

FROMAGES

ÉVOLUTION DE L'OFFRE ET
DE LA QUALITÉ NUTRITIONNELLE
ENTRE 2015 ET 2018

SYNTHÈSE

ÉDITION 2024

LISTE DES INTERVENANTS

Coordination de l'étude

Anaëlle RABÈS – Anses

Hélène MATHIOT – Anses

Coordination scientifique

Karine VIN – Anses

Julie GAUVREAU-BEZIAT – Anses

Jean-Luc VOLATIER – Anses

Contribution scientifique

Aurore COUDRAY – Anses

Olivier DIGAUD – Anses

Barbara DUPLESSIS – Anses

Cette synthèse a été validée par le Comité de Pilotage Oqali le 08/03/2024.

SOMMAIRE

1. PRESENTATION DU SECTEUR.....	4
2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI.....	5
3. EVOLUTION DE L'OFFRE	6
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 NUTRITIONNELLE DES FROMAGES.....	24

1. PRESENTATION DU SECTEUR

Cette étude sur les Fromages intègre l'ensemble des produits présents dans le rayon des fromages, à l'exception des fromages à la coupe. L'étude porte sur 2 013 produits recueillis en 2015 et 2 738 récoltés en 2018, soit 725 références supplémentaires.

Ces références sont classées en :

- 44 familles¹ réparties en 6 catégories : Fromages à pâtes pressées ou dures (regroupant les familles Comté- Emmental - Autre fromage à pâte pressée cuite - Parmesan et assimilés - Gouda - Mimolette - Edam - Maasdam - Reblochon - Fromage à raclette - Tomme à pâte pressée - Autre Fromage ou spécialité fromagère à pâte pressée non cuite de vache - Autre Fromage ou spécialité fromagère à pâte pressée non cuite de brebis ou chèvre - Fromage ou spécialité fromagère à pâte pressée, allégé en matières grasses - Fromage ou spécialité fromagère à pâte pressée, allégé en sel), Fromages à pâtes persillées (regroupant les familles Roquefort et Autre fromage à pâte persillée), Fromages à pâtes molles (regroupant les familles Brie - Camembert - Coulommiers - Saint Marcellin et assimilés - Munster - Autre Fromage ou spécialité fromagère à pâte molle de vache - Crottin de chèvre - Buche de chèvre - Autre Fromage ou spécialité fromagère à pâte molle de brebis ou chèvre - Fromage à pâte molle, allégé en matières grasses - Fromage à pâte molle, allégé en sel), Fromages fondus (regroupant les familles Cancoillotte - Tranches de fromage fondu à usage culinaire - Préparation fromagère pour fondue - Autre Fromage ou spécialité fromagère fondu - Fromage ou spécialité fromagère fondu, allégé en matières grasses), Fromages non affinés (regroupant les familles Feta et assimilés avec huile - Feta et assimilés sans huile - Mozzarella - Mascarpone - Fromage ou spécialité fromagère non affiné, nature - Fromage ou spécialité fromagère non affiné, aromatisé - Fromage de chèvre non affiné - Fromage ou spécialité fromagère enrobé et/ou fourré - Brousse et ricotta - Fromage ou spécialité fromagère non affiné, allégé en matières grasses) et la catégorie Mélange de Fromages correspondant uniquement à la famille du même nom ;

- et selon 5 segments de marché¹ : distributeurs spécialisés – marques nationales – marques de distributeurs – marques de distributeurs entrée de gamme – hard discount.

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

¹ Les définitions sont disponibles dans le rapport détaillé Etude du secteur des Fromages-Oqali-Comparaison 2015/2018-Edition 2024, disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>.

2. REPRESENTATIVITE DES ECHANTILLONS OQALI

A partir des données 2015 et 2018 de Kantar - Panel Worldpanel², les parts de marché des produits ont pu être calculées : **en considérant le marché des Fromages, le volume de vente total est globalement stable entre 2015 et 2018 (légère augmentation de +0,4%).**

Les Fromages pris en compte lors de cette étude couvrent³ au minimum 74% du marché du secteur en volume en 2015 et en 2018. La couverture³ du marché est stable en volume entre les 2 années de suivi.

A noter que cette couverture³³ 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 Worldpanel⁴. Suite à l'évolution de la méthode d'appariement, les produits récoltés en 2018 sont appariés avec ceux de la base Kantar - Panel Worldpanel² selon les codes-barres. Ainsi, 16% des produits Oqali de 2015 et 6% 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.

En termes de segments de marché, la représentativité en volume des différents segments reste globalement stable au sein de l'échantillon Oqali entre les 2 suivis. Comme en 2015, la répartition de 2018 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 Fromages. A noter que les marques de distributeurs sont légèrement surestimées dans l'échantillon Oqali (40% contre 34% au sein des données Kantar – Panel Worldpanel en 2015 et 42% contre 36% en 2018) tandis que les marques nationales sont légèrement sous-estimées (45% des parts de marché pour l'échantillon Oqali contre 50% au sein des données Kantar – Panel Worldpanel en 2015 et 40% contre 48% en 2018) (Figure 1).

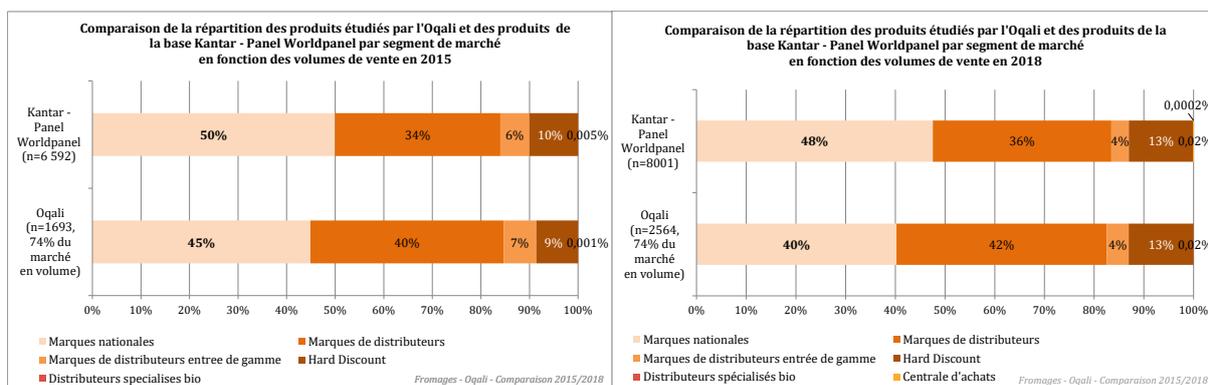


Figure 1 : Comparaison de la répartition des produits du secteur des Fromages par segment de marché, en volume, pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à une part de marché et au sein du secteur entier d'après les données Kantar - Panel Worldpanel, pour 2015 et 2018.

² Kantar - Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française.

³ Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel.

3. EVOLUTION DE L'OFFRE⁴

Entre 2015 et 2018, la répartition des produits selon les familles reste relativement stable. Cependant, une augmentation de la proportion des Mozzarella (+1,6 point) et une diminution de celle des Fromages à raclette (-2,2 points) sont à noter entre 2015 et 2018. Pour les 2 suivis, la famille Autre fromage ou spécialité fromagère (Autre F ou SF) à pâte molle de vache est celle comportant le plus de références (11% en 2015 et 10% en 2018), suivie des familles Emmental (6,6% en 2015 et 6,5% en 2018) et Autre fromage ou spécialité fromagère à pâte pressée non cuite de vache (5,8% en 2015 et 6,4% en 2018).

L'analyse par segment de marché, pour l'ensemble de l'offre entre 2015 et 2018 montre que la proportion de produits des marques nationales augmente (+9 points), au détriment des marques de distributeurs (-4 points), des produits issus du hard discount (-4 points), et dans une moindre mesure des marques de distributeurs entrée de gamme (-1 point). Il est à noter que les marques de distributeurs spécialisés biologiques sont retrouvées en faible proportion aux 2 suivis (1% en 2015 et 2018).

L'analyse par segment de marché et par famille montre que l'offre en nombre de références reste globalement stable entre 2015 et 2018. En effet, pour les marques nationales, marques de distributeurs, marques de distributeurs entrée de gamme et les produits issus du hard discount, les proportions des familles varient de 3 points au maximum. Les marques de distributeurs entrée de gamme présentent l'offre la moins diversifiée parmi les différents segments de marché, puisque seulement 13 familles sont représentées avec un effectif supérieur ou égal à 3. Au sein des marques de distributeurs entrée de gamme, une évolution est observée pour la famille Mélange de fromage (+5 points), celle-ci est cependant à nuancer au vu de l'effectif faible (n=5). Les distributeurs spécialisés biologiques présentent des évolutions de l'offre par famille plus importantes. En particulier, une augmentation de la proportion de la famille Autre F ou SF à pâte molle de brebis ou de chèvre (+13 points), et des diminutions de proportion des familles Gouda (-10 points), Reblochon, Munster et Brousse et Ricotta (-8 points chacune). Cependant, il est à noter que les effectifs de produits de distributeurs spécialisés biologiques sont faibles (n=13 en 2015 et n=38 en 2018), et peuvent expliquer les évolutions relativement importantes observées.

Un renouvellement de l'offre est observé entre 2015 et 2018 (Figure 2), avec :

- **49% des produits de 2018 ajoutés⁵ (n=1 335) correspondant à 47% des volumes de vente du marché 2018⁸ ;**
- **46% des produits de 2018 modifiés⁶ (n=1 247) correspondant à 47% des volumes de vente du marché 2018** (d'après les données Kantar - Panel Worldpanel⁷). Les

⁴ 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.

⁵ 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).

⁶ Produits présents sur le marché en 2015 et également en 2018 mais dans une version évoluée, impliquant au moins un changement de l'emballage et/ou de la composition.

⁷ 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.

modifications les plus fréquemment retrouvées portent sur le ingrédients (n=981 ; 79% des produits modifiés) ce qui s'explique notamment par la mise en vigueur du décret n° 2016-1137 qui a rendu obligatoire à compter du 1^{er} janvier 2017 l'indication de l'origine du lait utilisé en tant qu'ingrédient. Les valeurs nutritionnelles (n=690, 55%) ainsi que le groupe nutritionnel (n=328 ; 26%) ont également été fréquemment modifiés. L'entrée en vigueur du règlement INCO⁸ entre les 2 années d'étude explique au moins en partie ces modifications ;

- **6% de produits identiques⁹ (n=156), entre 2015 et 2018, correspondant à 6% des volumes de vente du marché 2018 ;**

- **30% des produits de 2015 retirés¹⁰ (n=610) correspondant à 29% des volumes de vente du marché 2015⁸.**

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

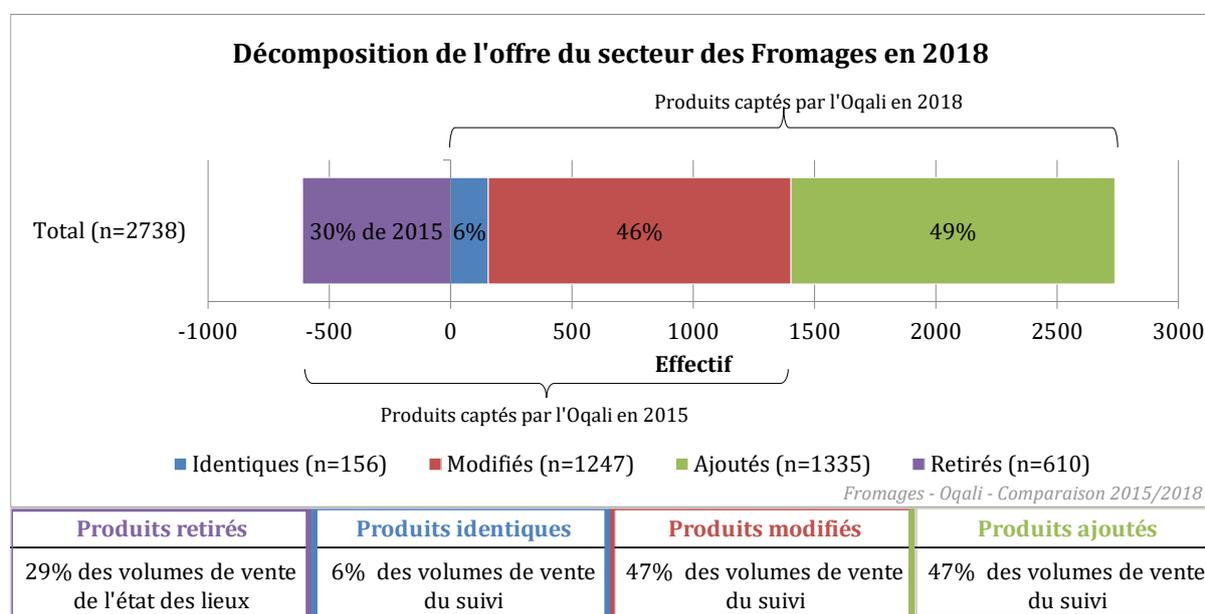


Figure 2 : Décomposition de l'offre du secteur des Fromages en 2018 en produits identiques, modifiés et ajoutés, et produits de 2015 retirés, en nombre de références et en volume (pour les produits considérés par l'Oqali ayant été associés à une part de marché d'après les données Kantar - Panel Worldpanel).

⁸ 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.

⁹ Produits présents sur le marché à la fois en 2015 et en 2018, et semblables en tous points.

¹⁰ 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).

4. EVOLUTION DES PARAMETRES D'ETIQUETAGE

En termes d'informations disponibles sur les emballages (Tableau 1), la présence de l'étiquetage nutritionnel, déjà élevée en 2015 (89%), progresse pour atteindre 99% en 2018. A l'inverse, des diminutions significatives de la présence de portion indiquée (-11 points), de valeurs nutritionnelles à la portion (-7 points), de repère nutritionnel (-7 points) et d'allégations de santé (-0,7 point) sont constatées entre 2015 et 2018 (Tableau 1).

Dans le détail, les évolutions suivantes sont observées entre 2015 et 2018 :

- **Etiquetage nutritionnel (2015 : 85% ; 2018 : 99%)** : l'augmentation significative de la présence d'un étiquetage nutritionnel est retrouvée dans chaque segment de marché à l'exception des distributeurs spécialisés biologiques (pour lesquels les effectifs sont faibles) et dans 10 familles.
- **Repère nutritionnel (2015 : 26% ; 2018 : 19%)** : la diminution significative de la présence d'un repère nutritionnel est principalement portée par les familles Comté (-20 points), Emmental (-18 points), Fromage ou spécialité fromagère fondu (-14 points) et Fromage ou spécialité fromagère non affiné, aromatisé (-23 points), et les marques de distributeurs (-7 points).
- **Valeurs nutritionnelles à la portion (36% en 2015 ; 29% en 2018)** : Cette diminution significative est portée principalement par les familles Emmental (-17 points), Autre Fromage à pâtes persillées (-14 points), Fromage ou spécialité fromagère fondu (-21 points) et Fromage ou spécialité fromagère non affiné, aromatisé (-15 points). Elle est retrouvée à l'échelle marques nationales et des produits issus du hard discount (-8 points chacun) et des marques de distributeurs (-5 points).
- **Portion indiquée (46% en 2015 ; 35% en 2018)** : Cette diminution significative est portée principalement par les familles Emmental (-20 points), Parmesan et assimilés (-17 points), Camembert (-14 points), Fromage ou spécialité fromagère fondu (-15 points), Mozzarella et Fromage ou spécialité fromagère non affiné, aromatisé (-16 points chacune). En ce qui concerne les segments de marché, on retrouve des diminutions significatives de la présence d'une portion indiquée au sein des marques nationales (-10 points) et des marques de distributeurs (-11 points).

Les tailles les plus fréquentes de portion indiquée restent globalement similaires entre 2015 et 2018 dans chaque catégorie. En effet, aucune évolution significative du poids des portions n'est observée sauf pour les Fromages non affinés pour lesquels la part de portion de 25g diminue significativement. Selon la catégorie de fromages, la variabilité des tailles de portions diffère mais la portion majoritaire reste entre 20g et 30g pour toutes les catégories.

En se plaçant au niveau des produits appariés¹¹ mentionnant une taille de portion indiquée en 2015 et en 2018 (n= 558), il apparaît que la taille de cette portion reste le plus souvent identique pour 94% des références (n=523). Les évolutions de taille sont donc très

¹¹ Produits présents à la fois en 2015 et en 2018 sous une forme identique ou modifiée.

ponctuelles, à la hausse ou à la baisse, et peuvent être expliquées uniquement référence par référence.

- **Allégation de santé (2015 : 1,5% ; 2018 : 0,8%)** : En 2015 comme en 2018, peu de produits présentent des allégations de santé (30 en 2015 et 23 en 2018). Elles portent exclusivement sur les liens entre protéines et muscles ainsi que ceux entre calcium, vitamine D et croissance osseuse.

Enfin, la présence d'allégations nutritionnelles reste stable (2015 : 9% ; 2018 : 8%). En 2015 comme en 2018, les allégations portent sur les vitamines et minéraux (en particulier le calcium et de façon plus anecdotique sur les vitamines A, D et B12), les matières grasses, les protéines ainsi que le sel/sodium. Les messages relatifs aux matières grasses et au sel/sodium vont dans le sens d'une diminution, et sont du type « Réduction de la teneur en ... », ou « sans ... ». A l'inverse, pour les protéines et les vitamines et minéraux, l'allégation traduit une augmentation et les messages sont donc respectivement du type « riche en » et « source de ».

Tableau 1 : Comparaison des fréquences de présence des paramètres d'étiquetage suivis pour le secteur des Fromages entre 2015 et 2018, pour l'ensemble du secteur, par segment de marché et par famille.

	Etiquetage nutritionnel			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
<i>Ensemble des produits du secteur</i>																		
Secteur (2015 : n=2013 ; 2018 : n=2738)	85%	99%	+14***	9%	8%	-1	1,5%	0,8%	-0,7*	26%	19%	-7***	46%	35%	-11***	36%	29%	-7***
<i>Segment de marché</i>																		
Marques nationales (2015 : n=522 ; 2018 : n=971)	78%	99%	+21***	17%	9%	-8***	6%	2%	-3***	3%	3%	-0,4	32%	22%	-10***	26%	19%	-8***
Marques de distributeurs (2015 : n=1048 ; 2018 : n=1302)	90%	99,8%	+10***	7%	8%	+1	0%	0%	+0	34%	27%	-7***	52%	41%	-11***	40%	35%	-5*
Marques de distributeurs entrée de gamme (2015 : n=100 ; 2018 : n=96)	87%	98%	+11**	1%	1%	+0,04	0%	0%	+0	17%	24%	+7	37%	48%	+11	23%	34%	+11
Hard discount (2015 : n=330 ; 2018 : n=331)	82%	100%	+18***	6%	6%	-0,02	0%	0%	+0	40%	34%	-6	53%	47%	-7	47%	39%	-8*
Distributeurs spécialisés biologiques (2015 : n=13 ; 2018 : n=38)	46%	97%	+51	0%	0%	+0	0%	0%	+0	0%	0%	+0	0%	3%	+3	0%	3%	+3

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) d'après le test du chi 2 réalisé
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) d'après le test du chi 2 réalisé
Chiffres grisés : effectifs d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2

⁽¹⁾ Tests statistiques effectués uniquement sur le secteur pour ce paramètre

	Etiquetage nutritionnel			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
Famille de produits																		
Comté (2015 : n=47 ; 2018 : n=61)	91%	100%	+9	6%	7%	+0,2	4%	3%	-1	51%	31%	-20*	66%	48%	-18	60%	48%	-12
Emmental (2015 : n=133 ; 2018 : n=178)	96%	99%	+3	32%	28%	-3	5%	3%	-1	48%	30%	-18**	71%	51%	-20***	66%	49%	-17**
Autre fromage à pâte pressée cuite (2015 : n=33 ; 2018 : n=61)	88%	100%	+12	3%	2%	-1	0%	0%	+0	24%	25%	+0,3	48%	41%	-8	42%	39%	-3
Parmesan et assimilés (2015 : n=60 ; 2018 : n=99)	90%	100%	+10	0%	0%	+0	0%	0%	+0	25%	15%	-10	37%	19%	-17*	28%	17%	-11
Gouda (2015 : n=42 ; 2018 : n=62)	93%	100%	+7	12%	5%	-7	0%	0%	+0	24%	21%	-3	33%	21%	-12	29%	16%	-12
Mimolette (2015 : n=40 ; 2018 : n=54)	85%	100%	+15	10%	6%	-4	0%	2%	+2	23%	13%	-10	25%	15%	-10	23%	13%	-10
Edam (2015 : n=23 ; 2018 : n=22)	96%	100%	+4	22%	9%	-13	0%	0%	+0	26%	36%	+10	39%	27%	-12	26%	18%	-8
Maasdam (2015 : n=21 ; 2018 : n=31)	100%	100%	+0	29%	6%	-22	0%	0%	+0	57%	42%	-15	62%	42%	-20	57%	39%	-18
Reblochon (2015 : n=24 ; 2018 : n=33)	75%	100%	+25	0%	0%	+0	0%	0%	+0	21%	6%	-15	13%	3%	-9	13%	0%	-13
Fromage à raclette (2015 : n=80 ; 2018 : n=49)	75%	100%	+25***	0%	6%	+6	0%	2%	+2	26%	16%	-10	86%	80%	-7	30%	31%	+1
Tomme à pâte pressée (2015 : n=36 ; 2018 : n=58)	75%	100%	+25	0%	0%	+0	0%	0%	+0	17%	9%	-8	25%	14%	-11	19%	5%	-14
Autre F ou SF à pâte pressée non cuite de vache (2015 : n=117 ; 2018 : n=175)	87%	99%	+12***	6%	7%	+1	0%	0%	+0	14%	12%	-2	35%	30%	-5	30%	28%	-2
Autre F ou SF à pâte pressée non cuite de brebis ou chèvre (2015 : n=23 ; 2018 : n=39)	83%	95%	+12	0%	8%	+8	0%	0%	+0	17%	18%	+1	22%	15%	-6	22%	15%	-6
F ou SF à pâte pressée, allégé en MG (2015 : n=9 ; 2018 : n=11)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	11%	0%	-11	44%	27%	-17	100%	73%	-27	78%	73%	-5
F ou SF à pâte pressée, allégé en sel (2015 : n=3 ; 2018 : n=8)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	67%	25%	-42	0%	50%	+50	100%	88%	-13	100%	88%	-13
Roquefort (2015 : n=49 ; 2018 : n=46)	76%	100%	+24***	0%	0%	+0	0%	0%	+0	20%	13%	-7	33%	17%	-15	20%	11%	-10
Autre fromage à pâte persillée (2015 : n=60 ; 2018 : n=86)	68%	100%	+32***	7%	2%	-4	0%	0%	+0	18%	15%	-3	35%	21%	-14	23%	9%	-14*
Brie (2015 : n=53 ; 2018 : n=60)	77%	98%	+21***	2%	3%	+1	0%	0%	+0	25%	25%	+0,5	40%	40%	+0,4	34%	33%	-1
Camembert (2015 : n=96 ; 2018 : n=129)	85%	99%	+14***	3%	5%	+2	2%	2%	-1	23%	17%	-6	51%	37%	-14*	41%	33%	-7
Coulommiers (2015 : n=41 ; 2018 : n=48)	93%	100%	+7	2%	6%	+4	0%	0%	+0	32%	27%	-5	56%	50%	-6	51%	48%	-3
Saint marcellin et assimilés (2015 : n=32 ; 2018 : n=57)	81%	98%	+17	0%	0%	+0	0%	0%	+0	13%	9%	-4	41%	25%	-16	38%	21%	-16
Munster (2015 : n=21 ; 2018 : n=19)	90%	100%	+10	0%	0%	+0	0%	0%	+0	10%	21%	+12	14%	26%	+12	10%	26%	+17
Autre F ou SF à pâte molle de vache (2015 : n=223 ; 2018 : n=274)	80%	99%	+19***	2%	3%	+1	1%	0,4%	-1	24%	18%	-6	35%	31%	-4	29%	26%	-3
Crottin de chèvre (2015 : n=57 ; 2018 : n=75)	68%	99%	+30***	0%	0%	+0	0%	0%	+0	11%	8%	-3	7%	7%	-0,4	5%	5%	+0,1
Buche de chèvre (2015 : n=50 ; 2018 : n=72)	82%	100%	+18	0%	0%	+0	0%	0%	+0	20%	22%	+2	36%	33%	-3	26%	26%	+0,4
Autre F ou SF à pâte molle de brebis ou chèvre (2015 : n=55 ; 2018 : n=102)	67%	99%	+32***	2%	2%	+0,1	2%	1%	-1	11%	10%	-1	25%	19%	-7	18%	18%	-1
Fromage à pâte molle, allégé en MG (2015 : n=17 ; 2018 : n=15)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	18%	0%	-18	24%	33%	+10	71%	60%	-11	59%	60%	+1
Fromage à pâte molle, allégé en sel (2015 : n=9 ; 2018 : n=8)	89%	100%	+11	100%	100%	+0	11%	13%	+1	22%	13%	-10	67%	38%	-29	67%	38%	-29
Melange de fromages (2015 : n=31 ; 2018 : n=62)	90%	100%	+10	6%	5%	-2	3%	2%	-2	42%	31%	-11	58%	45%	-13	52%	39%	-13
Cancoillotte (2015 : n=42 ; 2018 : n=40)	62%	100%	+38***	0%	0%	+0	0%	0%	+0	10%	5%	-5	19%	10%	-9	14%	10%	-4
Tranches de fromage fondu à usage culinaire (2015 : n=39 ; 2018 : n=56)	87%	100%	+13	15%	9%	-6	5%	2%	-3	28%	23%	-5	33%	39%	+6	33%	38%	+4
Préparation fromagère pour fondue (2015 : n=22 ; 2018 : n=9)	100%	100%	+0	14%	22%	+9	9%	11%	+2	50%	22%	-28	95%	100%	+5	59%	44%	-15
Autre F ou SF fondu (2015 : n=80 ; 2018 : n=82)	96%	100%	+4	31%	26%	-6	0%	0%	+0	25%	11%	-14*	69%	54%	-15*	58%	37%	-21**
F ou SF fondu, allégé en MG (2015 : n=7 ; 2018 : n=2)	100%	100%	+0	100%	100%	+0	29%	0%	-29	0%	0%	+0	100%	100%	+0	100%	100%	+0
Feta et assimilés avec huile (2015 : n=15 ; 2018 : n=25)	73%	100%	+27	0%	4%	+4	0%	0%	+0	0%	12%	+12	7%	12%	+5	0%	0%	+0
Feta et assimilés sans huile (2015 : n=26 ; 2018 : n=45)	96%	100%	+4	4%	2%	-2	0%	0%	+0	19%	16%	-4	31%	27%	-4	15%	20%	+5
Mozzarella (2015 : n=65 ; 2018 : n=131)	94%	99%	+5	2%	2%	-0,01	0%	0%	+0	32%	24%	-9	57%	41%	-16*	54%	40%	-14
Mascarpone (2015 : n=16 ; 2018 : n=24)	88%	96%	+8	0%	4%	+4	0%	0%	+0	38%	21%	-17	44%	21%	-23	31%	17%	-15
F ou SF non affiné, nature (2015 : n=30 ; 2018 : n=37)	100%	100%	+0	7%	22%	+15	7%	8%	+1	47%	30%	-17	83%	70%	-13	67%	59%	-7
F ou SF non affiné, aromatisé (2015 : n=92 ; 2018 : n=128)	97%	100%	+3	0%	2%	+2	0%	0%	+0	41%	18%	-23***	63%	47%	-16*	53%	38%	-15*
Fromage de chèvre non affiné (2015 : n=51 ; 2018 : n=66)	82%	100%	+18	2%	0%	-2	2%	0%	-2	25%	24%	-1	47%	36%	-11	33%	29%	-5
F ou SF enrobé et/ou fourré (2015 : n=12 ; 2018 : n=60)	75%	100%	+25	0%	0%	+0	0%	0%	+0	0%	5%	+5	25%	53%	+28	25%	52%	+27
Brousse et ricotta (2015 : n=15 ; 2018 : n=25)	87%	100%	+13	0%	0%	+0	0%	0%	+0	20%	12%	-8	27%	16%	-11	27%	16%	-11
F ou SF non affiné, allégé en MG (2015 : n=16 ; 2018 : n=14)	100%	100%	+0	69%	93%	+24	0%	0%	+0	25%	29%	+4	63%	86%	+23	19%	36%	+17

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) d'après le test du chi-2 réalisé
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) d'après le test du chi-2 réalisé
Chiffres grisés : effectifs d'un moins une des 2 années égal à 1 ou 2
(†) Tests statistiques effectués uniquement sur le secteur pour ce paramètre

5. EVOLUTION DES VALEURS NUTRITIONNELLES ETIQUETÉES MOYENNES

L'étude des valeurs nutritionnelles moyennes (pour 100g) par famille, avec et sans pondération par les parts de marché¹², a été réalisée pour **les matières grasses, les acides gras saturés, le sel et les protéines** entre 2015 et 2018 (Tableau 3). Pour l'étude de l'évolution des teneurs en matières grasses, acides gras saturés et protéines, seules 5 familles ont été considérées. En effet, pour les 39 autres, les matières grasses, les acides gras saturés ainsi que les protéines sont apportés exclusivement par le lait, en tant qu'ingrédient composant quasiment exclusivement les fromages. Par ailleurs, au sein de ces 39 familles de fromages, nombreuses sont celles contraintes par des signes de qualité (Appellation d'origine protégée, Indication géographique protégée...) impliquant le respect d'un cahier des charges spécifique qui peut définir notamment la teneur maximale en matières grasses, ou le taux d'humidité par exemple. De ce fait, il a été considéré que les marges de manœuvre de reformulations étaient très faibles voire nulles pour ces familles.

Les 5 familles considérées pour l'étude des teneurs en matières grasses, acides gras saturés et protéines sont les suivantes : **Tranches de fromage fondu à usage culinaire, Préparation fromagère pour fondue, Autre fromage ou spécialité fromagère fondu, Fromage ou spécialité fromagère fondu, allégé en matières grasses et Fromage ou spécialité fromagère enrobé et/ou fourré** et incluent des préparations alimentaires pour lesquelles l'ajout de beurre et/ou d'huile végétale, ou de protéines de lait peut être observé.

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

En comparant l'ensemble de l'offre 2015 à l'ensemble de l'offre 2018, l'étude des évolutions de valeurs nutritionnelles moyennes par famille¹³ sans pondération par les parts de marché met en évidence quelques évolutions significatives ponctuelles (Tableau 2) pour:

- **1 famille (à la baisse) sur les 5 considérées pour les matières grasses et les acides gras saturés ;**
- **4 familles sur les 44 considérées pour le sel (2 à la baisse et 2 à la hausse) ;**
- **1 famille sur les 5 considérées pour les protéines (à la hausse).**

En particulier :

- La famille **Autre fromage ou spécialité fromagère fondu**, présente une diminution significative de sa teneur moyenne en matières grasses (-1,6g/100g), s'expliquant à la fois par des reformulations et un renouvellement de l'offre dans le sens d'une diminution des teneurs. Cette évolution significative est également retrouvée pour les marques nationales (-2,1g/100g). Au niveau des acides gras saturés, une diminution significative

¹² Ratio des volumes des produits identifiés par l'Oqali versus le volume total du marché retracé par Kantar - Panel Worldpanel.

¹³ Pour l'étude des matières grasses, acides gras saturés et des protéines, 39 familles ne sont pas considérées et leurs éventuelles évolutions ne sont pas commentées dans ce rapport.

pour les produits appariés, signe de reformulations, est observée, associée à un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une diminution des teneurs ;

- La famille Tranches de fromage fondu à usage culinaire voit sa teneur en acides gras saturés diminuer significativement entre 2015 et 2018 (-1g/100g soit -7%), notamment grâce à la diminution significative observée pour les marques de distributeurs entrée de gamme. Toujours pour les marques de distributeurs entrée de gamme, la teneur moyenne en sel diminue significativement (-0,4g/100g soit -17%) alors qu'elle augmente significativement pour les marques de distributeurs (+0,3g/100g soit +11%), expliquant l'absence d'évolution significative au niveau de la famille. Enfin, les teneurs moyennes en protéines augmentent significativement (+0,6g/100g soit + 9%), en partie grâce à un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une augmentation des teneurs ;
- La famille Préparation fromagère pour fondue présente une augmentation significative de sa teneur moyenne en sel entre 2015 et 2018 (+0,16g/100g soit +12%), qui s'explique en partie par des reformulations allant dans le sens d'une augmentation des teneurs (+0,12g/100g soit +9%). Ces évolutions sont principalement portées par les marques de distributeurs (évolution significative de +0,2g/100g soit +15%) ;
- La famille Roquefort présente une évolution significative de sa teneur moyenne en sel (+0,08g/100g soit +2%) ;
- La famille Saint Marcellin et assimilés voit sa teneur moyenne en sel significativement diminuer (-0,16g/100g soit -11%), ce qui s'explique à la fois par des reformulations et un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une diminution des teneurs. Ces diminutions significatives sont retrouvées pour les marques nationales et les marques de distributeurs.
- La famille Cancoillotte présente une teneur en sel qui diminue significativement (-0,20g/100g soit -11%), expliquée en partie par un renouvellement de l'offre allant dans le sens d'une diminution des teneurs et portée principalement par les marques nationales et les produits issus du hard discount.

Enfin, ponctuellement, quelques évolutions significatives pour les produits appariés ou les segments de marché, non retrouvées au niveau de l'ensemble de l'offre, peuvent également être observées.

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

Sur les 44 familles étudiées pour les teneurs en sel et les 5 familles étudiées pour les teneurs en matières grasses, acides gras saturés et protéines, l'étude des valeurs nutritionnelles pondérées par les parts de marché montre des évolutions significatives pour 11 familles pour le sel (Tableau 2). Aucune évolution significative n'est mise en évidence pour les matières grasses, acides gras saturés et protéines.

Des diminutions significatives de teneur moyenne en sel sont ainsi observées pour les 5 familles suivantes :

- Fromage à raclette : -0,09g/100g soit -5% ;
- Fromage ou spécialité fromagère à pâte pressée, allégé en matières grasses : -0,38g/100g soit -24% ;
- Fromage ou spécialité fromagère à pâte pressée, allégé en sel -0,68g/100g soit -61% ;
- Brie : -0,11g/100g soit -7% ;
- Saint Marcellin et assimilés : -0,13g/100g soit -9%.

A l'inverse, des augmentations significatives de teneur moyenne en sel sont observées pour les 6 familles suivantes :

- Tranches de fromage fondu à usage culinaire : +0,25g/100g soit +10% ;
- Préparation fromagère pour fondue : +0,13g/100g soit +11%(augmentation significative également constatée sans pondération par les volumes de vente) ;
- Roquefort : +0,07g/100g soit +2% (augmentation significative également constatée sans pondération par les volumes de vente) ;
- Bûche de chèvre : +0,12 g/100g soit +8% ;
- Feta et assimilés avec huile : +0,44g/100g soit +24% ;
- Fromage ou spécialité fromagère non affiné, aromatisé : +0,05g/100g soit +5%.

Tableau 2 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sel et protéines à l'échelle des familles en comparant l'ensemble de l'offre 2015 à l'ensemble de l'offre 2018, au sein du secteur des Fromages.

Familles de produits	Matières grasses (g/100g)		Acides gras saturés (g/100g)		Sel (g/100g)		Protéines (g/100g)	
	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 ²	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 ↘ significative	-	1 ↘ significative	-	2 ↗ significatives 2 ↘ significatives	6 ↗ significatives 5 ↘ significatives	1 ↗ significative	-
Tranches de fromage fondu à usage culinaire	-4%	+3%	-7%**	+2%	+4%	+10%**	+5%*	-2%
Préparation fromagère pour fondue	+3%	+3%	+4%	+2%	+12%*	+11%*	-2%	-1%
Autre Fromage ou spécialité fromagère fondu	-7%*	-4%	-6%	-4%	+5%	+1%	-1%	-1%
Fromage ou spécialité fromagère fondu, allégé en matières grasses	+8%	-13%	+11%	-10%	-11%	+0,2%	+1%	-4%
Fromage ou spécialité fromagère enrobé et/ou fourré	-2%	-0,5%	+3%	-2%	+3%	+4%	-4%	+8%
Comté	Non considérée ²		Non considérée ²		+0,1%	-1%	Non considérée ²	
Emmental	Non considérée ²		Non considérée ²		-5%	-1%	Non considérée ²	
Autre fromage à pâte pressée cuite	Non considérée ²		Non considérée ²		+0,2%	-18%	Non considérée ²	
Parmesan et assimilés	Non considérée ²		Non considérée ²		-1%	-1%	Non considérée ²	
Gouda	Non considérée ²		Non considérée ²		-2%	-2%	Non considérée ²	
Mimolette	Non considérée ²		Non considérée ²		-3%	-2%	Non considérée ²	
Edam	Non considérée ²		Non considérée ²		-2%	-5%	Non considérée ²	
Maasdam	Non considérée ²		Non considérée ²		-0,3%	-3%	Non considérée ²	
Reblochon	Non considérée ²		Non considérée ²		+0,04%	+9%	Non considérée ²	
Fromage à raclette	Non considérée ²		Non considérée ²		-2%	-5%*	Non considérée ²	
Tomme à pâte pressée	Non considérée ²		Non considérée ²		-1%	-2%	Non considérée ²	
Autre Fromage ou spécialité fromagère à pâte pressée non cuite de vache	Non considérée ²		Non considérée ²		+2%	-3%	Non considérée ²	
Autre Fromage ou spécialité fromagère à pâte pressée non cuite de brebis ou chèvre	Non considérée ²		Non considérée ²		-1%	+2%	Non considérée ²	
Fromage ou spécialité fromagère à pâte pressée, allégé en matières grasses	Non considérée ²		Non considérée ²		-19%	-24%***	Non considérée ²	
Fromage ou spécialité fromagère à pâte pressée, allégé en sel	Non considérée ²		Non considérée ²		-39%	-61%***	Non considérée ²	
Roquefort	Non considérée ²		Non considérée ²		+2%*	+2%*	Non considérée ²	
Autre fromage à pâte persillée	Non considérée ²		Non considérée ²		+3%	+3%	Non considérée ²	
Brie	Non considérée ²		Non considérée ²		-2%	-7%**	Non considérée ²	
Camembert	Non considérée ²		Non considérée ²		+1%	-1%	Non considérée ²	
Coulommiers	Non considérée ²		Non considérée ²		+0,1%	-1%	Non considérée ²	
Saint marcellin et assimilés	Non considérée ²		Non considérée ²		-11%**	-9%*	Non considérée ²	
Munster	Non considérée ²		Non considérée ²		-6%	-3%	Non considérée ²	
Autre Fromage ou spécialité fromagère à pâte molle de vache	Non considérée ²		Non considérée ²		+1%	+2%	Non considérée ²	
Crottin de chèvre	Non considérée ²		Non considérée ²		+2%	+5%	Non considérée ²	
Buche de chèvre	Non considérée ²		Non considérée ²		-1%	+8%*	Non considérée ²	
Autre Fromage ou spécialité fromagère à pâte molle de brebis ou chèvre	Non considérée ²		Non considérée ²		-6%	-2%	Non considérée ²	
Fromage à pâte molle, allégé en matières grasses	Non considérée ²		Non considérée ²		-2%	+5%	Non considérée ²	
Fromage à pâte molle, allégé en sel	Non considérée ²		Non considérée ²		-7%	+1%	Non considérée ²	
Mélange de fromages	Non considérée ²		Non considérée ²		+10%	-1%	Non considérée ²	
Cancoillotte	Non considérée ²		Non considérée ²		-11%**	+5%	Non considérée ²	
Feta et assimilés avec huile	Non considérée ²		Non considérée ²		+8%	+24%**	Non considérée ²	
Feta et assimilés sans huile	Non considérée ²		Non considérée ²		-6%	-0,5%	Non considérée ²	
Mozzarella	Non considérée ²		Non considérée ²		-4%	+3%	Non considérée ²	
Mascarpone	Non considérée ²		Non considérée ²		-25%	+18%	Non considérée ²	
Fromage ou spécialité fromagère non affiné, nature	Non considérée ²		Non considérée ²		-6%	-2%	Non considérée ²	
Fromage ou spécialité fromagère non affiné, aromatisé	Non considérée ²		Non considérée ²		-2%	+5%*	Non considérée ²	
Fromage de chèvre non affiné	Non considérée ²		Non considérée ²		-1%	-2%	Non considérée ²	
Brousse et ricotta	Non considérée ²		Non considérée ²		-4%	+14%	Non considérée ²	
Fromage ou spécialité fromagère non affiné, allégé en matières grasses	Non considérée ²		Non considérée ²		+18%	-0,03%	Non considérée ²	

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)
Chiffres grisés : effectif d'au moins une des 2 années égal à 1 ou 2 ; également utilisés pour les familles dont l'étude n'est pas pertinente pour le nutriment considéré
¹ratio des volumes des produits identifiés par l'Qqali 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 nutriments considérés

Tableau 3 : Récapitulatif des différences de teneurs moyennes en matières grasses, acides gras saturés, sel et protéines entre 2015 et 2018, au sein du secteur des Fromages.

Evolutions constatées par famille		Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Sel (g/100g)	Protéines (g/100g)
Tranches de fromage fondu à usage culinaire					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	-4%	-7%**	+4%	+5%*
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018	+3%	+2%	+10%**	-2%
REFORMULATIONS	Produits appariés	-5%	-6%	+1%	+0%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées	-1%	-6%	+5%	+9%*
	Références Retirées vs offre 2018	-7%	-12%	+13%	+11%
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN	+1%	-1%	-0,04%	-0,3%
	MDD	+2%	-1%	+11%*	+5%
	MDDeg	-33%*	-40%*	-17%*	+5%
	HD	-9%	-10%	+13%	+10%
Preparation fromagère pour fondue					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	+3%	+4%	+12%*	-2%
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018	+3%	+2%	+11%*	-1%
REFORMULATIONS	Produits appariés	+0,4%	+1%	+9%*	-2%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées	+6%	+11%	+18%	-4%
	Références Retirées vs offre 2018	+5%	+6%	+14%	-2%
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN	+2%	+4%	+0%	+0%
	MDD	+3%	+3%	+15%**	-3%
Autre Fromage ou spécialité fromagère fondu					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	-7%*	-6%	+5%	-1%
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018	-4%	-4%	+1%	-1%
REFORMULATIONS	Produits appariés	-3%**	-3%*	-1%	-3%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées	-14%**	-14%*	+16%	+9%
	Références Retirées vs offre 2018	-7%	-1%	+5%	-10%
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN	-9%*	-6%	+3%	+2%
	MDD	-2%	-1%	-3%	-21%
	MDDeg	+2%	+0%	+4%	-4%
	HD	-0,2%	+1%	+2%	-0,2%
Fromage ou spécialité fromagère fondu, allégé en matières grasses					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	+8%	+11%	-11%	+1%
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018	-13%	-10%	+0,2%	-4%
REFORMULATIONS	Produits appariés	+0%	+0%	+0%	+0%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées				
	Références Retirées vs offre 2018	+11%	+16%	-14%	+2%
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN	+8%	+11%	-11%	+1%
Fromage ou spécialité fromagère enrobé et/ou fourré					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	-2%	+3%	+3%	-4%
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018	-0,5%	-2%	+4%	+8%
REFORMULATIONS	Produits appariés	-1%	-2%	-1%	-1%
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées	-0,1%	+5,7%	+4%	-5%
	Références Retirées vs offre 2018	-3%	+10%	+34%	-1%
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN	+4%	+7%	-7%	-5%
	MDD	-14%	+13%	+88%	-16%

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées 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 (* 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 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 (* 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

Ne sont pas considérées les familles dont l'étude n'est pas pertinente pour les nutriments considérés

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

Evolutions constatées par famille		Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Sel (g/100g)	Protéines (g/100g)
Comté					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	+0,1%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-1%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			+2%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-1%	
	Références Retirées vs offre 2018			-0,02	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			-0,5%	
	MDD			+1%	
	MDDeg	-7%			
Emmental					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-5%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-1%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-5%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-4%	
	Références Retirées vs offre 2018			-9%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	DSbio			+33%	
	MN			+14%	
	MDD	-5%			
	MDDeg	+8%			
				-18%*	
Autre fromage à pâte pressée cuite					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	+0,2%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-18%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			+2%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			+3%	
	Références Retirées vs offre 2018			-2%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MDD			-1%	
	HD			+6%	
Parmesan et assimilés					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-1%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-1%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-1%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			+0,1%	
	Références Retirées vs offre 2018			-3%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			-1%	
	MDD			-1%	
	MDDeg	-0,2%			
Gouda					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-2%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-2%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			+1%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-4%	
	Références Retirées vs offre 2018			-3%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	DSbio			+3%	
	MN			-3%	
	MDD	-1%			
	MDDeg	-0,2%			
				-5%	

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées 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 (* 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 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 (* 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

Ne sont pas considérées les familles dont l'étude n'est pas pertinente pour les nutriments considérés

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

Evolutions constatées par famille		Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Sel (g/100g)	Protéines (g/100g)
Mimolette					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-3%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-2%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-0,4%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-14%	
	Références Retirées vs offre 2018			22%	
SEGMENTS DE MARCHÉ (Tous produits)	MN			-11%	
	MDD			-2%	
	MDDeg			+9%	
	HD	+7%			
Edam					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-2%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-5%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-0,4%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-6%	
	Références Retirées vs offre 2018			-2%	
SEGMENTS DE MARCHÉ (Tous produits)	MN			-8%	
	MDD			+2%	
	MDDeg			+1%	
	HD	-11%			
Maasdam					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-0,3%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-3%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-4%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			+3%	
	Références Retirées vs offre 2018			-2%	
SEGMENTS DE MARCHÉ (Tous produits)	MN			+4%	
	MDD			-2%	
	HD			+3%	
	Reblochon				
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	+0,04%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			+9%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-1%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			+2%	
	Références Retirées vs offre 2018			-5%	
SEGMENTS DE MARCHÉ (Tous produits)	MDD			-5%	
	HD			+5%	
Fromage a raclette					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-2%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-5%*	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-1%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-4%	
	Références Retirées vs offre 2018			-1%	
SEGMENTS DE MARCHÉ (Tous produits)	MN			-2%	
	MDD			-2%	
	MDDeg			-8%	
	HD	+2%			

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées 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 (* 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 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 (* 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

Ne sont pas considérées les familles dont l'étude n'est pas pertinente pour les nutriments considérés

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

Evolutions constatées par famille		Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Sel (g/100g)	Protéines (g/100g)
Tomme à pâte pressée					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-1%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-2%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			+3%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-1%	
	Références Retirées vs offre 2018			-3%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			-3%	
	MDD			+0,4%	
	HD	-10%*			
Autre fromage ou spécialité fromagère à pâte pressée non cuite de vache					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	+2%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-3%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-0,1%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			+3%	
	Références Retirées vs offre 2018			4%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			+4%	
	MDD			+4%	
	MDDeg	-8%			
HD	-2%				
Autre fromage ou spécialité fromagère à pâte pressée non cuite de brebis ou chèvre					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-1%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			+2%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			+0%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-2%	
	Références Retirées vs offre 2018			-2%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	DSbio			+3%	
	MN			-0,4%	
	MDD	-6%			
HD	-2%				
Fromage ou spécialité fromagère à pâte pressée, allégé en matières grasses					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-19%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-24%***	
REFORMULATIONS	Produits appariés			+3%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-29%	
	Références Retirées vs offre 2018			-35%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			-23%	
	MDD			+7%	
	HD	-33%			
Fromage ou spécialité fromagère à pâte pressée, allégé en sel					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-39%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-61%***	
REFORMULATIONS	Produits appariés			+0%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-40%	
	Références Retirées vs offre 2018			-65%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			-40%	
Roquefort					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	+2%*	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			+2%*	
REFORMULATIONS	Produits appariés			+1%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			+3%	
	Références Retirées vs offre 2018			+4%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			+3%	
	MDD			+1%	
	MDDeg	+3%			
HD	+15%				

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées 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 (* 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 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 (* 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

Ne sont pas considérées les familles dont l'étude n'est pas pertinente pour les nutriments considérés

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

Evolutions constatées par famille		Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Sel (g/100g)	Protéines (g/100g)
Autre fromage à pâte persillée					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	+3%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			+3%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-4%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			+3%	
	Références Retirées vs offre 2018			-8%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			+10%	
	MDD			+3%	
	HD	+13%			
Brie					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-2%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-7%**	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-4%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-4%	
	Références Retirées vs offre 2018			-7%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			-4%	
	MDD			+1%	
	MDDeg	-4%			
	HD	-8%			
Camembert					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	+1%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-1%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-1%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			+2%	
	Références Retirées vs offre 2018			+5%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	DSbio			+0%	
	MN			+3%	
	MDD	-2%			
	MDDeg	-1%			
	HD	+3%			
Coulommiers					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	+0,1%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-1%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-0,3%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			+2%	
	Références Retirées vs offre 2018			+3%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			+5%	
	MDD			-2%	
	MDDeg	-2%			
	HD	-1%			
Saint marcellin et assimilés					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-11%**	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-9%*	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-12%**	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-13%*	
	Références Retirées vs offre 2018			+17%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			-15%*	
	MDD			-11%**	
	HD	+23%			

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées 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 (* 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 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 (* 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

Ne sont pas considérées les familles dont l'étude n'est pas pertinente pour les nutriments considérés

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

Evolutions constatées par famille		Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Sel (g/100g)	Protéines (g/100g)
Munster					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-6%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-3%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			+0%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-10%	
	Références Retirées vs offre 2018			-7%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			-8%	
	MDD			-9%	
	MDDeg			+1%	
	HD	-2%			
Autre Fromage ou spécialité fromagère à pâte molle de vache					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	+1%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			+2%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-1%**	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			+2%	
	Références Retirées vs offre 2018			+1%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			+0,02%	
	MDD			+1%	
	MDDeg			-3%	
	HD	+2%			
Crottin de chèvre					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	+2%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			+5%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-1%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			+5%	
	Références Retirées vs offre 2018			-0,3%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			-2%	
	MDD			+3%	
	MDDeg			+20%	
	HD	+9%			
Bûche de chèvre					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-1%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			+8%*	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-1%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-2%	
	Références Retirées vs offre 2018			+3%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			+0,5%	
	MDD			+2%	
	MDDeg			-1%	
	HD	-8%			
Autre Fromage ou spécialité fromagère à pâte molle de brebis ou chèvre					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-6%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-2%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-0,3%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-7%	
	Références Retirées vs offre 2018			-10%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			-6%	
	MDD			-3%	
	HD			-7%	

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées 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 (* 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 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 (* si p<0,05 ; ** si p<0,01 ; *** si p<0,001)

Tests statistiques effectués : tests de permutation

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

Ne sont pas considérées les familles dont l'étude n'est pas pertinente pour les nutriments considérés

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

Evolutions constatées par famille		Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Sel (g/100g)	Protéines (g/100g)
Fromage à pâte molle, allégé en matières grasses					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-2%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			+5%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-2%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-10%	
	Références Retirées vs offre 2018			-1%	
SEGMENTS DE MARCHÉ (Tous produits)	MN			-1%	
	MDD			-5%	
	HD	+4%			
Fromage à pâte molle, allégé en sel					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-7%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			+1%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			+0,1%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			+6%	
	Références Retirées vs offre 2018			-6%	
SEGMENTS DE MARCHÉ (Tous produits)	MN			-9%	
	MDD			+2%	
Mélange de fromages					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	+10%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-1%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-0,4%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			+13%	
	Références Retirées vs offre 2018			+31%	
SEGMENTS DE MARCHÉ (Tous produits)	MN			+82%	
	MDD			-2%	
	MDDeg	+1%			
HD	-12%				
Cancoillotte					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-11%**	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			+5%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-5%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-21%***	
	Références Retirées vs offre 2018			-6%	
SEGMENTS DE MARCHÉ (Tous produits)	MN			-17%***	
	MDD			-5%	
	HD	-11%*			
Feta et assimilés avec huile					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	+8%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			+24%**	
REFORMULATIONS	Produits appariés			+14%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			+7%	
	Références Retirées vs offre 2018			-2%	
SEGMENTS DE MARCHÉ (Tous produits)	MN			-2%	
	MDD			+36%	
	HD	-19%			

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées 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 (* 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 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 (* 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

Ne sont pas considérées les familles dont l'étude n'est pas pertinente pour les nutriments considérés

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

Evolutions constatées par famille		Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Sel (g/100g)	Protéines (g/100g)			
Feta et assimilés sans huile								
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-6%	Non considérée			
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-0,5%				
REFORMULATIONS	Produits appariés			+0,3%				
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-11%*				
	Références Retirées vs offre 2018			-5%				
SEGMENTS DE MARCHÉ (Tous produits)	DSbio			-16%				
	MN			-8%				
	MDD			-1%				
	HD			-7%				
Mozzarella								
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-4%	Non considérée			
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			+3%				
REFORMULATIONS	Produits appariés			-4%				
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-5%				
	Références Retirées vs offre 2018			-14%				
SEGMENTS DE MARCHÉ (Tous produits)	MN			-9%				
	MDD			-4%				
	MDDeg			-15%				
	HD			+6%				
Mascarpone								
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-25%	Non considérée			
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			+18%				
REFORMULATIONS	Produits appariés			+6%				
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-26%				
	Références Retirées vs offre 2018			-72%				
SEGMENTS DE MARCHÉ (Tous produits)	MDD			+6%				
	HD			-58%				
Fromage ou spécialité fromagère non affiné, nature								
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018			Non considérée		Non considérée	-6%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018	-2%						
REFORMULATIONS	Produits appariés	+0%						
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées	-9%						
	Références Retirées vs offre 2018	-10%						
SEGMENTS DE MARCHÉ (Tous produits)	MN	-7%						
	MDD	-10%*						
	HD	+6%						
Fromage ou spécialité fromagère non affiné, aromatisé								
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée		-2%		Non considérée	
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			+5%*				
REFORMULATIONS	Produits appariés			-1%				
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-3%				
	Références Retirées vs offre 2018			-2%				
SEGMENTS DE MARCHÉ (Tous produits)	MN			+0,4%				
	MDD			-1%				
	MDDeg			+0%				
	HD			+2%				

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées 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 (* 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 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 (* 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

Ne sont pas considérées les familles dont l'étude n'est pas pertinente pour les nutriments considérés

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

Evolutions constatées par famille		Matières grasses (g/100g)	Acides gras saturés (g/100g)	Sel (g/100g)	Protéines (g/100g)
Fromage de chèvre non affiné					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-1%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-2%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-0,4%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			-1%	
	Références Retirées vs offre 2018			-2%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			-9%	
	MDD			+0,2%	
	HD	+1%			
Brousse et ricotta					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	-4%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			+14%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-4%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			+7%	
	Références Retirées vs offre 2018			-37%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			-25%	
	MDD			+20%	
	HD	-22%			
Fromage ou spécialité fromagère non affiné, allégé en matières grasses					
TOUS PRODUITS	Offre 2015 vs 2018	Non considérée	Non considérée	+18%	Non considérée
TOUS PRODUITS PONDERES	Offre 2015 vs 2018			-0,03%	
REFORMULATIONS	Produits appariés			-1%	
RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE	Offre 2015 vs références Ajoutées			+36%	
	Références Retirées vs offre 2018			+71%	
SEGMENTS DE MARCHE (Tous produits)	MN			+17%	
	HD			+0%	

Case en violet : diminution significative entre les teneurs moyennes de 2015 et 2018 ; pour les sous-groupes : teneurs moyennes des références ajoutées 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 (* 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 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 (* 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

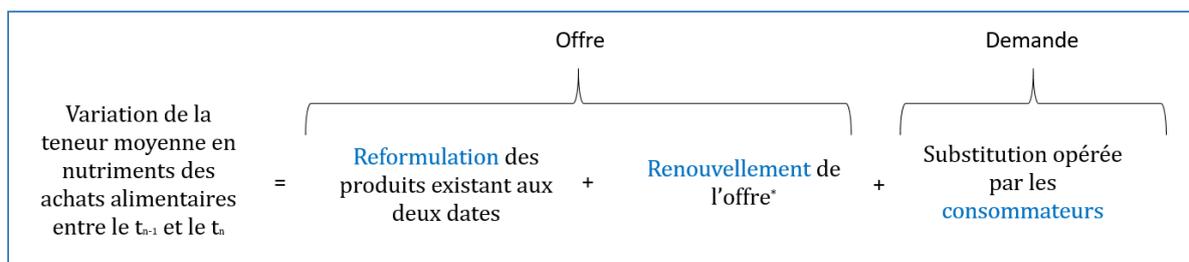
Ne sont pas considérées les familles dont l'étude n'est pas pertinente pour les nutriments considérés

DSbio=distributeurs spécialisés ; 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 NUTRITIONNELLE DES FROMAGES

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 Worldpanel¹⁴) à l'évolution de la qualité nutritionnelle moyenne du secteur. 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*¹⁵.

La méthode consiste pour chaque nutriment d'intérêt du secteur (matières grasses, acides gras saturés, sel et protéines), 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.



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

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 acides gras saturés, matières grasses et protéines ne sont pas présentés puisque la méthode Griffith est réalisée sur le secteur entier¹⁶.

¹⁴ Kantar – Panel Worldpanel : données d'achats des ménages représentatives de la population française

¹⁵ Contributions de l'offre et de la demande à l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'alimentation –Oqali –Edition 2019 – www.oqali.fr

¹⁶ Les résultats de la méthode Griffith sur les acides gras saturés, matières grasses et protéines ne sont pas présentés puisque, comme indiquée dans la partie 5, seulement 5 famille sur les 44 du secteur sont pertinentes pour l'étude des teneurs en ces nutriments.

Tableau 4 : 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 1¹⁷

Fromages	Moyenne pondérée (g/100g)		Evolution des moyennes pondérées	Décomposition de l'évolution des moyennes pondérées		
	2015	2018		Reformulations	Renouvellement de l'offre	Substitutions
Sel	1,31	1,34	+2%	-1%	+1%	+3%

Cases en bleu foncé : augmentation de la teneur en nutriment
Cases en bleu clair : diminution de la teneur en nutriment

Sur l'ensemble du secteur des Fromages, entre 2015 et 2018, une augmentation des teneurs moyennes pondérées est constatée pour le sel (+2%) (Tableau 4). Cette augmentation des teneurs moyennes pondérées en sel est le résultat majoritairement de substitutions réalisées par les consommateurs (+3%). Les reformulations vont dans le sens inverse c'est-à-dire une diminution de la teneur en sel (-1%).

L'ensemble des résultats de l'étude est présenté dans le rapport détaillé *Etude du secteur des Fromages-Oqali-Comparaison 2015/2018 – Edition 2024*¹⁸.

¹⁷ 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 Fromages-Oqali-Comparaison 2015/2018 – Edition 2024 ».

¹⁸ Disponible sur le site de l'Oqali <https://www.oqali.fr/Publications-Oqali/Etudes-sectorielles>.