permet :**

➢ **Aux décideurs** d'orienter les politiques publiques;

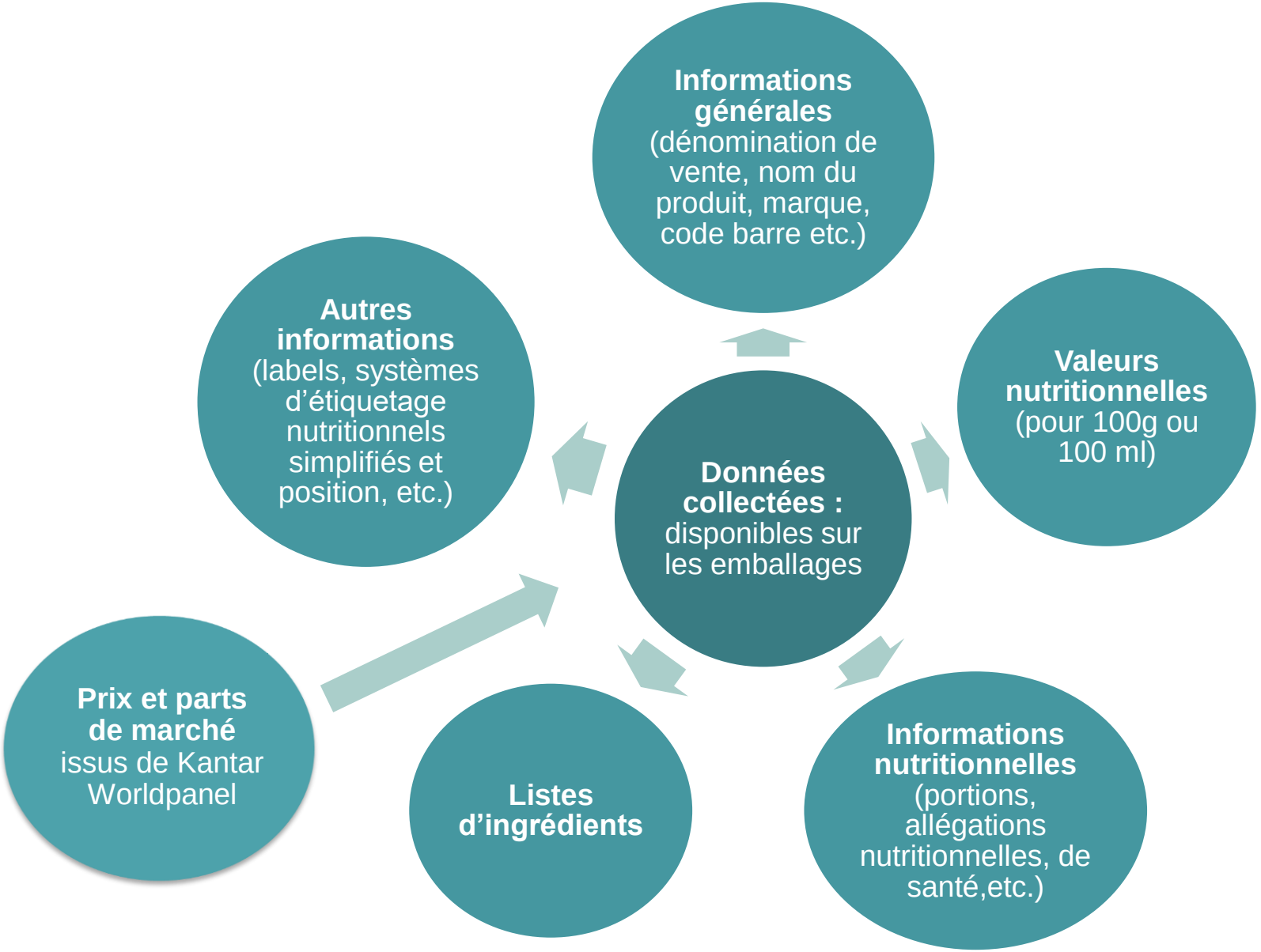
➢ **Aux entreprises** de positionner leurs produits par rapport à ceux de leurs concurrents et d'identifier de potentielles améliorations de composition nutritionnelle;

➢ **Aux associations de consommateurs** de disposer de données factuelles sur l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'offre alimentaire

→ **Constitue un levier incitatif à l'amélioration de la qualité nutritionnelle**

Quelles données collectées ?

➢ **Plateforme de centralisation** de données sur les produits alimentaires transformés présents sur le marché français, **au niveau des références produits**



Quelques définitions

➢ Secteur Oqali

- **Catégorie de produits transformés**: Plats cuisinés surgelés, Céréales pour le petit-déjeuner, etc.

➢ Famille Oqali

- **Sous-catégorie de produits transformés**: Céréales chocolatées, Céréales miel caramel, Pétales de céréales au sucre, etc.

➢ Segment de marché

- **Marques nationales :** produits de grande marque type Danone, Nestlé, Lu, etc.
- **Marques de distributeurs :** marques propres aux enseignes de type Carrefour, Auchan, Système U, Leclerc, Intermarché, etc.
- **Marques de distributeurs entrée de gamme :** produits premiers prix des marques de distributeurs (Carrefour simple, Bien Vu (système U), Leclerc Eco+, etc.)
- **Hard discount :** Lidl, Aldi, Netto, etc.
- **Distributeurs spécialisés :** type Picard, Thiriet, etc.
- **Distributeurs spécialisés dans les produits issus de l'agriculture biologique :** marques propres aux enseignes de type Naturalia, La Vie Claire, Biocoop, etc.

Travaux de l'Oqali

➢ L'Oqali réalise

- **Des études sectorielles :** bilans et suivis d'évolution des **paramètres d'étiquetage** et de la **composition nutritionnelle** pour chaque secteur alimentaire (céréales petit déjeuner, produits laitiers et desserts frais,…)
  - **Tous les 4-5 ans environ**

- **Des études transversales :** études réalisées sur des thématiques diverses, incluant les données de plusieurs secteurs alimentaires

  Exemples : Caractérisation des produits reformulés dans le cadre d'engagements volontaires de progrès nutritionnel : positionnement avant amélioration en termes de composition nutritionnelle et de prix ; Etude des listes d'ingrédients (additifs, allergènes, édulcorants…) etc...

Publication sur le site Internet de l'Oqali (www.oqali.fr)

- **Des rapports**
- **Des données brutes https://www.oqali.fr/donnees-publiques/base-de-donnees-oqali/**
  - **Associé à outil de visualisation des données**

Travaux de l'Oqali

- **En plus des études, les données de l'Oqali sont utilisées pour :**
  - La réalisation **d'appuis scientifiques et techniques Anses**

    En réponse à des saisines des ministères de tutelles
    - Etude de la faisabilité du calcul du Nutri-Score sur les produits transformés
    - Simulation de seuils de reformulation par famille d'aliments transformés et impact sur les apports en sucres, acides gras saturés, sel et fibres de la population française

    En appui aux CES / GT Anses
    - Occurrence d'utilisation d'ingrédients dans les produits transformés (édulcorants, nitrates/nitrites, …)

  - **Des projets de recherche**
  - **La mise à jour de la table de composition nutritionnelle de référence** (Ciqual) permettant une meilleur estimation des apports nutritionnels

Après 15 années de fonctionnement

- **31 secteurs suivis**
- Plus de **95 000 références** enregistrées dans la base de données
- Etudes d'évolutions réalisées pour 27 secteurs

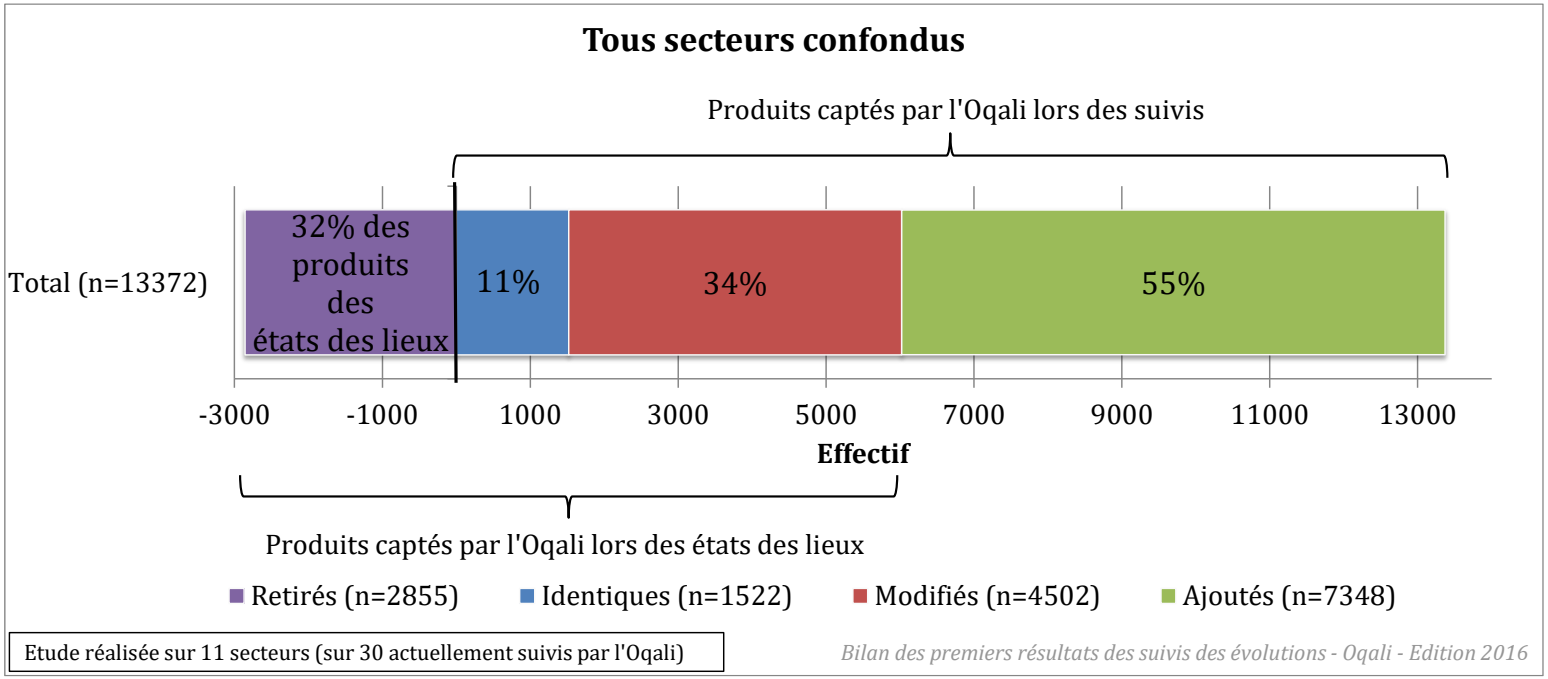
SECTEURS ETUDIES

- Aliments infantiles de diversification
- **Apéritifs à croquer**
- **Barres céréalières**
- **Biscuits et gâteaux industriels**
- **Boissons rafraichissantes sans alcool**
- **Bouillons et potages**
- **Céréales pour le petit-déjeuner**
- **Charcuterie**
- **Chocolats et produits chocolatés**
- **Compotes**
- **Confitures**
- Confiserie
- **Conserves de fruits**
- Fromages
- **Glaces et sorbets**
- **Jus de fruits et nectars**
- Laits infantiles
- **Margarines**
- **Panification croustillante et moelleuse**
- **Plats cuisinés appertisés**
- **Plats cuisinés frais**
- **Plats cuisinés surgelés**
- **Préparations pour desserts**
- **Produits laitiers frais et assimilés**
- **Produits traiteurs frais**
- **Produits transformés à base de pommes de terre**
- **Sauces chaudes**
- **Sauces condimentaires**
- **Sirops et boissons concentrées à diluer**
- **Snacking surgelé**
- **Viennoiseries et desserts surgelés**

PRINCIPAUX RÉSULTATS DE L'OQALI

Renouvellement de l'offre alimentaire

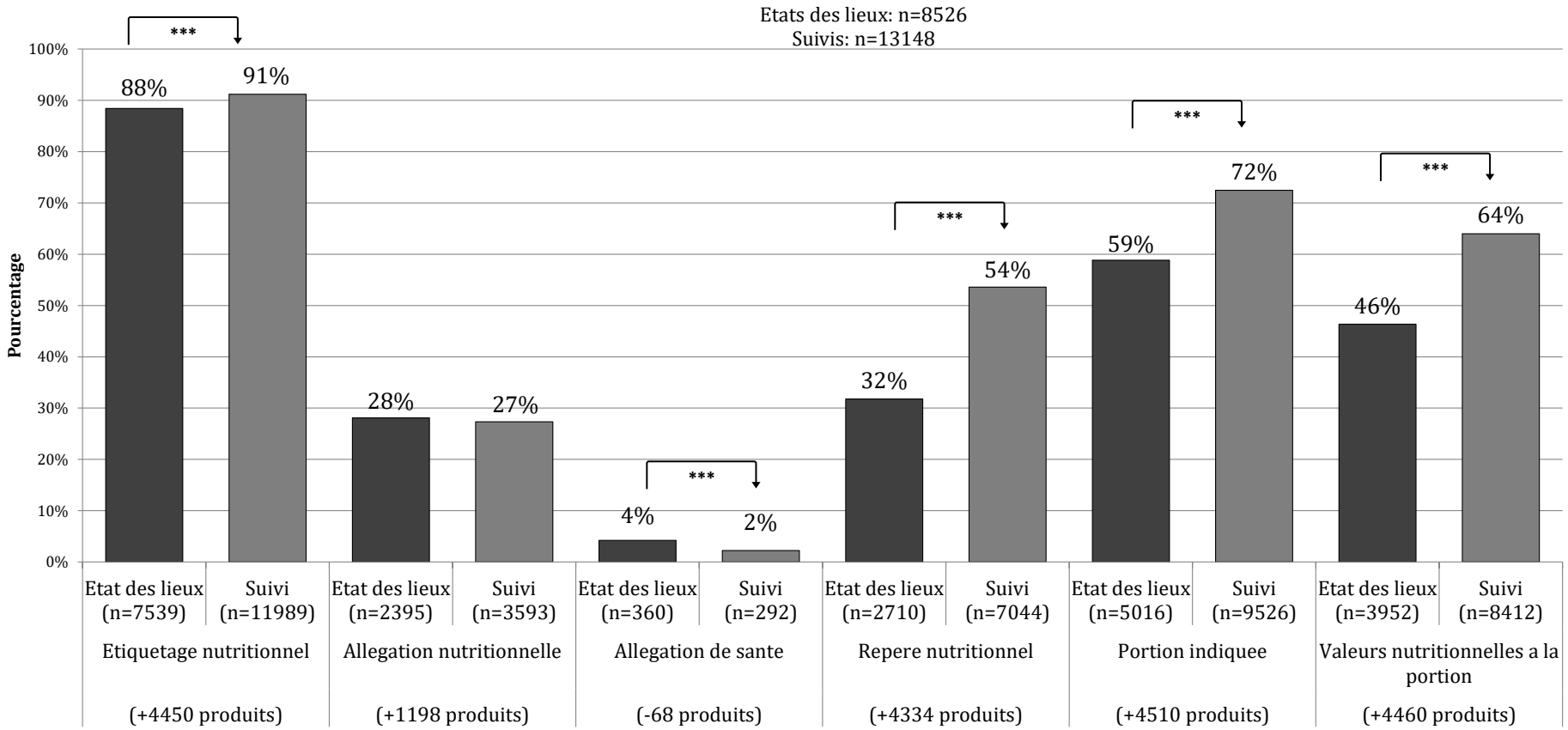
- **Important renouvellement des références produits disponibles sur le marché**
  - Peu de références identiques
  - Beaucoup de produits retirés/ajoutés



Produits retirés	Produits identiques	Produits modifiés	Produits ajoutés
Retirés du marché entre l'état des lieux et le suivi ou non captés par l'Oqali au suivi	Présents à la fois à l'état des lieux et au suivi Semblables en tous points	Présents à l'état des lieux et au suivi Dans une version évoluée (au moins un changement de l'emballage et/ou de la composition)	Innovations, extensions de gamme et produits non captés par l'Oqali à l'état des lieux
32% des produits des états des lieux	11% des produits des suivis	34% des produits des suivis	55% des produits des suivis
9% des volumes de vente des états des lieux	8% des volumes de vente des suivis	45% des volumes de vente des suivis	26% des volumes de vente des suivis

Evolution des paramètres de l'étiquetage

Comparaison des pourcentages de produits par type de paramètre d'étiquetage étudié entre les états des lieux et les suivis, tous secteurs et segments de marché confondus



Périmètre: Etude réalisée sur 11 secteurs (sur 30 actuellement suivis par l'Oqali) soit 8526 références récoltées entre 2008 et 2010 pour les états des lieux et 13148 références récoltées entre 2010 et 2013 pour les suivis

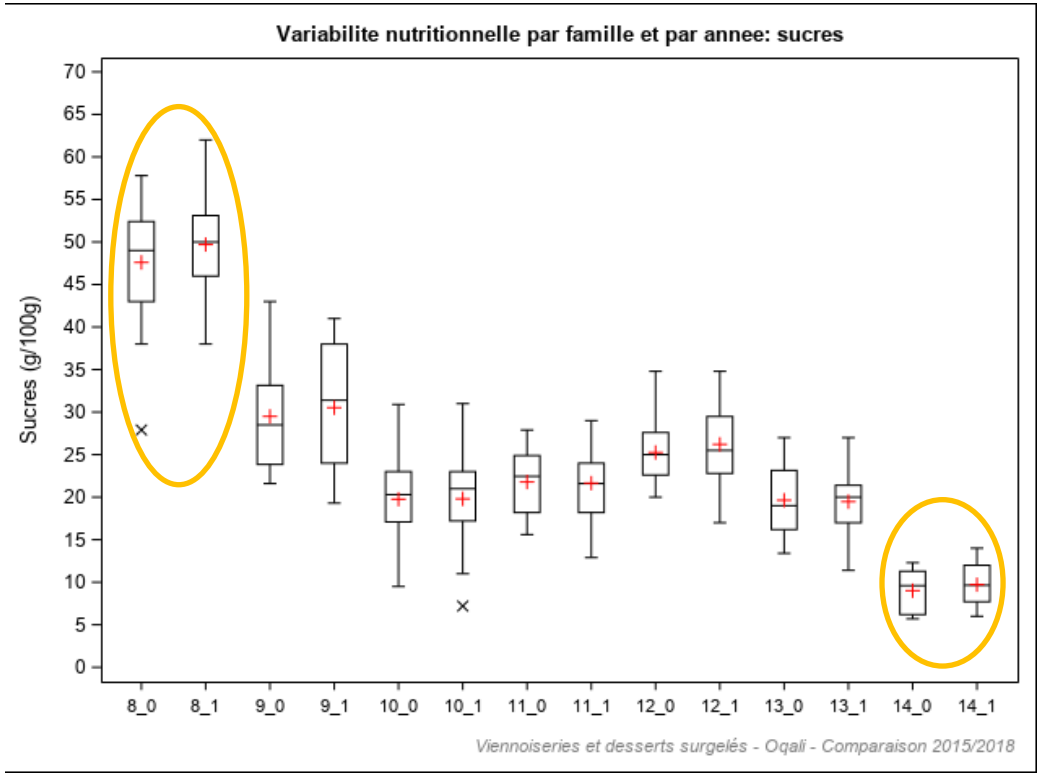
Effet année : *** si p<0,001; ** si p<0,01; * si p<0,05

Bilan des premiers résultats des suivis des évolutions - Oqali - Edition 2016

- Augmentation des informations nutritionnelles hormis allégations (Règlement INCO)
- Allégations de santé en diminution → mise en place du règlement UE N°432/2012
- Présence stable d'allégations nutritionnelles → évolutions par secteur et segment de marché en sens contraire
- Résultats similaires pour tous les secteurs et tous les segments de marché

➢ Qualité nutritionnelle des aliments transformés : des progrès restent à faire

- ➢ Pour une même famille de produits (groupe de produits homogènes) : variabilité parfois importante
  - ➢ Marges de manœuvre de reformulation
  - ➢ Base des discussions sur les accords collectifs



Legende	Annee	Nom famille
8_0	2015	Macarons (n=41)
8_1	2018	Macarons (n=39)
9_0	2015	Tartes au citron (n=20)
9_1	2018	Tartes au citron (n=22)
10_0	2015	Tartes aux pommes et assimiles (n=42)
10_1	2018	Tartes aux pommes et assimiles (n=41)
11_0	2015	Tartes autres fruits (n=34)
11_1	2018	Tartes autres fruits (n=39)
12_0	2015	Tartes sans fruit (n=13)
12_1	2018	Tartes sans fruit (n=12)
13_0	2015	Patisseries de type flan (n=8)
13_1	2018	Patisseries de type flan (n=13)
14_0	2015	Galettes des rois (n=9)
14_1	2018	Galettes des rois (n=14)

Évolutions de la composition nutritionnelle

- Au cours des 10 dernières années, la qualité nutritionnelle de l'offre alimentaire ne s'est pas dégradée et **des améliorations de qualité sont ponctuellement observées** pour certains nutriments et dans certaines sous-catégories alimentaires

  - des évolutions allant **dans le sens des recommandations nutritionnelles**

    Exemple des céréales pour le petit-déjeuner entre 2011 et 2018 :

    ↘ teneurs moyennes en sucres pour 9 sous-catégories/16 étudiées

    ↘ teneurs moyennes en sel pour 8 sous-catégories/16

  - des évolutions **contrastées**

    Exemple des produits laitiers et desserts frais entre 2011 et 2017:

    ↗ teneurs moyennes en acides gras saturés pour 5 sous-catégories/24

    ↘ teneurs moyennes en acides gras saturés pour 1 sous-catégorie/24

    ↘ teneurs moyennes en sucres pour 6 sous-catégories/24

  - **l'absence d'évolution** de composition nutritionnelle pour certaines catégories de produits, comme le snacking surgelé

Évolutions de la composition nutritionnelle

- **De manière générale, les évolutions reflètent des stratégies différentes**

  - Mise sur le marché de nouveaux produits
  - Retrait de certains produits
  - Reformulations de produits préexistants, **le plus souvent dans le sens des recommandations nutritionnelles**

→ Fortes évolutions observées pour les familles qui combinent plusieurs de ces stratégies (exemple de la diminution des teneurs en acides gras saturés dans les Chips)

Quel positionnement des consommateurs ?

- **Face aux évolutions de l'offre, les consommateurs ne choisissent pas toujours les produits les plus sains**

- L'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation peut provenir
  - des reformulations des produits alimentaires réalisées par les industriels
  - du renouvellement de l'offre de produits sur le marché
  - des changements de choix / substitutions opéré(e)s par les consommateurs parmi les produits déjà existants sur le marché

- Pour les pizzas surgelées, les consommateurs se sont davantage tournés vers des produits plus gras en 2015, comparé à 2010

- A l'inverse, pour les biscuits et gâteaux industriels, les consommateurs se sont davantage tournés vers des produits moins salés en 2018, comparé à 2011

AUTRES USAGES DES DONNÉES OQALI : EXEMPLE DE L'ÉTUDE DES INGRÉDIENTS

Additifs les plus utilisés – tous secteurs confondus (étude 2019)

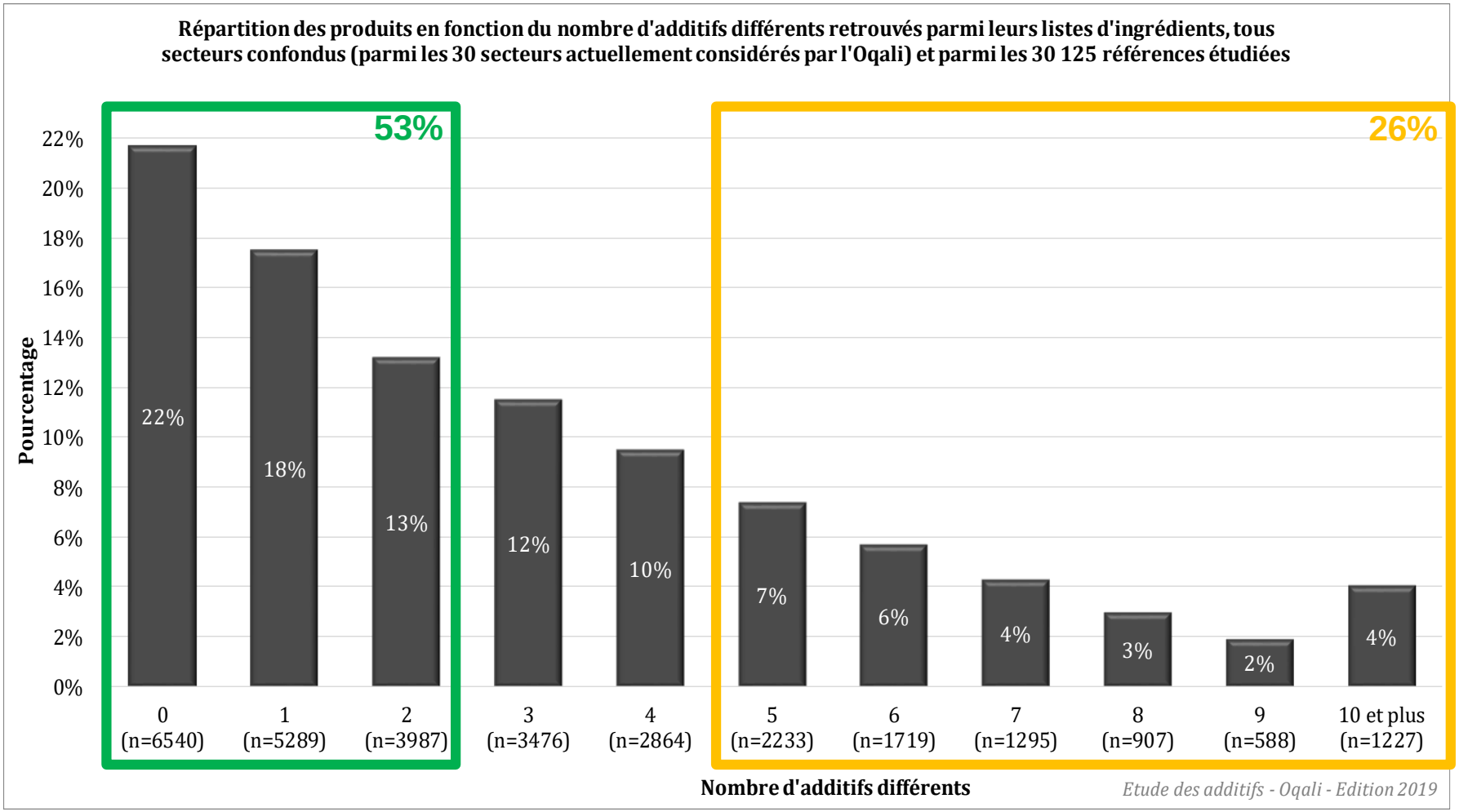
- Parmi les 30 125 produits étudiés, **78% (n=23 585) mentionnent au moins un additif** dans leur liste d'ingrédients
  - **285** intitulés d'**additifs différents** ont été retrouvés
  - **Taux d'utilisation faibles** :
    - 42 additifs sont présents dans au moins 2% des produits
    - 8 additifs présents dans au moins 10% des produits
      - **Usage ciblé des additifs** (Réglementation UE)

Ingrédient considéré comme additif par l'Oqali	Catégorisation des additifs au sens du règlement (CE) n°1333/2008 (colorant / édulcorant / autres)	Produits contenant au moins l'additif considéré, tous secteurs confondus (parmi les 30 secteurs actuellement suivis par l'Oqali)	
		Effectif	Proportion
Au moins 1 additif	**-**	***23585***	***78%***
E330_ACIDE CITRIQUE	AUTRES	6891	23%
E1404_E1410_E1412_E1413_E1414_E1420_E1422_E1440_E1442_E1450_E1451_E1452_ AMIDONS MODIFIES*	AUTRES	6650	22%
E322_LECITHINES	AUTRES	5008	17%
E471_MONO ET DIGLYCERIDES D_ACIDES GRAS	AUTRES	4500	15%
E300_ACIDE ASCORBIQUE	AUTRES	3863	13%
E415_GOMME XANTHANE	AUTRES	3792	13%
E412_GOMME DE GUAR	AUTRES	3554	12%
E407_CARRAGHENANES	AUTRES	2909	10%

* Il s'agit de l'ensemble des amidons modifiés sans précision comme autorisé dans la règlementation

Combinaisons d'additifs différents dans un même produit – tous secteurs confondus

- **La majorité des produits contient moins de 3 additifs**
  - 22% de produits sans additif
  - 4% présentent 10 additifs ou plus



Evolution des additifs les plus utilisés – tous secteurs confondus (étude 2019)

- **Augmentation significative** de +5 points de la proportion de **produits sans additif** (de 13,7% à 18,3%)
- **263 intitulés d'additifs différents** retrouvés à l'état des lieux et au suivi
- Parmi les 46 additifs avec une fréquence de présence ≥ 2%
  - **29 additifs présentent une diminution significative** (de -0,3 à -3 points)
    - Notamment parmi ceux avec des fréquences de présence parmi les plus élevées
  - **4 additifs** présentent une **augmentation significative** (de +0,3 à +2 points)

Ingrédient considéré comme additif par l'Oqali *(n= effectif de produits contenant au moins un ingrédient considéré comme additif)*	**Catégorisation des additifs au sens du règlement (CE) n°1333/2008 (colorant / édulcorant / autres)**	**Produits contenant au moins l'additif considéré, tous secteurs confondus (étude réalisée sur 20 secteurs parmi les 30 suivis par l'Oqali en 2019)**		
		Etat des lieux	**Suivi**	**Evolution des proportions (point)**
Au moins 1 additif (Etat des lieux: n=12777 ; Suivi: n=18241)	-	***86,3%***	***81,7%***	***-5******
E160A_CAROTENOIDES (Etat des lieux: n=437 ; Suivi: n=1039)	COLORANT	3%	5%	+2***
E440_PECTINES (Etat des lieux: n=419 ; Suivi: n=732)	AUTRES	3%	3%	+0,4*
E163_ANTHOCYANES (Etat des lieux: n=252 ; Suivi: n=457)	COLORANT	2%	2%	+0,3*
E500_CARBONATES DE SODIUM (Etat des lieux: n=123 ; Suivi: n=392)	AUTRES	1%	2%	+1***

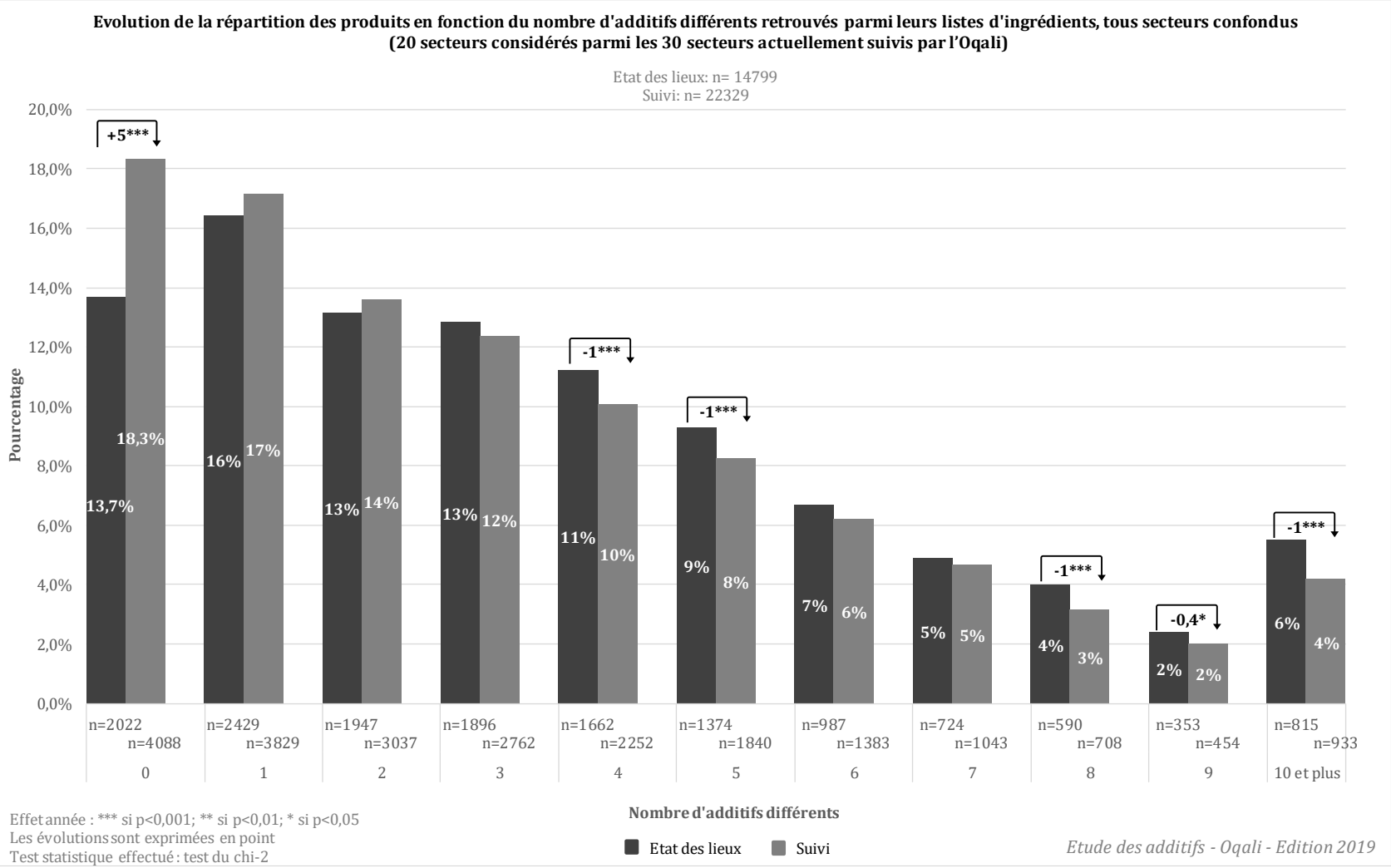
Case en violet : diminution significative entre les fréquences de présence d'au moins un ingrédient considéré comme additif par l'Oqali dans les produits des états des lieux et les produits des suivis (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Case en orange : augmentation significative entre les fréquences de présence d'au moins un ingrédient considéré comme additif par l'Oqali dans les produits des états des lieux et les produits des suivis (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Test statistique effectué : test du chi-2

Evolution des combinaisons d'additifs différents dans un produit - tous secteurs confondus

- **Augmentation significative** de la proportion de **produits sans additif** (+5 points)
- **Diminution significative** de la proportion de **produits avec 4, 5, 8, 9 et 10 additifs et plus**

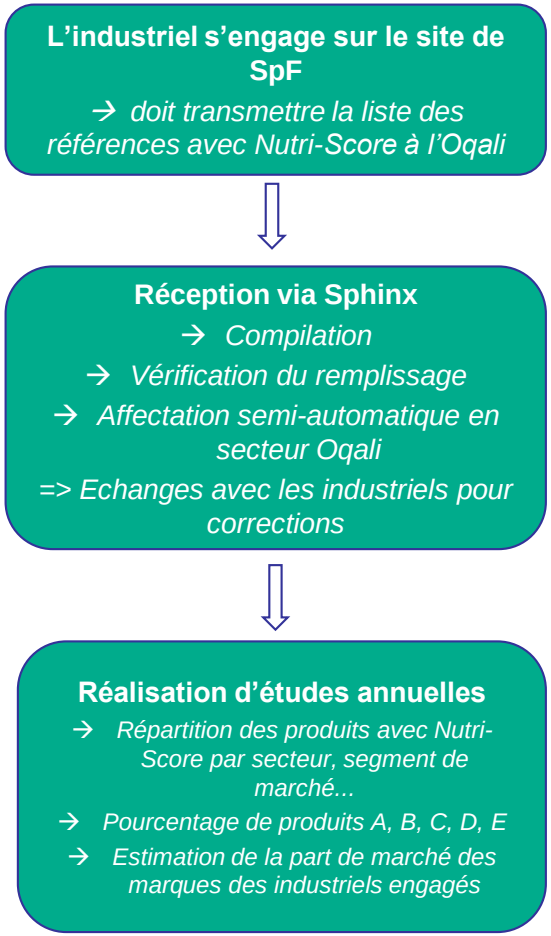


SUIVI DU NUTRI-SCORE PAR L'OQALI

Suivi du Nutri-Score par l'Oqali

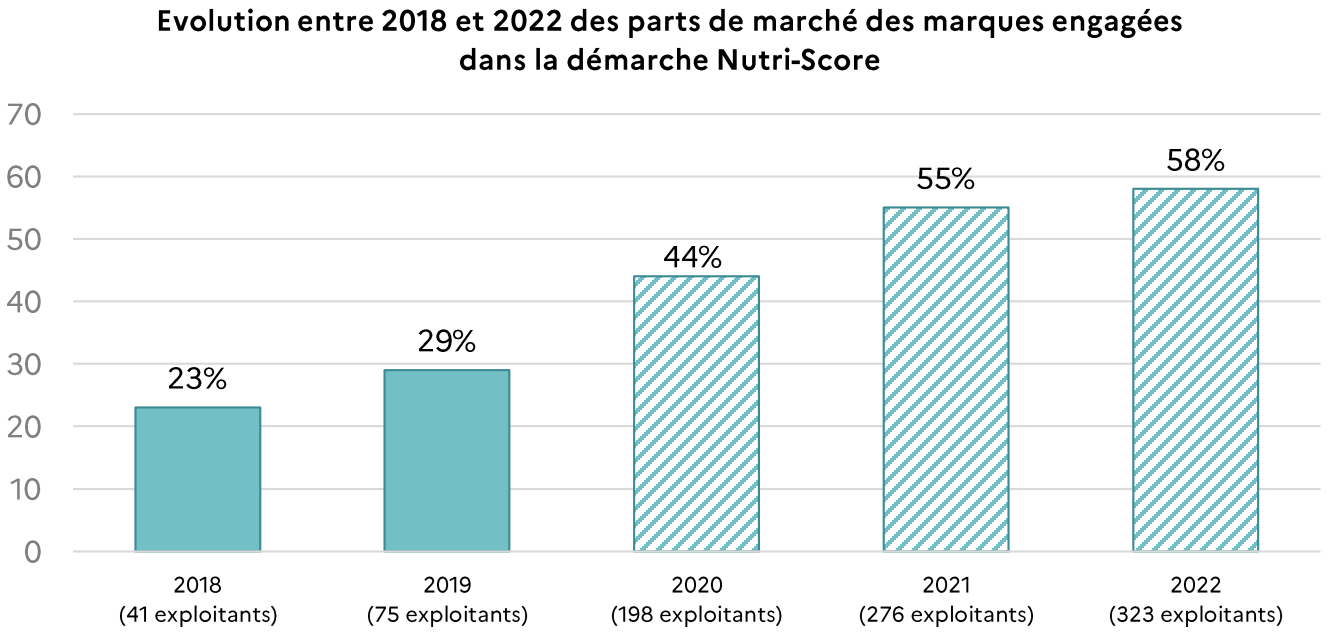
- **Arrêté du 31 octobre 2017**
  - Définition des règles de calcul et de la signalétique
  - Identification de l'Oqali comme responsable du suivi de l'utilisation du dispositif
    - Réalisation d'un bilan annuel du déploiement

- **L'Oqali n'a pas vocation**
  - À suivre la réelle mise en place du logo sur les emballages directement dans les rayons ou sur les sites de vente en ligne (hors du cadre de ses études sectorielles)
  - À contrôler la véracité du calcul du Nutri-Score



➢ Un large déploiement du Nutri-Score en France

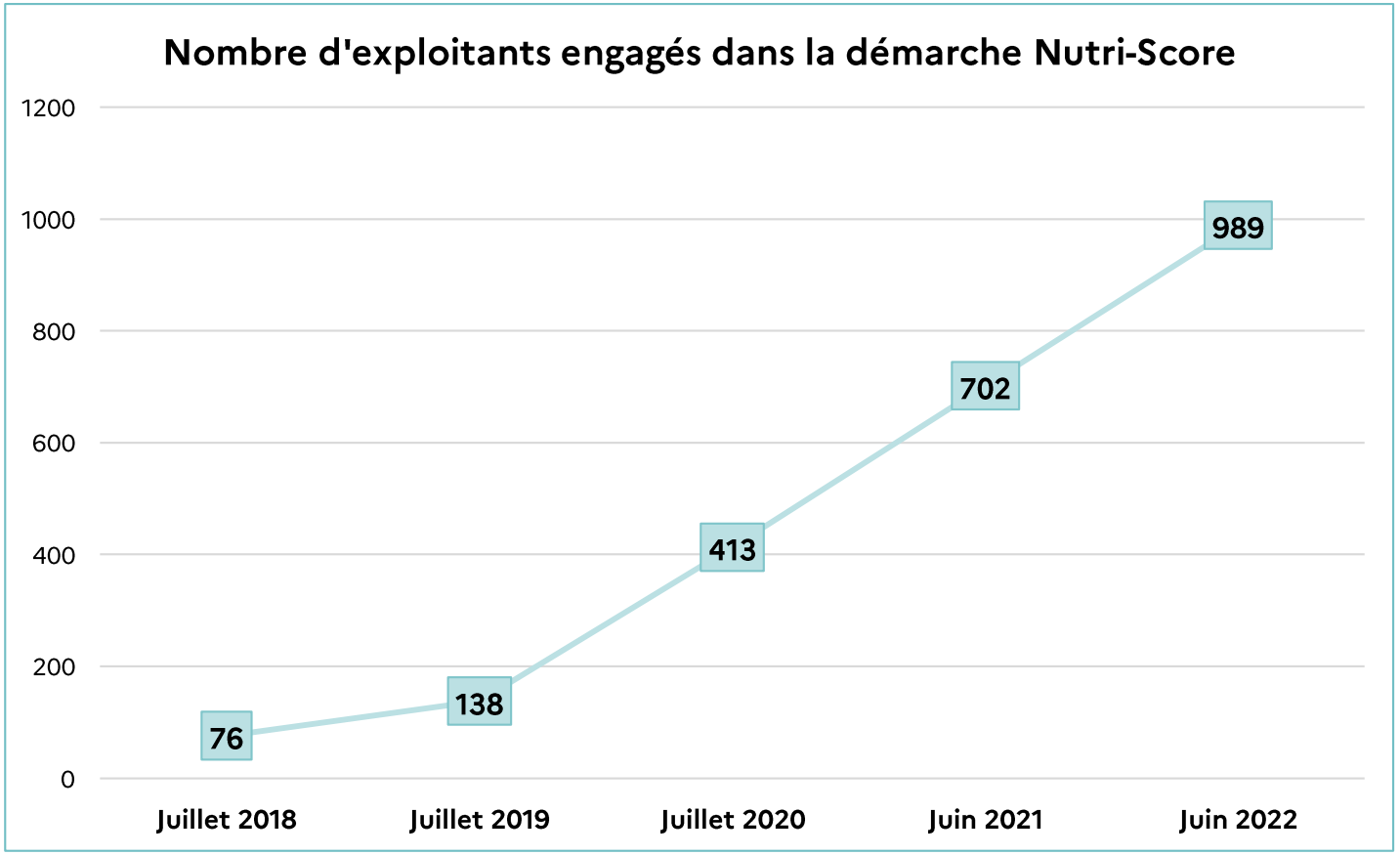
- On estime que les marques qui se sont engagées à apposer un Nutri-Score représentent **58% des parts de marché des produits transformés en 2022***
  - **Large déploiement pour les marques de distributeurs et les marques de distributeurs d'entrée de gamme** avec une estimation de 98 % de leurs volumes de ventes et une répartition homogène entre les classes A et E (apposition du Nutri-Score sur l'intégralité de leurs produits) en 2022
  - **Les marques nationales s'engagent de façon plus progressive**, avec une estimation de 35% des volumes de ventes, et des produits principalement classés A et B en 2022



*Ces estimations sont réalisées à volumes de ventes constants à partir de 2019.

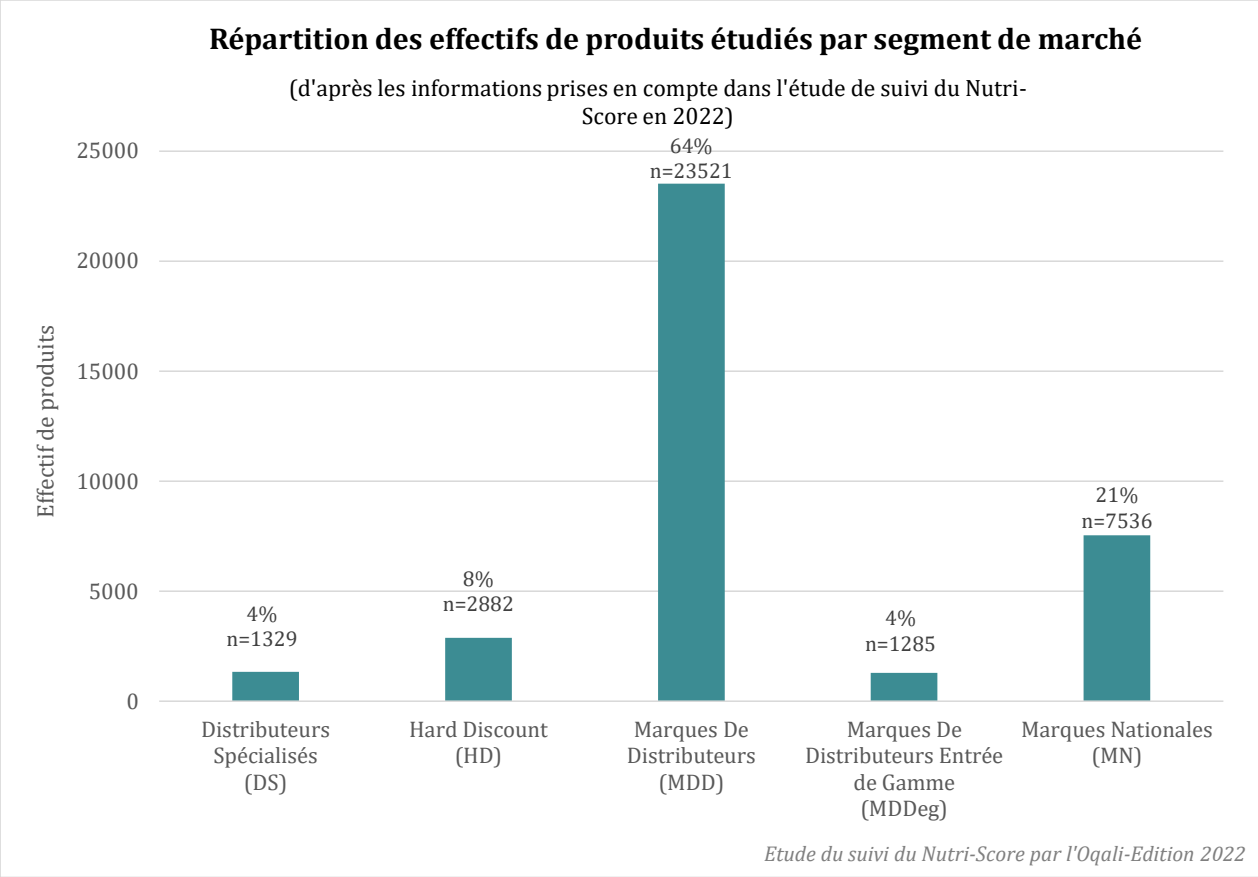
Résultats 2022

- Augmentation du nombre d'industriels engagés depuis 2018



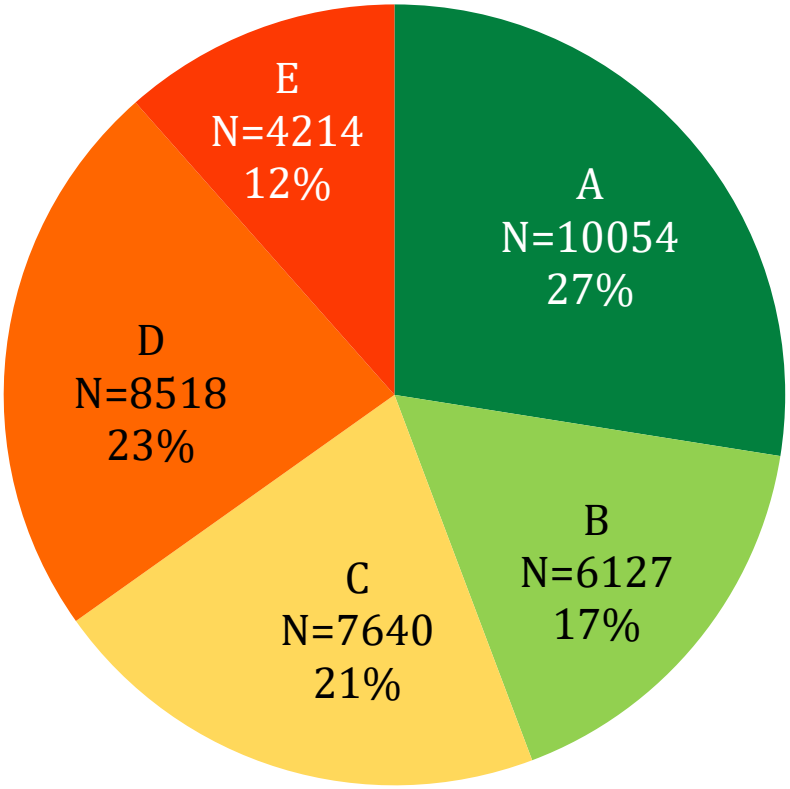
Quels sont les caractéristiques des produits porteurs du Nutri-Score ?

- Prépondérance des **produits vendus en GMS/DS** (93% des produits)
- Majoritairement des **produits transformés** suivis par l'Oqali (71% en GMS/DS et 60% hors GMS/DS)
- Prépondérance des produits de marques de distributeurs (plus nombreux sur le marché), puis de marques nationales



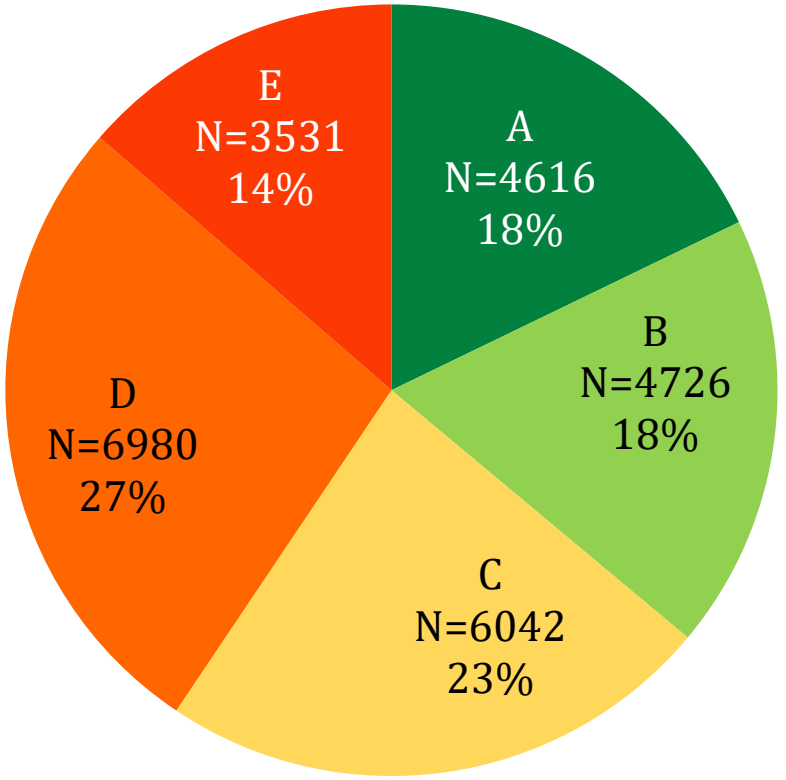
Quelles sont les classes de Nutri-Score les plus fréquentes (en GMS/DS)?

Produits bruts et produits transformés suivis par l'Oqali vendus en GMS/DS



N_{tot}= 36 553

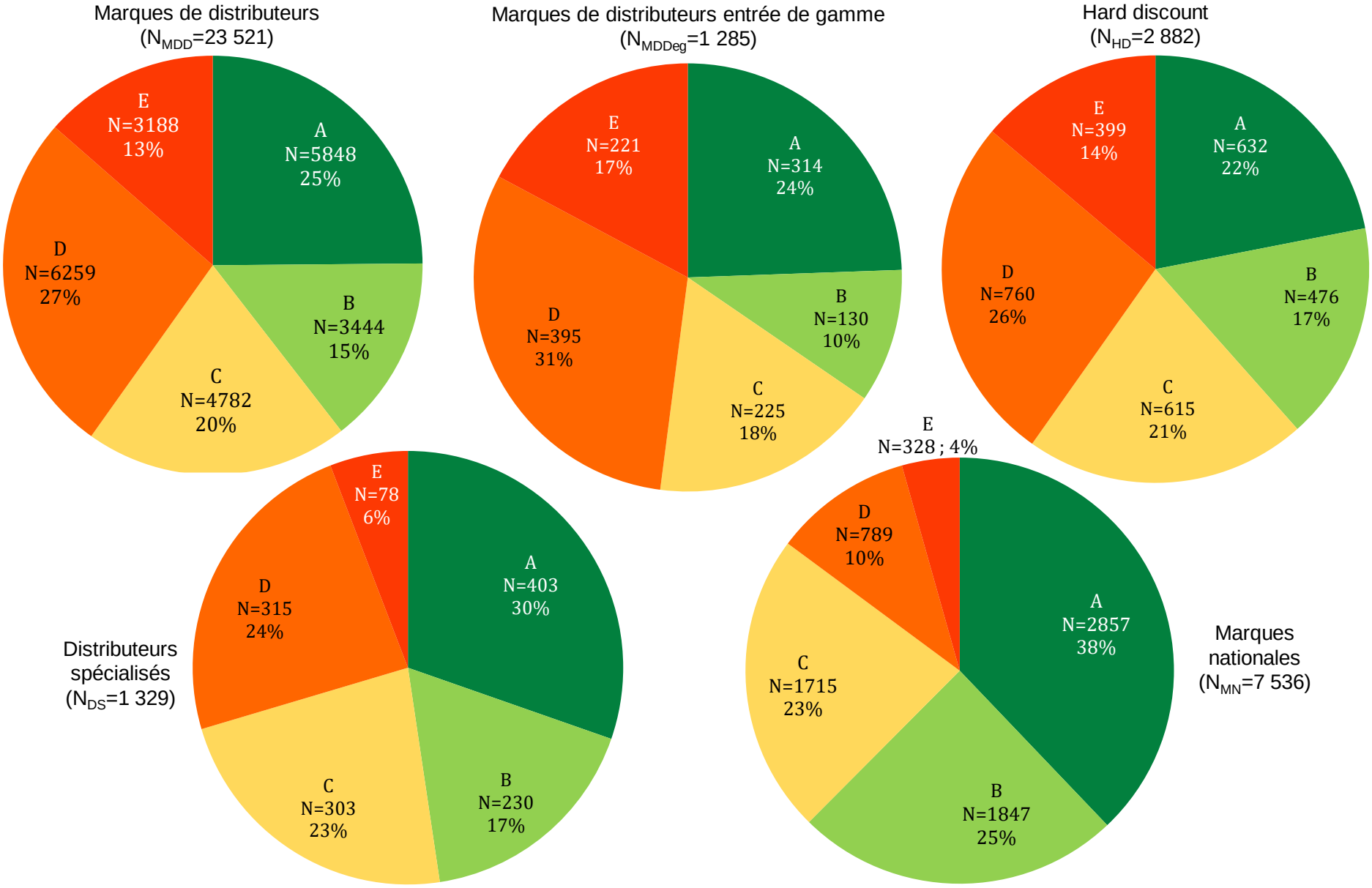
Produits transformés suivis par l'Oqali vendus en GMS/DS



N_{tot}= 25 895

- **Sur l'ensemble des produits, la classe A la plus représentée** (27%), la classe E la moins représentée (12%)
- En considérant uniquement les produits suivis par l'Oqali, la répartition est plus homogène :
  - la classe D est la plus représentée (27%), la classe E reste la moins représentée (14%)

Y a-t-il des différences de répartition selon le segment de marché (en GMS/DS) ?



Attention, ne présage pas d'une différence de composition nutritionnelle entre les produits de marques nationales et des distributeurs mais d'une différence quant aux catégories de produits fabriquées par les exploitants qui s'engagent

Quelle est la répartition des produits au sein de chaque secteur Oqali ?

➢ Tous les secteurs Oqali présentent au moins un produit vendu en GMS/DS porteur du Nutri-Score

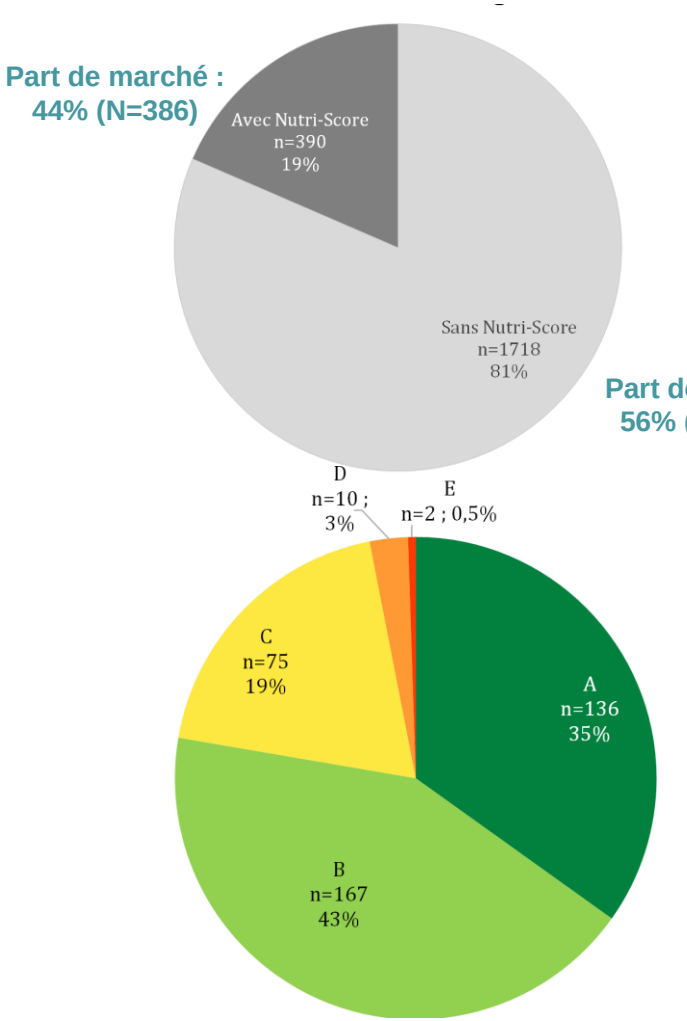
Secteur Oqali	Total de produits dans le secteur	Pourcentage de produits dans chacune des classes par rapport au secteur entier				
		A	B	C	D	E
Produits non suivis par l'Oqali	10658	51,0	13,2	15,0	14,4	6,4
Produits traiteurs frais	2460	16,5	23,3	24,4	35,2	0,7
Charcuterie	2268	0,04	5,6	21,5	29,7	43,2
Produits laitiers et desserts frais	1999	15,6	30,4	45,0	7,9	1,2
Biscuits et gateaux industriels	1945	1,5	2,7	7,6	40,1	48,1
Plats cuisines frais	1716	23,0	41,4	29,3	6,2	0,2
Panification croustillante et moelleuse	1433	28,4	26,9	14,7	27,6	2,4
Fromages	1362		0,2	8,2	86,1	5,7
Plats cuisines surgeles	1337	35,5	35,2	21,6	7,0	0,8
Aperitifs a croquer	1139	5,4	12,7	31,9	36,0	14,0
Plats cuisines appertises	1107	50,2	37,9	9,9	2,0	
Produits transformes a base de pomme de terre	849	28,3	17,9	48,8	5,1	
Compotes	830	97,6	1,6	0,8		
Jus et nectars	825	0,2	13,7	59,0	10,2	16,9
Glaces et sorbets	821	0,9	1,7	37,0	48,2	12,2
Boissons Rafraichissantes Sans Alcool	743	6,3	22,1	11,6	32,4	27,6
Chocolat et produits chocolates	689	1,7	9,9	2,0	18,9	67,5
Snacking surgele	668	4,3	25,0	30,1	39,5	1,1
Cereales pour le petit dejeuner	608	26,8	16,8	37,0	19,4	
Sauces chaudes	568	51,6	15,9	21,1	10,9	0,5
Sauces condimentaires	382			10,5	71,7	17,8
Confitures	370	1,1		47,8	51,1	
Conserves de fruits	358	85,2	14,5	0,3		
Bouillons et potages	342	15,2	68,4	14,9	1,5	
Confiseries	291		7,6	10,0	69,8	12,7
Sirops et boissons concentrees a diluer	242		3,7	9,9	4,1	82,2
Viennoiseries et desserts surgeles	238	0,4	0,4	15,6	64,7	18,9
Preparations pour desserts	130	2,3	16,2	16,2	51,5	13,9
Barres cerealieres	120	5,0	9,2	45,8	36,7	3,3
Margarines	55			50,9	41,8	7,3
Total tous secteurs confondus	**36553**					

Case colorée : le score majoritaire du secteur considéré

PREMIERS ÉLÉMENTS SUR L'IMPACT DU NUTRI-SCORE SUR LA REFORMULATION : CAS PARTICULIER DES PLATS CUISINÉS SURGELÉS

Offre de produits avec/sans Nutri-Score

- En 2020, la part des produits porteurs de Nutri-Score est limitée : 19% des références et 44% des volumes de vente des produits récoltés par l'Oqali associés à un volume de vente
  - Quasiment toutes les familles ont au moins un produit avec Nutri-Score (30/32)
  - Marques nationales et de distributeurs : 30% des produits avec Nutri-Score – 84% des volumes de vente des MN
  - Les produits sont principalement classés B et A
  - Les produits présentant un Nutri-Score en 2020 sont principalement des nouveaux produits (57%)



Rappel : 76% de couverture du marché (secteur entier)

Comparaison des produits avec/sans Nutri-Score en 2020

➢ ***En 2020, comment les produits avec Nutri-Score se positionnent-ils par rapport aux produits sans Nutri-Score ?***

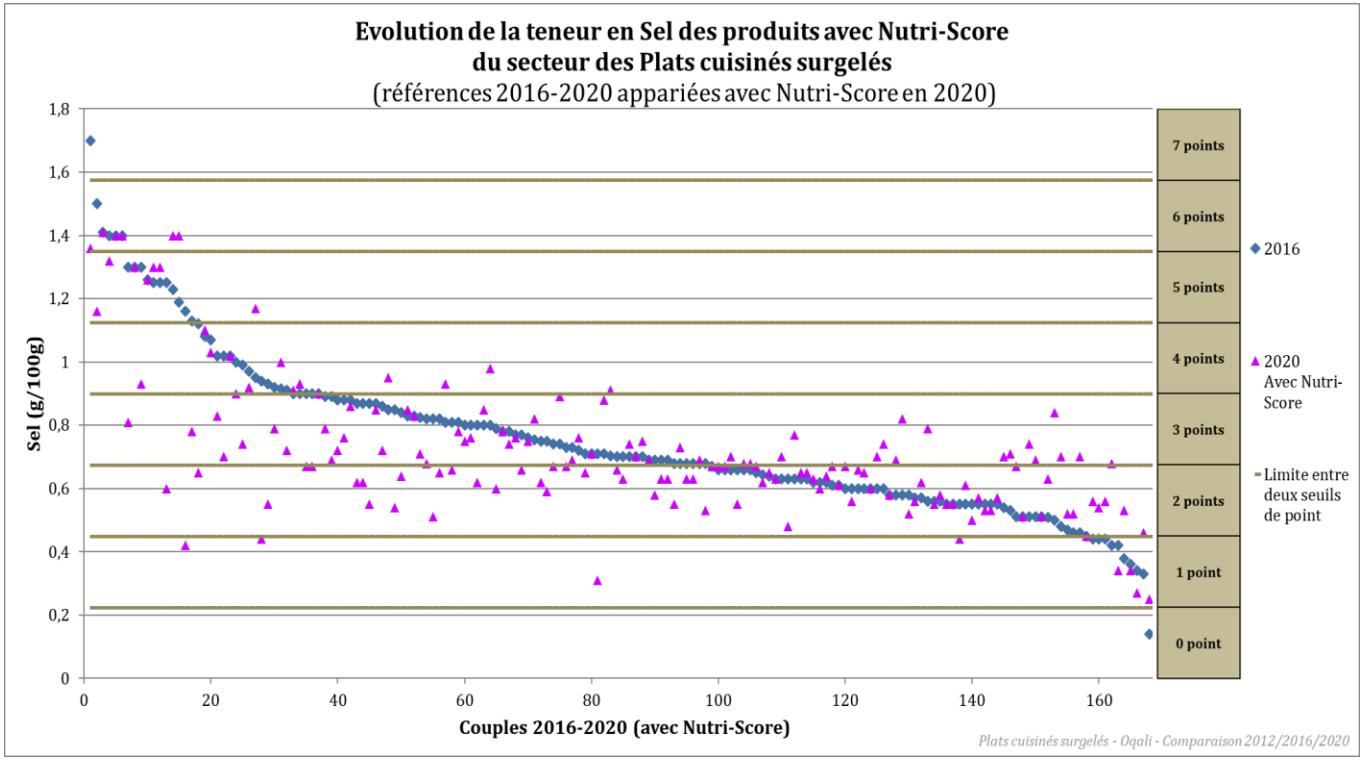
= Comparaison des produits avec Nutri-Score vs produits sans Nutri-Score en 2020

Echelle étudiée	Résultats observés	Conclusions
A l'échelle des familles entières **sans tenir compte des volumes de vente**	Très peu de couples familles/nutriments avec différence significative	Pour la plupart des couples familles/nutriments, **les produits avec Nutri-Score possèdent des teneurs en nutriments comparables aux produits sans Nutri-Score**
A l'échelle des familles en distinguant les segments de marché	Très peu de familles/segments/nutriments avec différence significative et uniquement pour les MN et les MDD	Au sein de chaque segment de marché, **les produits avec Nutri-Score possèdent des teneurs en nutriments comparables aux produits sans Nutri-Score**
A l'échelle des familles en distinguant les nouveaux produits de 2020 avec Nutri-Score par rapport aux produits sans Nutri-Score ou les produits Retirés	Très peu de différences significatives quels que soient les couples familles/nutriment	Pas de différence significative dans le renouvellement de l'offre : **les produits ajoutés en 2020 avec un Nutri-Score ont des teneurs globalement comparables aux produits sans Nutri-Score**
A l'échelle des familles entières **en tenant compte des volumes de vente**	Grand nombre de familles avec différences significatives. Selon les cas (familles/nutriments), les produits avec Nutri-Score sont mieux ou moins bien positionnés	**De nombreuses différences entre les produits avec et sans Nutri-Score → apposition du Nutri-Score sur des produits à forte part de marché**

Evolution des teneurs entre 2016 et 2020

➢ ***Comment les produits porteurs de Nutri-Score en 2020 ont-ils évolués par rapport à 2016 ?***

= Evolution des teneurs entre 2016 et 2020 pour les couples appariés avec Nutri-Score en 2020 (étude des reformulations)



➢ **Pour tous les nutriments étudiés : aucune évolution statistiquement significative des teneurs moyennes, ni par famille, ni par segment de marché**

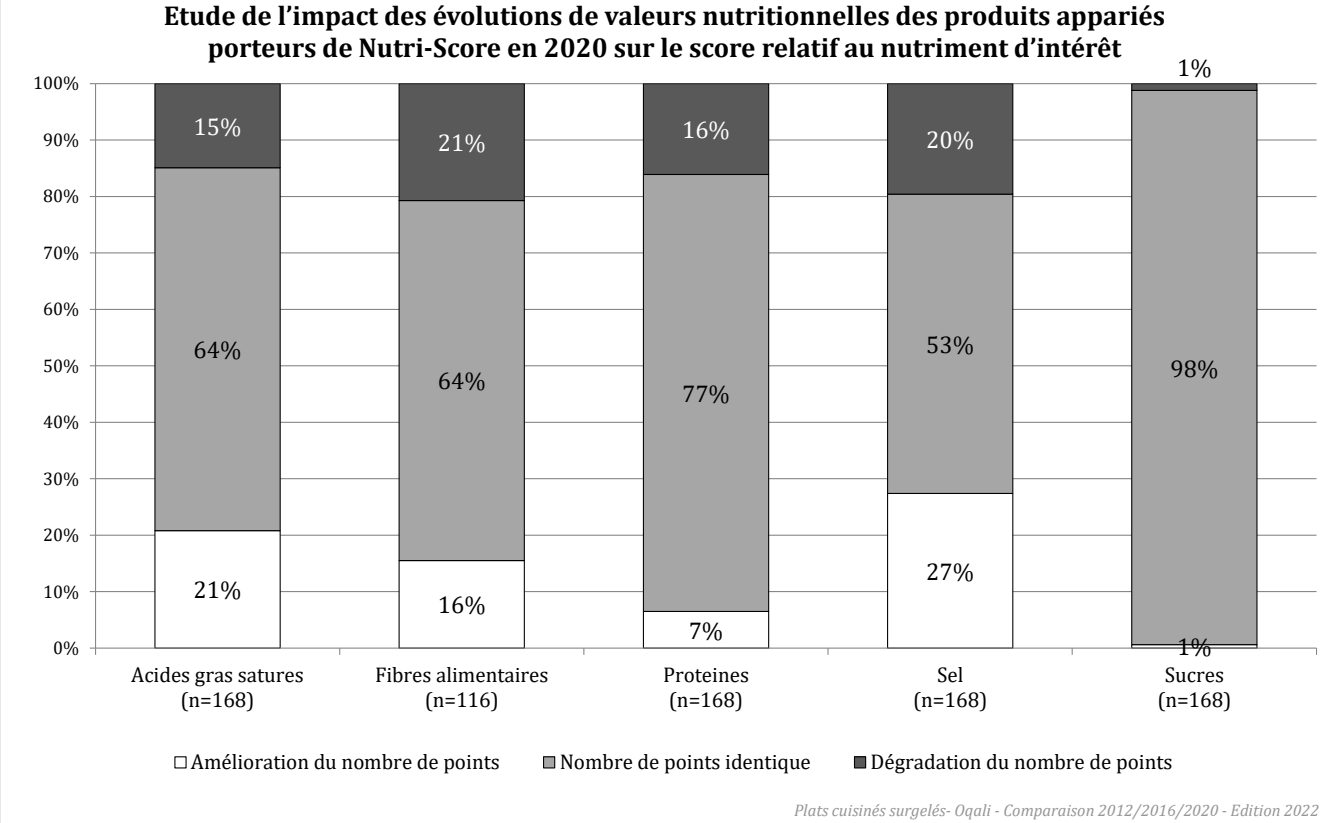
➢ Parmi les couples de produits appariés avec un Nutri-Score en 2020, des reformulations à la hausse et à la baisse expliquent l'absence d'évolution significative de la moyenne *(exemple : sel)*

Evolution des teneurs entre 2016 et 2020

➢ ***Comment les produits porteurs de Nutri-Score en 2020 ont-ils évolués par rapport à 2016 ?***

= Evolution des teneurs entre 2016 et 2020 pour les couples appariés avec Nutri-Score en 2020 (étude des reformulations)

➢ Calcul du nombre de points entrant dans le calcul du Nutri-Score (par nutriment) et comparaison de ce nombre de points entre le produit de 2016 et celui de 2020



Effet de l'apposition du Nutri-Score

- **Application de la méthode des doubles différences**
  - Seules **4 familles sur 32 ont pu être testées** dans cette méthode (nombre de produits porteurs de Nutri-Score limitant)

- ***L'apposition du Nutri-Score sur les produits existants en 2016 et en 2020 a-t-elle impacté les parts de marché ?***
  - Au niveau du secteur entier, pas d'association significative
  - Au niveau des familles, seules 4 familles ont pu être testées
    - Une évolution significative, uniquement pour la famille **Poisson pané → augmentation de la part de marché des produits avec Nutri-Score**, comparativement aux produits sans Nutri-Score

- ***L'apposition du Nutri-Score sur les produits existants en 2016 et en 2020 a-t-elle impacté les valeurs nutritionnelles ?***
  - Au niveau du secteur entier, pas d'association significative pour les 6 nutriments étudiés
  - Au niveau des familles, seules 4 familles ont pu être testées :
    - Une évolution significative pour les protéines pour 3 familles **Poisson pané, Poisson en sauce, Légumes → diminution de la teneur moyenne**, comparativement aux produits sans Nutri-Score
    - Pas d'association significative pour les 5 autres nutriments

Conclusion

- **Pour le secteur des Plats cuisinés surgelés**
  - En 2020, la part des produits porteurs d'un Nutri-Score est limitée
  - Globalement, en 2020, les teneurs moyennes des produits avec Nutri-Score sont comparables à celles des produits sans Nutri-Score
  - Pas d'évolution significative des teneurs moyennes observées au sein des produits déjà présents en 2016 et retrouvés en 2020 avec Nutri-Score
  - Effectif de produits avec Nutri-Score faible pour certaines familles
    - Ne permet pas de conclure sur l'impact de l'apposition du Nutri-Score
    - Sur les familles pouvant être testées, les produits avec et sans Nutri-Score évoluent de façon similaire
  - Secteur pour lequel les produits étaient relativement bien positionnés nutritionnellement donc incitation à la reformulation faible
- **Résultats similaires observés pour le secteur des Plats cuisinés ambiants**
- **Indicateurs Nutri-Score progressivement intégrés à toutes les études sectorielles**

L'OQALI A L'INTERNATIONAL

Quelques enseignements de l'Oqali

➢ L'Oqali, un modèle qui s'exporte

Oqali (2008) :

France – tous secteurs

Janpa (2015-2017):

2 pays – 2 secteurs

[Euremo (2019-2021):

16 pays – tous secteurs]

Best-ReMap (2020-2023):

18 pays – 5 secteurs

Joint action NCD (2024-2027)

➢ Objectifs

- ➢ **partager au niveau européen les bonnes pratiques** de mise en place d'un système pérenne de suivi de la qualité nutritionnelle de l'offre alimentaire;

- ➢ **fournir des données** permettant d'identifier les meilleures formulations nutritionnelles des produits transformés et les marges de manœuvre de reformulation existantes;

- ➢ mettre à disposition de tous des données permettant d'établir, **évaluer et adapter les politiques publiques**.

→ Alimentation de la base européenne commune (JRC)
https://food-labels-explorer.jrc.ec.europa.eu/en

PROCHAINES ETUDES

Prochaines études Oqali

- **D'ici fin 2023 – début 2024 :**
  - Etudes sectorielles :
    - Fromages (T1-2018)
    - Boissons rafraichissantes sans alcool (T2-2019)
    - Plats cuisinés frais (T2-2020)
  - Etudes transversales :
    - Bilan et évolution de l'utilisation d'ingrédients sucrants ou vecteurs de goût sucré
    - Contribution de l'offre et de la demande à l'évolution des apports nutritionnels par catégorie de ménages *(sous réserve de la publication d'un article scientifique)*

- **A venir pour 2024-2025 :**
  - Etudes sectorielles :
    - Jus et nectars (T2-2019)
    - Charcuterie (T2-2020)
    - Glaces (T2-2021)
    - Apéritifs à croquer (T2-2021)
    - Produits transformés à base de pommes de terre (T2-2022)
    - Laits infantiles (T1-2022)
    - Aliments infantiles de diversification (T1-2022)
    - Chocolats et produits chocolatés (T2-2022)
  - Promotion de l'Oqali à l'international :
    - Action conjointe sur les déterminants de santé (2024-2027)
    - **18 pays partenaires**

Merci pour votre attention